

*Цінність міжнародних рейтингів. Політика компанії щодо участі в міжнародних рейтингах.
Які міжнародні рейтинги у вашій компанії вважаються найбільш престижними та гідними участі?*



Ірина МОРОЗ, партнер ЮФ AGA Partners

Навіть найдемократичніше суспільство тяжіє до створення певної ієрархії. Мабуть, саме тому ми бачимо таку кількість рейтингів найбагатших, найвпливовіших та найкрасивіших. Юридичний ринок не є винятком.

Наше ставлення до участі в міжнародних рейтингах є дуже позитивним. Зважаючи на багатолітню історію, масштаб та галузеву методичку дослідження, міжнародні рейтинги видаються об'єктивним джерелом інформації щодо лідерів юридичного ринку у певних практиках.

Основними міжнародними рейтингами, в яких AGA Partners щорічно бере участь, є Chambers and Partners, Legal 500 та Best Lawyers. Безсумнівними перевагами цих рейтингів є те, що експерти засновують своє рішення не тільки на інформації від самої юридичної фірми, але й на клієнтських враженнях від роботи з консультантом (Chambers and Partners, Legal 500) або на оцінках колег по ринку (Best Lawyers). Таким чином, компанія розуміє, що найбільше подобається клієнтам у роботі та яким є рівень загального визнання і авторитету серед колег.

Згадування в міжнародних рейтингах перш за все необхідне іноземним клієнтам, які не знають український ринок і тому орієнтуються на думку експертів. Крім того, таке визнання є підтвердженням професіоналізму та високої ефективності роботи і додає нинішнім клієнтам впевненості у тому, що вони зробили правильний вибір. Досить часто нові клієнти напряму

звертаються до нас, отримавши інформацію про компанію на сайті Chambers and Partners та Legal 500. Ми розуміємо, що існуючі клієнти також стежать за нашими успіхами, коли отримуємо від них привітання після оголошення результатів. І, звичайно, визнання в міжнародних рейтингах є приємною мотивацією всередині компанії.

Щоб найбільш повно ознайомити редакторів з досягненнями компанії, передусім треба приділити увагу заповненню анкети. Більшість інформації подається конфіденційно, тому можна користуватися цією можливістю, щоб детально описувати кейси, акцентувати на досягненнях та прогресі за рік. Але однієї анкети не завжди достатньо.

Образ фірми складається з багатьох факторів, тому до участі в міжнародних рейтингах необхідно підходити комплексно. З однієї анкети редакторам важко зробити висновок про становище компанії на ринку, тим більше, що сама про себе вона погано не напише. Загалом компанія має показувати свою активність на ринку: новини про кейси в українських і бажано міжнародних ресурсах, статті в міжнародних виданнях, виступи на конференціях, організація заходів в юридичних об'єднаннях, активна громадська діяльність. Безумовно, найкраще, коли анкета слугує письмовим підтвердженням уже складеної думки редакторів про компанію, а не основним джерелом інформації.

Щодо об'єктивності міжнародних рейтингів, то вона підтверджується хоча б тим, що участь у них є безкоштовною. Так, відрейтингована компанія може купити профайл, але це відбувається після завершення дослідження, тому не вважаю, що комерційна складова у цьому випадку впливає на результати дослідження.



Денис НЕНОВ, адвокат, координатор кримінальної практики АО «Солодко і Партнери»

Складність продажу юридичних послуг полягає в тому, що клієнт не є спеціалістом з правових знань і йому доволі непросто оцінити професіоналізм юридичної фірми. Відтак, ключову роль при обранні виконавця юридичних послуг відіграє рівень

довіри потенційного клієнта до тієї чи іншої компанії. Для виникнення такої довіри мають бути зовнішні докази: тривалість роботи на ринку, успішні справи, позитивні відгуки клієнтів та юридичного середовища, відеоконсультації, аналітичні статті, блоги на професійну тематику, виступи на професійних заходах, громадська діяльність та інші фактори, кількість яких чи не щодня збільшується завдяки Інтернету та невтомній праці маркетологів.

Безумовно, представництво юридичної фірми у рейтингах компаній, особливо міжнародних, допомагає ефективніше залучати нових клієнтів. При цьому під час просування компанії першочергове значення має відігравати не комерційна складова,

а помітність фірми на такому рівні, що її невключення до рейтингу дискредитуватиме сам рейтинг.

До сильних сторін міжнародних рейтингів можна віднести їх довготривалу позитивну репутацію та використання інтерв'ю з юристами, клієнтами й експертами ринку, що підвищує їх об'єктивність, інформативність та зміцнює статус юридичної фірми в очах клієнтів. Водночас такі недоліки, як ігнорування національної специфіки юридичних компаній і надання переваги компаніям, клієнтами яких є великі міжнародні корпорації, робить рейтинги у цій частині односторонніми.

Значення міжнародних рейтингів у різних сферах практики відрізняється. Для тих фірм, що орієнтовані на великий бізнес, де левову частку займають міжнародні корпорації (корпоративне право, M&A, бізнес-адміністрування, банківське і фінансове право, фармацевтика тощо), вони відіграють більш важливу роль, аніж, наприклад, у кримінальній практиці. Як показує досвід нашої компанії, у таких справах клієнти обирають фірму або адвоката за рекомендацією. Особливо цей підхід характерний для високопоставлених осіб, власників і топ-менеджменту компанії. Вони керуються порадами свого оточення (політичні соратники, бізнес-партнери, колеги), тож у таких кейсах маркетингові інструменти рідко спрацьовують.