№ 03 (89) 2020 LEGAL SUCCESS

Юридические рейтинги: советы по подготовке заявок

06.04.2020 СТАТЬИ РЫНОК ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ ЮРИДИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Ситуация с пандемией не обошла стороной и международные рейтинги юридических фирм. Рейтинговые агентства сообщили, что с пониманием относятся к ситуации и возможным трудностям с подачей очередных анкет. Так, представители Chambers перенесли с 13 мая на 17 июня 2020 г. сроки подачи анкет по ряду ключевых для российского рынка практик, включая энергетику, налоги, недвижимость, рынки капитала и другие. Кроме того, исследователи сообщили, что готовы по желанию респондентов заменить традиционные телефонные интервью на онлайн-опрос. Небольшая передышка в череде подачи анкет для участия в рейтинге — отличная возможность проанализировать накопленный опыт, чтобы не повторить старых и не сделать новых ошибок. Елена Белоусова дает несколько полезных

советов по работе над анкетой и получению обратной связи от клиентов и игроков рынка, основанных как на информации, опубликованной на сайтах ведущих международных рейтингов Chambers, Legal 500 и IFLR 1000, так и ее многолетнем опыте и личных беседах с исследователями этих рейтингов.

Анкета

Описания проектов должны быть понятны неюристам.

Подходите к заполнению анкеты стратегически, особенно если речь идет о ключевой практике вашей фирмы. Заранее продумайте топ-3 проекта, которые вы хотите включить в документ, уделите им особое внимание. Всегда начинайте с проекта, который наилучшим образом отражает достижения практики.

Рейтинговые агентства, как правило, оценивают проект по указанным ниже критериям:
• проект создает прецедент;
• проект осуществлен впервые;
• проект задает новую тенденцию на рынке;
• проект имеет особое значение для бизнеса клиента;
• в проекте присутствует юридическая новелла;
• проект на внушительную денежную сумму.

Поэтому старайтесь включить именно те проекты, которые максимально демонстрируют экспертизу вашей команды и соответствуют этим критериям. Не нужно стремиться включить в анкету все проекты, даже самые незначительные и типовые.

Исследователи также часто сетуют на то, что юридические фирмы слишком громоздко описывают свои проекты. Они рекомендуют делать это максимально кратко, избегать большого количества юридических формулировок. Описания должны быть понятными для неюристов, ведь исследователи зачастую не имеют профильного опыта или образования.

Не копируйте с сайта информацию о фирме

В начале любой анкеты есть отдельная графа, где вы можете в свободной форме рассказать о своей практике и ее достижениях. Представители рейтинговых агентств рассказывают, что юридические фирмы зачастую копируют туда тексты с сайта компании, теряя при этом возможность подчеркнуть последние достижения своей практики. Они рекомендуют представить краткое описание практики на один-два абзаца и подробности о реальных достижениях практики за последние 12 месяцев с учетом следующих факторов:

• появление новых клиентов в портфолио практики;
• назначения новых партнеров — как внешний наем, так и внутренние повышения;
• консультирование по значительным для рынка проектам;
• сильные позиции в league tables;
• награды, которые завоевала ваша команда (сделка года, команда года и т.д.).

Факторы, которые негативно влияют на позицию фирмы в рейтинге:
• уход команды или партнера;
• потеря больших клиентов или проектов в пользу конкурентов.

Отзывы клиентов

Работа над рейтингом не заканчивается после заполнения анкеты

Ключевое значение при выставлении рейтинга фирме играет обратная связь от клиентов. Нередко партнеры передают маркетологу контакты всех клиентов, с которыми работали, не уделяя должного внимания качеству обратной связи.

Выбирая контакт, обратите внимание на его доступность и отзывчивость. Исследователи рейтингов жалуются, что директора компаний и руководители юридических департаментов редко отвечают на звонок или заполняют анкеты. Иногда целесообразнее в качестве контакта указать специалистов среднего звена, а не высшее руководство.

Всегда указывайте в качестве контакта лиц, которые непосредственно были вовлечены в проекты и работали с вашей командой в течение последних 12 месяцев. Рейтинговым агентствам важен максимально подробный отзыв о вашей работе, а не шаблонные фразы. Сообщайте контактные данные как новых клиентов, так и тех, с кем вы давно работаете.

Если перед вами стоит задача заявить в индивидуальные рейтинги отдельных юристов, то необходимо как минимум три-четыре контактных лица, которые смогут дать положительную обратную связь именно по этим специалистам. При этом, если ваша фирма пока не входит в рейтинг, сконцентрируйтесь именно на включении фирмы в рейтинг, а не отдельных специалистов.

Никогда не задерживайте подачу контактов, а лучше подавайте их заранее. Часто одно и то же лицо заявляют в качестве рекомендателя одновременно несколько юридических фирм. В случае даже незначительной задержки с вашим клиентом могут не связаться. Всегда уточняйте у исследователя, когда именно будет проходить опрос клиентов. Узнайте, удалось ли исследователям получить обратную связь от ваших клиентов, возможно, им следует напомнить об этом. Сомневаетесь в лояльности клиента — не подавайте его контакт!

Отзывы конкурентов

Ваша узнаваемость на рынке также имеет значение

Отзывы игроков рынка о вашей практике и команде также играют значительную роль при выставлении рейтинга. Именно поэтому также важно работать над повышением узнаваемости вашего бренда на рынке. Кроме того, если вы только стремитесь к появлению в рейтинге, но при этом работаете на сделках и проектах с фирмами, которые уже давно там

обосновались, обязательно укажите это в анкете. Это значительно повысит ваши шансы.

На что обращают внимание рейтинги

Зачастую у партнеров юридических фирм бытует мнение, что исследователям интересны исключительно суммы закрытых проектов. На примере критериев рейтинга Chambers мы можем увидеть, что это не совсем так. Помимо профильных навыков команды исследователи обращают внимание на клиентский сервис, коммерческое видение, аккуратность и слаженность работы команды. Именно вокруг этих тем и строится интервьюирование клиентов, мнение которых играет решающую роль.

Критерии включения в рейтинг Chambers

1. **Технические навыки команды:** опыт и специфические знания для соответствующей области практики и юрисдикции

2. **Клиентский сервис:** скорость ответов на запросы, проактивная позиция, умение общаться на понятном деловом языке и предлагать работающие решения

3. **Коммерческое видение и понимание бизнеса:** понимание значения решаемых вопросов для бизнеса клиента и того, как развивается отрасль клиента

4. **Аккуратность и старательность:** скрупулезное внимание к деталям, применение стандартов профессиональной этики, высокий уровень обслуживания, который способствует развитию бизнеса клиента

5. **Соотношение цены и качества:** эффективный подбор членов команды для работы по проекту, применение инструментов и инноваций, позволяющих сэкономить время и деньги клиента

6. **Поддержка команды:** обеспечение сильной поддержки на всех уровнях.

Елена
Белоусова исполнительный директор Semenov&Pevzner

СТАТЬИ РЫНОК ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ ЮРИДИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ