

Специфика оказания b2b услуг юридическими компаниями



Ольга Романова

Автор | Ольга Романова,
генеральный директор юридической и консалтинговой группы «РАТУМ» (Курск)

Термин «b2b» является сокращением от английского словосочетания «business to business», то есть «бизнес для бизнеса». Речь идет о секторе современного рынка, ориентированном на организацию эффективного взаимодействия между компаниями. Данное взаимодействие происходит в процессе производства и продажи товаров или услуг. В широком понимании можно сказать, что b2b – это услуги и товары для бизнеса, например, консалтинг, юридические услуги или аудит.

➔ Главной целью b2b является содействие развитию бизнеса, привлечение новых партнеров, а также стабилизация и расширение существующей базы партнеров, используя каналы b2b коммуникаций.

Основными характеристиками услуги в сфере b2b являются:

- Неосвязаемость. Задача поставщика услуги заключается в «управлении восприятием», в умении «материализовать неосязаемое»¹⁾.
- Неотделимость. Клиент является непосредственным участником процесса обслуживания. На результат обслуживания влияют и клиент, и продавец.
- Непостоянство. Качество однотипных услуг колеблется в весьма широких пределах в зависимости от того, кто их представляет, где и когда.
- Несохраняемость.

Еще одной особенностью является то, что клиент судит о качестве предоставляемых услуг не только по их техническому совершенству, но и по функциональному качеству (например, по проявлению участия к делам клиента).

Перечисленные особенности услуг требуют определенных усилий со стороны поставщика для того, чтобы удержать клиента. Важно разрабатывать программу удержания, целями которой являются:

- Обновление и укрепление личных отношений с ключевыми лицами компаний-заказчиков.
- Обновление контактной информации о ключевых лицах, знакомство с новыми ключевыми

сотрудниками компании-заказчика (помнящими в процессе сотрудничества).

- Получение сведений о положении на рынке и перспективах развития компании-заказчика, которые будут полезны для развития сотрудничества с клиентом.
- Оценка удовлетворенности клиента качеством услуг и сервиса.
- Расширение продаж за счет предложения клиентам дополнительных позиций и новых аспектов сотрудничества.

Клиенты-бизнесмены, в большинстве своем – люди, чьи деловые временные ресурсы весьма ограничены. Поэтому для успешного взаимодействия с ними важно соблюдать определенные правила (см. рисунок 1).

Другой важный аспект взаимодействия с клиентами при оказании услуг b2b – выстраивание работы через призму управления рисками. На сегодняшний день повышается ценность юристов, которые могут посоветовать превентивные меры. Как отметил в своем выступлении Серхат Филь, руководитель представительства ОАО «Турецкие авиалинии» в г. Екатеринбурге: «Вы должны мне заранее подсказать, где и на чем я могу споткнуться».

Из опыта своей работы с клиентами я вижу, что 90% из них придерживаются такого же подхода. Для них важно, чтобы мы умели прогнозировать ситуации, в которых существует угроза неблагоприятных последствий, с тем, чтобы у клиентов была возможность перестраховаться и принять

¹⁾ W. Earl Sasser, «Match Supply and Demand in Service Industries», Harvard Business Review.

В тему

«Я не хочу, чтобы юрист сказал мне, чего я не могу сделать; я наймаю его, чтобы он сказал мне, как сделать то, что я хочу». Джон П. Морган.

какие-то правовые меры для минимизации этих рисков (см. рисунок 2). Такая модель взаимоотношений также очень важна для создания доверительных отношений и обеспечения продуктивной работы с клиентом на долгие годы.

Что вы даете клиенту, работая с ним через призму риск-менеджмента?

Если это публичная компания, то вы помогаете ей повысить эффективность, увеличить рыночную стоимость и инвестиционную привлекательность бизнеса. Учитывая раздел о рисках при составлении любых меморандумов, юридических документов, оформлении проектов, вы, кроме прочего, еще и обеспечиваете себе определенный объем работы на будущее. Ведь клиент, зная о возможных рисках, будет, во-первых, делать все, чтобы их предупредить, а, во-вторых, будет знать, к кому обратиться при их возникновении в будущем.

Внешний юрист, который ориентирован на предупреждение рисков, очень полезен и юридической службе клиентской компании. Не все руководители юридических департаментов хорошо разбираются в таком подходе. Привлечение внешнего консультанта позволяет этому руководителю передать юридической фирме на аутсорсинг часть задач по управлению рисками. Кроме того, внешние юристы могут предложить альтернативный способ разрешения споров в качестве профессиональных посредников – медиаторов.

Беря на себя часть задач по управлению рисками, внешний юрист обеспечивает безопасность руководителя юридической службы. Таким образом формируется доверие, и довольный клиент в следующий раз сможет порекомендовать данного консультанта своим коллегам. ■



Рисунок 1. Правила общения с клиентами-бизнесменами



Рисунок 2. Выстраивание работы через призму риск-менеджмента