

# על נטוורקינג מוצלח לעורכי דין

לעולם אין לדעת מאין יגיע הלקוח הבא שלכם, וככל שתגוונו את דרכי יצירת הקשר שלכם, וככל שתתוודעו לאנשים רבים יותר – כך יגדלו סיכוייכם לגייס לקוחות חדשים.

**3) גוון את מקומות הופעתכם** – עורכי דין נוטים להופיע באותם מקומות: בתי-משפט, כנסים עסקיים, הרצאות מקצועיות וכו'. מדובר בדרך חשובה בה ניתן ליצור קשרים ולהכיר, אך זו אינה הדרך היחידה. מומלץ לגוון את המקומות אליהם אתם בוחרים להגיע. במילים אחרות – גוון את הסביבה האנושית שבה אתם מבליים מחוץ למשרד.

כך, למשל, היפגשו באירועי ספורט ולחלופין, צפו באירועי ספורט יחד, ערכו ארוחת ערב והזמינו אנשים ומכרים מתחומים שונים ועוד. תופתעו לגלות כמה 'סביבת המפגש' יכולה לתרום לבניית נטוורקינג מוצלח. כשמחברים היכרות אישית ומקצועית – פרנסה נוספת היא רק שאלה של זמן.

**4) הציגו את עצמכם** – על מנת שלקוח פוטנציאלי ישתכנע לשכור את שירותיכם, אתם נדרשים להישמע בטוחים ונלהבים. הדרך בה אתם מציגים עצמכם, כלפיי אנשים המעורבים ברשת הקשרים שלכם, חשובה ביותר ואף 'עוברת הלאה' באמצעות רשת הקשר.

דאגו להיות מקצועניים ובטוחים בתשובות שאתם מעניקים וכמובן, נלהבים ומלאי בטחון עצמי. אנשים אוהבים לראות אחרים המדברים בביטחון ובהתלהבות על נושאים החשובים להם.

**5) מיקוד – השתמשו בזירות שונות** – זירת On-Line (דוגמת הרשתות החברתיות השונות) וזירת Off-Line (דוגמת כנסים או השתלמויות המיועדות למגזר מסוים, שם קהל היעד יהיה הרבה יותר ממוקד ורלוונטי ליצירת נטוורקינג).

**6) למי לכוון?** – כולנו בני אדם, ואין כל צורך לחשוש מפנייה לאנשים בעלי תפקיד בכיר מכם, כדי ליצור קשר חברתי-עסקי. ענייננו אותם, נהלו small-talk והסבירו כיצד תוכלו לסייע להם. אל תדברו אליהם ביראה וחשש אך תנו כבוד ודברו בגובה העיניים. חשוב שברשת הקשרים שלכם יהיו גם אנשים בעלי כח והשפעה.

לסיכום, יצירת נטוורקינג מוצלח היא לא פעם עקב אכילס של עורכי-דין, המעדיפים לא לנקוט באמצעים אקטיביים יזומים לפתח וליצור קשרים, קל וחומר כאשר מדובר בעורכי דין בעלי אישיות מופנמת.

עם זאת, יש להבין כי אחת מהדרכים האפקטיביות ביותר לקבלת הפניות של לקוחות, למצוא מנטורים, ולהגדיל את מוניטין משרדכם אינה מושגת רק באמצעות כתיבת כתבי טענות ושיבה במשרד, אלא באמצעות יציאה ומפגש עם אנשים במגוון מקומות, לרבות השתתפות בפעילות חברתית ועסקית, שכן – אין שני לקשר בינאישי בעולם האמיתי.

**אין לדעת מאין יגיע הלקוח הבא שלכם, אך על מנת שזה יקרה כדאי להיות פעילים. רישות (נטוורקינג) הינה דרך עתיקת יומין, שבה יוצרים שם טוב לשירות שלכם ומגדילים את הסיכויים להגדלת רשימת הלקוחות. קראו וקבלו תזכורת כיצד לעשות זאת נכון.**

עו"ד זהר פישר\*



חת המטרות העיקריות של כל עורך דין הינה גיוס לקוחות חדשים. כנותני שירותים, על עורכי הדין להבין שבדומה לכל נותן שירותים אחר, עליהם לפעול על מנת לקדם, למתג ולשווק את עצמם. גיוס לקוחות יכול להתבצע בדרך פסיבית – ממליצים מפה לאוזן – ובדרך אקטיבית של שיווק עצמי.



אחד הנדבכים בשיווק העצמי, הינה יכולת של עו"ד ליצור לעצמו מוניטין שיוביל לגיוס לקוחות חדשים. רישות/נטוורקינג מוצלח – כלומר, פיתוח רשת של קשרים עסקיים וחברתיים, הינה דרך אחת לעשות זאת.

## איך לטוות רשת מוצלחת?

**1) נתינה** – מטרתו הסופית של הרישות, היא יצירת קשרים שיוכלו לסייע בקבלת הפניות, המלצות ועוד. ברם, נטוורקינג נבנה לאורך זמן ואת הזרעים שתזרעו היום – תקצרו בעתיד. לכן, כשמתמקדים בנתינה ובסיוע אמיתי לרשת הקשרים שלנו, יוצרים הלכה למעשה קשר אמיתי לטווח הארוך, כזה שתעזרו בו גם בעתיד. במילים אחרות, בנו את מערכת היחסים. רשת קשרים חברתית הינה בבחינת זוגיות לכל דבר, וכשם שזוגיות מצריכה תחזוקה והשקעה, כך גם רשת הקשרים החברתיים שלכם.

**2) גוון את דרכי יצירת קשר** – דרכי יצירת הקשר צריכות להיות מגוונות ויזומות ולכלול מפגש עם אנשים – חברים (המגיעים עם חברים משלהם), משפחה, קולגות וכדומה.

\* ראש משרד Robus, משרד יעוץ אסטרטגי לתחום Legal Marketing, פיתוח עסקי למשרדי עו"ד