

Selon les usages, les vœux sont envoyés jusqu'au 31 janvier. Si certains cabinets font le choix de la carte électronique, la carte classique avec un mot manuscrit et personnel reste un outil significatif de la relation client. Les vœux sont l'occasion d'entretenir d'anciens contacts, de se rappeler au souvenir de prospects et, plus généralement, d'entretenir un carnet d'adresses toujours essentiel au développement de son activité.

Le plus souvent, se pliant à ce devoir annuel, chaque associé envoie ses cartes sans la moindre concertation avec le reste du cabinet. Par cette absence de concertation et de stratégie, le cabinet se prive d'un de ses plus précieux outils de communication et de marketing : la somme de tous les contacts des associés du cabinet.

Nous savons que le cabinet d'avocats se caractérise par sa structure en râteau composée de professionnels indépendants qui n'ont pas toujours la discipline de se conformer aux règles que le cabinet tente de décréter. Ainsi, pendant longtemps, les cabinets ont dû lutter pour convaincre associés et collaborateurs d'enregistrer leurs documents sur le réseau commun plutôt que de chercher à conserver des informations sur le disque dur de leur propre machine, et, de ce fait, en empêcher l'accès aux autres avocats du cabinet. Si certains de ces problèmes sont moins prégnants qu'ils ont pu l'être, la centralisation et le partage de l'information reste une pierre dans le jardin de nombreux cabinets. L'illustration la plus frappante est la difficulté rencontrée par les cabinets pour tenir une liste de clients et de prospects.

Le logiciel de gestion du cabinet s'avère souvent défaillant pour tenir une liste fiable de clients. L'explication se trouve dans l'absence de consignes claires pour l'ouverture des dossiers. Comment traiter un établissement secondaire ou une filiale d'une société ou d'un groupe qui est déjà client ? Est-ce qu'une question posée par un dirigeant justifie la création d'un nouveau client ? Le directeur juridique et le responsable RH d'une même société sont-ils un seul et même client ? Fréquemment, lorsqu'un cabinet essaye d'extraire une liste de clients à partir de son logiciel de gestion, les résultats nécessitent un tel travail de retraitement qu'il n'est jamais fait. Quant aux contacts et prospects qui ne sont pas encore des clients, ceux-ci ne font généralement l'objet d'aucune organisation ou centralisation.

Une liste correctement tenue de clients et de contacts utiles est la pièce maîtresse dans l'arsenal du cabinet en matière de communication et de marketing. Or, il n'est pas rare que le seul moment de l'année où l'avocat s'interroge sur l'existence d'une telle liste, c'est au moment des vœux. Il en résulte que le « fichier carte de vœux » devient la liste de référence pour l'avocat. Hélas, non seulement cette liste n'est pas tenue à jour en cours d'année mais quand il y a plusieurs associés dans le cabinet, chacun conserve jalousement sa liste personnelle et la collectivité n'en profite pas.

La mise en commun de toutes les informations relatives aux clients, aux prospects et aux contacts participe à augmenter les opportunités de travailler à plusieurs et de cross-selling. Le partage suscite une meilleure connaissance des affaires du cabinet dans sa globalité. Ce qui peut apparaître à première vue comme une dépossession au profit de la collectivité sans retour immédiat est en réalité un investissement pour la prospérité du cabinet... qui finit par profiter à chaque individu.

Dominic Jensen