

## Комерційна пропозиція: перемоги та поразки



Пропозиція про надання юридичних послуг – документ, згідно з яким потенційний клієнт складає для себе враження про юридичну фірму і від якого дуже часто залежить, чи стане потенційний клієнт одним із активних клієнтів. В багатьох (якщо не в усіх) юридичних фірмах існують свої шаблони і зразки складання подібних документів. І, тим не менше, кожна нова комерційна пропозиція повинна бути максимально персоналізованою.

Почніть зі звертання до Вашого потенційного клієнта по імені. Зверніть увагу на правильне написання імені адресата, його посади і повної назви компанії. Це продемонструє Вашу увагу до деталей та особистий підхід.

Для полегшення роботи потенційного клієнта з комерційною пропозицією цей документ повинен бути добре структурованим, чітким та лаконічним і при цьому містити достатньо великий обсяг даних:

- інформацію про компанію, починаючи з дати і місця заснування і закінчуючи рейтингами і нагородами (не варто зловживати перерахуванням численних регалій, достатньо вказати деякі насправді важливі та актуальні, адже інформація про проекти юридичної фірми і список клієнтів скажуть потенційному клієнту набагато більше, ніж місця в рейтингах);
- досвід роботи фірми в одній або деяких сферах права зі списком клієнтів та
- показових проектів;
- короткі відомості про ключових спеціалістів та юристів, які будуть залучені до роботи з клієнтом (таку інформацію можна доповнити фотографіями, які допоможуть потенційному клієнту побачити, що працювати над проектом будуть конкретні спеціалісти);
- умови надання юридичних послуг і механізми їх оплати;
- і, звичайно, всі контактні дані.

Включіть в пропозицію інформацію, яка вигідно відрізняє Вашу фірму від багатьох інших – можна вказати сильні сторони фірми, значний досвід роботи в тій чи іншій сфері, біографії провідних юристів і ключових спеціалістів, переваги роботи, особливі умови, які Ви готові надати клієнту. Використовуйте доступну з відкритих джерел інформацію про потенційного клієнта при складанні пропозиції. Подивіться на документ збоку, очима потенційного клієнта, намагайтесь зрозуміти, чого саме він очікує від цієї комерційної пропозиції. Якщо, наприклад, Ваш потенційний клієнт – представник фармацевтичної компанії, включіть в пропозицію досвід роботи Вашої юридичної фірми з іншими фармацевтичними компаніями. Якщо пропозиція адресована потенційному клієнту з іншої країни – згадайте про досвід роботи з компаніями-представниками тієї ж країни. Якщо Ви знаєте заздалегідь, які саме юридичні послуги і в якій сфері права необхідні клієнту – додайте перелік успішних і показових проектів Вашої фірми в цій сфері.

Всю інформацію, яку представники юридичної фірми хочуть донести до потенційного клієнта, можна розмістити на 5-7 сторінках. Однак, якщо потенційним клієнтом заздалегідь встановлений максимальний об'єм такого документу, не варто його перевищувати. Як правило, пропозиції, складені спеціально для окремих міжнародних проектів, дуже об'ємні і містять велику кількість інформації. В таких випадках зміст, розміщений на початку документу, допоможе представникам потенційного клієнта швидко зорієнтуватися в наданих відомостях. Так, юрисконсульт зможе безпосередньо вивчити розділ про досвід роботи фірми, а фінансовий спеціаліст – інформацію про умови оплати пропонованих послуг.

Перед відправкою комерційної пропозиції попросіть когось із Ваших колег прочитати вже готовий документ, це дасть можливість збоку оцінити отриманий результат і уникнути елементарних граматичних помилок, які можуть зіпсувати таке важливе перше враження потенційного клієнта. Уважне ставлення до роботи над комерційною пропозицією не гарантує Вам стовідсоткового позитивного результату, але значно підвищить шанси на успішне залучення нового клієнта. І не забувайте – робота над складанням комерційної пропозиції не менш важлива, ніж робота над будь-яким іншим юридичним документом.

