

LES AVOCATS À L'ÈRE DE LA COMMUNICATION PRÉDICTIVE

A l'heure où la profession d'avocat organise ses Etats Généraux de la prospective, de l'innovation et du numérique (1), il est légitime de se demander si, dans un marché où tout bouge aussi vite, un cabinet d'avocats ne doit pas communiquer autant sur ce qu'il sera demain que sur ce qu'il est aujourd'hui.

Le monde de l'entreprise a largement intégré la prospective dans son mode et ses habitudes de fonctionnement. Quelle entreprise d'une certaine taille ne travaille pas sur un plan à 3, 5 voire 10 ans ? La profession d'avocat, comme d'autres corporations, connaît mal cette approche. Protégé par son statut – bien que les prérogatives liées à celui-ci soient menacées et rognées – l'avocat minimise le plus souvent la réflexion prospective et le projet stratégique. Les explications sont multiples, elles vont des causes statutaires au conservatisme culturel en passant par des habitudes comptables qui ont fait que l'avocat a si longtemps fonctionné dans le mode tiroir-caisse / encaissements-dépenses sans jamais se familiariser avec des notions telles que les réserves ou les provisions.

Tous le savent : l'avenir se construit aujourd'hui.

Sur le plan de la communication, les avocats cherchent à convaincre leurs clients et prospects de leur capacité à répondre aux attentes et aux besoins de ces derniers. Or, ces attentes et besoins sont en mutation permanente et trop souvent, c'est le client qui doit expliquer ce qui se passe à son conseil qui peine à suivre.

Peut-être que les cabinets s'intéresseraient davantage à l'avenir s'ils pouvaient intégrer leur réflexion prospective dans une stratégie de communication qui porterait des fruits immédiats ?

Travailler sur une stratégie prospective ?

C'est d'abord démontrer sa capacité à planifier et anticiper comme le font les clients eux-mêmes. Quand l'anticipation et la gestion des risques sont au cœur des préoccupations des directions juridiques, la réflexion prospective de l'avocat est essentielle.

C'est aussi faire la démonstration de sa capacité à s'approprier les innovations qui bouleversent la pratique du droit. Les outils technologiques qui permettent de faire des recherches intelligentes, de passer en revue des montagnes de documents contractuels sont synonymes de gains de productivité. Si le client ne peut pas gagner en productivité grâce à son avocat, il travaillera avec d'autres prestataires.

Enfin, la réflexion prospective fait aussi partie de la stratégie de pilotage et de gestion du cabinet : recrutements de personnes aux compétences adaptées, investissements dans de nouveaux outils, veille sectorielle avancée...tout ceci sert le cabinet pour mieux servir le client.

«Travaillez avec moi dès maintenant car je serai encore plus fort demain ! ».

C'est ce message, arguments à la clé, que devraient chercher à déployer les avocats...car c'est sans doute ce que beaucoup de clients veulent entendre.

Dominic Jensen

(1) Le Conseil National des Barreaux organise les Etats Généraux de la prospective, de l'innovation et du numérique les 2 et 3 juin 2016 à Paris aux salons de l'Aveyron.