



## « Dis Papa, c'est encore loin le partnership ? – Tais-toi et nage ! »

*Antoine Henry de Frahan*

« Mais bon sang, comment fait-on pour décrocher des clients ? » A l'époque où j'étais jeune avocat dans un cabinet d'avocats bruxellois, je regardais avec perplexité et avec un certain découragement la liste des clients du cabinet : pour la plupart, il s'agissait de méga boîtes internationales. Comment moi, jeune avocat, serais-je un jour capable de décrocher des clients d'un tel acabit ? Même en réduisant mes ambitions à de plus modestes objectifs, comment diable allais-je bien pouvoir m'y prendre pour attirer des honorables PME ? Je n'en avais pas la moindre idée. Pourtant, je me rendais bien compte que pour réussir dans la profession, pour accéder au nirvanesque statut d'associé, il ne suffisait pas d'être un bon avocat : il fallait aussi avoir des clients. Les clients, ça ne pousse pas sur les murs, ça ne tombe pas à travers le plafond. Mais comment s'y prendre ?

Aujourd'hui, l'expérience m'autorise à formuler quelques conseils aux jeunes collaborateurs qui se poseraient la même question.

### **Visez le « woaw ! »**

La qualité de votre travail est LE facteur déterminant dans le développement de votre clientèle. C'est le meilleur investissement pour l'avenir que vous puissiez faire. Ayez pour objectif que les personnes qui aujourd'hui sont en contact avec vous (les clients du cabinet, les associés qui vous délèguent des tâches, vos confrères, etc.) soient époustoufflés par la qualité de votre travail et par votre attitude dans le travail. Soyez activement à l'écoute des attentes de ces personnes et efforcez-vous d'y répondre le mieux et le plus rapidement possible. L'expérience de travailler avec vous doit susciter un « woaw ! », et certainement pas un « bof... ». Et n'oubliez pas que la qualité juridique n'est qu'une dimension de la qualité de votre travail : la qualité relationnelle et la qualité du service sont tout aussi déterminants.

### **Prenez chaque jour une initiative pour entretenir et développer votre réseau.**

Aux abords de la quarantaine, vous découvrez que vos anciens camarades de classe, que vos complices de virées d'étudiants et que vos collègues des premiers jours seront arrivés aux postes de commande dans les entreprises. C'est à ce moment-là qu'ils auront

besoin d'avocats et qu'ils seront en mesure d'en influencer le choix. Assurez-vous donc, dès aujourd'hui, de maintenir le contact avec eux. Investissez dans votre *networking*. Par le simple fait du temps qui passe, votre génération sera demain celle des décideurs, et c'est assez naturellement que vos congénères feront appel à vous s'ils vous connaissent encore et s'il vous apprécient.

### **Publiez intelligent et innovant**

Même si publier dans des revues juridiques vous vaudra un beau succès d'estime au sein de la profession, efforcez-vous de publier aussi dans des revues et dans des journaux ou sur des sites internet qui sont lus par les clients, et pas seulement par les avocats. Publiez sur des thèmes innovants en trouvant des angles d'approches neufs par rapport aux enjeux qui comptent pour vos futurs clients et en développant votre style et votre personnalité d'auteur.

### **Formez-vous à l'entrepreneuriat**

Les facultés de droit enseignent tout du droit, mais rien de l'art de développer une clientèle. Cherchez ailleurs les sources d'inspiration qui vous aideront à réussir dans ce domaine : sites internet, livres sur le *business development*, séminaires de formation, etc. Et surtout, parlez avec vos aînés. Demandez-leur de vous raconter comment ils ont obtenu leur premier client et développé leur clientèle.

### **Assurez-vous d'être dans le bon cabinet pour vous**

Certains cabinets encouragent ou à tout le moins laissent la possibilité aux collaborateurs de se profiler sur le marché et de s'investir dans le développement de la clientèle (que ce soit leur clientèle personnelle ou celle du cabinet). Dans d'autres cabinets en revanche, les collaborateurs en sont tenus à l'écart et sont cantonnés dans un travail purement juridique. Veillez donc à bien comprendre la dynamique du développement de la clientèle à l'œuvre dans votre cabinet, voyez comment cela se traduit pour vous et pour votre développement professionnel, et voyez si cela est conforme à votre personnalité, à vos ambitions et à vos talents. ■