

Чи змінилися сьогодні поточні потреби клієнтів? Які можливості мають пропонувати клієнтам юридичні компанії для задоволення їхніх наявних та майбутніх потреб? Які канали взаємодії з клієнтом потрібно розвивати для ведення успішного бізнесу? Яку комунікацію розвивати в роботі з клієнтом, на яких ключових напрямках варто зосередитись?



Олег МАЛЬСЬКИЙ, партнер, керівник практики корпоративного права та M&A, керівник практики міжнародної торгівлі, керівник практики Compliance МЮФ Eterna law

Розвиток відносин юриста та клієнта є, напевно, основною складовою юридичної професії. Адже клієнт і юрист — два абсолютно взаємозалежних один від одного суб'єкти. Як і клієнт має певні потреби, які може задовольнити юрист, так і юристу потрібен клієнт для заробітку. Відповідно, відносини та комунікація між юристом та клієнтом займають основоположну частину на рівні з професійними знаннями ведення юридичного бізнесу.

На сьогодні потреби клієнтів, звичайно, змінилися. Перш за все це спричинено пандемією та економічними змінами. Клієнти наразі зацікавлені в найбільш практичному та ефективному вирішенні своїх поточних завдань. Досить мало клієнтів сьогодні готові думати стратегічними перспективами та довгостроковими цілями, більшість із них зорієнтовані на сьогоднішнє та вирішення поточних нагальних проблем. Усе більше і більше взаємодія з клієнтом відбувається завдяки онлайн-зустрічам, що неймовірно ускладнює комунікацію, адже особистий контакт та можливість проведення зустрічей у більш неформальних локаціях завжди зближують. Зустрічі онлайн не дозволяють вибудувати з клієнтом близьку комунікацію чи навіть викликати людську симпатію у достатній мірі. Основ-

➤ **ОСНОВНИЙ ПРЕДМЕТ, НА ЯКОМУ ВАРТО ЗОСЕРЕДИТИ УВАГУ В КОМУНІКАЦІЇ З КЛІЄНТОМ, — ПОТРЕБИ**

ний предмет, на якому варто зосередити увагу в комунікації з клієнтом, — потреби, але треба враховувати той факт, що клієнт може бути необізнаним в останніх тенденціях і трендах, запропонувавши тоді варіанти, про які він не знає, але які вже є тенденцією на ринку. Такий підхід — надзвичайно цінний для клієнта. Перш за все треба зрозуміти, які потреби на сьогодні є у самого клієнта, а вже потім запропонувати йому необхідне рішення. За нинішньої ситуації на ринку треба зрозуміти, що послуги, які надає юрист клієнту, мають бути цінними, тобто мати економічний зміст, ефект і однозначну перевагу. За ці послуги клієнт повинен заплатити менше, отримавши при цьому максимальний економічний ефект. Тільки в такому випадку клієнт справді зрозуміє всю вигоду від взаємодії з юристом. На цьому етапі варто максимально зосередитись, адже дуже багато клієнтів сприймають юриста як максимально затратну частину. Якщо ж юрист зможе переконати клієнта у доцільності своїх послуг, взаємодія і комунікація вибудовується в сприятливих тонах, адже в цій ситуації у вигрaші обидві сторони. Виграє юридичний радник, отримавши гонорар, виграє клієнт, отримавши цінну пораду чи послугу, яка в результаті приносить йому прибуток.



Сергій ЛЮБЧЕНКО, юрист ЮФ VDA GROUP

Сучасний юридичний бізнес уже не складається із суто юридичних послуг. Швидше за все, це поєднання юридичної, технологічної та бізнес-експертизи.

Команди, які містять у собі такий симбіоз, можуть швидше вирішувати запити клієнтів за меншими витратами. Зосередженість на

такій «комбінації» дасть змогу юридичним фірмам утримувати низькі витрати та комплексно задовольняти очікування клієнтів, продовжуючи розвивати свій бізнес. Враховуючи те, як юридичний ринок продовжує адаптуватися до наявних змін у галузі внаслідок пандемії, такий підхід на цей момент є більш ніж актуальним.

Незважаючи на те, що більшість партнерів юридичних фірм хочуть інновацій, орієнтованих на технології, клієнти потребують нових підходів у всіх аспектах надання юридичних послуг, якими б вони не були. Це можуть бути чи то нові структури fees, чи нові структури самих «пакетів послуг», або навіть просто інші способи комунікації. Потрібно шукати прості способи вдосконалити позитивний досвід клієнта та виділитися серед конкурентів. Іноді недорогі або навіть безкоштовні інновації можуть

➤ **РОЗВИВАЮЧИ ТЕХНОЛОГІЇ, НЕ ТРЕБА ЗАБУВАТИ ПРО НАЙГОЛОВНІШЕ — КІНЦЕВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ТА ЯКІСТЬ РОБОТИ**

допомогти витримати неблагополучні часи та прокласти шлях до більш значущих інновацій, коли настане час. Так, пандемія та дистанційна робота робить такий пошук складнішим, але все можливо за допомогою технологій.

У міру того, як технології продовжують розвиватися, треба розвивати і методи роботи юридичної фірми. Наприклад, правники, які використовують інструменти управління проектами, подібні до Teams, Trello або Slack, усвідомили нову конкурентну перевагу, оскільки на цей момент, працюючи дистанційно, такі інструменти сприяють продуктивності та ефективності у спілкуванні зі своєю командою.

Але, звісно, розвиваючи технології, не треба забувати про найголовніше — кінцевий результат та якість роботи. Ніякі технології не допоможуть у розвитку бізнесу чи взаємовідносин із клієнтами, якщо команда не готова до додаткового навантаження, аби досягти екстрарезультату і перевершити очікування клієнта.