

עורכי הדין מעלים את הרף ומשפרים את איכות השירות - עד שמגיעים לנושא שכר הטרחה

07:07 | 11.7.2010 מאת הילה רז

בעידן של תחרות גוברת בין עשרות אלפי עורכי דין שפועלים בישראל, עורך דין המעוניין לשמר את לקוחותיו אינו יכול להסתפק ביכולותיו המשפטיות ובידע המקצועי שרכש - הוא נדרש להשקיע רבות מזמנו וממרוצו כדי לרצות אותם. אם לא יפגין כלפי הלקוחות זמינות והשקעה מרביות, הם עלולים לעבור את הכביש לעבר המשרד המתחרה.

אילו כלים עומדים לרשות עורכי הדין במלחמה על הלקוחות, וכמה הם מוכנים להשקיע בכך? בדיקת TheMarker מעלה כי התחרות הגוברת בענף הביאה לכניסתן של שיטות עדכניות יותר להתמודד עם העניין. כמו שמירה על קשר עם הלקוחות באמצעות פייסבוק או עריכת סקר שביעות רצון בקרב הלקוחות. עד כמה עורכי דין אכן פועלים באופן אקטיבי לשימור לקוחותיהם? תלוי את מי שואלים, את המומחים או את עורכי הדין עצמם. להלן כמה שיטות שיעזרו לכם לשמור על לקוחות נאמנים.

מקצועיות ללא פשרות

עורכי דין, כך תשמרו על לקוחות נאמנים



מקצועיות ללא פשרות
הלקוח צריך לסמוך על כך שאתם מקצוענים בתחום שבו אתם עוסקים



אין תחליף לטיפול משפטי



זמינות תמידית
אל תיתנו ללקוח לרדוף אחרים - היו זמינים לו והחזירו טלפונים בזריזות



מקצועי, על כך מסכימים כל היועצים הארגוניים ועורכי הדין שעמם



תנו כבוד ללקוח
אם אתם מתקשים לחזור ללקוח שחיפש אתכם, שלחו עורך דין אחר מהמשרד או את הפקידה להחזיר אליו טלפון, התנצלו ושלחו מייל עוקב ללקוח שמוודא כי טובל



שוחחנו. לקוח שניצח במשפט הוא לקוח מרוצה, ולקוח



נדיבות
אל תהיו קטנוניים בשכר הטרחה. הפגינו גמישות מול צורכי הלקוח



שהפסיד יחוש בהתאם. לדברי חגית לקר, מנ"כלית



עדכון יזום
התקשרו ללקוח מיוזמתכם כדי לעדכן אותו על מצב תיקו, או כדי לברך אותו לרגל אירוע חשוב



חברת Lead פיתוח ארגוני, "ברמת תחרות גבוהה כל כך והצפה



קשר וירטואלי
שמרו על קשר עם הלקוחות גם באמצעות האינטרנט ופייסבוק



של המקצוע, מה שמבדיל בין עורכי דין הוא איכות



סקר שביעות רצון
ערכו משוב עם הלקוח לגבי מידת שביעות רצונו מהשירות שהמשרד נותן



השירות, שמורכבת מכמה גורמים ובראשם



סיבה למסיבה
ציינו אירועים מיוחדים כמו מיזוג או מעבר למשרד חדש באמצעות מכתב משותף של כל הלקוחות



מקצועיות ללא פשרות. הלקוח צריך

לסמוך על כך שעורך הדין מקצוען. הלקוח צריך לדעת שאם עורך הדין אומר לו שתחום התמחותו הוא דיני עבודה, הוא אכן מתמחה בכך".

לדברי עו"ד ירון אלחנני ממשד קנטור, אלחנני, טל ושות', שבו כ-40 עורכי דין העוסקים בכל תחומי המשפט המסחרי, "בכל פעם שאני נותן שירות ללקוח, אני מודע לכך שחשוב לשמר אותו".

הצורך במתן שירות מקצועי כאמצעי הטוב ביותר לשמר לקוחות עובר כחוט השני בין כל סוגי המשרדים, גדולים וקטנים כאחד. עו"ד שלהבת רובין, בעלת משרד עצמאי קטן המתמחה בתחום הנזיקין, סבורה גם היא כי "אין תחליף למקצועיות, יותר מכל אמצעי אחר לשמירה על לקוח. מקצועיות מצריכה להיות מעודכנת בפסיקה ובחוקים, וקשובה לצורכי הלקוח".

זמינות תמידית

במקרים רבים אין ללקוח כלים מספיקים כדי לאמוד את מקצועיותו של עורך הדין, ודאי לא בתחילת ההליך המשפטי. לכן, הרבה מהרושם שיותר עורך הדין תלוי ברמת השירות שהוא מעניק. לדברי שוקי שטאובר, יועץ בכיר לניהול, שמתמחה גם בענף עריכת הדין, "כל אדם יכול לזהות מיד שירות טוב. חשוב מאוד להיות זמין, לחזור ללקוח ברגע שהוא מחפש אותך".

לדברי עו"ד אלחנני, גם במשרדים הגדולים עורכי הדין, ואף הבכירים שבהם, מקפידים לשמור על זמינות ללקוחות. "עורכי הדין הבכירים זמינים מתי שצריך אותם, גם בפעילות שגרתית. אנו מקפידים לשמור על קשר ומגע אישי של השותפים ועורכי הדין הבכירים עם הלקוח, כדי לשמור כל הזמן על תחושה בשני הצדדים שהשירותים ניתנים ברמה ובזמינות גבוהים".

ואיך שומרים על זמינות במשרד קטן שבו הלקוח רגיל לקבל את השירות באופן אישי מבעל המשרד? רובין אומרת כי "אחד העקרונות הוא יחס אישי לכל הלקוחות. על כרטיס הביקור יש את המייל ואת הנייד שלי. אני זמינה ונגישה. לקוח יכול להשיג אותי גם בימי שישי. לקוח יודע שאני זו שמטפלת בו והוא תמיד יכול לדבר אתי. גם תוך כדי טיול וחופשה בחו"ל נתתי מענה ללקוחות".

שטאובר טוען כי עורכי דין רבים לא עומדים בסטנדרט גבוה של זמינות. "לפעמים הם מפנים את הלקוח לעורך דין אחר במשרד, או לפקידה. היכולת של עורך הדין לתת שירות הוא מרכיב שימור מרכזי, מכיוון שליחס אישי ולכימיה עם הלקוח יש חשיבות עליונה ביצירת מחויבות. זה מעלה את פוטנציאל השימור עד כדי כך שלקוח יהיה מוכן לסלוח לעורך הדין על פאשלה מקצועית לא חמורה, שאלמלא הקשר אישי הוא לא היה מוכן לסלוח לו עליה".

מה יכול לעשות עורך דין עמוס במיוחד שאינו מספיק להיות זמין לכל לקוחותיו הרבים? במקרה כזה ממליץ לו שטאובר להנחות את עורך הדין שאילו העבר הטיפול או את הפקידה להסביר ללקוח את המצב ולתת לו את ההרגשה שהבכיר רצה לחזור אליו ואף יחזור אליו בהזדמנות הראשונה. באופן זה, "הלקוח לעתים יסתפק בעורך הדין הזוטר, כי הוא קיבל כבוד, התייחסו לבקשתו והתנצלו".

שטאובר מיעץ שלאחר הטיפול של עורך הדין הזוטר, ישלח הבכיר מייל קצר ללקוח שבו יכתוב "מקווה שתופלת והכל בסדר". לדבריו, "אפילו אם המזכירה שולחת את המייל בשם הבכיר, מבחינת הלקוח, הבכיר חזר אליו והכל בסדר. לדעתי, רק 2% מעורכי הדין נוהגים כך. זה קל לתת יחס לאדם, גם לא כשימור לקוחות".

לקר מוסיפה כי "האינטראקציה עם הלקוח מבוססת לעתים על מצוקה של

הלקוח וחוסר אונים מצדו. הוא נמצא במצב של נחיתות, ותולה תקוות רבות בעורך הדין. הרבה פעמים עורכי הדין לא מודעים לתלות הזו ולקושי הפסיכולוגי של הלקוח. כשעורך הדין זמין - מחזיר טלפונים מהר, יודע שמחפשים אותו ועומד בקשר עם הלקוח - הוא משדר ללקוח שהוא מכבד אותו ומפחית מרמת הקושי של הלקוח".

נדיבות לגבי שכר הטרחה

כמובן שאין עורך דין שאוהב לעשות הנחות או לקבל שכר טרחה נמוך ממה שלדעתו מגיע לו. להפך, עורכי דין רבים מתאפיינים בדבקותם בשכר הטרחה עד כדי הגעה לבית משפט בתביעה נגד הלקוח. ואולם תפישה זו עלולה להיות בעוכריהם ולהבריח לקוחות.

לדברי שטאובר, לקוחות רבים עוזבים עורכי דין כי הם מרגישים ששילמו יותר מדי עבור מה שקיבלו. "עורכי הדין קורעים לקוחות. הם חושבים רק על שכר הטרחה, וזה גורם לעוגמת נפש ולמריבות. זה מקצוע שבו הלקוח משלם יותר מדי עבור השירות ביחס למקצועות אחרים. קליקת עורכי הדין יצרה חסמים ושכר מינימום בעוצמות שאין לאף קליקה אחרת. אם עורך הדין יכול להוריד משכר הטרחה כך שיהיה הוגן עם הלקוח, זה מרכיב אמון ראשון במעלה, שהפסדו יוצא בשכרו. אולי עורך הדין יפסיד קצת, אבל הלקוח יביא עוד לקוחות".

לכן, שטאובר ממליץ, "להפגין גמישות. צריך לראות מה האדם שילם ומה הוא קיבל. הסכם שכר הטרחה הוא לא חזות הכל. אפשר לשנות אותו". לקר מוסיפה כי "עורכי הדין נתפשים קטנוניים. נדיבות היא המכשיר מספר אחת בשימור לקוחות".

עו"ד אלחנני מסכים כי כדי לשמר את הלקוחות יש להתחשב בעניין שכר הטרחה. "אנחנו מתאימים את עצמנו בקביעת שכר הטרחה. אנחנו רוצים להימנע ממצב שלקוח יעזוב כי מישהו אחר הציע לו שכר טרחה נמוך יותר".



עורכות הדין שושנה רוזן ושלומית ארליך ממשרד ארליך-רוזן, שיש בו שמונה עורכי דין, דווקא לא רואות בהנחה בשכר הטרחה שיטה לשימור לקוחות. לדבריהן, "בתקופת המשבר הכלכלי, כשהיה לקוח שהמשבר השפיע עליו באופן זמני, בהחלט נענינו לבקשתו לדחות תשלומים, אך זו לא שיטה לשימור לקוחות".

עדכון יזום של הלקוח

אחת הדרכים הטובות לשימור לקוחות, אומרים היועצים, היא עדכון ויצירת קשר יזום. עורך דין שיתקשר ללקוח כדי לעדכן אותו בנעשה בהליך המשפטי, או כדי לברך אותו לרגל אירוע משפחתי או עסקי חשוב, יכול לפתח יתרון מול עורכי דין אחרים.

לקר מסבירה כי כדאי "לתת ללקוח תחושת כבוד, להתעניין, לשמור על קשר, להתייחס אליו לא רק דרך התיק, אלא כבן אדם". ואולם לדברי שטאובר, "ביותר מדי מקרים הלקוח רודף אחרי עורך הדין, ולא להפך".

לדברי רוזן וארליך, "הדבר החשוב ביותר הוא ליזום מפגשים עם מנהלים בחברות שעמן אנו עובדות. אנו קובעות עם הלקוח ארוחת צהריים, ולא מחייבות אותו על הפגישה והארוחה. השיחות הן לא על עבודה פרופר, הן נועדו לשמר את הקשר".

מלבד הפגישות האישיות, כיום אפשר לשמור על הקשר עם הלקוחות באמצעות פגישות וירטואליות באינטרנט. רובין, למשל, מספרת כי פתחה למשרדה פרופיל בפייסבוק, שבאמצעותו היא שומרת על קשר עם לקוחותיה, מעדכנת אותם בפסקי דין מעניינים, פרסומים של משרדה והופעותיה בתקשורת. "האינטרנט קיבל חשיבות גבוהה. אם אתה לא שם - אתה לא קיים. אני עונה על שאלות דרך פייסבוק בעניינים מקצועיים".

סקר שביעות רצון

יש דרכים מודרניות נוספות לשימור לקוחות, כמו ביצוע סקר או משוב איכותי, שבמסגרתו נציג ממשרד עורכי הדין יושב עם הלקוח ומראיין אותו בנוגע למידת שביעות רצונו מהשירות.

במשרד ארליך-רוזן ערכו את הסקר לפני שלוש שנים ולמדו רבות מתוצאותיו. רוזן מספרת כי "גילינו איך הלקוחות תופשים אותנו. למדנו שלקוחות שצורכים שירות משפטי מסוים, למשל בתחום המסחרי, לא מכירים שירותים אחרים שהמשרד מעניק, כמו דיני עבודה".

ציון אירועים עם הלקוחות

המשרד חוגג חמש שנים להיווסדו? עובר למשרדים מרווחים יותר? מתמזג עם משרד אחר? כדאי לציין אירועים כאלה בנוכחות הלקוחות. האירוע החגיגי צריך לכבד את הלקוחות וליצור חוויית לקוח וקשר בינם לבין המשרד. בדרך זו, הלקוחות מרגישים שעורכי הדין חשבו עליהם והשקיעו בהם.

אפקט נוסף הוא פגישה בין הלקוחות של המשרד. יש לקוחות שישמחו לראות כי הם "בחברה טובה". הלקוחות נפגשים ומשוחחים עם "אנשים כמוהם" ונרקמת תחושת שייכות.