



Pour la troisième année consécutive, le Village de la Justice organise le Prix de l'Innovation des Avocats en Relation-Clients. Ce prix récompense chaque année des cabinets ayant mis en œuvre des solutions innovantes afin de créer de la valeur ajoutée pour leurs clients.

A vous maintenant de découvrir ces avocats qui innovent, et de voter jusqu'au 10 mars 2016 pour attribuer le Prix du Public !  
La remise des Prix aura lieu le 17 mars 2016 lors d'une soirée à l'Espace Grenelle.

## Edito



### Les avocats conçoivent des innovations centrées sur leur client !

Suivant la tendance qui place l'utilisateur au centre de toutes les préoccupations des entreprises, les avocats innovent pour être au plus près des demandes de leurs clients.

Que ce soit pour répondre à un besoin juridique particulier ou pour créer une véritable expérience client, les deux cabinets que nous avons interviewés dans cette newsletter ont bien compris que l'activité de l'avocat, aujourd'hui, passait avant tout par la prise en compte des attentes de leur client.

Tous deux sont candidats au Prix de l'Innovation des Avocats en Relation-Clients, Solegal pour son site internet Solegal.fr et Alto avocats pour son forfait clé en main à destination des start-up.

Avec Solegal.fr l'idée est que la relation s'inscrive dans un parcours basé sur l'empathie du client avec comme mots d'ordre l'accessibilité, l'interactivité et la connectivité. Avec Alto Avocats, le cabinet fonctionne « en mode start-up » comme ses clients pour proposer un service sur mesure.

Développer leur cabinet en fonction de leurs clients et non plus leur imposer un mode de fonctionnement, tel est le cap que se sont fixés ces cinq avocats ! Et ceci, en s'appuyant sur le digital et les opportunités qu'il offre pour améliorer la relation-client.



Laurine Tavitian

## En quelques mots...

Le cabinet **ALTO Avocats** a mis en place un forfait juridique clé en main et évolutif pour accompagner les entreprises de croissance en fonction de leur besoin et leur budget.

Le Cabinet **SOLEGAL** a conçu un site Internet qui est basé sur l'accessibilité, l'interactivité et la connectivité découlant du parcours d'empathie client avant, pendant et après l'intervention de l'avocat.

Découvrez les autres cabinets candidats sur le site du prix et dans nos newsletters.

## À vous de voter !



flashez-moi pour  
innover avec nous !



## Organisateur et Partenaires



« Les avocats doivent aller plus loin, en créant une véritable expérience client. »



**PRIX DE  
L'INNOVATION  
DES AVOCATS**  
Relation-Clients  
3<sup>ème</sup> édition - 2016



## Interview de Fabien Courvoisier et Rui Cabrita, associés fondateurs de Solegal

**Votre innovation repose sur un parcours empathie client. Quel est-il ? Et comment l'avez-vous conçu ?**

**Fabien Courvoisier :** Nous sommes partis du constat que si la connaissance et la technique demeuraient indispensables pour satisfaire les clients, les avocats doivent aller plus loin, en créant une véritable « expérience client », à l'image de ce qui se

fait dans le secteur marchand :

- avant la relation, en créant et développant notre site solegal.fr, site internet interactif et sur lequel la prise de contact et d'informations est facilitée : ce site comprend un module de « click to chat » ainsi que divers outils permettant au client de nous contacter, de « call to action ».
- pendant la relation, en adoptant un parcours client, représenté par une infographie ;
- enfin, à la fin de l'intervention, en permettant au client de nous évaluer et de nous noter et ce de manière automatisée, afin d'avoir un retour sur nos prestations et de savoir comment nous pouvons les améliorer.

**Solegal.fr comporte une partie sur les avis clients. Cette pratique étant controversée, pourquoi avez-vous fait ce choix ?**

**Fabien Courvoisier :** L'avis du client, et la prise en compte de ses attentes, nous importent davantage que le fait de savoir si telle ou telle pratique est controversée.

Sur ce sujet, nous ne pouvons qu'encourager les initiatives récentes, notamment celle de l'Incubateur du Barreau de Paris, qui a remis au Conseil de l'Ordre des propositions pour permettre d'adapter notre déontologie aux nouvelles réalités économiques.

La question des « avis clients » sur les sites internet de cabinets d'avocats n'est qu'une infime partie d'un sujet beaucoup plus vaste !

**Rui Cabrita :** Il faut distinguer ce qui est controversé car nouveau de ce qui est controversé car en conflit potentiel avec nos règles déontologiques.

S'agissant des avis clients, il ne me semble pas que ceux-ci soient en conflit avec nos règles déontologiques. D'ailleurs solegal.fr a été formellement approuvé par la Commission Publicité Démarchage et Communication du Conseil de l'Ordre. La controverse peut alors subsister mais plutôt de la part d'autres confrères pouvant émettre parfois de (fortes) réserves sur les innovations.

**Comment voyez-vous l'avenir de Solegal.fr ?**

**Fabien Courvoisier :** La priorité est naturellement au développement de l'interaction et du contenu sur Solegal.fr, qui reste la première partie de notre parcours client dans la mesure où elle est immédiatement visible en ligne.

**Rui Cabrita :** En parallèle du développement traditionnel du cabinet, nous réfléchissons à une sélection de prestations standardisées dont la diffusion est plus appropriée sur le web. Dans ce cas, il n'est pas impossible que cela se fasse via un site dédié pour ne pas brouiller l'image de Solegal. Solegal innove dans la relation client mais conserve un positionnement à valeur ajoutée sur des expertises techniques. Il est donc tout à fait envisageable de développer une offre plus standardisée et ciblée via une « branche » distincte du cœur de métier de Solegal.



À vous de voter !



[Retrouvez la présentation de l'innovation du Cabinet Solegal et votez en ligne](#)

« Nous allons poursuivre notre développement comme une startup le ferait en pivotant en permanence au service de l'utilisateur. »



**PRIX DE  
L'INNOVATION  
DES AVOCATS**  
Relation-Clients  
3<sup>ème</sup> édition - 2016



## Interview de Harry Allouche, Arnaud Touati et Jonas Haddad, associés fondateurs.

**Vous dites fonctionner « en mode start-up » comme vos clients, qu'est ce que cela signifie ?**

Cela signifie en priorité une exigence permanente de réactivité. Quand une start-up veut créer de la valeur, elle doit gagner un maximum de temps avec tous ses prestataires. Nous avons donc utilisé une application dédiée pour accélérer le temps

d'échange avec nos clients et multiplions les visioconférences pour réduire les temps de transport et conserver du temps productif pour les clients.

De même, notre tarification peut varier en fonction de plusieurs critères : l'état de développement de l'entreprise, les risques juridiques liés à son modèle ou encore le nombre de parties prenantes au projet. Un pacte d'actionnaires a deux par exemple n'a rien à voir avec un pacte d'actionnaires dans le cadre d'un large crowdfunding.

Notre conviction profonde, c'est que les nouveaux clients ne trouvent plus de modèle adapté. Les modèles tirés d'Internet et bidouillés par les start-uppeurs recèlent des risques juridiques importants, à manipuler avec précaution. Mais d'un autre côté les cabinets d'avocats n'ont pas assez fait leur *aggiornamento* (mise à jour), ils sont perçus comme trop lents et trop gourmands en termes d'honoraires... Tout le contraire des besoins des nouvelles entreprises.

### **Quel travail effectuez vous avec les incubateurs et les grandes écoles qui favorisent le développement des start-up ?**

C'est d'abord un travail de sensibilisation.

Beaucoup d'entrepreneurs voient le droit comme un frein alors que c'est un véritable levier.

Nous allons dans les incubateurs et dans les grandes écoles pour passer ce message et montrer aux start-uppeurs que dans l'équilibre des forces avec leurs investisseurs et leurs partenaires, le droit permet de protéger leurs intérêts.

De même, nous insistons sur l'importance de la validité juridique de leur structure. Une entreprise mal organisée juridiquement faite de bouts de modèles ou pire sans aucun document juridique, c'est la certitude de se décrédibiliser auprès des investisseurs.

Ce travail de pédagogie s'adapte naturellement en fonction des publics.

Certains sont extrêmement matures et nous interrogent directement sur les clauses à connaître en cas de levée de fonds, d'autres veulent déjà tout simplement savoir comment on crée sa société.

La volonté d'entreprendre a explosé en France mais en parallèle la connaissance juridique reste assez faible. C'est ce fossé là que nous voulons résorber.

### **Comment allez vous poursuivre le développement de votre innovation ?**

Comme une start-up le ferait, en pivotant en permanence au service de l'utilisateur.

Tous les mois nous remettons en question nos façons de travailler, nous demandons des avis à nos clients.

L'idée n'est pas de créer l'instabilité mais de tout faire pour que la relation avocat/clients soit la plus fluide possible.

A ce titre, nous allons continuer à proposer à nos clients des partenaires dans des domaines d'activité connexes (comptabilité, communication, développement web et mobile notamment) pour que l'écosystème qui les entoure soit toujours plus accueillant et réactif.

En bref nous sommes une vraie start-up du droit et à ce titre, nous n'excluons pas de faire évoluer rapidement nos modèles et nos équipes.



**À vous de voter !**



[Retrouvez la présentation de l'innovation du Cabinet Alto Avocats et votez en ligne](#)