

ЮРИСТ

Як завжди, читачів нового номера журналу вітає український юрист



РЕПУТАЦІЯ БРЕНДА

НАТАЛІЯ ТИЩЕНКО, КЕРУЮЧИЙ ПАРТНЕР NOBILI

10 років тому бренд юридичної фірми зводився до логотипу та кольорів. Сьогодні фінансові директори юридичних фірм можуть чітко встановити і довести прямо пропорційну залежність комерційної успішності від репутації бренду.

Згідно з дослідженням SharpLegal Global Ranking of Top Legal Sector Brands 2017, стратегія управління репутацією найсильніших юридичних брендів світу базується на етичності. Регуляторний комплаєнс, трудовий комплаєнс і попередження ризиків етичних порушень з боку співробітників, управління репутацією та комунікаціями, зокрема у соціальних мережах.

Від етичного ведення бізнесу виграють всі — і бренд, і працівники, і держава. В Україні

на різних рівнях промотуються переваги прозорості та етики. Наразі цю роботу активно проводить Всеукраїнська мережа доброчесності і комплаєнсу, що працює спільно з Офісом бізнес-омбудсмена.

Запрошую вас, колеги, наслідувати практику найсильніших юридичних брендів світу за версією SharpLegal 2017 — Baker McKenzie, DLA, Clifford Chance, Jones Day, Norton Rose. Працюємо прозоро! Українські юридичні бренди і наша з вами репутація вартують дорого!