

LJA Magazine vient de consacrer son dernier numéro à la satisfaction des clients[1] et la rédaction de la Lettre des Juristes d’Affaires prévoit de consacrer une rencontre entre avocats et juristes d’entreprise à ce thème au mois de novembre prochain[2]. Ce thème mérite en effet une attention prioritaire de la part des cabinets.

UN CLIENT SILENCIEUX N’EST PAS FORCÉMENT UN CLIENT CONTENT.

Une grande erreur consiste à penser qu’un client qui ne se plaint pas est un client content. Or, de nombreux clients préfèrent ruminer leur insatisfaction en silence et décider qu’ils changeront de cabinet pour leur prochaine opération. Le danger ne s’arrête pas là car ce même client peut se montrer moins silencieux dans ses éventuelles discussions avec des tiers au cours desquelles il exprimera son insatisfaction ou sa déception à propos du cabinet en question.

LE QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION, UN ATOUT DANS LA RELATION CABINET-CLIENTS.

Il ne faut donc pas hésiter à demander au client s’il est content. Loin de trouver cette démarche intrusive, le client la vivra comme une marque d’intérêt de la part de son avocat... ce qui est déjà le début d’une démarche de marketing. Les taux de réponses sont élevés (à condition de prévenir les clients de l’arrivée du questionnaire de satisfaction) ...et les éventuelles insatisfactions sont le plus souvent le fruit de petits malentendus faciles à régler...à condition d’en être prévenu.

[1] <http://e-magazine.lamy.fr/consultation/sommaire.php?acronyme=ljam>

[2] www.lja.fr/carrelivelja

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.

Suivre l’agence sur LinkedIn [linkedin.com/company/eliott-&-markus](https://www.linkedin.com/company/eliott-&-markus)

Suivre l’agence sur Twitter twitter.com/eliottmarkus
