

Робота з репутацією юридичної фірми як кулінарне мистецтво



Альона ОНИЩЕНКО,
директор з маркетингу та розвитку
бізнесу Sayenko Kharenko



Аліна МІКІНА,
PR-менеджер Sayenko Kharenko

Репутація – це як багаторівневий торт, який неможливо приготувати швидко і без тривалої попередньої підготовки всіх інгредієнтів. Щоб отримати бездоганний торт, недостатньо просто мати під рукою всі необхідні інгредієнти, потрібно ще й знати, як з ними працювати, розуміти тонкощі кожного етапу, бути обережними зі спеціями й температурою.

Навряд чи хтось заперечуватиме, що хороша репутація в бізнесі є запорукою успіху. Принаймні без хорошої репутації марно очікувати на вдалі контракти, розширення кола партнерів, підтримку з боку клієнтів, партнерів та колег у разі іміджевої кризи. Важко знайти сферу бізнесу, де проблеми з репутацією можна якось прикрити, замовчати чи швидко виправити. Для юридичного бізнесу це правило, без перебільшення, працює без жодних винятків. Варто юридичній фірмі одного разу забруднитися в корупційному скандалі чи нечесній конкуренції – і плям на репутації вже не позбутися. Тож ділимося рецептом хорошої репутації в юридичному бізнесі.

Замішуємо тісто

Основою репутації Sayenko Kharenko є високий рівень професійності команди, клієнтоорієнтованість, передбачуваність, постійний пошук нових рішень та нестримне прагнення до самовдосконалення – це головні складові хорошої репутації. У разі відсутності хоча б одного з них ваше тісто не зійде, а замість пишних бісквітів ви отримаєте тверді та плоскі коржі, які вже ніщо не врятує.

Насправді, репутацію неможливо побудувати з нічого. Навіть якщо протягом певного часу вдаватиметься видавати бажане за дійсне, згодом стане зрозуміло, що король – голий, за красивими гаслами – порожнеча,

а декларовані високі морально-етичні принципи – це просто пишномовні слова, які не мають нічого спільного з дійсністю.

Навіть у час інформаційної насиченості та прозорості деякі власники бізнесу все ще вимагають від піарників, щоб вони будували бізнесу чи його власнику репутацію, яка дуже далека від реальності. Потім вони щиро дивуються, коли їхній геніальний задум не вдається втілити у життя.

Щодо вибору цінностей та меседжів, на яких будуватиметься імідж юридичної фірми чи окремих юристів, то можна порадишити працювати з тим, що є (мають бути хоча б якісь переваги, в іншому випадку варто замислитися, адже щось потребує змін), або разом із побудовою репутації підлаштовувати під неї реальність. Наприклад, не варто декларувати, що у вас молода команда, якщо 85% ваших юристів віком 50+. У такому випадку необхідно шукати нові таланти та оголошувати про ваші цілі – знайти талановиту молодь і перетворити її представників на успішну та спрацьовану команду, а не заявляти, що більшість вашої фірми вже складають представники нового покоління.

Неможливо побудувати хорошу репутацію за один день. Це кропітка та щоденна робота. Одна власна помилка або зовнішня атака на репутацію можуть коштувати кількох років праці, а всі спроби виправити ситуацію виявляться марними. Хоча діяти та приймати рішення у кризовій ситуації потрібно швидко, проте не варто розраховувати на швидкі результати. Навіть якщо криза виникла не з вашої вини, навіть якщо вам вдалося довести, що фірму обмовили, осад, як кажуть, все одно залишиться, і з ним, найімовірніше, доведеться довго працювати. Пам'ятайте, що

робота з репутацією – це завжди про гру в довгу.

Випікаємо бісквіти

Як бісквіти необхідно ставити у добре розігріту піч, так само ваші меседжі потрібно відправляти до «розігрітої» цільової аудиторії, щоб всі ваші зусилля не були марними. Образ фірми має бути цілісним, дії – не суперечити озвученим цінностям, а кожна складова репутації – доповнювати та підкреслювати інші.

Побудова позитивної репутації потребує постійного діалогу з внутрішньою та зовнішньою цільовою аудиторією, лідерами думок, наявними та потенційними клієнтами. За умови правильної та системної роботи з цільовою аудиторією, навіть ретельно спланована атака на вашу репутацію може не спрацювати. Ваші стейкхолдери, знаючи вас, найімовірніше, не повірять звинуваченням та захочуть принаймні перевірити інформацію, тобто піддадуть сумніву те, що суперечить іміджу, який ви так сумлінно вибудовували протягом тривалого часу.

Недарма ми згадали про внутрішню аудиторію, адже співробітники можуть і за умови правильних комунікацій мають бути вашими найкращими союзниками в побудові репутації фірми. Якщо провести градацію рівня чесності в комунікації з різними аудиторіями, то ваші колеги – це аудиторія, з якою потрібно бути максимально чесними. Вони допоможуть поширити позитивну інформацію і підтримають фірму публічно у разі виникнення кризової ситуації.

Чесність має лежати в основі комунікації. Наприклад, не варто публічно декларувати турботу про довколишнє середовище, якщо у вас немає навіть елементарних речей: після електронного підпису співробітників немає заклику не роздруковувати листа без нагальної потреби, в офісі немає місць збору макулатури та використаних батарейок, на кухні повно пластикового одноразового посуду, а в офісі заведено опускати жалюзі на вікнах і водночас вмикати світло. Скільки б офіційно ви не заявляли про такий напрямок КСВ, підтримувати неправду жоден працівник не стане, образ соціально відповідальної фірми з крутими екологічними проектами вам не побудувати. У кращому випадку такі меседжі просто залишаться без уваги суспільства.

Збиваємо крем та змащуємо коржі

Будь-який позитивний образ складається з гармонійно побудованої комунікації та проектів, що не суперечать, а доповнюють імідж фірми. Це так само, як і декілька рівнів торта. Вони мають бути добре скріплені між собою, щоб виглядати саме так, як записав кондитер.

У процесі роботи з репутацією надважливо мати чітку картинку того, якою вашу фірму мають бачити зовні та всередині, а також план дій, який допоможе досягти поставленої мети. Образ, який ви будувати, повинен бути цілісним, простим та зрозумілим. Не варто намагатися поєднати те, що неможливо поєднати, або закладати до списку цінностей



Рівність учасників судового процесу: стандарт чи поле для зловживання?

якісь незрозумілі поняття, значення яких зможуть пояснити 95% вашого колективу.

Юридичну мову точно не можна назвати простою чи лаконічною, проте коли йдеться про репутацію, не варто зашивати якісь складні конструкції. Якщо фірма позиціонує себе як чесного гравця на ринку, не потрібно у власних комунікаціях намагатися якоюсь зачепити конкурентів. Якщо фірма стверджує, що перетворює складне на просте для своїх клієнтів, то необхідно писати та говорити про це простою і зрозумілою мовою, не використовуючи кілометрові речення з нагромадженням незрозумілих іномовних слів.

Заборонені інгредієнти

Хоч якої популярності не набувала б кухня фьюжн, хоч якими смачними не виявлялися б незвичні поєднання шоколаду та імбиру чи соєвого соусу, баклажану та меду чи полуниці з огірком, все ж таки існують інгредієнти, які цілком заборонені для додавання у торт.

Кожній юридичній фірмі притаманна своя система цінностей, з яких складається її світогляд. Список прийнятних способів вирішення питань та певних табу кожна фірма складає для себе самостійно. Проте існують певні критерії та принципи, всупереч яким не варто діяти, оскільки можна заробити погане реноме, змінити яке буде вже неможливо.

Список табу та заборонених методів:

- Ми проти корупції в будь-яких її проявах. Навіть розуміння того, що гарантія успіху, наприклад, у розгляді справи в суді допоможе отримати нового клієнта – ще не привід вдаватися до корупційних махінацій.

- Ми проти чорного піару. Грати чесно означає бути передбачуваним (у хорошому розумінні цього слова) і для клієнтів, і для партнерів, і для конкурентів.

- Ми за виваженість рішень. Пристрасть до професії – це те, що дозволяє робити неможливе, надихає на нові звершення та дає наснагу не спинятися. Проте потрібно розрізняти професійну пристрасть і невиважені рішення, прийняті зопалу.

- Ми за прозорість. Ведення подвійної гри може спрацювати лише одного разу. Наступного разу ніхто просто не матиме справи з представниками фірми, яка не відповідає за свою слова.

- Ми проти демпінгування, коли йдеться про велику фірму вже з історією. Звісно, несправедливо висувати такі вимоги до новачків, адже зайти на розвинений ринок без досвіду і з ринковими цінами майже неможливо. Що стосується розвинених фірм, тут демпінг не можна назвати нормальною практикою.

Умови побудови та збереження хорошої репутації в юридичному бізнесі такі самі, як і в будь-якому іншому. Можна справедливо зазначити, що репутація для юриста є не менш цінною, ніж професійність. **М**

Нещодавно для обговорення питання про дотримання учасниками кримінального процесу вимог ст. 129 КУ щодо рівності всіх учасників судового процесу Рада суддів України ініціювала прове-



Марина АНТОНЮК, суддя Шевченківського районного суду м. Києва



Щодо неявки сторони захисту

Неявка адвоката в судове засідання, зокрема захисника у кримінальному провадженні, становить велику проблему в кримінальному судочинстві, оскільки в більшості випадків має наслідком зрив запланованого судового засідання. При цьому відкладення судового розгляду через неявку захисника порушує права інших учасників процесу на розгляд справи у розумні строки.

Окрім того, неявка адвоката в судове засідання викликає незрозуміле невдоволення інших учасників процесу, які добросовісно виконують свої процесуальні обов'язки, відкладають інші важливі справи, щоб прийти в судове засідання. В результаті маємо ситуацію, за якої у наступне судове засідання може не з'явитися інший учасник судового розгляду, вважаючи, що також може дозволити собі таку поведінку. Все це призводить до затягування строків розгляду справи.

Варто зазначити, що на суддю покладається обов'язок щодо належної організації судового розгляду кожної справи. Невиконання суддею такого обов'язку, якщо це призвело до порушення прав громадян на розгляд справи впродовж строку, встановленого законом, може бути кваліфіковано як вчинення суддею дисциплінарного проступку. Тому судді, як правило, вживають передбачені законом заходи реагування на випадки неявки захисників у судові засідання, внаслідок яких судовий розгляд відкладається.

Що стосується питання про внесення змін у законодавство,

дення спільного засідання з Радою прокурорів України, НААУ та Уповноваженим у справах ЄСПЛ. Під час дискусії було сформульовано кілька важливих питань, які стосуються частоті неявки сторін

(зокрема, адвокатів) у судове засідання, порушення професійної таємниці адвокатів тощо. «ЮГ» вирішила запитати думку представників правничої спільноти щодо зазначених питань.

на мою думку, законодавство з достатньою повнотою регулює питання відповідальності адвокатів за неявку в судове засідання без поважних причин, проте постає питання у правильності застосування такого законодавства.

Щодо заходів, які можуть бути застосовані до адвоката за неявку в судове засідання

Ч. 1 ст. 324 КПК України передбачено, якщо в судове засідання не прибув за повідомленням прокурор або захисник у кримінальному провадженні, в якому участь захисника є обов'язковою, суд відкладає судовий розгляд, призначає дату, час і місце проведення нового засідання та вживає заходів до прибуття їх до суду. Водночас, якщо причина неприбуття є неповажною, суд порушує питання про відповідальність прокурора або адвоката, які не прибули, перед органами, що згідно із законом уповноважені притягати їх до дисциплінарної відповідальності.

Відповідно до ч. 1 ст. 33 Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність», адвоката може бути притягнуто до дисциплінарної відповідальності в порядку дисциплінарного провадження з підстав, передбачених цим Законом. Ст. 34 цього Закону визначені підстави для притягнення адвоката до дисциплінарної відповідальності. Зокрема, підставою для притягнення адвоката до дисциплінарної відповідальності є вчинення ним дисциплінарного проступку.

Серед видів дисциплінарних проступків, які передбачені

цією нормою Закону, слід відзначити порушення правил адвокатської етики, а також невиконання або неналежне виконання своїх професійних обов'язків.

Відповідно до ст. 44 Правил адвокатської етики, затверджених Звітно-виборним з'їздом адвокатів України 2017 р. від 09.06.2017 р., адвокат не повинен вчиняти дії, спрямовані на невинуватне затягування судового розгляду справи. За вчинення дисциплінарного проступку, згідно з ч. 1 ст. 35 Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність», до адвоката може бути застосовано одне з таких дисциплінарних стягнень: попередження; зупинення права на заняття адвокатською діяльністю на строк від 1 місяця до 1 року; для адвокатів України – позбавлення права на заняття адвокатською діяльністю з наступним виключенням з Єдиного реєстру адвокатів України, а для адвокатів іноземних держав – виключення з Єдиного реєстру адвокатів України.

Отже, міра відповідальності адвоката за нехтування своїми професійними обов'язками та недотримання правил адвокатської етики (зокрема, у вигляді неявки без поважних причин у судове засідання, що призводить до відкладення судового розгляду) є достатньо серйозною. Це має спонукати адвокатів дотримуватися високих стандартів адвокатської професії та уникати ситуацій, за яких може постати питання про притягнення адвоката до дисциплінарної відповідальності. **М**