

如何打造律师事务所的品牌战略 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/483/2021_2022__E5_A6_82_E4_BD_95_E6_89_93_E9_c122_483607.htm

随着科技的进步和世界经济一体化的进展，市场高度成熟，并且越来越呈现出个性化和规模化的特点。所有这些都充分显示了一个基本的事实市场已经进入了“品牌时代”。?? 拥有品牌就是拥有市场，就是拥有现在和未来，就可以获得最大的市场价值，这是品牌时代的游戏规则。法律服务已经市场化，法律服务市场同样注重品牌。如何打造和维护一个有价值的品牌就成为律师事务所能否立于不败之地并获得长远发展的关键所在。

1、质量第一的价值取向 成功的企业都始终坚持客户至上、质量第一的价值取向。这种价值取向不仅体现在经营方针上，而且还体现在具体的经营活动中。?? 当病人选择医生时、委托人选择律师时，他是要把自己的切身利益托付给他人，他对质量的要求绝对是第一位的。律师事务所也必须充分认识到质量第一的重要性，并在律师事务所发展的全过程始终贯彻和执行这一价值取向。只有当这一价值取向真正变成律师所全体律师和员工的具体行动，才能达成客户满意的目标。?? 律师事务所的服务质量有赖于律师的水平、能力、经验和敬业程度，有赖于律师事务所的管理方式、管理水平和物质条件。律师事务所必须围绕提高服务质量去选聘人才，培养人才，管理人才；必须在保证服务质量的前提下承揽业务，办理业务；必须在提高服务质量的基础上创新服务品种和扩大经营规模。盲目贪大贪多势必影响服务质量，最终毁损自己的品牌。律师的每一次解答咨询、每一次出庭辩护、每

一份法律文书都表现出律师所的服务水平，天长日久便在客户和公众的头脑里形成了对该律师事务所的质量认知。这个质量认知是正面的，就有利于品牌的优化；反之，则导致品牌的毁损。

?? 2、信用至上的经营理念 面对产品和服务的各种广告，面对销售人员的各种承诺，你是否相信其真实性？信用度是一个品牌的担保品。当你拥有良好信用时，你的客户会对你拥有较高的信任程度。?? 市场经济是一种信用经济，市场经济的发展有赖于社会信用体系的建立和完善。律师既是信用制度的维护者，又是信用制度的实践者。现实当中，常有律师大包大揽，作包赢官司的虚假承诺；或者在与委托人的协议中对自己的义务含糊不清，甚至免除自己的责任；或者虽然在合同中规定了律师的义务，但在实际工作中敷衍了事、玩忽职守；出现了问题以后，又百般推托，不负责任。对一名律师来讲，信用就是一种对当事人信守承诺的责任感，就是对自己提供的法律服务后果负责的道德感。人们把律师视作一种神圣的职业，赋予律师实现社会正义和社会信用的职责。无论律师本人还是律师事务所，要生存，要发展，要在激烈的市场竞争中立于不败之地，永葆品牌的鲜亮和持久，必须诚实守信。

?? 3、切实可行的经营目标、经营战略、经营计划 在律师事务所的发展过程中，律师所的决策人首先必须为律师所和律师指明发展方向和发展蓝图，最直接的办法就是制定一项明确的经营目标。它会展示给聘用律师一个令人心动，令其发奋的远景规划和目标。?? 经营目标的好坏主要看它是否符合律师所自身发展的需要，是否反映市场的要求，是否充分反映了律师所重视客户和市场需求、重视服务质量的观念等等。?? 制定经营战略和经营计划的依据是

律师所的经营目标、市场和客户的需求以及律师所本身的资源条件等等。任何忽视市场和客户需求以及脱离律师所本身的资源实际的经营战略和经营计划都是不合适的。?? 经营战略和经营计划不仅要指出律师所的年收入目标，同时还要就客户满意度改善、品质改善提出要求，还要认真思考律师所的社会责任。?? 律师所还必须定期对经营目标及实施计划书的具体实施情况进行确认和评价，及时把握各个成果指标的变动情况，对照市场和客户的需求以及竞争对手的动向，不断改善自己的目标和计划。??

4、要有一定的规模 品牌竞争力有着相当明显的规模要求。现代市场经济中的名牌都是建立在一定的规模之上，也就是说，必须以一定的市场份额作基础，才能称得上是有竞争力的品牌。纵观世界名牌，无一不是以市场份额来竞争世界市场的。反过来说，只有具备了一定的市场份额的品牌，才能称得上是世界名牌。?? 手摘 拳裕? 的品牌成长依托于律师事务所的规模。只有规模较大的律师所，才可能有较大的实力进行专业分工和协同作业，才能为大型的客户或项目提供长期的、系统的、全面的服务，才能有承担风险的能力。目前我国的名牌律师事务所都已经形成一定的规模，有了一定的竞争实力。这是品牌竞争的根本所在。??

5、鲜明的专业特征 优秀的企业都有自己优秀的主业和拳头产品，如果一个企业既没有优秀的主业，又把摊子铺得很大，到头来竞争优势必然丧失。?? 我们谈论知名企业时，总是想到它的代表产品，想到它在哪一个领域是领先的。律师事务所也是如此。社会经济关系的多样化和复杂化导致法律关系的多样化和复杂化，也要求为社会提供法律服务的律师所必须分工合作，走专业化的道路。?? 由于每一个事

务所的经营管理资源（人才、财力、物力等）都是有限的，如果以有限的资源去面对所有的业务类型，很难形成自己的优势。只有对这些资源进行合理、有效的配置，才能使之发挥最大的功效，使其服务具有强大的竞争力，所以，一个律师所要想成为名牌律师所，就必须有所放弃，必须有明确的专业定位和专业优势，有一批优秀的专业人才。同时，由于所在的地区特点不同，法律服务市场的需求和结构也不同，律师所需要根据自己的判断和自身的特点进行定位，培养一批尖子型的专业律师，打造一个或几个具有专业优势的律师梯队。

?? 6、不断创新，追求个性化、差别化的服务 在当今激烈的市场竞争中，客户在选择律师或律师事务所时有很大的选择空间，同时客户的要求也不断地趋于多样化。如果没有个性化与之对应，服务没有独特的卖点，或者律师所没有区别于其它同行的竞争优势，那么生存就会出现问題。就是说，律师所必须实施个性化、差别化的服务，才能在市场竞争中立于不败之地。

?? 7、坚持以人为本的原则，注重人才培养和律师满意 人才是律师所中最重要的资源。律师是律师所最重要的生产力。在律师所中，律师既是生产者，又是销售者。一个律师可以包揽从咨询签约到服务收费的全过程。律师的表现直接导致客户对律师所的肯定或否定。因此，律师、律师所将一名青年律师培养成一名优秀律师对整个律师所的发展至关重要。

?? 人才培养和学习环境创造的目的就是要造就律师的自主性和创造性。只有充分发挥他们的主动性和创造性，客户满意和经营品质的改善才有可能。

?? 8、优秀的领导人 社会经济的发展以及律师事务所之间竞争的不断加剧都对律师所领导人的素质提出了更高的要求。

?? 律师所的领导

人是律师所的核心，他必须具备带领全体律师员工朝着既定的方向前进的人格魅力。这种人格魅力主要体现在以下几个方面：??有良好的战略眼光，对市场、客户需求的变化和走向有超前的感知力和判断力；??有极强的革新欲望和创造性；??具有开放革新的思维，勇于接受新事物、新思想，不断学习先进的管理知识；??应该是某个法律专业的权威；??处事冷静，决策果断，行动力强，有魄力；??对人公正平和，有很强的协调能力；??具有很强的内外部沟通能力、语言表达能力。??律师所的领导人可以是一个人，但更多的是一群人。在激烈的市场竞争条件下，那些具有强烈创业欲望和统帅力的领导人要比那些守业型的经营者更具魅力和更强的竞争优势，更具有为其律师所确定战略发展方向的能力。?? 9、良好的客户关系 律师所的业务收入和市场占有率是衡量律师所业绩的重要指标之一。但是没有客户的满意，业务收入和市场占有率是没有保障和不能持续的。当律师所的业务收入和市场占有率出现问题的时候，首先就要检查你的客户满意了没有。?? 律师所必须有一套良好的客户信息管理机制，通过有效的办法把握和了解市场的动向、客户的要求和潜在的需求。通过定期的市场调查和专门的客户投诉处理了解客户的需求，及时认真地解决他们的问题，并把他们的不满和意见反馈给律师，并在工作过程的管理中得到落实。与顾客维持良好的关系和不断提高顾客满意度的努力都是改善律师所品牌的重要内容。?? 10、分工协作的团队运作方式 律师事务所要想上规模、上层次，要想作大项目，服务于大客户，成为名牌律师所，就必须摒弃一兵一卒、单兵作战的游击作风和“谁招揽谁办理”的作坊式业务运作方式，树立相互协作

、集团作战的团队运作方式。?? 英国《经济学家》杂志对全球180位领袖人物所作调查，65%的人认为2000年后，企业将以团队式的管理为主流。事实上，目前大多数大中型企业和几乎所有的社会公共机构都是由采取团队式管理的。大公司就是团队的产物。律师所同样也要顺应时代的潮流，尽快从单兵作战的服务方式和单线联系的管理方式中摆脱出来，建立由合伙人、执业律师、律师助理和法律秘书组成的专业梯队，分工协作，共同完成一项业务或共同为一个客户服务。

?? 11、信息的共享和有效利用 在律师所管理的过程中，信息是重要的资源之一。?? 信息共享的目的并不是简单地让律师们拥有这些信息，而是要通过这些信息造就和共享一种经营的价值观。?? 内部信息的共享可以增进律师所的一体感，促进律师对经营目标的认同；外部信息的共享可以让律师及时了解外部的变化，认识自身的不足，培养律师员工的危机意识和改革意识，激发律师员工积极参与各类改革活动。?? 当然，在信息共享的同时，也要注意对各自客户商业秘密的保护，妥善处理利益冲突关系。

?? 12、制定完善的规章制度，实施过程管理?? 完善的规章制度保证好的工作过程和工作程序，好的工作过程和工作程序产生好的服务效果。?? 为了保证服务的质量，必须克服不规范的、随意的服务方式，必须制定详尽的规章制度，对律师服务过程进行有效的管理，即对所有工作过程实施标准化和程序化管理，并确保服务标准和服务程序的有效实施。

?? 13、富有创意的公关宣传?? 品牌一经确立，便需要公关宣传来维持。公关宣传是扩大品牌影响和维持品牌长久的有利武器。公关宣传不同于广告，广告难以服众，而富有创意的公关宣传却能带来非常好的效果

。?? 公关宣传要有计划，要坚持创新原则，不能流于形式，白白花钱。应该与好的策划公司合作，拿出最好的创意来宣传自己。?? 打造律师事务所品牌的过程其实就是对律师事务所成功管理的过程。良好的管理是所有事业成功的关键。良好的管理能够造就更为出色的律师，能够造就出名牌的律师事务所。以上十三条便是良好管理的基本法则，所有的名牌律师所的成功至少都离不开这些法则。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com