

La santé financière ne suffit pas à assurer la cohésion du cabinet. Nombreux sont les cabinets profitables au sein desquels manquent solidarité et collégialité. Quelle que soit la conjoncture, la cohésion du cabinet dépend d'une politique réfléchie et appliquée dans la durée. En voici quelques clés.

CULTIVER LA SOLIDARITÉ ENTRE LES AVOCATS DU CABINET

On ne peut pas gagner un match de rugby si on ne passe pas le ballon. La même règle s'applique au cabinet d'avocats. La **cohésion** et le **professionnalisme** d'un cabinet dépendent en grande partie de la **capacité des avocats du cabinet à travailler ensemble**.

Pour obtenir cette solidarité, la volonté de **poursuivre des objectifs communs** est plus importante que la recherche du profit.

Ces objectifs concernent d'abord les **valeurs du cabinet** :

- recherche de l'excellence professionnelle,
- recherche de la qualité du service,
- volonté d'innover, ...

Lorsque ces valeurs sont érigées en **principes de fonctionnement** du cabinet, les associés sont logiquement encouragés à **faire travailler les avocats les plus compétents** plutôt que de vouloir garder le contrôle de leurs dossiers à tout prix.



DÉFINIR LE PROJET COMMUN DU CABINET

Les valeurs ne suffisent pas pour autant à créer le projet.

- Pourquoi sommes-nous ensemble ?
- Que proposons-nous à nos clients ?
- Nos clients veulent-ils ce qu'on leur propose ?

Toutes ces questions alimentent la **définition et la construction du projet commun**. Il était rare que les cabinets formulent clairement un projet commun à tous les associés. Ceci est peut-être en train de changer. Conscients de la nécessité de **clarifier leur offre**, les cabinets sont plus nombreux à essayer de **poser leur projet par écrit**. Ceci peut prendre la forme d'une **charte du cabinet**.

Ce document reste à usage interne mais peut servir de base à la **réflexion** du cabinet sur sa **communication externe**.

COMMUNIQUER AUTOUR DU PROJET DU CABINET

Ce qu'un cabinet attend de ses associés doit être compris et partagé par tous. **Les associés doivent porter le projet** à l'extérieur du cabinet. La communication des avocats ne se limite plus à réimprimer la plaquette du cabinet pour y insérer un nouveau texte.

Le message autour du projet se décline

- sur le site internet,
- au travers des contributions dans la presse,
- sur les blogs
- les réseaux sociaux

La communication autour du projet n'est pas un luxe, c'est un facteur de développement et aussi de cohésion du cabinet.

A propos de l'auteur :

Dominic Jensen, d.jensen@eliott-markus.com

Consultant spécialisé dans la stratégie et l'organisation des cabinets d'avocats.

Auteur de « Cabinet d'Avocats, création et stratégie, organisation et gestion » aux éditions Dalloz.

Directeur scientifique de Dalloz Avocats, exercer et entreprendre.

Enseignant à l'EFB et directeur stratégie de l'agence Eliott & Markus.

A propos de l'agence :

Eliott&Markus est une agence de conseil marketing et communication dédiée aux cabinets de services professionnels, aux professionnels du conseil et de l'expertise intellectuelle.

Nos métiers sont organisés pour atteindre les objectifs de nos clients : créer et mettre en place la stratégie marketing et communication off et online, gérer la communication et décliner le plan opérationnel, créer les supports de communication opérationnels.

Contact : **Gwénaëlle Henri**, g.henri@eliott-markus.com