A construção de uma nova visão nas sociedades de advogados

Nestes tempos difíceis torna-se necessário ser um empreendedor jurídico, que é aquele que consegue unir pessoas com um objetivo comum e fazê-las compartilhar e acreditar em uma visão única. E aplicar as novas leis do marketing jurídico pode neutralizar essa época de transição. Vamos então a elas.

1° Toda e qualquer forma de comunicação jurídica deve estar alinhada com o código de ética e o provimento 94/2000;

2° Temos que ser melhores que a concorrência e inovar mais;

3° Ofertar o preço justo pelo serviço justo. Nem muito caro a ponto de superestimar e nem barato, desvalorizando o mesmo;

4° Quando um cliente contrata um advogado, na verdade ele está comprando a atenção e o tempo do advogado. E ele espera obter isto. Satisfaça-o!

5° O cliente quer solução, resultados e poder acompanhar a evolução de sua demanda. Todo o resto é mero detalhe;

6° A qualidade do trabalho (no longo prazo), o atendimento excelente e a visibilidade na percepção do cliente é o que determinam o sucesso;

7° Relatórios customizados serão as novas vedetes na área jurídica. A informação tem que chegar ao cliente em relatórios resumidos, objetivos, mensais e construídos em uma linguagem simples e com dados numéricos dispostos em gráficos;

8° Encurtar a comunicação do escritório com os clientes por meio de clipping setoriais, boletins informativos personalizados, evitando assim o buraco que se forma quando o advogado não tem novidade para comunicar ao cliente;

9° Não desperdiçar dinheiro em ações que não propiciem resultados;

10° Durante períodos de turbulência ser mais inovador e ousado que a concorrência. Quem espera a crise passar perde oportunidades;

11° O cliente espera estar diante de um profissional acessível e não diante de um rei e essa postura empática faz toda a diferença;

12° O serviço jurídico não pode se lastrar somente em relacionamentos pessoais, mas em resultados mensuráveis;

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.

13° O marketing jurídico é o conjunto de seus profissionais (capital intelectual), gerando exposição ética e servindo como ampliação de boca a boca, formando a **respeitabilidade, confiabilidade e resultados**.E só funciona quanto existem pessoas talentosas e motivadas que cumprem estratégias bem definidas;

14° Para existir uma comunicação jurídica efetiva a criatividade é ferramenta fundamental;

15° O marketing jurídico não cria reputação, mas auxilia de forma poderosa a sua solidificação no meio acadêmico, jurídico, social e empresarial;

16° A produção intelectual, o produto de uma sociedade de advogados, está diretamente ligada à soma de seus talentos. O conhecimento necessita ser tangilizado para o mercado por meio de teses, artigos, notícias, livros, eventos etc. Não existe sucesso jurídico sem tangibilização e para isso é preciso ser obsessivo;

17 REVOLUCIONAR O ATENDIMENTO É O PASSO ESTRATÉGICO PARA A MANUTENÇÃO DE CLIENTES. NÃO BASTA A EXCELÊNCIA. ESTE CONCEITO NECESSITA ESTAR PRESENTE EM TODOS OS SETORES DO SERVIÇO JURÍDICO A SER PRESTADO!

18° Mudanças no ambiente de mercado podem rapidamente alterar preços e tecnologias. Mas RELACIONAMENTOS PRÓXIMOS podem durar uma vida inteira;

19° O cliente não quer um super advogado, mas aquele que resolva/solucione seu caso e que o compreenda. Ele não duvida do seu conhecimento jurídico, ele duvida é que você o conheça realmente.

20° Em um mundo ideal, o produto jurídico desempenha uma função mediadora entre uma necessidade e sua satisfação. O conflito, o conforto e sua possível solução – segurança;

21° Os modelos tradicionais de criação jurídica de riqueza e administração não são suficientes em um mundo que valoriza a velocidade, o trabalho em rede e a informação.

Date Created
26/06/2004

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.