

# MIKROKANCELARIA

jak otworzyć rentowną kancelarię prawną?

*adv. Arkadiusz Stęć*

<i>Wstęp</i> .....	3
<i>Skąd wziąć pierwszych klientów startując od zera?</i> .....	4
<i>Nieregularny przychód, czyli jak poradzić sobie z największym strachem przed założeniem własnej kancelarii?</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Co bym zrobił, gdybym dzisiaj szedł na swoje? 7 kroków z etatowca do własnej Mikrokancelarii oraz jak nowe technologie zmieniają sposób pracy. ....</i>	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>3 zasady kontaktu z klientem</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Jaka jest Twoja przewaga konkurencyjna?</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Nie ma (obiektywnie) dobrych wyroków, czyli lekcja z pierwszej rozprawy sądowej.</i>	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Koktajl z klientem.</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Subiektywnie o konferencjach jako źródle pozyskiwania klientów oraz dlaczego Szymon Marciniak jest najlepszym sędzią na świecie?</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Content Marketing</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Jak w godzinę tygodniowo ogarnąć marketing w Mikrokancelarii ?..</i>	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Największe wyzwanie właściciela Mikrokancelarii</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Zatrudnienie pierwszej osoby w #Mikrokancelarii</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Spisana strategia, czyli najważniejszy dokument w Twojej kancelarii.</i>	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Dlaczego teraz jest najlepszy moment w historii na otwarcie własnej Mikrokancelarii?</i>	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Wszystko, co chcielibyście wiedzieć o prowadzeniu własnej Mikrokancelarii, ale baliście się zapytać</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Ponad 5 lat "na swoim" - historia prawdziwa oraz wnioski.</i>	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
<i>Postscriptum: 6 lekcji od Adwokata</i> .....	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

## Wstęp

Ta książka nigdy by nie powstała, gdyby nie newsletter, który wystartował w styczniu 2023 roku, gdzie co tydzień pisałem o poszczególnych zagadnieniach związanych z prowadzeniem własnej, niedużej kancelarii. Dzięki niemu zobaczyłem, że jest wiele osób zainteresowanych tą tematyką, osób które szukają okazji do pogłębienia wiedzy oraz dzielenia się doświadczeniami. Aktywność ta, dała mi też materiał do przemyśleń, który zebrałem, usystematyzowałem oraz bardzo mocno pogłębiłem w tej publikacji.

Być może właśnie kończysz aplikację adwokacką lub radcowską i wiesz, że po egzaminie zawodowym – niezależnie od tego, czy chcesz, czy nie - będziesz otwierać własną działalność. Być może – jak ja jeszcze parę lat temu – pracujesz w dużej kancelarii i odczuwasz zmęczenie mówieniem Ci co, kiedy oraz w jaki sposób masz robić. A być może chcesz zbudować od podstaw kancelarię, która będzie tylko Twoja? Chcesz samemu decydować o sprawach, którymi się zajmujesz, ludziach, z którymi pracujesz oraz zespole, który zbudujesz.

W takim razie – doskonale trafiasz!

Ta książka jest dedykowana wszystkim, którzy chcą założyć swoją własną Mikrokancelarię i szukają pomysłów oraz motywacji, jak to zrobić.

## Skąd wziąć pierwszych klientów startując od zera?

W pierwszym rozdziale książki przechodzimy od razu do konkretów - poruszam temat, który zastanawia każdą osobę przymierzającą się do „pójścia na swoje”. Podzielę się z Wami informacjami, gdzie szukać i jak znaleźć pierwszych klientów.

Na początku jednak przyjmijmy parę założeń, dotyczących Odbiorców tej publikacji. Wyobrażam sobie, że jako osoba czytająca ten e-book: nie masz żadnych swoich klientów oraz nie masz pomysłu na ich zdobycie. Ewentualnie masz ich niewielu i nie masz usystematyzowanej metodologii ich pozyskiwania i utrzymywania przy sobie. Jeżeli pracujesz w dużej kancelarii oraz zaciekała Cię ta książka, to zakładam, że nie jesteś partnerem w dużej kancelarii, który będzie w stanie namówić jedną z wielu firm, z którymi współpracuje, żeby podążyła za Tobą, oraz nie masz już zdobytych swoich klientów w ramach innej kancelarii, którzy są przypisani do Ciebie na dobre i na złe.<sup>1</sup>

**Chcesz po prostu pracować na swoich zasadach. Chcesz założyć swoją kancelarię, aby dostarczać wartościowe usługi swoim klientom, przy zachowaniu niezależności i swobody, jaką daje Ci nasz zawód, ale nie wiesz, jak się za to zabrać.**

Cóż, to piękne ideały, jednak żeby „interes się kręcił” - musisz mieć z czego żyć. Czytając tę książkę, czytaj ją po kolei. Całość materiałów została tak ułożona, aby przedstawiać kolejne

---

<sup>1</sup> Należy się małe wyjaśnienie dla wszystkich, którzy nie pracowali w większych kancelariach prawnych - w kancelarii posiadającej 10 lub więcej prawników, czym innym jest klient „dany do obsłużenia”, a zdobyty przez jednego z partnerów lub osób pracujących tam, a czym innym klient przyprowadzony. Ten, który jest przyprowadzony, na ogół może wyjść ze współnikiem (i tak też w praktyce się na ogół dzieje). Ten, który jest „dany” - jest nietykalny - przynajmniej teoretycznie. Bo w życiu, jak to w życiu – bywa różnie.

aspekty związane z prowadzeniem własnej kancelarii: przygotowanie, marketing, relacje z klientami, ułożenie pracy aż po podstawy tworzenie zespołu. Zachęcam Cię do robienia notatek, zapisywania swoich przemyśleń oraz ułożenia planu rozpoczęcia swojej działalności – z wypisaniem założeń dotyczących idealnego klienta, swojej grupy docelowej, informacji jak do niego trafić oraz pomysłów na Twoją obecność w social media.

### **Zasada 3 F.**

Nie jesteś jeszcze znany, nie masz swojej bazy kontaktów. Chociaż być może strasznie to brzmi, Twoimi pierwszymi klientami będzie ktoś z kategorii rozumianej jako 3F: *Friends, Family & Fools*. Czyli przyjaciele (którzy Cię znają i Ci ufają, albo przyjaciele Twoich przyjaciół, którzy trafią do Ciebie z polecenia oraz rekomendacją), rodzina (również ta sama przyczyna) oraz ... osoby, które być może trafią do Ciebie przypadkowo (bo ktoś mieszka piętro wyżej, widziało Twój profil na Facebooku czy Twojego dopiero startującego bloga. Od razu powiem Ci, że ta 3 grupa jest zdecydowanie najmniejsza i na nią bym nie liczył jako źródło potencjalnego utrzymania.

Wiedząc to, musisz zrobić wszystko, aby to wykorzystać, oraz na tej fali trafić do jak największego grona odbiorców. Do im większej liczby swoich przyjaciół trafisz (lub dalszej rodziny), tym większa szansa, że ktoś ze znajomych albo ich znajomych będzie potrzebował pomocy prawnej, i na podstawie spojrzenia, ta osoba zostanie odesłana do Ciebie. Twoi znajomi oraz rodzina (a także ich znajomi), to pierwszy krąg osób, do których powinieneś uderzać na początku swojej działalności. Jak zdobyć ich uwagę?

### ***Social media.***

Najprostszym sposobem są social media. Masz już tam grono osób, z którymi spotkałeś/łaś się podczas swojego dotychczasowego życia. Gorąco polecam Ci zrobienie profesjonalnej (i niedrożej) sesji zdjęciowej, a potem co drugi dzień wstawianie postów z tymi zdjęciami do swoich social media z informacjami o tym, że zaczynasz działać na swoim.

Kiedy zaczynałem, umówiłem się z początkującą fotografką na zrobienie sesji zdjęciowej w jej studiu. Wykonaliśmy parę dosyć prostych zdjęć biznesowych w garniturze oraz w koszuli. Dzięki temu, że fotografka nie musiała przyjeżdżać do mnie ani rozstawiać się ze sprzętem, a cała sesja trwała ok. godzinę, kosztowało mnie to stosunkowo niedużo

– na przełomie 2018 oraz 2019 roku było to ok. 300 złotych netto za 8 zdjęć – cena zawierała również poprawki w Photoshopie.

Te zdjęcia pełniły bardzo ważną funkcję – zwracały uwagę na moje posty, które wrzucałem w social media. Do tej pory na moim profilu można było zobaczyć zdjęcia z wakacji albo *selfie* ze znajomymi, teraz zacząłem pojawiać się elegancko ubrany, co zwracało uwagę wszystkich znajomych oraz powodowało, że z zainteresowaniem czytali treść wrzucanych przeze mnie postów.