

www.rainmakers.ru

«Маркетинг белых воротничков»

РЕЙТИНГИ ЮРИДИЧЕСКИХ ФИРМ

2017 Москва

Стратегия успешного участия в российских и иностранных рейтингах

ЗАЧЕМ ЮРИДИЧЕСКОЙ ФИРМЕ УЧАСТВОВАТЬ В РЕЙТИНГАХ

8 причин участвовать:

1. Рейтинг юридических компаний дает **объективную оценку качества работы компаний**, представленных на рынке юридических услуг.
2. Рейтинги – часто **первичный источник информации о юристах** для потенциальных клиентов и партнеров.
3. Место в рейтинге **нельзя купить** – об этом знают клиенты.
4. Данные рейтингов подтверждают информацию об **опыте и экспертных знаниях юристов**.
5. Предоставление информации о месте компании (либо практики компании) в рейтинге – **обязательное условие для участия во многих тендерах** на предоставление юридических услуг.
6. Участие в рейтинге фирма подтверждает готовность **открыто предоставлять информацию о проектах и команде**.
7. Привлечение **лучших юристов в команду** — потенциальные коллеги также просматривают данные рейтингов.
8. Формирует **престиж и признание заслуг** среди клиентов и участников рынка.

2

1

Подача информации

Данные, которые требуются практически для каждого рейтинга следующие:

- Ключевая информация о фирме
- Ключевая информация о практике
- Значимые переходы юристов
- Повышения юристов
- Детальное описание проектов
- Контакты клиентов для интервью
- Отзыв о предыдущем рейтинге
- Обоснование почему компания должна занять ту или иную позицию

3

ЭТАПЫ СОСТАВЛЕНИЯ РЕЙТИНГОВ

2

Оценка клиентами, интервью

- Исследователь проводит интервью клиентов, задает вопросы о компании, о проектах, о качестве услуг

3

Интервью юристов

- Исследователь проводит интервью партнеров и руководителей практик, задает вопросы о состоянии рынка, наиболее заметных проектах, конкурентах

4

Подведение итогов

- Исследователи задают уточняющие вопросы, если это необходимо
- Публикация итогов рейтинга на сайте
- Публикация итогов рейтинга в печатной версии



Наиболее принципиальные данные для получение высоких позиций в рейтингах:

- Отзывы клиентов
- Тип работы, описание проектов
- Отзывы конкурентов
- Клиентская база (масштаб и значимость клиентов)
- Отзывы о конкурентах — то есть знание рынка
- Информация о проектах в прессе, других открытых источниках
- Соотношение цены и качества услуг

Причины частого безуспешного участия российских юридических фирм в рейтингах:

- Жесткий отбор входа в рейтинг
- Высокая конкуренция: каждый год всё большее число фирм стремятся войти в рейтинг при ограниченном количестве лидеров
- Предпочтения иностранным фирмам, работающим в РФ
- Комплексная и сложная анкета с «подводными камнями»
- Жесткие требования и стандарты к предоставлению информации
- Требования к предоставлению и раскрытию большое количество информации
- Жесткие требования к соблюдению сроков
- Настороженное отношение к новым фирмам

ОСНОВНЫЕ ОШИБКИ КОМПАНИЙ ПРИ РАБОТЕ С РЕЙТИНГАМИ

Другие причины частого безуспешного участия российских юридических фирм в рейтингах:

- Все проекты носят пометку «строго конфиденциально»
- Список проектов и список клиентов расходятся
- Не раскрыта суть проекта. Проекты описаны «юридическим» языком — обилие ссылок на статьи законов, номера дел, не понятно что конкретно юристы делали по данному проекту
- В анкетах указаны только партнеры — нет подтверждения, что у компании есть полноценная команда в той или иной практике
- Однотипные дела и проекты
- Одни и те же проекты направляются ежегодно
- Завышение показателей, придуманные дела и проекты
- Не обновляется список клиентов для запроса рекомендаций
- Клиенты, рекомендованные для интервью не говорят по-английски
- Не репрезентативная выборка клиентов. Не предоставлено описание компании клиента
- Не предупредили клиента о том, что к нему обратятся за отзывом
- Отказываются от интервью с исследователями, либо направляют младших сотрудников
- Негативные отзывы о конкурентах, не подкрепленные фактической информацией

7

— **Где найти информацию о сроках подачи информации для участия в рейтинге?**

На сайте каждого рейтинга есть раздел «Submission schedule», «Research Schedule» или аналогичный. В разделе необходимо выбрать нужный вам регион, н.р. «Россия» и практику н.р. «corporate M&A». В некоторых рейтингах н.р. Chambers информацию собирают в течении года о различным направлениям.

— **Что делать если мы пропустили сроки подачи информации?**

Не стоит просто направлять информацию после указанного срока. Предварительно предупредите исследователя, или редактора, который отвечает за исследование по региону и(или) по практике, объясните почему произошла задержка информации. После направления анкет, уточните приняты ли анкеты к рассмотрению.

— **Должна ли практика достичь определенного размера, прежде чем она имеет право участвовать в рейтинге, прежде чем ее станут рекомендовать?**

Нет, хотя размер команды, и ее сила, компетенция и квалификация являются одними из факторов, которые учитывает исследователь. В основном при оценке практики будет принимать во внимание качество работы, известность клиентов, оценка клиентов, а также репутация отдельных юристов.

— **Принимают ли исследователи уточнения, после того, как анкета направлена?**
В основном во внимание принимаются данные, которые компания предоставила в срок подачи информации, но если в компании произошло серьезное и значимое событие, такое как слияние команд, значимые переходы, избрание партнеров, закрыли крупную и значимую для рынка сделку (но это должна быть действительно громкая сделка, на мировом уровне!), рекомендуем направить эту информацию исследователю, она будет принята во внимание. Но! Информацию можно направить только пока идет исследование, после подготовки данных в печать, изменения принять во внимание уже не смогут. В исключительных случаях, могут разместить информацию на сайте.

— **Может ли практика, которая не участвовала ранее в рейтинге занять сразу лидирующую позицию?**

С большой вероятностью компанию сначала определят в категорию «other recommended firms», «notable firms». Но если у компании были интересные и крупные проекты, компания получила положительные отзывы клиентов, компанию знают и рекомендуют конкуренты, все факторы совпали - есть шанс, что компанию включат в tier 3, за редким исключением, если это крупная транснациональная компания, крупные следки либо проекты в tier 2.

Залогом успешного участия в рейтинга являются следующие подходы:

- Строго соблюдать сроки подачи информации
- Готовить анкеты в строгом соответствии с условиями рейтинга
- Предоставлять правдивую и емкую информацию о компании, проектах и клиентах
- Проводить предварительную работу с клиентами по подготовке и интервью
- Готовить к интервью с исследователями
- Предоставлять исследователям интересную информацию о рынке
- Активно говорить о своих успехах и достижениях.

На протяжении последних пяти лет сотрудники White Collar Marketing занимаются квалифицированными услугами по организации участия юридических фирм в российских и международных рейтингах. За этот период услугами компании воспользовались 38 российских и иностранных юридических фирм. Две трети фирм из них до обращения за услугами WCM самостоятельно участвовали в рейтингах безрезультативно. Статистика включения клиентов компании в рейтинга составляет 90%.

11

Сотрудники WCM разрабатывают стратегию участия конкретной юридической фирмы в рейтингах; разрабатывают коммуникационные сообщения, которые будут донесены через результаты рейтинга; помогают составить проектный опыт; заполняют анкеты и составляют листы рекомендателей (судей); помогают получить качественную обратную связь от клиентов; организуют интервью с составителями рейтингов; помогают оформить результаты рейтингов в маркетинговых материалах.

Ценообразование на услуги WCM осуществляется в индивидуальном порядке.

УСЛУГИ ПО УЧАСТИЮ В РЕЙТИНГАХ

1

До подачи данных

1. Консультирование по вероятности включения в рейтинги
2. Сбор и анализ проектного опыта
3. Разработка стратегии и дорожной карты участия в рейтингах

2

Подача данных

1. Разработка документации (анкеты и таблицы рефери) для подачи
2. Консультирование по выбору рефери (клиентов) для участия
3. Взаимодействие с составителям рейтинга по организационным вопросам, включая перенос сроков подачи данных

3

После подачи данных*

1. Консультирование по проведению интервьюирования
2. Разработка плана коммуникационных посланий, которые будут донесены через рефери (отражают конкурентные преимущества фирмы)
3. Решение организационных вопросов с составителями рейтинга



4

После публикации результатов (дополнительно)

1. Публикация информационного сообщения (пресс-релиза) о включении фирмы в рейтинг за определённый год/период
2. Обновление корпоративных материальных информационных носителей (буклеты, брошюры, презентации, сайт, аккаунты в социальных сетях) с учетом включения фирмы в рейтинг за определённых год/период (тексты и русском и английском языках)

13

КОМПАНИЯ

White Collar Marketing — первая в России консалтинговая компания в области маркетинга профессиональных услуг. Клиенты White Collar Marketing — лидеры рынков профессиональных услуг — выбирают компанию по трем следующим причинам:

1-я причина — Специализация

Компания работает только в сфере профессиональных услуг.

2-я причина — Результативность

Работа компании строится на основании актуальных бизнес-задач клиентов.

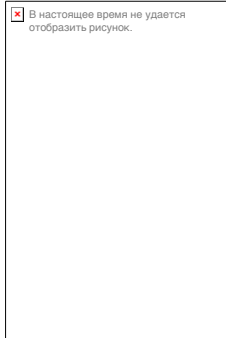
3-я причина — Экспертиза

Компания ведет целенаправленную работу по сбору, проработке и использованию маркетинговых инструментов, полезных для продвижения профессиональных услуг.

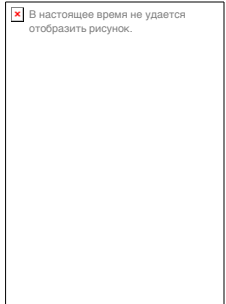
На настоящий момент их более 420. Мы используем лучшие.

WHITE COLLAR MARKETING объединяет консультантов с уникальным опытом работы в российских и иностранных юридических и консалтинговых фирмах, которые реализовали сотни проектов в области продвижения профессиональных услуг. Команда состоит из двух партнёров, трёх штатных консультантов, а также десяти консультантов, которые привлекаются в рамках проектной работы.

15



Иван Апатов, управляющий партнер. Профессиональный стаж с 2005 года. Осуществлено более 350 проектов для «беловоротничковых» компаний. Экспертиза в секторах государственных услуг, сырьевых, энергетических, девелоперских, телекоммуникационных и интернет компаний. Опыт работы с такими брендами как EY, Linklaters, Lansky & Ganzger + Partner, SOCAR Turkey Enerji, Pepelyaev Group, Paradigma, S&K Вертикаль, Некоторов, Савельев и Партнеры, Инюрколлегия, Yurinflot, Aleinikov & Partners, Knyazev & Partners Oracle Family и др.



Екатерина Клейменова, Партнер. Профессиональный стаж работы в консалтинге с 1999 года. Опыт работы с такими брендами как Hogan Lovells, Vegas Lex, McKinsey & Company, BBDO, «Пепеляев Гольцблат и Партнеры», Coopers & Lybrand. и др. Специализируется в области стратегического маркетинга и управления конкурентоспособностью компаний, брендинга, маркетинговых коммуникаций, маркетинговых исследований. По данным рейтинга «ТОП-1000 российских менеджеров» Ассоциации Менеджеров России, входит в десятку лучших директоров по маркетингу в области «Профессиональные услуги». На периодической основе приглашается к участию с докладами на конференциях «Ведомости», холдинга «РБК», выступала с экспертными мнениями на страницах ведущих деловых СМИ, включая газету «Ведомости», газету «РБК Daily», журнал Legal Insight., Является активным участником PR-комитета Ассоциации Европейского Бизнеса.

НАПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА, используемые White Collar Marketing:

- разработка стратегии BD и маркетинга;
- планирование и бюджетирование маркетинга;
- позиционирование;
- сопровождение start-up юридической фирмы;
- исследование новых рынков и организация бизнес-миссий;
- организация системы продаж, cross-selling и стимулирования спроса;
- контент маркетинг, интеллектуальное лидерство;
- дизайн и визуальные коммуникации;
- взаимодействие со СМИ;
- новые медиа и digital marketing, создание и совершенствование интернет-сайтов;
- организация семинаров, деловых завтраков, круглых столов, конференций;
- профессиональное признание, участие в рейтингах;
- работа с ассоциациями и деловыми объединениями;
- партнерские программы и альянсы;
- конкурентный анализ;
- внутренние тренинги для юристов и маркетологов;
- оперативный консалтинг.

КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

Специалисты компании White Collar Marketing будут рады предоставить дополнительную информацию об условиях участия в российских и зарубежных рейтингах, а также помочь Вашей компании занять в них достойную позицию.

Офис:

A: Комплекс «Империя» (17 этаж), Москва, 123317

E: info@rainmakers.ru

W: www.rainmakers.ru

