

**REGBERRY.RU**

**НАЧНИ  
СВОЙ  
БИЗНЕС**

**ЮРИДИЧЕСКАЯ ФИРМА**





# СОДЕРЖАНИЕ

СОДЕРЖАНИЕ.....	3
<b>ГЛАВА 1</b>	
А ЕСТЬ ЛИ РЫНОК? .....	4
КОМУ НУЖНЫ ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ.....	4
ПОЧЕМУ ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ ТРУДНО ПРОДАВАТЬ.....	6
ЧТО ХОЧЕТ ПОЛУЧИТЬ КЛИЕНТ ОТ ЮРИСТА .....	8
СКОЛЬКО СТОЯТ ВАШИ УСЛУГИ.....	10
ВАРИАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ СТОИМОСТИ ЮРИДИЧЕСКОЙ УСЛУГИ .....	13
<b>ГЛАВА 2</b>	
ПРИВЛЕКАЕМ КЛИЕНТОВ.....	17
10 ОШИБОК В РЕКЛАМЕ ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ .....	17
САЙТ ЮРИДИЧЕСКОЙ ФИРМЫ.....	20
СОЗДАЁМ ОБРАЗ ЭКСПЕРТА.....	28
БЕСПЛАТНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	30
УСЛУГИ КОММЕРЧЕСКИМ СУБЪЕКТАМ НА ПОСТОЯННОЙ ОСНОВЕ .....	31
<b>ГЛАВА 3</b>	
ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МОМЕНТЫ .....	36
ЮРИДИЧЕСКАЯ ФИРМА ИЛИ ЧАСТНЫЙ ЮРИСТ .....	36
СОТРУДНИКИ В ЮРИДИЧЕСКОЙ ФИРМЕ.....	40
НАЛОГИ И БУХГАЛТЕРИЯ .....	44
НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА УСН ДОХОДЫ.....	44
НАЛОГОВАЯ НАГРУЗКА НА УСН ДОХОДЫ МИНУС РАСХОДЫ.....	45
КАССОВЫЙ АППАРАТ И РАСЧЁТНЫЙ СЧЁТ.....	48
ПОЛЕЗНЫЕ СЕРВИСЫ В РАБОТЕ ЮРИСТА.....	48

## ГЛАВА 1

### А ЕСТЬ ЛИ РЫНОК?

#### КОМУ НУЖНЫ ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ

---

Частному юридическому бизнесу в России чуть больше двух десятков лет, и развивается он очень быстро. До 1990-х годов юристы были в основном представлены госслужащими: судьями, прокурорами, милицейскими работниками, юрисконсультами на крупных предприятиях и в ведомствах. Адвокаты, работающие за гонорар, тоже присутствовали, но в основном по уголовным делам, что касается гражданских споров физических лиц, то они были редкостью. Не было нужды в юристах у коммерческих структур, потому что и самих коммерсантов ещё не было.

Позже, когда в России разрешили заниматься частной предпринимательской деятельностью, бизнес начал развиваться стихийно, с участием криминала и разделом сфер влияния. Государство при этом стремилось навести порядок своими методами – разработкой актуальной правовой базы и созданием новых бюрократических органов для контроля за бизнесом. Вступили в силу новые кодексы, тысячи федеральных и региональных законов, десятки тысяч мелких нормативно-правовых актов. Международный бизнес принёс в нашу страну развитое корпоративное право и необходимость разбираться в межгосударственных экономических отношениях. Именно тогда возникла острая потребность в юристах, знающих толк в подобных вопросах.

Крупные фирмы могли позволить себе нанимать на работу лучших специалистов или студентов-отличников высокочлассных вузов, для которых потом ещё организовывали дополнительное образование, часто за рубежом. Зарплаты некоторых корпоративных юристов зашкаливали за сотни тысяч долларов в год. Учиться на юрфаке стало очень престижно, на что сразу отреагировали коммерческие вузы. Если в Советском Союзе юристов

выпускали всего лишь 50 учебных заведений, то теперь такие факультеты открывали даже непрофильные вузы.

Прошло 25 лет, и про то, что юристов и экономистов в нашей стране слишком много, не высказывался разве что ленивый. Несмотря на это, таких специалистов по-прежнему выпускают пачками чуть ли не из каждого вуза, и ещё множество абитуриентов продолжает ежегодно поступать на юрфак. Итак, с предложением юридических услуг вроде бы перебор, а что со спросом?

Интернет давно стал для россиян главным источником информации, в том числе юридической тематики. Например, портал Правовед в январе 2021 года посетили около 4 миллионов человек, которые задают юристам множество вопросов разной тематики. И это количество посетителей только одного сайта и только за один месяц! Если обратиться к аналитическим инструментам поисковых систем, то можно убедиться, что запросов, которые можно отнести к правовым, десятки и сотни тысяч в месяц по каждой позиции.



Напрашивается вывод, что интерес к юридической информации у потребителей огромен, причём интерес этот не праздный. Наши кодексы и законы изобилуют разнообразными финансовыми санкциями, уже никого не

удивляют штрафы в несколько миллионов рублей. Казалось бы, клиенты должны к юристам в очередь выстраиваться, только бы узнать, как не потерять свои кровные, однако ничего подобного в реальности не происходит. Налицо несовпадение потенциальной аудитории частных юристов и реально обратившихся клиентов.

## ПОЧЕМУ ЮРИДИЧЕСКИЕ УСЛУГИ ТРУДНО ПРОДАВАТЬ

Самое время задаться вопросом: почему юридические услуги не продают себя сами? Мы насчитали шесть основных причин, по которым человек, имеющий какую-либо правовую проблему (оговоримся только, что речь идёт о проблемах гражданского, а не уголовного характера), не спешит обращаться за платной помощью к юристам.

- **Причина первая: нематериальность юридической услуги.** Помните Маршака: «Вот это стол – за ним едят, вот это стул – за ним сидят». А вот это – наша услуга, но показать мы её не можем. Берете? Кстати, давайте тут же выясним, что такое услуга. Услуга – это деятельность или определенные действия исполнителя, направленные на удовлетворение потребностей другого лица (безопасности, здоровья, обучения, связи, получения информации и др.). Услуга не имеет вещественного результата и неотделима от личности исполнителя. Из-за первоначальной неосязаемости результата трудно продавать любые услуги, а не только юридические. Как сразу понять – сможет ли услуга конкретного исполнителя удовлетворить потребность заказчика? Именно поэтому при продаже услуг, как нигде, силен принцип сарафанного радио или рекомендации. Ведь если исполнитель уже оказал кому-то подобную услугу, и клиент остался довольным, то есть большая вероятность того, что результат понравится и другому клиенту.

- **Причина вторая: клиент не всегда может оценить качество юридической услуги.** Какую услугу проще оценить – новую стрижку или договор, подготовленный юристом? В оценке любой услуги есть серьёзный субъективный момент – «нравится – не нравится». Но юридическая услуга должна не просто нравиться, а качественно решать проблему клиента. В этом-то и есть сложность: полноценно оценить юридический документ может только другой юрист или разбирающийся в праве человек. Клиент редко

бывает так юридически подкован, чтобы понять, на каком уровне ему была оказана правовая услуга.

- **Причина третья: не все зависит от юриста.** Дело, с которым приходит клиент, может изначально не иметь высоких шансов на выигрыш, просто потому что клиент нарушил свои обязательства перед партнёрами или требования закона. Но даже если дело на первый взгляд кажется выигрышным, обещать клиенту стопроцентный результат неразумно. Качественную работу юриста могут свести на нет коррупция, затягивание процесса, нарушение процедурных моментов, привлечение нужных связей другой стороной, подкуп свидетелей и т.д. Суровость наших законов смягчается их неисполнением, поэтому хороший юрист, как врач, будет говорить только о шансах выиграть дело: низкие, средние, высокие.

- **Причина четвертая: нерегулярная потребность в юридических услугах у разных клиентов.** Постоянными клиентами юридических услуг можно назвать только бизнес, при этом в организациях часто есть свои штатные юристы. Обычные же граждане нуждаются в юридических услугах время от времени, а есть и те, кто за свою жизнь ни разу такой потребности не испытает.



- **Причина пятая: самодеятельность потенциального клиента в решении юридического вопроса.** Каждый второй россиянин считает себя экспертом в медицине. Мы обожаем самостоятельно ставить себе диагнозы

и подбирать способ лечения по Интернету, популярной литературе и передачам о здоровье. Процент тех, кто занимается таким же «самолечением» в юридических вопросах, тоже довольно высок. Зачем платить юристу 5 тысяч рублей за разработку договора, если такой же (ну или почти такой же) документ можно бесплатно скачать из Интернета?

- **Причина шестая: низкая квалификация значительной части юристов.**

При том что выпускников юридических вузов у нас масса, «звёздных» юристов, как и артистов, не так уж много. Остальные представляют собой массовку, которая умеет все понемногу, но ничего в совершенстве. Справедливости ради надо признать, что такая ситуация складывается не только с юристами, но и со специалистами в других сферах, и это серьёзная проблема российского высшего образования. Сегодня юрист, если он желает быть коммерчески успешным, обязан все время совершенствоваться, а расслабиться ему не дадут постоянные изменения нашего законодательства.

## ЧТО ХОЧЕТ ПОЛУЧИТЬ КЛИЕНТ ОТ ЮРИСТА

Современный маркетинг исходит из того, что продавать надо не товар или услугу, а определенную ценность: «Продавайте дырки, а не сверла». Клиент юриста хочет получить не просто правовую информацию, а удовлетворить определенную потребность:

- получить материальное возмещение при нанесении ему ущерба, защитить или сэкономить свои деньги;
- сберечь своё время и нервы (на составление документов, походы по инстанциям, споры);
- восстановить справедливость и получить возможность пользоваться своими правами;
- защититься от наказания или наказать виновного (большой частью в уголовных вопросах).

Об этих потребностях клиента нужно помнить, когда вы рекламируете свои услуги. Вы должны сами понимать, почему для клиента так важно решить свою проблему, что может произойти, если проблема не будет разрешена, и какую ценность вы предоставляете, решая проблему клиента



правовыми способами. Если вы будете думать таким образом, то переключите своё внимание с проблемы поиска клиентов на то, что ваша услуга даст клиенту больше, чем он заплатит вам. Вы переходите из положения просящего в положение дающего, а это всегда важно при предложении любых услуг.

Что волнует сегодня людей? Если говорить об обычных физических лицах, то первая десятка юридических проблем выглядит так (по статистике крупных правовых порталов):

Позиция по популярности	Тематика обращения	Доля в общем кол-ве вопросов
1	Жилье	14,4
2	Работа	9,5
3	Договоры	7,3
4	Прописка	5,1
5	Кредит	5
6	Алименты	3,1
7	Пенсия	2,6
8	Развод	2,4
9	Налоги	2
10	Наследство	1,9

Для коммерческих субъектов специфика самых частых проблем другая:

административно-правовая защита бизнеса (анализ контрагентов, взаимоотношения с госорганами, проверки, лицензирование, разрешения);

- налоговые споры;
- таможенные вопросы и ВЭД;
- вопросы недвижимости в строительстве;
- корпоративное право;
- практика разрешения споров (медиация для внесудебного урегулирования разногласий);
- кадровые вопросы;
- банкротство и ликвидация.

Определите, каких клиентов вы будете привлекать, и те правовые проблемы, которые вы можете решить, исходя из вашего уровня профессионализма и опыта. Если вы не умеете решать такие вопросы, то не

можете принести никакой пользы клиентам, тогда и заниматься рекламой своих услуг бессмысленно. Возможно, стоит пройти дополнительное обучение в выбранной нише, стажировку или практику, получить опыт в этой сфере.

Специализация в праве имеет очень большое значение, уже давно недостаточно разделять юридические услуги только на уголовные и гражданские. Не пытайтесь охватить все и сразу, выбирайте смежные сферы права (например, первичная регистрация и корпоративное право; налоги и кадры; жилье и прописка). Если в вашей фирме будут юристы разных специализаций, тогда вы можете создать разные направления практики, но соблюдайте принцип узкой экспертности по каждому из них.

## СКОЛЬКО СТОЯТ ВАШИ УСЛУГИ

---

Простой вопрос клиента, на который не всегда просто дать ответ. Почему? Давайте разберёмся в ценообразовании юридических услуг и в критериях, влияющих на эту ценность:

**1. Время, затраченное на оказание услуги.** Юрист – это, по сути, торговец информацией, причём информацией такой, которая для его клиента имеет значительную ценность. Чтобы эту информацию подготовить, требуется время, значит, результат услуги, на которую потрачено больше времени, будет стоить дороже.

Здесь нужно учесть сложность и редкость вопроса, причём сложным и редким он может оказаться для вас просто потому, что это не ваша специализация. Предположим, вы специализируетесь на помощи автомобилистам, а к вам пришёл клиент с семейным спором. Чтобы вникнуть в особенности семейного права, вам нужно изучить как минимум Семейный кодекс плюс ознакомиться с арбитражной практикой по вопросу. Именно поэтому юрист, как и врач, должен специализироваться на одной или нескольких смежных областях права.



*В узкой специализации юриста кроется экономия времени при оказании услуги: разработайте шаблоны и регламенты для частых ситуаций и вопросов в вашей теме. Это позволит вам не тратить заново время на поиск нужных статей и арбитражной практики, а кроме того, поручать подготовительную работу помощникам.*

На количество необходимого времени при оказании юридической услуги влияют также объем материалов дела клиента (а их могут быть тома) и объем нормативно-правовых документов, которые надо учесть при подготовке ответа или ведении дела. Например, консультация по любой внешнеэкономической сделке требует обращения не только к российскому законодательству, но и к международным и иностранным источникам. Время юриста уходит и на разные процедурные вопросы: переговоры, судебные заседания, хождения по инстанциям и т.д.

**2. Цена вопроса для клиента.** Если клиент пришёл с вопросом, благоприятное решение которого принесёт или сохранит ему значительные суммы, то высокая стоимость юридической услуги оправдана. Сравните цену вопроса при составлении потребительской претензии о возврате товара стоимостью 20 тысяч рублей и налоговый спор с возмещением НДС на сумму 1,8 млн рублей. Достаточно часто стоимость юридической услуги привязывают к процентам от цены вопроса клиента.

**3. Кто оказывает услугу.** Услуга, если только она выполняется лично, неотделима от личности исполнителя. Чем опытнее и успешнее юрист, тем выше его гонорар. Чёткую систему взаимосвязи квалификации юриста и стоимости юридической услуги выработали американские юристы: консультация старшего партнёра или управляющего фирмой обойдётся в несколько раз дороже, чем ответ младшего юриста, причём результат услуги, если это консультация или подготовка документа, может быть абсолютно одинаковым. Однако в судах, на переговорах или публичных выступлениях личность юриста может действительно иметь огромное значение для исхода дела, поэтому и высокая стоимость услуги оправдана.

**4. Региональная специфика.** Вы обращали внимание на то, что многие потребительские товары в разных городах России стоят примерно

одинаково, а вот стоимость услуг может отличаться в разы? Причём это относится не только к личным услугам (стрижка, ремонт, такси), но и к деловым, в том числе юридическим услугам. Так, регистрация ООО под ключ обойдётся в Москве в 7 тысяч рублей, в Воронеже – в 4,5 тысячи рублей, а в Казани всего в 3 тысячи рублей. Рынок есть рынок, и это надо учитывать при указании тарифов на услуги.

**5. Сервис.** Юридическая услуга, как и любая другая услуга, может оказываться с разным уровнем сервиса, причём клиент прекрасно понимает, за что именно он платит, и соглашается с этим. Сравним впечатление клиента от консультации частного юриста (назначившего встречу, за неимением офиса, в ближайшем кафе) и от визита в контору известной юридической фирмы, где ему предложит кофе вежливый секретарь, а затем радушно препроводит в кабинет управляющего. В этом случае вопроса: «А почему так дорого?» у клиента обычно не возникает.



*Хороший сервис не ограничивается только вежливым первичным приёмом клиента. Договорившись об оказании юридической услуги, продолжайте проявлять к заказчику внимание. Большинству клиентов нравится ваш ответственный подход в процессе оказания услуги или ведения дела, а показать его несложно. Договоритесь, что будете сообщать по телефону, СМС или электронной почте о ключевых моментах процесса (например, иск принят, прошло первое заседание, проведена экспертиза, ответчик пошёл на мировую). Хорошим тоном будет направление клиенту копий документов, по которым вы работаете: претензии, иск, возражения и прочее. Каждый такой документ делает вашу услугу осязаемой.*

Итак, мы выяснили, что на стоимость юридической услуги влияют несколько факторов, поэтому окончательную цену можно определить только в каждом конкретном случае. Означает ли это, что у вас может вообще не быть тарифов на ваши услуги? Некоторые юридические фирмы так и работают, однако результативность такого подхода вызывает сомнения.

Конец ознакомительного фрагмента, скачать книгу по [ссылке](#).