

legalmax

IP-бутик қандай қилиб маркетинг позициялаш орқали кучли бренд яратди?

LEGALMAX нафақат юридик фирма, балки Марказий Осиёдаги биринчи IP-бутиклардан бири бўлиб, у муаллифлик ҳуқуқи, патентлар, савдо белгилари ва бошқа интеллектуал мулк объектларини ҳимоя қилиш хизматлари бозорида ўзига хос мавқени яратишга муваффақ бўлди.

Корхона ўз стратегиясига маркетинг ёндашувини жорий этиб, IP-активларни (IP – Intellectual Property – Интеллектуал мулк) ҳимоя қилишни нафақат ҳуқуқий жараён, балки мижозлар брендини кучайтириш воситасига айлантирди.

Агар кўплаб рақобатчилари учун мижознинг савдо белгисини рўйхатдан ўтказиш хизмат кўрсатишнинг якуний нуқтаси бўлса, улар учун бу фақат активларни ҳимоя қилиш, бизнесни кенгайтириш, брендни тижоратлаштириш ва халқаро бозорларга чиқиш томон ҳамкорлик йўлининг бошланишидир.

25 йиллик фаолияти давомида Legalmax нафақат савдо белгилари ва патентларни ҳимоя қилди, балки мижозларга рақобатдош устунликларини сақлаб қолиш ва кучайтиришга ёрдам берадиган бозор стратегияларини ишлаб чиқди. Бунинг натижасида корхона минтақадаги машҳур IP-бренд сифатида обрў қозонди ва Ўзбекистонда ҳам, хорижда ҳам ягона юқори сифатли хизматларни олиш учун «ягона дарча»га айланди.

Корхонанинг Ўзбекистон, Қозоғистон ва Россияда офислари, шунингдек, МДХ мамлакатларида ваколатхоналари мавжуд бўлиб, бу Legalmax корхонасига маҳаллий ва халқаро бизнес билан ишлаш имконини беради.



Корхонанинг асосий мутахассислари орасида:

Муҳаммадали Маҳмудов – Бошқарувчи ҳамкор, Chambers Global ва The Legal 500 халқаро рейтингларида иштирок этувчи патент вакили, «Ўзбекистон Республикаси Патент вакиллари уюшмаси» бошқаруви раиси, INTA (International Trademark Association) контрафактга қарши кураш қўмитаси аъзоси.

Лола Исломова – ҳамкор, патент амалиёти раҳбари, товар белгилари ва лицензия шартномаларини рўйхатдан ўтказиш бўйича халқаро эксперт.

Александр Лобанов – ҳамкор, адвокат, патент вакиллари аттестациядан ўтказиш бўйича давлат малака комиссияси аъзоси.

Муаммо

«Кўринмас» товар сифатидаги юридик хизматлар

Интеллектуал мулк соҳасида аксарият юридик фирмалар асосий муаммога дуч келишди: мижозлар уларнинг хизматларини тарқоқ ва тор ихтисослашган деб қабул қилишди. Бу қуйидагиларга олиб келди:

- товар белгиларини рўйхатдан ўтказиш, патентлаш ва юридик хизматлар учун турли корхоналарга мурожаат қилиш зарурати;
- IP-активларни бошқаришнинг ягона стратегияси йўқлиги;

- ҳуқуқий ва бошқа хавфларни ҳисобга олган ҳолда корхонанинг брендлари ва активларига эгалик қилиш ҳамда бошқариш схемасини тузишдаги қийинчиликлар.

Ечим

Биринчи тўлиқ цикли юридик IP-бутикни яратиш

Legalmax «Барча IP ва тегишли юридик хизматлар — бир жойда» концепциясини таклиф этиб, ўз ёндашувини қўллади:

1. IP-бутикни ноёб позициялаш:

- тор ихтисослаштирилган хизматлар ўрнига комплекс хизмат кўрсатиш;
- барча интеллектуал мулк масалалари учун ягона кириш нуқтаси;
- бошланғич таҳлил ва таҳлил стратегиясини ишлаб чиқишдан тортиб кенг қамровли халқаро ҳимоягача бўлган тайёр «махсус буюртма» ечимлари.

2. Моделнинг учта асосий афзаллиги:

- хизматларнинг тўлиқ цикли: стратегияни ишлаб чиқишдан тортиб суд ҳимоясигача;
- жараёнларни синхронлаштириш: патент вакиллари, ҳуқуқшунослар ва бошқа экспертларнинг келишилган иши;
- прогноз қилинадиган натижа: мижоз алоҳида хизматларни эмас, балки керакли натижага эришишнинг кенг қамровли тизимини олади.

Натижалар

Миқдорий кўрсаткичлар:

- позициялаш ўзгарганидан кейин доимий мижозларнинг сонини 50%га ўсиши;
- ҳамкорлик кўламини ошириш (мижозларнинг 70%дан ортиғи 3+ хизматдан фойдаланади).

Сифат ўзгаришлари:

- «Премиял мижозлар» тоифаси шакллантирилди (мижозлар базасининг 10%и, тушумнинг 35%дан ортиғи);
- корхона минтақадаги халқаро корпорациялар учун «ягона дарча»га айланди;
- Legalmax экспертлари мунтазам равишда профессионал ҳамжамиятлар ва уюшмаларнинг ишчи гуруҳларида, шу жумладан, қонунчилик ташаббусларини ишлаб чиқиш ишларида фаол иштирок этадилар.

Legalmax мисоли юридик соҳада «камроқ — кўпроқ» стратегиясининг самарадорлигини кўрсатади:

1. Мижоз учун соддалаштириш (кўп пудратчилар ўрнига битта масъул корхона).
2. Хизматнинг қийматини ошириш (нафақат қонунчилик нормаларига, балки ҳуқуқни қўллаш амалиётига асосланган комплекс юқори профессионал қарорлар).
3. Табиий дифференциация (юқори рақобатли бозорда ноёб таклиф).

Юридик фирмада маркетинг алоҳида шахс ёки лавозим эмас, балки фирманинг ҳар бир ходими ҳисобланади, чунки бу уларнинг бутун фаолияти — бу бизнесда ҳам, кундалик ҳаётда ҳам экспертлик ва профессионал ёндашувни амалга оширишдир.

Бу мисолга кўра, рақобат шароитида «ҳамма қатори, лекин яхшироқ» иш қилган киши эмас, балки хизматларни истеъмол қилишнинг принципиал янги моделини таклиф қилиб, ўйин қоидаларини ўзгартирган киши ютади.

