

ЮРИДИЧЕСКИЙ БИЗНЕС

«Сильные будут нападать, слабые — защищаться»

Дмитрий Магоня:
— Продолжающийся тренд на профессионализацию судебного представительства, продолжающееся укрупнение российского бизнеса, его концентрация вокруг нескольких близких к государству центров и системное влияние внешнеполитической конъюнктуры.

При реализации курса на профессионализацию судебного представительства характер судебного процесса изменится, а цена ошибки многократно возрастет. Продолжающаяся монополизация целых отраслевых сегментов увеличивает рыночную мощь и ресурсную потенцию участников рынков; конфликты, переходящие в плоскость судебных споров, ведутся довольно жестко — по формуле «победитель получает все», и это требует максимального напряжения интеллектуальных ресурсов судебного представительства, с одной стороны, эффективной мобилизации при ценовом давлении сверху — с другой. Топовые споры будут доставать тому, кто к этому готов.

Заметная черта последнего времени: «рульфы» последовательно увеличивают свою долю на рынке литигации, в том числе в сегменте топовых споров (условно от \$100 млн и выше), и эта тенденция, на мой взгляд, будет укрепляться.

Системное влияние западных санкций создает новую социально-экономическую парадигму, к условиям которой должен приспособиться наш бизнес. Когда значительная часть ТЭКа и большая часть несырьевого экспорта оказываются под санкциями или их реальной угрозой, увеличиваются значение санкционного комплаенса и число арбитражных споров.

Александра Майданник:
— Состояние экономики и, как следствие, состояние бизнеса, а также принятие Концепции регулирования рынка профессиональной юридической помощи.

Сергей Слагода:
— Мне кажется, что ужесточение фискальной политики, усиление технологий в области контроля и надзора за финансовыми операциями и законодательство о КИК будут приводить к увеличению судебных споров такого рода. И, повторюсь, значение уголовно-правовых кейсов также будет возрастать.

Какие три основные задачи вы решаете как партнер юридической фирмы?

Валерий Еременко:
— Занимаюсь продвижением ЕПАМ, в том числе путем выступлений на различного рода мероприятиях, как наиболее крупной российской компании, имеющей специалистов во всех областях права.

Формирую команду для работы по конкретному клиенту/кейсу: определяю стратегию и задачи работы, контролирую реализацию стратегии, лично участвую в наиболее значимых судебных процессах.

Занимаюсь привлечением новых клиентов и развитием отношений с действующими.

Дмитрий Дякин:
— Первая — развитие и усиление лидирующих позиций ЕПАМ на рынке разрешения споров как ведущей юридической фирмы. Удержание и выращивание лучших, поколения победителей. Для достижения этих целей мы увеличиваем состав специалистов, углубляем экспертизу, занимаемся профессиональным развитием юристов, расширяем компетенции, строим высокотехнологичную платформу для поддержки судебных споров.

Вторая — равномерная и постоянная загрузка юристов, достижение целей, привлечение лучших дел и клиентов на рынке. Не секрет, что у нас достаточно амбициозные цели.

Третья — контроль качества услуг и клиентский сервис. Мы на регулярной основе следим за тем, чтобы качество услуг было лучшим на рынке, чтобы клиенты были максимально удовлетворены, а мы максимально точно понимали их бизнес-задачи.

Григорий Захаров:
— Первостепенная задача — привлечение нового бизнеса и проектов. Вторая и перманентная — администрирование текущих проектов и контроль качества клиентского сервиса. Третья зона ответственности — рейтинги юридических фирм.

Артем Кукин:
— Как партнер «Инфралекса» я отвечаю за привлечение клиентов, проектную работу команды, а также ре-

шаю административные задачи, связанные с управлением фирмой.

Дмитрий Магоня:
— Главная задача — качество проектов отраслевых практик. Вторая по важности — сбалансированное развитие практик и обеспечивающих подразделений. И третья, не менее важная — правильное позиционирование на рынке, чтобы «быть, а не казаться».

Александра Майданник:
— Я работаю, во-первых, над сохранением и расширением клиентской базы, взаимоотношениями с клиентами. Во-вторых, над стратегией развития компании (в том числе маркетинговой). И, в-третьих, поддерживаю творческую, комфортную и дружелюбную атмосферу в коллективе.

Сергей Слагода:
— Юридическая фирма дышит проектами, а команда — это ее легкие. В основные задачи партнера входит наполнение этих легких чистым и качественным воздухом, чтобы они дышали в полную силу и способствовали полноценной и бесперебойной работе всего организма.

Один совет для литигаторов, которым сейчас 20+

Валерий Еременко:
— Творчески подходите к любому делу, даже самому простому, всегда старайтесь предложить несколько вариантов стратегии действий. Каждое дело — это бесценный опыт и развитие юриста.

Дмитрий Дякин:
— Никогда не проигрывайте дела.

Григорий Захаров:
— Приходите в консалтинг уже на третьем курсе обучения, совмещайте совершенствование академического базиса в РШЧП или аспирантуре с full-time занятостью на работе, на все остальное есть вечер пятницы. Побольше иронии и здорового цинизма — без них нужный темп не выдержать.

Артем Кукин:
— Не бойтесь выйти за рамки позитивного права, старайтесь смотреть шире, осваивать смежные области

и экспериментировать. Успеха добьется тот, кто быстрее и правильнее будет реагировать на меняющийся мир, видеть и предлагать новые тенденции, предлагать смелые и небанальные решения.

Дмитрий Магоня:
— Во-первых, нужно учиться: когда наступит время работать, теория позволит иметь широкий арсенал творческих и дерзких решений, недоступных тому, кто учился хуже. Во-вторых, стоит избирательно подходить к выбору дел, которыми занимаешься: интересные дела станут основой если не материального благосостояния, то хотя бы репутации и уверенности в своих силах и приносимой пользе. Материальное благосостояние придет следом. В-третьих, нужно помнить, что судебный юрист — это не только юридическая квалификация, но и особый характер и личные качества, которые следует развивать: скорость реакции, стрессоустойчивость, аналитические способности и внимание к деталям, умение слушать и говорить.

Александра Майданник:
— Никогда не выбирайте для себя работу судебного юриста, если не чувствуете к этому искреннего влечения. Для литигатора мало хорошего знания права. Необходимы умение четко и ясно излагать свои аргументы и способность их донести. В конце концов в процессе побеждает тот, кто из ста доводов в пользу своей позиции почувствовал и донес те два, которые убедили суд. Повышайте общий интеллектуальный уровень, больше читайте. Только это даст вам возможность грамотной, лаконичной, ярко говорить и писать.

Сергей Слагода:
— Пока вам 20+, вы молоды, получили базовое российское юридическое образование, по возможности получите зарубежное образование, причем не важно, будет это система англосаксонского или континентального права. Преимуществом многих зарубежных университетов, особенно магистерских программ, является значительный упор на юридический драфтинг, логику, аргументацию, командную работу и практику публичных выступлений. Поверьте, все это пригодится вам в России.

Рейтинг специалистов по юридическому маркетингу, PR и стратегии		
Место в рейтинге	Наименование фирмы	Специалист
1	White Collar Strategy	Иван Апанов
	«Российская газета»	Александр Московкин
	«Право.Ру»	Екатерина Клейменова
2	Федеральная палата адвокатов	Ольга Бинда
	Legal Strategy	Александр Хаюшинский
	ФБК Grant Thornton	Петр Гельтищев
3	«Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры»	Елена Успенская
	Hogan Lovells	Полина Васко
	«Юков и партнеры»	Надежда Архипова
	Tenzor Consulting Group	Арина Кlementьева
	Platforma	Нина Данилина
	ART DE LEX	Светлана Степанова

Рейтинг специалистов по юридическому маркетингу, PR и стратегии

— рейтинг —

Анализируя рынок юридических услуг и рассматривая представленные проекты, исследователи „Ъ“ обратили внимание на то, что в некоторых из них чрезвычайно велика роль информационной, не чисто юридической составляющей. Выяснилось, что успех значительного количества дел напрямую зависит от работы специалистов по стратегии, PR и информационному сопровождению — специфической, не до конца сформировавшейся отрасли, где, однако, уже работают признанные на юридическом рынке звезды.

В крупнейших юридических фирмах информационным сопровождением судебных процессов занимаются штатные маркетологи и PR-специалисты. Основная их задача — продвижение конкретной юридической фирмы или практики, а также все, что принято называть маркетинговыми коммуникациями. В последние пару лет заметен четкий тренд: PR-отделы лидирующих фирм наравне с юристами участвуют в информационном сопровождении проектов, принося работодателям существенные деньги.

Самые известные специалисты в этой области не заняты штатно в какой-то конкретной юридической фирме, а берутся за тот или иной проект, связанный с юридическим маркетингом, продвижением или стратегией, в качестве внешних консультантов, чаще всего не афишируя своей вовлеченности.

Мы захотели разобраться в этой специфической, но очень важной подотрасли юридического рынка и, будучи первой попыткой структурировать ее, могут стать хорошим заделом для дальнейших рейтингов.

ми и юристами. Мы проанализировали открытые источники (пресса, интернет, профессиональные издания, форумы и программы специализированных мероприятий) на предмет упоминания тех или иных специалистов. Наконец, мы ознакомились с биографией и карьерным путем отобранных кандидатов (там, где это было доступно — напрямую к появившимся в рейтинг персонам мы не обращались), прежде всего обращая внимание на профильный опыт, поскольку юридический PR и стратегический маркетинг — области, требующие массы специальных знаний и навыков. Вероятно, поэтому здесь, по почти единодушному мнению юристов, не приживаются консультанты из классических агентств или с опытом только в других бизнесах.

Проанализировав полученную информацию, мы составили шорт-лист наиболее часто упоминаемых персон. Те из них, кто набрал больше всех положительных отзывов и условных баллов по описанным выше критериям (таких оказалось сразу двое), были поставлены на первое место и приняты в качестве точки отсчета (100% в рамках нашей шкалы) для всех остальных. Дальнейшие места в рейтинге определялись по мере убывания процентов (баллов) относительно лидеров рейтинга. В качестве точки отсечения для рейтинга было установлено третье место.

Мы осознаем дискуссионность этой методологии, но считаем, что и она, и составленный на ее основе топ-10 в целом отражают состояние маркетингово-стратегической подотрасли юридического рынка и, будучи первой попыткой структурировать ее, могут стать хорошим заделом для дальнейших рейтингов.

Межрегиональный лидер в вопросах правовой защиты бизнеса

Ведущие позиции в международных и российских юридических рейтингах:

ПРАВО^{RU} 300

РЕЙТИНГ ЮРИДИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ РОССИИ

“Крупнейшая региональная юридическая фирма в России”

The LEGAL 500

“Надежные юристы, которым могут быть доверены самые нестандартные и важные дела”

RANKED IN EUROPE CHAMBERS 2017

ATTORNEYS AT LAW REGIONSERVICE

“Заслуживает уважения их подход к разрешению споров, географический охват и глубокая специализация”

Коммерсант.ru

“Одна из лучших команд судебных юристов в России”

ЧЕТКО.

Как по нотам

КОЛЛЕГИЯ АДВОКАТОВ

РЕГИОН СЕРВИС

Основана в 2000 году

КЕМЕРОВО — ТОМСК — ТЮМЕНЬ — ЕКАТЕРИНБУРГ — МОСКВА

www.regionservice.com

г. Кемерово

ул. 50 лет Октября, 13

+7 (3842) 349-008

Москва

ул. Петровка, 21, строение 2

+7 (495) 621-02-02