



Prawnik XXI wieku

Prawnik – czy to określenie zawodu jest nadal adekwatne? A może powinien zastąpić go „biznesowy doradca klienta”? Nie chodzi o zwykłą grę słów, współczesna gospodarka i świat stawiają przed prawnikami zupełnie nowe wyzwania



Dorota Hołubiec,
partner SCG:
prawnicy powinni
być w stanie
zaoferować swoim
klientom przede
wszystkim
poczucie
bezpieczeństwa.

Czym dziś zajmuje się prawnik? Do przeszukiwania komentarzy i kodeksów ma zainstalowane w komputerze specjalne programy, które robią to za niego; do umów często używa już gotowych szablonów. Czy to oznacza, że prawnik przestaje powoli być w ogóle potrzebny? Wręcz przeciwnie! Był, jest i nadal będzie niezbędny, ale w naszych czasach powinien zredefiniować swoją rolę w relacji z klientem.

Klienci dzisiaj często reprezentują typ Zosi Samosi, wszystko wiedzą, wszystkim potrafią się sami zająć. Jest to, wydawałoby się, bardzo proste w

czasach dostępności „Meenasa Google”. Jak ich przekonać, że prawnik jednak jest im potrzebny? I to nie wtedy, kiedy wszystko się zawali, ale w codziennej pracy, nawet gdy wydaje się, że wszystko idzie w jak najlepszym kierunku?

Powstaje pytanie, co prawnicy powinni zaoferować klientom, aby ci ich słuchali i zechcieli korzystać z ich usług? Przede wszystkim poczucie bezpieczeństwa.

Przedsiębiorcy potrzebują kogoś, komu mogą ufać, kogoś, kto będzie czuł nad ich interesami, ale jednocześnie

nie będzie im przeszkadzał w działaniu. Ludzie biznesu nie chcą słyszeć o tym, jakie są zagrożenia. Chcą wiedzieć, jak je ominąć bądź chociaż ograniczyć, oczywiście w zgodzie z prawem. To często wizjonerzy potrzebujący partnera, który dotrzyma im kroku. Kogoś, kto będzie patrzył w tym samym kierunku, nie unikał wyzwań i ryzyka, ale umiał stawić im czoła. Kogoś, kto będzie przewidywał zagrożenia, zanim one się pojawią.

Prawnik XXI wieku nie ma wcale łatwego zadania. Jego klienci oczekują, że będzie poruszał się po świecie biznesu tak samo dobrze jak oni. Będzie

znał ich branże i mechanizmy w nich działające przynajmniej tak jak oni, a może nawet lepiej. Oczekują świadomości uwarunkowań ekonomicznych, społecznych, politycznych, a często i kulturowych.

Oznacza to definitywny koniec z rutyną. Dziś prawnik musi wiedzieć, skąd i dokąd wieje wiatr zmian, jakie są tendencje, w którą stronę rozwinię się sytuacja. Tylko wtedy można świadomie doradzać prawnie, mając szerokie horyzonty.

Współczesny prawnik jest negocjatorem, biznesowym doradcą, ekspertem. Gdzieś dopiero na końcu prawnikiem w podstawowym znaczeniu tego słowa. Nie może być przy tym ani tylko dobrym rzemieślnikiem, ani filozofem. Musi być przede wszystkim prawnikiem praktycznym.

Rynek usług profesjonalnych, w tym prawnych, na naszych oczach ulega przeobrażeniom odpowiadającym światowym trendom, a dynamika tych zmian będzie wciąż rosła. Od tej drogi nie ma odwrotu. Rynek się zmienił, a obowiązująca na nim dziś główna zasada to: dostosuj się albo zgiń. Porządek prawny w naszym kraju jest dość dynamiczny i taki również musi być prawnik. Niezbędna jest więc zdolność szybkiej adaptacji do różnych ról oraz funkcji.

Współczesny prawnik pracuje w kancelarii obsługującej korporacje, ale potem przychodzi kryzys gospodarczy lub choćby spowolnienie koniunktury i wówczas musi znaleźć sobie inne miejsce w branży.

Odmiernym od biznesowego aspektu jest zagadnienie misji społecznej. Prawnicy powinni zaangażować się w edukację prawną społeczeństwa. Wyższy poziom świadomości to zarazem nowi klienci.

Nie chodzi tu tylko o wypełnianie wspomnianej przypisanej do zawodu misji czy zasady etyczne, ale o obopólne dobro. Korzystajmy z usług prawników zawsze wtedy, gdy dotyka nas jakakolwiek dziedzina ocierająca się o prawo, gdy kupujemy samochód czy

wynajmujemy mieszkanie, a nie tylko wówczas, gdy ktoś nas pozywa czy zostaliśmy oszukani. A do prawnika przecież lepiej udać się zapobiegawczo przed każdym takim wydarzeniem. Dać umowę do przeczytania, zapytać, upewnić się. Taka usługa nie będzie dużo kosztować. Ale wyciąganie z poważnych

Ludzie biznesu nie chcą słyszeć o tym, jakie są zagrożenia. Chcą wiedzieć, jak je ominąć, lub chociaż ograniczyć. To często wizjonerzy, którzy potrzebują partnera

Dorota Hołubiec,
Smart Communication Group

problemów, będących efektem lekkoomyślności czy choćby braku ostrożności – już tak. Zdecydowana część polskich przedsiębiorców wciąż nie zdaje sobie z tego sprawy. Właśnie przez brak edukacji w tej kwestii.

Prawnik na miarę XXI wieku powinien być za pan brat z nowymi technologiami. To nie są już nowinki czy ciekawostki. To są narzędzia używane w codziennej pracy i ogromne przedsięwzięcia biznesowe obudowane wokół nich. Już pojawiają się butikowe kancelarie specjalizujące się wyłącznie w obsłudze start-upów z dziedziny technologii. Prawnicy nie mogą zostać w tyle i nie nadążać za swoim klientem. Bo jak wtedy będzie mógł mu skutecznie doradzać?

Tutaj wchodzimy na kolejne pole specjalizacji. Wykształcając się coraz węższe zakresy usług, wiedza robi się coraz bardziej ekspercka. Czy specjalizacja jest jednak dobra dla wszystkich i powinna być w związku z tym zjawie-

niem powszechnym? Oczywiście nie. Wszystko zależy od warunków, w których uprawia się zawód.

Znam prawników, których specjalizacja wynika z ich osobistych pasji i zainteresowań. Znam też takich, którzy w mniejszych miejscowościach służą poradą w niemal każdej sprawie. Trzeba się umieć dostosować do wymagań rynku i klientów. Potrzebny jest lekarz ogólny, ale ze złamaną nogą nie pójdziemy przecież do internisty, tylko będziemy szukali ortopedy.

A rynek segmentuje się coraz bardziej, nie tylko na kancelarie wyspecjalizowane i te działające kompleksowo. Dzielą się także na firmy małe i duże, działające niemal już na wpał automatycznie i te tradycyjne, obsługujące mały lub ogromny biznes. Wynika to z coraz większego przesylenia rynku absolwentami prawa oraz ogromnej konkurencji. Przestaliśmy plasować się na końcu listy krajów europejskich z najmniejszą liczbą wykwalifikowanych prawników przypadających na jednego mieszkańca. W ciągu kilku zaledwie lat przesunęliśmy się na jej czołówkę. Rynek jest dzisiaj bezlitosny. Wykształconych, znających języki graczy jest mnóstwo. To już nie wystarczy, trzeba się czymś wyróżnić.

Mam wrażenie, że prawnicy zapominają o humanistycznym podłożu swojego zawodu. Choć często mają ogromną wiedzę i doświadczenie, nie potrafią się komunikować. Komunikacja i brak empatii to cały czas pięta achillesowa przedstawicieli prawniczych zawodów. A klient, który będzie wybierał między jednym uznanym prawnikiem a drugim równie świetnym, wybierze tego, z którym rozmawia mu się lepiej. Tego, który nie będzie traktował go z góry, zalewał prawniczą nowomową czy nie komunikował, co się ze sprawą dzieje, a potem wystawiał za swoje usługi sowity rachunek. Dlatego prawnik XXI wieku inwestuje tak samo w twarde, jak i miękkie umiejętności. Nieustannie nowe. **!**

Dorota Hołubiec