

Point de vue

L'arme secrète du développement : l'atout relationnel

■ Par Anne Girard, Associée, Seenago, conseil en gestion de la croissance

Dans une tribune récente (LJA 1127), Charles-Henri Gridel pointait la qualité de l'expérience-client comme le facteur-clé de succès des avocats auprès des directions juridiques. Il remarquait par ailleurs que la capacité à être apprécié par ses clients ne s'apprenait pas sur les bancs de l'université, ce qui laisse supposer que certains avocats ont trouvé ailleurs les moyens et les ressources pour acquérir les aptitudes nécessaires à une expérience-client réussie.



désormais possible de dresser la liste des qualités relationnelles qui font effet auprès des clients : l'écoute, l'empathie, la convivialité, la simplicité (autrement dit : l'absence d'arrogance), la pédagogie, la capacité à gérer son stress, à s'adapter à leurs méthodes de travail, l'absence de jugement, l'honnêteté intellectuelle (savoir reconnaître une erreur, un mauvais résultat ou ses limites techniques).

Qualités personnelles innées ou compétences que l'on peut acquérir ? Peu importe. Ce sont autant de caractéristiques qui viennent compléter ou renforcer les éventuelles affinités intellectuelles ou

personnelles pouvant se créer entre un client et son avocat et qui sont le signe d'une véritable maturité relationnelle. Une maturité qui se construit bien sûr dans le temps, au gré des expériences et remises en question... lorsqu'elles

sont favorisées et encouragées.

De plus en plus d'associés s'interrogent en effet sur ce que sera leur avantage concurrentiel de demain et comment le conserver :

l'expertise technique et la qualité du service (de l'accueil téléphonique à la lisibilité des factures) sont désormais considérés comme des prérequis. Si l'investissement dans ces domaines continue à être important, en parallèle, un nouveau champ de réflexion s'ouvre : l'atout relationnel se trouve placé au centre des discussions sur le *business development*. Il n'est donc plus seulement demandé aux avocats d'apprendre à construire un réseau professionnel mais bien d'adopter une posture, un style, loin, bien loin, de celui de la diva ou du technicien austère et froid. Au fur et à mesure se dessine le profil : celui du *deal maker* qui anticipe, trouve des solutions et fait progresser les dossiers et qui sait être présent sans être intrusif. Un profil "idéal" dont les contours se précisent de plus en plus, à tel point qu'il est

“ La maturité relationnelle se construit bien sûr dans le temps, au gré des expériences et remises en question ”

Pour avancer dans cette direction, des solutions diverses se trouvent dans les formations, le coaching ou l'accompagnement individuel, mais aussi dans les échanges intergénérationnels au sein des équipes et des cabinets. En multipliant les occasions de ces remises en question, les cabinets donneront peu à peu accès à leurs avocats à la possibilité de développer l'atout relationnel, et se doteront alors d'un avantage certain dans un contexte très concurrentiel.

Cette semaine

■ **DS Avocats** se positionne en droit de l'informatique avec l'équipe d'Arnaud Tessalonikos (p2)

■ **Opérations et financements immobiliers :** Vincent Lassalle rejoint SBKG (p3)

■ **Carrefour met la main sur 127 galeries commerciales détenues par Klépierre :** plusieurs conseils sur l'opération (p4)

■ **Sullivan et Shearman** sur l'augmentation de capital d'Alcatel-Lucent (p5)

■ **Plusieurs conseils** sur le partenariat noué entre GDF Suez et Predica dans l'éolien terrestre (p6)

30 000

C'est le nombre de foyers soumis à l'impôt sur le revenu qui déclarent partir à l'étranger chaque année.

Source : Bercy, Rapport sur l'exil fiscal