

Přestaňte s klienty hrát na Věřte nevěřte

eFocus

V právních službách neexistuje důležitější faktor než důvěra. Zatímco v minulosti to mnohdy byla důvěra slepá, dnes si ji musí vaše kancelář zasloužit v tvrdé konkurenci. Dnešní klient totiž důvěřuje už jen tomu, co si může sám ověřit. Vedle specializace a ceny si proto stále častěji vybírá advokátní kancelář na základě její transparentnosti.

Advokát jako nezpochybnitelný expert. Výjimečná profese, nezastupitelná a ve své komplexitě těžko pochopitelná „normálními smrtelníky“. K tomu si přidejte složitý právní řád, specifický a nesrozumitelný žargon, povinný stejnokroj a návrh podmínění praxe účastí v profesní komoře s velmi vysokými vstupními nároky. To je přesně obraz, který si advokacie intenzivně budovala minulé století.

„Spousta advokátů nemá ve zvyku cokoliv svým klientům vysvětlovat.“

Tato strategie byla dosud velmi účinná a chránila obor od změn, kterými si prošli jiní poskytovatelé služeb, zároveň držela vysokou ziskovost profese i výsadu účtování na základě hodinové sazby. Tak tomu však již poslední roky není a bylo by bláhové myslet si, že tyto [změny](#) jsou jen přechodným obdobím. Již nyní totiž vidíme, že poskytování právních služeb prochází obdobnou disrupcí jako jiné obory.

Pro kanceláře to znamená mimo jiné nutnost začít se konečně orientovat na zákazníka. Pro spoustu advokátů to bude proces extrémně nepříjemný, nemají totiž ve zvyku cokoliv svým klientům vysvětlovat.

„Přišel jsem za právníkem s, podle mě jednoduchým, požadavkem. Ubezpečil mě, že záležitost s přehledem zvládne, z konverzace vyznělo, že by to mohlo být do konce týdne, proto jsem souhlasil se sazbou 2000 korun za hodinu. Po dvou týdnech jsem volal, jak to vypadá - prý na tom pracují. Po třech týdnech jsem už záležitost urgoval a dostal požadovaný dokument. Jaké bylo mé překvapení, když mi přišla následující měsíc faktura na 73 500 korun.“

Tento případ samozřejmě nemůžeme bez dalších informací jednoznačně hodnotit, je ale zarážející a pro náš trh do značné míry vypovídající, že nás nijak nešokuje a zdaleka nám nepřijde extrémní. Takto mizerná zkušenost jen krásně ilustruje důležitost transparentnosti a komunikace jako základních klíčů ke spokojenosti zákazníka. Kanceláře, které toto pochopí, čekají nové zakázky a spokojenější klienti ochotnější zaplatit více peněz za stejnou právní službu.

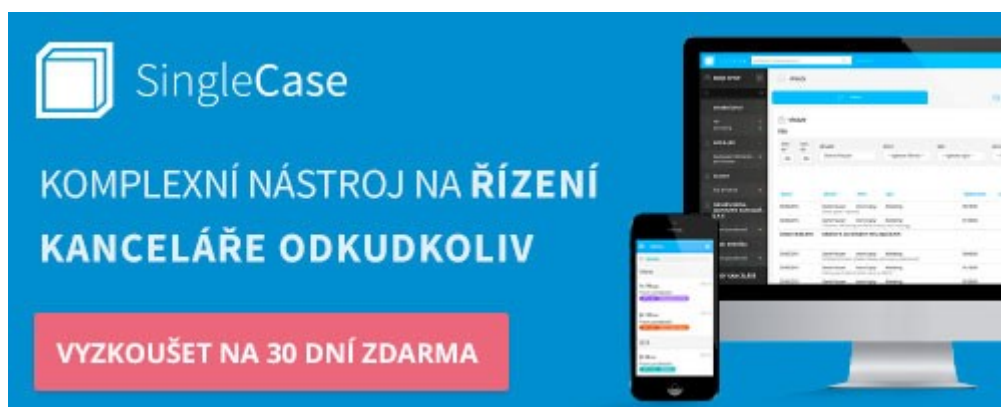
„Žijeme v době, kdy si člověk může kontrolovat cestu a přesnou polohu svého balíku poslaného za pár set korun. Není proto divu, že podobný komfort očekává i od svého mnohem dražšího advokáta.“

O tom, jak vhodně nastavit cenu služby, jsme psali v článku o [alternativních způsobech odměňování](#), je zde však i druhá strana mince, která je pro většinu advokátů mnohem problematičtější než

samotná odměna, a to nahlížení do spisu, kontrola provedené práce a aktuálního budgetu přímo klientem. Žijeme v době, kdy si člověk může kontrolovat cestu a přesnou polohu svého balíku poslaného za pár set korun. Není proto divu, že podobný komfort očekává i od svého mnohem dražšího advokáta. Transparentnost se ukazuje vedle specializace a ceny jako jeden z nejdůležitějších diferenciatorů ve výběru advokátní kanceláře. Klienta, a tím myslíme úplně každého klienta, zajímá, jak se jeho případ vyvíjí, co ho v právním procesu ještě čeká a kolik ho to stálo (a případně bude stát) peněz. Pokud klient zavolá svému právníkovi a ten mu není schopen odpovědět na tyto základní otázky, podstatně snižuje důvěru ve svou odbornost a kompetenci.

Zatímco v minulosti bylo pravidelné poskytování informací drahé a z toho titulu často i zpoplatněné (pamatujete na výpisy z bankovního účtu?), v dnešní době internetu v telefonu a volání zdarma chce klient informace, ideálně v reálném čase, stejně jako je zvyklý z jiných oborů.

Všichni víme, že návod na spokojeného klienta neexistuje. Pokud však chcete zaručit co nejméně těch nespokojených, je na čase začít klienty poslouchat. V praxi to znamená posílat jim informace dříve, než se na ně zeptají, umožnit jim přístup do spisu a sdílet s nimi dokumenty online. Dělá to tak jeho marketingová agentura, dělá to tak jeho účetní a bude to tak co nevidět dělat i člověk, jehož profese je pro něj výjimečnější a nezastupitelnější než ta vaše - jeho doktor.



© EPRAVO.CZ - Sbírka zákonů , judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Recenze publikace: Chalupa, R. Zákon směnečný a šekový – komentář směnečné části. Zákon o mezinárodním právu soukromém – komentář směnečné části. Praha: Leges, 2021, 646 s.](#)
- [Recenzia](#)
- [Budoucnost je v technologiích i udržitelnosti](#)
- [Anotáční recenze: Vyvlastnění a vyvlastňovací řízení](#)
- [Věznice jsou přeplněné a věznění příliš drahé. Knihou Tresty budoucnosti chce INFO.CZ otevřít diskuzi o změnách](#)
- [Recenze na knihu: Zdeňková, V., Seidlová, M., Čornejová, H., Peterová H.: Jak správně vytvářet a využívat FKSP: Jak postupovat při poskytování příspěvku na stravování.](#)
- [Recenze na knihu: Zuzana Strnadová: Co by měl vědět příjemce dotace. 1.vyd. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2019, ISBN: 978-80-247-3076-9](#)
- [Ondřej Chmela: Zrušení poplatku za podnět k ÚOHS lze považovat za správné](#)

- [Anotační recenze: Koudelka, Z., Průcha, P., Zwyrtek Hamplová, J.: Zákon o obcích \(obecní zřízení\) – Komentář. Praha: Leges, 2019, 480s](#)
- [Pražské finále osmého ročníku konferencí Soukromé právo](#)
- [Recenze: Jakub Tomšej a kolektiv – Zaměstnávání cizinců v České republice](#)