

HABILIDADES

■ HABILIDADES PROFESIONALES

Cientes potenciales: ¿cómo captar a los adecuados? (II)

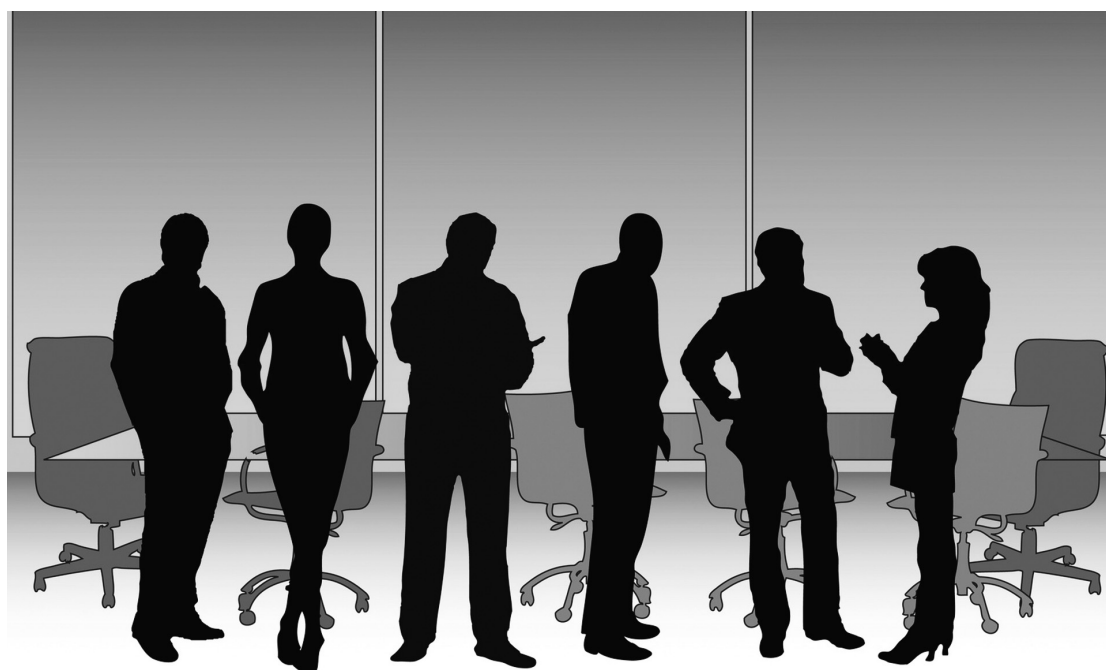
FRANCESC DOMÍNGUEZ. Socio de Dominguez & Guiu, SL. (dominguez@dominguez-guiu.com)



En el mundo profesional todos vendemos algo: servicios, productos, ideas o causas. Los abogados están en el negocio de las relaciones (adecuadas) y es preciso que sepan qué venden.

¿Venden seguridad jurídica? Vender seguridad jurídica es algo que el mal abogado suele hacer para captar un cliente: “No se preocupe, eso está ganado”. Como un abogado me dijo: “Prometer seguridad es una temeridad porque el cliente puede explicar mal su situación y necesidades, el abogado puede no entender bien el caso y, además, el juez puede emitir una sentencia en contra de los intereses de nuestro cliente”. Benjamín Franklin ya afirmó que “en esta vida no hay nada cierto, excepto la muerte y los impuestos”.

Tan importante como lo que se vende es cómo se vende. Por ello la actitud positiva, dedicar atención al cliente, la empatía y la escucha activa son fundamentales. Comunican



interés, crean confianza y contribuyen a que el cliente participe activamente en el servicio. Sólo hay servicio si el cliente participa activamente. En el cómo se vende o trata al cliente reside a menudo la diferencia, a ojos del cliente, entre un abogado y otro.

La clave para vender un servicio jurídico es conocer las necesidades y el estilo del cliente potencial, y adaptarnos al mismo. Es decir, hay que ser flexible y vender según la mentalidad y el estilo del cliente, y no insistir en hacerlo según nuestro propio sistema de creencias. Ca-

da cliente potencial requiere una estrategia de ventas diferente; una estrategia, por supuesto, en el marco de unos buenos valores personales y profesionales, los propios de la abogacía, y sin presionar al cliente.

El cliente potencial contrata beneficios, no servicios. Hay

que hacer preguntas adecuadas para conocer el motivo o móvil de contratación del cliente potencial, y utilizar el argumento de venta más adecuado. Además, es necesario tener mensaje, saber lo que nos diferencia de los demás: una especialidad, un mercado, una habilidad, una idea, etc. Por ejemplo, cuando

«El cliente potencial contrata beneficios, no servicios. Cada cliente requiere una estrategia de ventas diferente»

le pregunten de qué trabaja, diga: “Ayudo a la gente a solucionar conflictos. Soy abogado-mediador”. Primero comuniqué lo que aporta (valor añadido); después su profesión.

La mayoría de abogados se presentan diciendo lo mismo “soy abogado”. El lenguaje marca diferencias. □

PROTOCOLO JUDICIAL

Cuando redactamos un escrito judicial no podemos trasladar al papel una simple sucesión de ideas. Debemos tener muy presente que hay cuatro cualidades que son esenciales en cualquier escrito pero aún más en los judiciales: claridad, concisión, sencillez y buen tono.

Para ser claros, precisos, para ser comprendidos sin esfuerzo, debemos usar la palabra adecuada. Nuestro lenguaje es muy amplio y hay que elegir el término que mejor refleje lo que queremos decir. La claridad se consigue empleando siempre la palabra apropiada; la adecuación semántica consiste en el uso de la palabra acorde con su significado semántico.

Para que un texto sea conciso debe suprimir todo aquello que resulte inútil en el juicio y no debe dar más datos de los estrictamente necesarios para el esclarecimiento de los hechos. Así se evita todo lo que sea superfluo e, igualmente, nuestro

El estilo en los escritos judiciales

PURIFICACIÓN PUJOLCAPILLA

Doctora en Derecho, Juez sustituta de Madrid y autora del libro “Guía de comportamiento en las actuaciones judiciales”, editorial La Ley 2007.

esfuerzo se concentrará en los argumentos relevantes para su resolución. En esta materia -la judicial- esas palabras, frases o incluso folios innecesarios no hacen sino entorpecer y dificultar la lectura del escrito por parte de los profesionales que deben leerlo -el Juez, el Abogado contrario, los procuradores-. Es frecuente que todos ellos tengan una doble tarea: por un lado la de la simple lectura y, por otro, la de acotar, reseñar o marcar aquello que sea de interés y relevante para resolver la controversia.

Hay determinados escritos judiciales

que por su razón nunca pueden ser excesivamente extensos -por citar un ejemplo, una demanda de desahucio por falta de pago-. Sin embargo, hoy en día, con la herramienta del ordenador de “copiar y

«Hay cuatro cualidades que son esenciales en cualquier escrito pero aún más en los judiciales: claridad, concisión, sencillez y buen tono»

pegar”, podemos ver demandas que contienen tan sólo unas líneas del caso concreto y folios y folios de “doctrina y jurisprudencia”, que a duras penas tiene que ver con el fondo del asunto. Cuando se lee una demanda así redactada... o alguna sentencia... se siente un gran alivio cuando se llega, por fin, a la coletilla “en el presente caso...”.

Otra de las notas que debe ser característica de todo escrito es la sencillez, cualidad que se agradece en todos los escritos a la hora de su lectura, pues aquel jurista a quien no entienden quienes lo leen o lo escuchan, es probable que ni él mismo sepa exactamente lo que quiere decir.

No olvidemos, por tanto, esos adjetivos imprescindibles en la redacción de un escrito -claridad, concisión, sencillez y buen tono. Pero ésta última condición merece, cuanto menos, un artículo entero que desarrollaré en la próxima entrega. □