

NEWSLETTER
JAKUBA KALIŃSKIEGO
no. 2

**Uproduktowanie
usług w kancelarii.**

**Jak standaryzacja może
pomóc Twojej kancelarii?**



Wstęp

Wiele kancelarii marzy o tym, aby swoje usługi doprowadzić do stanu, w którym będzie można je sprzedawać bez każdorazowego dopasowania do potrzeb klienta. Proces ten w języku angielskim nazywa się „productization” i z braku lepszego słowa, tłumaczę ten termin na „uproduktowanie”.

Na potrzeby niniejszego wpisu przyjmijmy proszę, że usługa to taki element prawniczego rzemiosła, który każdorazowo wymaga zbudowania rozwiązania szytego na miarę. W naszej branży (ale także np. w branży usług informatycznych) generuje to duże koszty. Nie bez kozery, deweloperzy budują takie same, wystandaryzowane budynki, a restauracje sprzedają nam dania z menu a nie zgodnie z naszym widzimisię.

Korzyści z uproduktowania usług prawniczych

Uproduktowanie jest strategią bardzo atrakcyjną i kuszącą. Pozwala bowiem najłatwiej skalować biznes i uwalnia prawników od konieczności żmudnego wgrzania się w każdą nową sprawę. Generuje to wiele korzyści, m.in.:

- ◆ Lepszą **przewidywalność kosztów** dla klientów.
- ◆ **Optymalizację pracy** w kancelarii.
- ◆ Możliwość **skalowania usług**.
- ◆ Zwiększenie **konkurencyjności** na rynku.

Od czego zacząć uproduktowanie?

Próba zbudowania portfolio produktów jest jednym z najtrudniejszych zadań, przed którymi staję jako doradca prawników. Kancelarie bowiem bardzo często chcą rozpocząć rozmowę o produktach od pomysłu. Zadają pytania: czego chce rynek?

Czego potrzebują konsumenci? Co sprzedaje konkurencja? Dla kancelarii, które są na etapie biznesplanu taka ścieżka może zadziałać. Dla kancelarii, które działają już na rynku to zła kolejność.

Kroki w procesie uproduktowania

W dojrzałych lub dojrzewających biznesach prawniczych rozmowy o uproduktowaniu powinniśmy zacząć od **analizy obecnych usług**. W szczególności powinniśmy zadać sobie 2 pytania:

- ◆ Jakie usługi są najczęściej zamawiane w naszej kancelarii?
- ◆ Które sprawy są powtarzalne i można je ustandaryzować?

* Jeśli rozpoczniemy próbę uproduktowania od pomysłu, to tak czy owak, dojdziemy do tego etapu. Dojdzie nam jednak kilka dodatkowych problemów (po pierwsze, pomysł trzeba sprawdzić w boju, aby ocenić jego potencjał sprzedażowy, po drugie musimy zebrać wiarygodną próbę ilościową, aby zauważyć możliwe iteracje realizacji usługi).

Krok drugi to **standaryzacja procesów**. Dla poszczególnych usług, które zamierzamy zmienić w produkty, opracowujemy procedury, tworzymy szablony dokumentów (na przykład umowy czy pisma procesowe). Ustalamy etapy działania dla każdego możliwego scenariusza, czy dla każdej wersji produktu.

Gdy mamy już wstępną listę produktów, możemy przystąpić do **stworzenia wariantów**. Dobrze nam znane pakiety podstawowy, rozszerzony i premium (szczególnie z obszaru usług SaaS) mają różne ceny i zawierają różne zakresy prac.

Na przykład w pakiecie podstawowym możemy mieć po prostu przygotowanie podstawowej wersji umowy najmu mieszkania. W pakiecie rozszerzonym dołożymy do tego na przykład godzinną lub dwugodzinną konsultację dostosowującą umowę do wymagań klienta (możemy także zaznaczyć, że pakiet podstawowy nie dotyczy nieruchomości o wartości powyżej np. miliona złotych ze względu na ryzyko). A w pakiecie premium możemy dołożyć do tej umowy najmu jeszcze procedurę wypowiedzenia wraz ze wzorem czy udział w negocjacjach z wynajmującym. Jeśli wiemy, co kupują od nas nasi klienci, to ćwiczenie to nie powinno być żadnym problemem.

Krok czwarty to **wycena usług**. Cena produktu powinna być przejrzysta i jasna dla klienta. Powinna uwzględniać koszty czasu pracy, poziom ryzyka i (o ile to możliwe) wartość dodaną. Pamiętajmy, że wyceniając pakiety usług czy produkty punktem odniesienia zawsze będą koszty. Najbezpieczniejsza jest oczywiście stawka ryczałtowa na przykład 20000 zł za założenie spółki albo 3000 zł za pakiet podstawowy pod nazwą umowa najmu. Możemy oczywiście wykorzystać premię za sukces. Taki model zastosujemy w przypadku produktów jak ulgi podatkowe czy postępowania.

Kolejne kroki są już bardziej amorficzne. Pierwszy to **komunikacja z klientem**. Musimy przygotować jasno opisy usług używać prostego języka, aby klient zrozumiał, co kupuje. Wykorzystajmy do tego kanały marketingowe, które są dla nas dostępne, ale weźmy pod uwagę to, gdzie mieszkają nasi klienci.

Ostatnim krokiem w projekcie uproduktowania usług kancelarii jest **wdrożenie i monitorowanie**. Zaczynamy oczywiście od testowania poszczególnych pakietów. Zbieramy feedback od małej grupy klientów i dostosowujemy usługi na podstawie uzyskanych opinii. Monitorujemy wyniki, śledząc, które pakiety są najpopularniejsze. Analizujemy nieustannie rentowność każdej oferty. Z czasem będziemy gotowi dalej rozwijać ofertę o nowe pakiety, uwzględniając potrzeby naszych klientów.

Korzyści z uproduktowania

- ✓ **Dla klienta:** przejrzystość oferty, przewidywalność kosztów, szybsza obsługa.
- ✓ **Dla kancelarii:** skalowalność, optymalizacja czasu pracy, większa konkurencyjność, przewidywalność zysków.
- ✓ **Dla prawników:** więcej czasu na skomplikowane (szyte na miarę) sprawy, łatwiejsze raportowanie czasu pracy, poczucie bezpieczeństwa wynikające z jasnych ram.

SZKOLENIE

Chcesz dowiedzieć się więcej na temat możliwości jakie daje raportowanie czasu pracy?

A może chcesz dopracować ten proces w swojej praktyce?

Zapraszam na moje szkolenie online **16.04.2025** pt.:

Jak polubić raportowanie czasu pracy?

Zapisz się już dziś, aby mieć możliwość zakupu biletów early bird!

Sprzedaż już wkrótce!

Szczegóły na szkolenia.jkalinski.pl



Chcesz porozmawiać o tym, jak poprawić jakość obsługi w Twojej kancelarii?

Umów się na spotkanie!

- ✓ Zadzwoń! [697 595 029](tel:697595029)
- ✓ Napisz! biuro@jakubkalinski.pl
- ✓ Zarezerwuj! calendly.com/jakub-kalinski