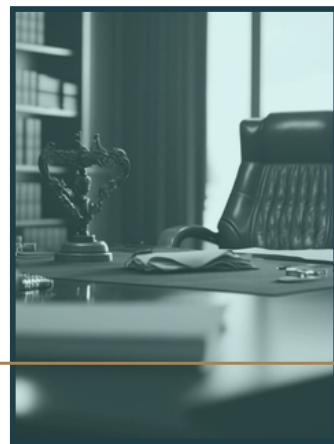
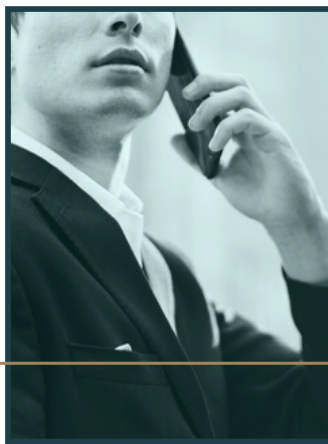


# ПАМЯТКА МОЛОДОМУ АДВОКАТУ



Памятка разработана Д.В. Шашкиным – адвокатом, магистром права, управляющим партнером ЮК “Шашкин и Партнеры”, основателем академии для юристов и адвокатов «Наставник»

Настоящая памятка поможет молодому адвокату определиться с выбором своей юридической специализации, позиционированием и созданием собственного имиджа. Создать и развить личный бренд, а также неповторимый стиль и особенности работы в суде и с доверителями.

Памятка подготовлена адвокатом на основе 20-летнего опыта профессиональной деятельности и программы, которая была разработана и применяется при обучении юристов и адвокатов в академии «Наставник».

Четкое следование порядку изложенной в памятке информации поможет не только узнать больше о том, как создать свой личный бренд, привлекать доверителей, но и поможет найти свой собственный стиль и имидж работы.

Желаю успехов в адвокатской деятельности и развитии  
личного бренда адвоката

Буду благодарен за обратную связь и отзывы о памятке

📶 Для связи:

e-mail: [shashkin@shiplaw.ru](mailto:shashkin@shiplaw.ru)

социальные сети: [ВКонтакте](#), [Telegram](#)

👉 Подписаться на авторский тг-канал “[Банкротный Лев](#)”

Буду рад видеть вас в числе партнеров и поделиться опытом  
и советами [↓Скачать партнерскую программу](#)



**Денис Васильевич  
Шашкин**

# С ЧЕГО НАЧАТЬ?



## Специализация

Важно выбрать специализацию, которая будет нравиться и в которой будет желание совершенствоваться, изучать практику. Читать научные работы и труды, придумывать новые подходы и приемы работы. Изучать авторитетных и успешных практиков и ученых, работающих по интересной специализации. Понять, что выбранная тема близка можно по тому, насколько она заводит и заставляет думать о ней, о вопросе доверителя, пока не будет найдено решение. Специализация – это ключ к экспертизе. Первое, что нужно – это совершенствовать и развивать свои знания и практические навыки в выбранной специализации

## Страхи и неуверенность

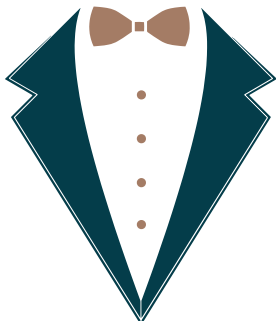
Страх провалить дело или оказаться не настолько профессиональным присутствует у всех начинающих специалистов. Важно осознать и принять это. Опыт и знания, а с ними и уверенность, приходят через тысячи часов и повторений. Поэтому нужно принимать себя и свой выбор как есть. Не бояться признаться, что начинающий адвокат только учиться и не имеет достаточного опыта. Лучшим способом обрести уверенность в теме, в которой мало опыта – как можно больше получить знаний о ней. Знание материалов дела, судебной практики и закона – дает уверенность в своих силах



**Прошлый неудачный опыт – не предопределяет будущий. Ошибки и неудачи следует принимать как опыт. Сделав выводы, в следующий раз делать лучше**

A stylized, handwritten signature or logo in a light brown color, located at the bottom center of the page.

# С ЧЕГО НАЧАТЬ?



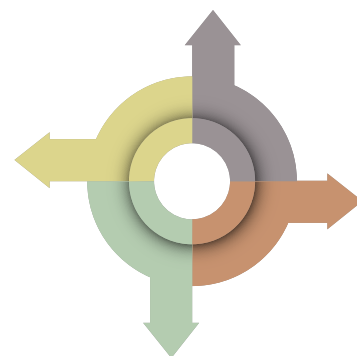
## Упаковка экспертности и личный бренд

Экспертность позволяет получать лучшие результаты при работе в судах, вести экспертные соцсети, каналы, вебинары и выступления. В совокупности с имиджем и стилем, экспертность позволяет создать позиционирование и личный бренд.

Имя в адвокатуре. Когда у доверителей и коллег будет заходить речь о каком-то вопросе, в котором имеется экспертность – будут вспоминать вашу фамилию. Это и есть личный бренд. Личный бренд – это безупречная репутация, созданная на основе экспертных знаний, успешного опыта, публичности и узнаваемости

## Выбор адвокатского образования

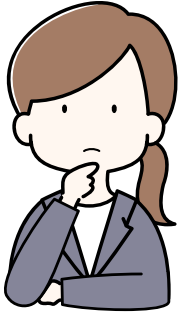
Адвокатские образования формируются исходя из профессиональных интересов, личных симпатий и условий для членов и партнеров. Не случайно установлен минимальный порог, при котором начинающий адвокат (адвокатский кабинет) или несколько начинающих адвокатов (коллегия или бюро) не могут начать самостоятельный путь без более опытных коллег. Это обусловлено необходимостью получения опыта и знаний, специфики работы адвокатского сословия, профессионализм, верность своему долгу и доверителю. Адвокатура – это образ жизни, это призвание. В основе адвокатуры лежит оказание юридической помощи, партнерство в интересах Доверителя. Эти принципы формируют репутацию, доверие и рекомендации для адвоката



**Личный бренд позволяет устанавливать стоимость своих услуг, исходя из уникальности специализации и статистических результатов**

A handwritten signature 'Sh' in gold color, located at the bottom center of the page.

# ИМИДЖ И СТИЛЬ АДВОКАТА

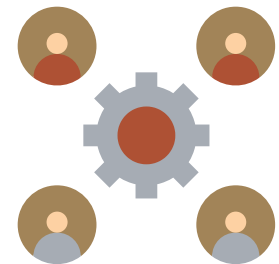


## Внешний вид и одежда

Недопустимо появляться в публичном месте, при осуществлении профессиональной деятельности, в пляжной одежде, неуместны и джинсы или джемпер. Рубашка и брюки (юбка для женщин), а лучше костюм со значком адвоката на лацкане – сразу выделяет из других представителей. Галстук, бабочка и платок в нагрудном кармане – говорит об особом стиле и знании правил этикета. Яркие акценты – броши, значки, яркие, не вычурные пуговицы – уже говорят об отличительной особенности и личном имидже. Чтобы произвести первое впечатление – есть только один раз

## Социальные сети

Ведение социальных сетей является не только неотъемлемой частью любого эксперта, но и ответственностью. Во-первых, делая публикации по юридической тематике, выполняется просветительская функция и формирование правильного понимания закона у граждан и населения. Во-вторых, отслеживая и комментируя темы по своей специализации, адвокат показывает свою увлеченность и профессионализм. Доверители понимают, что адвокат в теме и следит за трендами. В-третьих, социальные сети – мощный инструмент сарафанного радио. Чем активнее ведутся сети, чем больше охват подписчиков – тем больше рекомендаций и обращений доверителей



**Чтобы дали возможность открыть рот – вас должны пустить туда, где вы можете это сделать. Поэтому внешний вид, стиль и имидж – основа**

A stylized handwritten signature in a dark blue color.

# ИМИДЖ И СТИЛЬ АДВОКАТА



## Узнаваемость и значимость адвоката

На узнаваемость и значимость юриста влияют его выступления, комментарии значимых тем по своей специализации. В идеале следует добиться того, чтобы при возникновении юридического вопроса среди профессионального сообщества и Доверителей, сразу возникала ассоциация с фамилией адвоката. Это достигается через постоянную профессиональную работу как эксперта. Отстаивание определенного своего мнения и взглядов на решение тех или иных вопросов, коллизионного вопроса в праве – залог проявления значимости и уважения среди коллег

## Устная и письменная речь

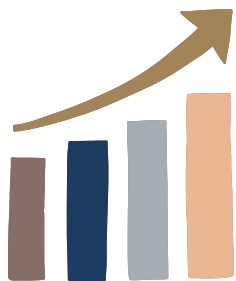
Адвокат, как публичная личность, должен уметь грамотно общаться устно и письменно. Это касается и подготовки документов, и написания сообщений доверителям или коллегам, и ведения социальных сетей. Следует уделять особое внимание оформлению процессуальных документов. Главное, что нужно учитывать – ваш документ будет читать человек. Если это судья, у которого в производстве огромное количество дел, то он должен быстро увидеть акценты и читабельно воспринять текст



**Оформление и стиль документов – тоже элемент имиджа и много говорит о его авторе, еще задолго до очной встречи с ним. Используйте юридический дизайн и инфографику документов**

A handwritten signature 'Sh' in gold ink, located at the bottom center of the page.

# САМООБРАЗОВАНИЕ И ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ



## Какие источники дают знания

Безусловно, знать законы и следить за вносимыми изменениями – очень важно. Не редки случаи, когда стороны, а порой и судьи, ссылаются на положения закона, которые координально изменился. При этом, применение закона и разрешение конкретных ситуаций дает чтение и изучение судебной практики по выбранной специализации. Сейчас много каналов и сервисов, где ведутся обзоры новых судебных актов, издаваемых Верховным Судом и судами округов. Также стоит уделять время вебинарам, курсам, которые ведут практики и авторитетные ученые. Знание закона, судебной практики, доктринального научного подхода – открывает большие возможности

## Всегда ищи первоисточник

В интернете и социальных сетях масса каналов и сообществ, которые не всегда проверяют достоверность информации, а порой просто придумывают для интереса подписчиков какие-то дела или обзоры судебной практики. Такое чтение отнимает время. Доверять стоит официальным источникам – правовым базам данных, судебным органам, авторитетным юристам, проверяющим и отвечающим за достоверность того, что они пишут. Определить такие каналы можно по ссылкам на номера дел или судебные акты, размещенные на официальных сайтах судов. Изучение достоверных источников дает возможность давать верную информацию, комментировать и доказывать свою экспертность



**Не все знания, которые есть в мире нужны нам.  
Фильтровать информацию в наше время – не менее  
важный навык, чем находить ее**

A stylized, handwritten signature in a dark blue color, consisting of the letters 'Sh'.



## **Как разобраться в деле, даже если вы его не вели**

Изучая судебную практику по своей специализации, стоит углубляться в изучение всех судебных актов, вынесенных по делу. Это дает более полное представление о ситуации, мотивах, особенностях спора. На основе полученных данных можно моделировать схожие ситуации с делами в своем производстве или публиковать обзор дела в социальных сетях. Когда мы делимся знаниями – мы узнаем еще больше

## **Конференции и мероприятия**

Посещение конференций и форумов требует затрат времени и средств. Следует также руководствоваться интересами своей специализации и понимать какие темы спикеров интересны. Будет ли полезна полученная информация. В любом случае, новые знакомства и связи будут только на пользу. А вот выступления в качестве спикера по вопросам не своей специализации могут внести непонимание об эксперте



**Форумы, встречи и конференции – отличный способ заводить связи и знакомства, выступление на них – отдельная работа, требующая продуманного подхода**

# ОСОБЕННОСТИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ



## Адвокат-одиночка или команда

Адвокат в начале своей карьеры должен поработать в адвокатском образовании, в окружении опытных коллег: для получения опыта и знаний, понимания специфики работы с доверителями. В последующем адвокат может выбрать создание адвокатского кабинета или адвокатского образования с коллегами. Наиболее простая форма – это адвокатский кабинет. При такой форме адвокат позиционируется как личность и личный бренд формируется в лице одного человека. Коллегия адвокатов или адвокатское бюро – это уже команда, в которой разделены компетенции и задачи. Партнеры берут на себя ответственность за определенную часть в общем деле. Здесь позиционирование может вестись как каждого отдельного партнера бренда, либо как бренда компании с именами партнеров или иным названием

## Нужен ли личный бренд при работе в команде?

Нужен! Юридические услуги – не осязаемы, доверитель может лишь ощутить результат или эффект от их оказания адвокатом. Эффект от оказания услуги – это уже то, что доверитель может увидеть, потрогать или ощутить – ценность свободы, либо иного блага. Личный бренд в виде фамилии и репутации адвоката дает доверителям надежду и уверенность в том, что юридические услуги будут оказаны так, что они получат нужный результат и эффект от их оказания



**Личный бренд и репутацию важно развивать, даже работая в команде, и не занимая роль партнера или управляющего партнера**



# ЛИЧНЫЙ БРЕНД АДВОКАТА



## Как доверители оценивают бренд адвоката?

Доверители любят адвокатов - у которых есть личный бренд, медийность и узнаваемость. Во-первых, это дает уверенность в том, что доверитель сделал верный выбор. Потому что экспертность и публичность – показатели хороших результатов работы и отсутствия страха негативного опыта или жалоб. Адвокат с неоднократно испорченной репутацией вряд ли будет сверкать в медийной сфере, опасаясь неудобного комментария, подкрепленного фактами. Во-вторых, доверители, которым важен престиж и статус, выберут адвоката с брендом, чем неизвестного, хотя и грамотного. Таковы законы нашего общества, мы хотим иметь и быть причастны к известным брендам

## Показать ответственность – усилить личный бренд

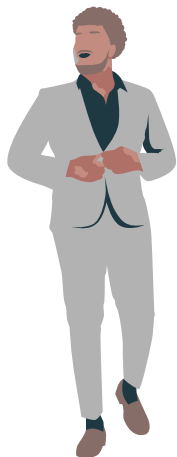
Проявление личной ответственности за свои действия, слова и поступки в публичном пространстве помогает усилить личный бренд адвоката. Это может быть и выступление на мероприятии, в суде, комментарии в социальных сетях. Нести ответственность, признавать ошибки, держать удар хейтеров и завистников, проявлять чувство юмора, но не переходить границы и не опускаться на уровень ниже – все это усиливает бренд адвоката



**Личный бренд не только помогает привлекать доверителей и тешить собственное тщеславие, но и помогает увереннее и убедительнее доносить позицию и открывать закрытые двери**

A stylized, handwritten signature or logo in a light gold color, positioned at the bottom center of the page.

# ЛИЧНЫЙ БРЕНД АДВОКАТА



**Повышение уверенности в общении с доверителями и в суде**  
Уверенность – это способность ответить на все или подавляющее большинство вопросов по своей специализации. Возможность предложить усовершенствования, новые методы и способы достижения результата – увеличивают уверенность в себе еще больше. Поэтому выступление, дискуссирование, высказывание своего мнения в сдержанных рамках – это хороший способ «закалиться». Выступление в суде и на публике с каждым разом дают понимание – как новые навыки и приемы выступлений позволяют доносить информацию и смыслы. Чем больше выступаете – тем более уверенными становитесь. Подготовьте тему выступления, изучите ее глубже, придумайте вопросы, попросите задать вам вопросы коллег, знакомых, друзей. Разносторонние вопросы помогут дополнить ваше выступление и придадут уверенности

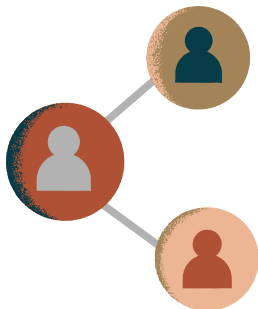
## **Личный блог – как неотъемлемая часть личного бренда**

В век цифровых технологий отсутствие личного блога у эксперта или человека, поддерживающего личный бренд, не представляется возможным. Люди должны узнавать об адвокате, его мнениях, комментариях, достижениях и работе из его блога. Это может быть личный сайт, социальная сеть или канал. При этом, поддержание блога и публикации должны быть не реже, чем еженедельными. Блог – цифровое лицо адвоката. Поэтому публикации на профессиональные темы будет интересно разбавлять с личными. Об интересах, увлечениях, событиях в жизни. Не стоит злоупотреблять мемами, массой котиков и перепостом анекдотов. Исключение: особенность позиционирования с целью привлечения доверителей с такими же ценностями



**Иди туда, где страшно – и там обретешь силу**

*Sh*



## Влияние профиля в соцсетях на личный бренд

Личный бренд предполагает единый подход к позиционированию в разных социальных сетях. Будет выглядеть довольно странно, если позиционирование адвоката как бренда с определенной специализацией на сайте одно, а в социальных сетях совершенно другое, да еще и в неприемлемом виде. Личный бренд – определенная ответственность, которая предполагает и соответствующее поведение. Посмотрите на свой профиль в социальных сетях со стороны потенциального доверителя. Удалите те публикации, которые создают о вас негативное впечатление или просто портят внешний вид. Каждая деталь при выборе из множества юристов и адвокатов будет важна потенциальному доверителю

## Какие публикации помогают привлечь доверителей

Есть выражение – продают кейсы. Оно о том, что выбор кандидатуры адвоката доверитель делает на основе того опыта и дел, которые уже успешно разрешил адвокат. Поэтому необходимо публиковать свои дела, консультации и мысли по правовым вопросам. Без указания имен, соблюдая адвокатскую тайну, но указывая, что это ваш опыт и ваше достижение, которым вы гордитесь. Не стоит публиковать в профиле адвоката информацию, имеющую религиозную, политическую или иную разновоспринимаемую информацию. Ведите блог по теме своей экспертности, не нужно осуждать или поддерживать острые темы ради популярности



**Когда адвоката рекомендуют знакомым, у потенциального доверителя, конечно есть лимит доверия. Он обязательно найдет сайт или профиль в социальной сети, где изучит и посмотрит информацию об адвокате**

# САЙТ – КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ПРОФЕССИИ АДВОКАТА



## Какие сайты влияют на экспертность

Сайт, который рассказывает об адвокате, его достижениях, наградах, увлечениях и оказываемых услугах, поможет доверителям изучить официальную информацию. То, как он выглядит, как доносится информация, заранее говорит о личности адвоката еще до первого контакта. Важно, чтобы формы обратной связи на сайте, телефоны и адреса электронной почты корректно отображались и работали. Такой сайт – базовая платформа вашей личности в Интернете и должна показывать экспертность

## Что должен содержать сайт адвоката

Сайт адвоката в обязательном порядке должен содержать название основной специализации адвоката, перечень услуг с расшифровкой, преимущества работы с адвокатом. Отдельным блоком прописывается информация об адвокате, как об эксперте, его образование, профессиональный путь, медийная активность (публикации в СМИ, участие в мероприятиях, членство в юридических сообществах). Сайт должен содержать указание на кейсы адвоката и отзывы доверителей. Особое внимание уделяется контактам и форме обратной связи с адвокатом

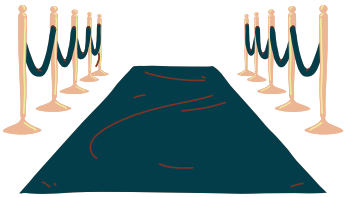


**Даже самый простой сайт – это визитка адвоката в информационном поле. Это возможность всегда и везде поделиться информацией о вас с коллегой, потенциальным доверителем или журналистами**

A stylized, handwritten signature in dark teal ink, consisting of the letters 'Sh'.

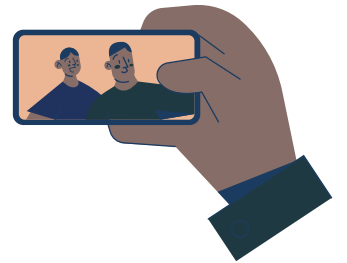
## Как попасть на публичные мероприятия

Попасть в качестве слушателя на мероприятия сейчас не представляет большого труда. Покупая билет, можно получить приглашение. В некоторых клубах проводятся закрытые мероприятия, которые требуют членства в клубе или рекомендации. Что касемо мероприятий по профессиональным интересам, то их можно посещать исходя из интересов и специализации. Для получения права выступить в качестве спикера, особенно в первые разы, необходимо иметь существенный опыт экспертности, публикаций в СМИ и действительно разбираться в теме, либо иметь пример успешного и интересного для профессионального сообщества дела



## Фото со звездами и публичность

При любом удобном случае делайте фото со звездами. Звездами могут быть как действительно известные личности, так и ваши доверители или знакомые, о которых вы хотите что-то рассказать интересное. Часто на мероприятия приходят медийные личности, которые не против фотографий с ними. Фото с известными людьми создают хорошее впечатление вашей смелости и причастности. Это наравне с экспертностью дает хорошее восприятие бренда адвоката. Появление на публике и активное ведение деятельности указывает на то, что нечего бояться, у вас сильная репутация и вы несете ответственность за свои действия и слова



**Публичность личности адвоката обусловлена его выступлениями в суде, необходимостью нести ответственность за репутацию и возможность через публичность заявить о себе и привлечь новых доверителей**

A handwritten signature in gold ink, likely belonging to the author or a representative of the organization.

# ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ



## Тема выступления

Людам интересны истории. Истории – это дела и случаи из практики, которые показывают как разрешаются те или иные вопросы. И ценность выступления в том, чтобы показать имеющуюся проблему, способы ее решения и то, как смогли ее решить вы. Это должны быть темы, интересные аудитории – коллегам, юристам или потенциальным доверителям. Идеально, если это решение прецедентно и значимо для судебной практики и доверителя, а еще и освещалось в СМИ

## Переговоры с организаторами мероприятий

Чтобы организаторы мероприятия рассмотрели вашу заявку на выступление, нужно написать свой опыт выступлений, решения нестандартных задач, профессиональные достижения и предложить интересную тему, которая будет соответствовать теме мероприятия. Если тема будет актуальная и востребована, то предложение заинтересует организаторов. Останется поработать над презентацией и выступлением, чтобы показать свою компетентность, особенно в первые разы выступлений



**Публичные выступления на конференциях, форумах и деловых завтраках или обедах – хороший показатель экспертности. Ведь туда приглашают тех, кто интересен аудитории. Выступление перед аудиторией – это проявление лидерских качеств, профессиональной компетенции и способности отдавать больше, чем получать**

# ПУБЛИЧНЫЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ



## Неудобные вопросы аудитории

Во время выступлений могут поступать вопросы, на которые у вас нет ответа, или которые являются противоположными с вашим мнением. В этом нет ничего страшного. Такие вопросы следует использовать в свою пользу. Подчеркнув, что тема интересна, поскольку возникают такие вопросы и противоположные мнения. Всегда можно указать на возможность обсуждения ответа на вопрос в индивидуальном порядке в кулуарах после выступления

## Как уверенно выступить перед большой аудиторией

Опытные коллеги знают, что выступление перед одним судьей и коллегией судей имеет различия. Для нескольких слушателей существуют иные приемы привлечения внимания и выступления. Количество людей перед которыми происходит выступление – главный устрашающий фактор. Его можно побороть. Знание темы выступления и уверенное повествование, придерживаясь плана, ровное дыхание, отсутствие спешки – то на чем стоит концентрироваться. Понимание того, что вас слышат и слушают достаточно для того, чтобы без спешки рассказывать о своей теме. Делайте паузы, они привлекают внимание и позволяют вам сосредоточиться на следующей мысли



**Перед аудиторией в несколько десятков, сотен или тысяч человек действуют те же правила и приемы, что и для нескольких судей**

A stylized handwritten signature in gold ink, appearing to be 'Sh'.

# РЕКЛАМА ИЛИ РЕКОМЕНДАЦИИ?

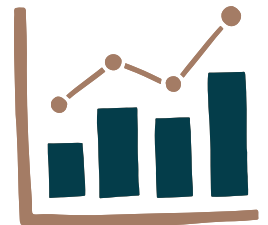


## Какие каналы рекламы существуют для юристов

Раздача визиток – наиболее простой, но действенный вариант продвижения услуг адвоката. Но этот процесс не контролируем и не дает мгновенного результата. Хотя существуют способы влияния на рекомендации, которые выдают доверители, что существенно ускоряет отклик. Реклама в интернет и социальных сетях – дает более быстрый отклик, но рекламные креативы и содержания объявлений должны быть сдержанными, соответствовать закону об адвокатуре и кодексу профессиональной этики адвоката. Лучший способ – объявления-обзоры дел из практики. Публикации в СМИ – является универсальным способом, рекламой и подтверждением экспертности. Часто по публикациям в СМИ приходят обращения от потенциальных доверителей или коллег, которые нуждаются в вашей специализации и компетенции

## Реклама без бюджета

На первых этапах развития наиболее доступным и эффективным способом без бюджетной рекламы будет запуск сарафанного радио и предложения своих услуг знакомым. Проще всего обзвонить знакомых и сообщить о своей специализации и желании помочь с юридическими вопросами. Можно отправить краткую электронную визитку с перечнем услуг и своими контактами. Попросить знакомых переслать их знакомым, которым могут быть интересны юридические услуги по вашей специализации. Этот способ хорош тем, что не требует затрат, позволяет напомнить о себе и поддержать отношения со знакомыми людьми



**Все варианты донесения информации об адвокате потенциальным доверителям могут быть применимы с соблюдением определенных принципов**



# РЕКЛАМА ИЛИ РЕКОМЕНДАЦИИ?



## Другие способы привлечения доверителей

Существует масса других способов запускать, поддерживать и контролировать рекомендации доверителей и сарафанное радио. Например, чтобы доверители сами давали рекомендации, они должны быть довольны процессом оказания им услуги и должны гордиться тем, что их вопросом занимался адвокат, имеющий статус эксперта и сильный личный бренд. Усиление сарафанного радио можно сделать через обзор дела, которое успешно завершено в пользу доверителя, но с соблюдением адвокатской тайны и без обозначения имен и наименований. Стоит помнить, что вернуть доверителя проще, чем привлечь нового. Исходя из этого рекомендаций, которые идут от доверителя, которому уже оказана услуга, будут иметь более сильный эффект, чем реклама в поисковике или социальной сети. Сложные и долгие юридические проекты требуют как длительного подготовительного этапа, так и неоднократных переговоров. В процессе таких переговоров стоит больше давать информации о себе. Это повлияет на выбор, который делает доверитель

**В процессе длительных переговоров с доверителем стоит больше давать информации о себе. Это повлияет на выбор, который делает доверитель**

*Sh*

# ПУБЛИКАЦИИ В СМИ

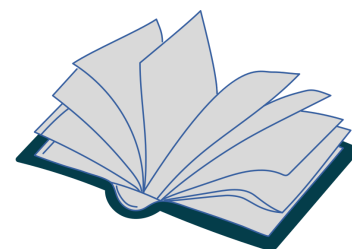


## Написание статей и книг

Делиться знаниями и опытом – это почетная деятельность, несущая много положительных моментов для автора. Держать те знания и опыт, которые мы получаем на своем жизненном пути в себе – преступно. Публикации, статьи, книги дают не только пользу читателям, но и дают нам больше знаний

## Публикации в СМИ

Не во всех СМИ стоит публиковаться. Тем более делать это за деньги. Сейчас часто приходят рассылки, где предлагают опубликовать статью в каком-то глянцево-м журнале, а то и на обложке разместить свой портрет. Следует отличать журналы и газеты, размещение в которых даст репутационные преимущества, а какие дадут обратный эффект. Наиболее известные СМИ на слуху, их читают потенциальные доверители. Публикации в них могут дать результат. А публикация в журнале или газете, которая выпущена единожды, ничего кроме инфоповода для обсуждения в соцсетях не даст. Это касается и участия в различных рейтингах и конкурсах, которые проводятся единожды ради красивой статуэтки и сертификата



**Для СМИ следует готовить хороший материал на ту тему, которая сейчас на слуху и актуальна**

*Sh*

# ПУБЛИКАЦИИ В СМИ



## Публикуемся бесплатно в топовых СМИ

В зависимости от того, как налажен контакт с журналистами и редакторами изданий, публикации в СМИ могут быть на безвозмездной или бартерной основе, либо за плату. Топовые СМИ тоже могут публиковать статьи на возмездной основе. Это не говорит о том, что они не популярны. Но интересные и резонансные темы журналисты могут брать на безвозмездной основе с указанием авторства адвоката

## Книга – как показатель экспертности высокого уровня

Написание книги не простой процесс, который требует концентрации знания и их перенос на бумагу. Написать книгу, которая будет интересна и востребована, которую захотят получить и читать – важная работа. Идеальный вариант – написать книгу, которая будет отличаться от других не только содержанием, но и формой подачи. Например, это может быть книга в виде карточек, с которой будет удобно работать и применять на практике. Или отличаться от нескольких сотен страниц тезисным и содержательным повествованием на нескольких десятках страниц



**Автор решает сам какая будет его книга**

A stylized, handwritten signature in gold ink, consisting of the letters 'Sh'.

### Важные постулаты в работе и продвижении адвоката для достижения успеха:

- постоянное саморазвитие,  
совершенствование знаний и навыков
- предпринятие и использование всех  
возможностей, которые есть для защиты  
интересов доверителей
- честность по отношению с доверителем  
ответственность за свои действия и решения
- соблюдение конфиденциальности,  
адвокатской тайны
- деловой внешний вид и стиль, позволяющий  
выделять адвоката из других
- публичное взаимодействие с коллегами и  
потенциальными доверителями