

Jak i gdzie szukać prawnika?

Dorota Hołubiec

partner w Smart
Communication Group

Każdy człowiek chce korzystać z najwyższej jakości usług w odniesieniu do wszystkich sfer i dziedzin życia. Dzisiaj dobry prawnik musi wyprzedzać oczekiwania swojego klienta. Jest to trudne, biorąc pod uwagę to, że żyjemy w kraju, w którym na polityce, medycynie, piłce nożnej, marketingu i prawie znają się wszyscy. Wybór odpowiedniego prawnika nigdy nie będzie dla klienta prosty. Trzeba pamiętać, że nie zawsze na jego wybór mają wpływ oczywiste czynniki. Wartość świadczonych usług i tak klienci oceniają dopiero po jakimś czasie, a więc po podjęciu korzystnych decyzji biznesowych czy wygraniu przez kancelarię sprawy.

Dzisiaj klienci są znacznie bardziej wymagający i lepiej poinformowani o możliwościach. Dla prawników nastąpił czas, gdy to oni muszą się starać nie tylko o pozyskanie nowych klientów, lecz przede wszystkim o utrzymanie dotychczasowych. Okazuje się, że polscy przedsiębiorcy wydają na obsługę prawną średnio do 5 tys. zł rocznie, a to stanowi jedynie 0,5 proc. ich wszystkich wydatków. Jak podaje „Gazeta Prawna”, najgorzej w tej statystyce wypadają małe firmy oraz te, które się dopiero rozwijają.

Aż 78 proc. z nich w ogóle nie zatrudnia prawnika. W dużych przedsiębiorstwach świadomość konieczności pomocy prawnej jest zdecydowanie wyższa. Trzy czwarte ankietowanych przedsiębiorstw dysponuje własnym działem prawnym. Mimo to prawie 90 proc. korzysta dodatkowo z usług wynajmowanych, zewnętrz-

nych kancelarii. Przy czym nie zależy to od wielkości firmy. Przedsiębiorcy podają, że najczęściej potrzebują w swoich spółkach prawników do prowadzenia spraw korporacyjnych, pracowniczych i podatkowych. Jak zaznaczyłam na początku, o wyborze kancelarii wcale nie decydują czynniki wydawałyby się oczywiste, jak np. cena za obsługę, lecz jak podają respondenci, bardziej liczą się: przygotowanie merytoryczne, profesjonalizm w podejściu do sprawy, zrozumienie potrzeb klienta, inicjatywa prawnika i dobra komunikacja rozumiane także jako zaangażowanie i identyfikacja z klientem i jego problemami. Klient chce mieć komfort i czuć się bezpiecznie.

Kogo i jak szukamy?

Szukamy profesjonalisty, który specjalizuje się właśnie w tej kategorii spraw, którą chcemy mu powierzyć. Dzisiaj oczekujemy, aby prawnik nie tylko znał przepisy, ale także branżę, w której działamy, a co więcej, miał doświadczenie w podobnych przypadkach.

Jednym z najbardziej popularnych sposobów znajdowania kancelarii są referencje i rekomendacje od znajomych (ponad 65 proc. osób korzysta z tej formy). Decydenci, dokonując wyboru tą drogą, mają największe poczucie bezpieczeństwa i są przekonani o trafności wyboru w momencie jego dokonywania. Niezależnie od tego, którą kancelarię wybierzemy, musimy zadbać o to, aby osobiście poznać osobę lub osoby, które będą zajmować się naszą sprawą. To bardzo ważne, aby między klientem a prawnikiem zadziałała tzw. chemia międzyludzka.

Warto zwrócić uwagę na to, że czym większą kancelarię wybierzemy do prowadzenia naszej sprawy, tym prawdopo-

dobnie spodziewać się musimy wyższej ceny za jej poradę. Jeśli nasz problem nie wymaga zaangażowania dużej grupy współpracujących ze sobą prawników, może warto poszukać nieco mniejszej kancelarii.

Spotkałam się z przekonaniem, że wielu decydentów odrzuca najtańsze na rynku oferty w myśl zasady, że nigdy nie uda się kupić mercedesa za cenę syrenki, oraz najdroższe, gdyż te często są zawyżane i niekoniecznie dają gwarancję lepszego podejścia do sprawy. Przyglądają się natomiast bardziej wnikliwie ofertom z poziomu średniego, co zresztą sama gorąco rekomenduję. Popularnym ostatnimi czasy sposobem pozyskiwania prawnika stał się internet. Coraz więcej firm i osób korzysta z tej możliwości. Jest on coraz częściej spotykanym sposobem poszukiwania prawnika, a dla niektórych jest to droga do uwiarygodnienia kancelarii. Większość klientów chce bowiem poznać kancelarię i pracujących w niej prawników, zanim poprosi o poradę. Internet jest drugą po poczcie pantoflowej najbardziej efektywną formą promocji dla branży prawniczej. Ten coraz bardziej popularny sposób na znalezienie kancelarii zyskuje między innymi dzięki dostępności oferty przez 24 godziny na dobę, 365 dni w roku.

Badania przedsiębiorców pokazują, że prawie 90 proc. z nich korzysta z internetu codziennie, a ponad 77 proc. badanych uznaje internet jako medium przyczyniające się do wzrostu znajomości marki. Sprawdzenie kancelarii przed wizytą u niej to dziś odruch. Ten kto takiej strony nie ma, jest niewiarygodny. A to oznacza, że jest na najlepszej drodze do tego, żeby zniknąć z rynku.

Na co jeszcze klienci zwracają uwagę przy poszukiwaniu



Dorota Hołubiec

prawnika? Coraz większą rolę w tej materii odgrywają niematerialne wartości, a wśród nich reputacja, czyli wartości tworzone poprzez pracowników i klientów kancelarii, liderów opinii, legislatorów i opinię publiczną.

Jak przygotować się do współpracy?

Warto poświęcić czas na dobre przygotowanie się do pierwszego spotkania. Dotyczy to zarówno klienta, jak i prawnika repre-

zentującego kancelarię. Pierwsze wrażenie bywa najważniejsze i nie będzie już drugiej takiej szansy. W odniesieniu do klienta musi on możliwie szczegółowo i prawdziwie omówić swoją sytuację oraz ewentualne problemy. Rolą prawnika nie jest sąd nad klientem i jego firmą, lecz zgodne z prawdą ustalenie faktów i zdarzeń. Na tym etapie klient powinien sumiennie przygotować wszystkie istniejące i ważne dla sprawy dokumenty oraz podać dane, a także ustalić dalszy przebieg spotkania i wymiany informacji. Obie

strony muszą zadawać pytania i tworzyć podwaliny wzajemnego zaufania. Na przestrzeni ostatnich kilku lat zmienił się sposób współpracy pomiędzy klientem a prawnikiem. Powstały relacje partnerskie, a prawnik dba o interesy klienta i szanuje jego autonomię i wybory. Stał się on dziś Biznesowym Doradcą Klienta.

Autorka zajmuje się tworzeniem strategii i budowaniem wizerunku kancelarii prawniczych.

*Kontakt:
dorota.holubiec@scg.net.pl*