

Titolo: Quali sono i fattori chiave che un avvocato deve posseder per avere successo oggi?

Data di pubblicazione: 9 gennaio 2012

Testata: Diritto 24

Autore: Silvia Pavone

Argomento: Business Development

Le tre competenze chiave che un avvocato deve possedere per avere successo nel panorama attuale, ancora più che in passato, sono la **capacità di generare nuovo business**, la **conoscenza delle attività dei suoi clienti** e l'**abilità nel networking**.

Per quanto riguarda la **capacità di procurarsi nuovo business**, un *partner* di uno studio legale non può più essere semplicemente un professionista che conosce la legge e che mette a disposizione tale conoscenza per portare a termine gli incarichi per conto dei suoi clienti ma anche un "imprenditore" che deve generare sufficiente fatturato per sé e per i suoi associati. Proprio come un imprenditore, dovrà essere in grado di costruire un *business* attorno a sé.

Molti studi hanno imparato sulla propria pelle che avrebbero dovuto dedicarsi all'attività di *business development* in modo continuo soprattutto negli anni di *boom* in cui il mercato era pieno di occasioni di lavoro per incarichi importanti. Ora che la crisi ha mutato lo scenario economico, fare *business development* non è più un'opzione ma è diventata una necessità. Ma come fare? Da dove partire?

Premesso che il *business development* è un'attività che richiede un adeguato *training*, la buona notizia è che si possono e si devono acquisire le giuste competenze che consentono di svolgere tale attività efficacemente.

Il segreto è **stilare dei piani personali di sviluppo del business**.

Ogni avvocato dovrebbe redigere il proprio piano per lo sviluppo del *business*. E' fondamentale, nella nostra esperienza, che tale piano venga sintetizzato in un documento scritto. Se non ci si prende la briga di scrivere il piano, lo stesso rimarrà qualcosa di astratto a cui difficilmente verrà data esecuzione. Il piano dovrà essenzialmente focalizzarsi sui seguenti elementi:

- **Clienti attuali**

E' fondamentale partire da qui. In moltissime occasioni si è sentito dire che la migliore fonte di business sono i clienti attuali eppure fin troppe volte si pensa al *business development* come ad un'attività che si rivolge esclusivamente all'acquisizione di nuova clientela. I clienti attuali, per contro, sono persone che già conoscono i propri legali e che si fidano di loro. Deve essere naturale per un avvocato cercare di capire come aiutare ulteriormente questi clienti in modo da rafforzare ancora di più il rapporto esistente e generare, al tempo stesso, maggiore fatturato con loro.

- **Referral**

Subito dopo i clienti attuali devono essere presi in considerazione tutti i *referral*, ossia coloro che agiscono da referenti per conto di un professionista e alimentano un ciclo virtuoso di passaparola. Queste sono persone che devono essere tenute nella stessa considerazione dei clienti attuali perché conoscono gli avvocati, si fidano di loro e, in molti casi, gli procurano dei potenziali clienti. Si capisce pertanto quanto sia strategico coltivare una relazione attenta con chi può essere un buon *referral*.



- **Organizzazioni in cui essere attivi**

Innanzitutto è consigliabile frequentare quelle organizzazioni dove sono presenti i propri clienti (o alcuni di loro). Secondariamente, non ci si deve limitare ad essere un semplice membro dell'organizzazione ma un soggetto attivo in seno alla stessa. In che modo? Per esempio, diventando un membro del consiglio d'amministrazione o comunque rivestendo una carica che dia la possibilità di adoperarsi concretamente e, di conseguenza, guadagnarsi anche una certa reputazione e visibilità.

Un efficace *business development*, infine, non equivale a fare dell'autopromozione quanto piuttosto a venire in contatto con le persone. Ciò comporta innanzitutto conoscere meglio i propri clienti, come abbiamo già avuto modo di vedere, e poi entrare in contatto con i clienti potenziali cercando di capire molto bene le loro attività perché è solo in questo modo che si può anche capire come essere loro utili nella soluzione delle loro problematiche.

La seconda competenza chiave per un avvocato risiede nella capacità e nella volontà di **capire il business in cui operano i suoi clienti**, soprattutto in uno scenario in continuo mutamento, quale quello attuale, in cui la conoscenza del passato non è di per sé più sufficiente ad interpretare il presente e a prevedere cosa accadrà nel futuro. Ciò significa andare al di là delle semplici questioni legali che riguardano i clienti e porsi domande come:

- Quali sono i principi che regolano il settore in cui opera un cliente?
- Quali sono i prodotti e i servizi più redditizi per lo stesso?
- Come è lo scenario della concorrenza?
- Chi sono i competitor più temibili per il suo business?

E così via.

E' importante potere alimentare una vera e propria conversazione con i clienti, dimostrando di comprendere le dinamiche del settore in cui operano. Solo in questo modo si riesce a stabilire un rapporto duraturo e mutuamente proficuo.

Per finire, il terzo fattore di successo consiste nel **sapere fare networking**. Questo non significa semplicemente scambiare il proprio biglietto da visita quando ci si trova in un luogo pieno di persone, quanto piuttosto sapere costruire una vera e propria relazione con queste persone. In che modo? Per esempio, informandosi in anticipo sulle persone che si incontreranno in modo da poterle approcciare facendo loro delle domande che dimostrino interesse e volontà di stabilire una vera relazione e non un semplice contatto occasionale.

Potrà sembrare paradossale ma il *networking* per essere veramente efficace deve fondarsi su una buona capacità di ascolto più che sul fatto di essere brillanti e abili conversatori!

Silvia Pavone – marketude

s.pavone@marketude.it - tel. 02/36594085