O que isso tem a ver com o meu escritório?

Muita coisa, ou melhor, tudo. O marketing jurídico é uma vertente bastante específica da ampla disciplina de marketing, sendo, na verdade, uma especialização do chamado marketing de serviços profissionais. Diferentemente dos serviços tradicionais, os serviços profissionais são caracterizados pelo relacionamento pessoal e pela relação de confiança estabelecida entre as partes envolvidas. Essa é a base do serviço prestado pelos escritórios e seus advogados e é exatamente a linha mestra que caracteriza o marketing jurídico ético.

Já bastante difundido nos Estados Unidos e no Reino Unido, mas ainda embrionário no resto do mundo, o marketing jurídico tomou corpo no Brasil, como atividade formal, há uns cinco anos. Durante esse período, aumentaram o número de reportagens, artigos, livros e eventos voltados para o marketing jurídico, ou mesmo para a gestão profissional de escritórios, assim como o número de profissionais especializados na matéria.

É, certamente, uma atividade ainda muito recente e que tem um longo caminho pela frente, principalmente se pensarmos que a resistência ainda é muito grande, assim como a confusão em torno de sua definição. Muitos consideram que o marketing não combina com a advocacia e que qualquer ação tende a infringir o Código de Ética e Disciplina ou o Provimento 94/00. Já outros acham que marketing de escritórios se resume a anúncios.

Marketing jurídico, na verdade, é uma disciplina essencial para um escritório lidar com a dinâmica do mercado e, mais ainda, com o crescente grau de exigência dos clientes. O mundo mudou muito e a advocacia praticada em escritórios também precisa mudar para se adequar à nova realidade. Caso contrário, o risco de perecer será cada vez maior. Felizmente para uns, ou infelizmente para outros, é uma tendência irreversível.

Alguns escritórios já contam com um ou mais profissionais de marketing, especialmente os de médio e grande porte. Muitos outros, independente do porte, já contam com o apoio de consultores especializados. Mas é importante ressaltar que existe um grande abismo entre o profissional de marketing tradicional e o profissional de marketing jurídico. O marketing de produtos e serviços é feito de uma forma que, se aplicada à advocacia, seria totalmente antiética. Já o marketing jurídico, quando corretamente desenvolvido por um profissional experiente, permite trabalhar a advocacia de uma forma personalizada, tomando por base o relacionamento pessoal e de confiança existente entre o advogado e seus clientes, e também seu relacionamento com potenciais clientes e o mercado em geral.

Mas o que esse profissional realmente faz? No mínimo, pode-se dizer que ele é responsável por coordenar quaisquer atividades de marketing já existentes no escritório. Isso é mais comum do que se pensa, pois advogados, de um modo transparente, realizam as mais variadas atividades de marketing: participam de eventos (networking), escrevem artigos e livros, palestram em eventos, ministram aulas, etc.. Tudo isso, do ponto de vista do marketing jurídico, é marketing. Isso, é claro, para não falar em outras ações institucionais: site na internet, patrocínios, eventos, anúncios, informativos, etc.. Geralmente são atividades que são feitas por diferentes pessoas e de forma descentralizada. Ao profissional de marketing jurídico, seja ele funcionário ou um consultor, caberá coordenar essas

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

atividades e levá-las além, desenvolvendo-as de modo mais sistematizado.

No geral, um bom profissional de marketing jurídico tem potencial para coordenar e realizar as mais variadas tarefas. Alguns exemplos básicos:

Comunicação — desenvolvimento de materiais de comunicação institucional visualmente consistentes e orientados ao cliente;

Presença na internet — desenvolvimento de um excelente site e melhor aproveitamento das diversas possibilidades de interação oferecidas pela internet;

Produção intelectual — incentivo à produção de artigos e outros conteúdos para veiculação na imprensa e na internet;

Assessoria de imprensa — incentivo à sugestão de pautas para estabelecimento de advogados como fontes para reportagens sobre determinados temas do Direito;

Relacionamento — conhecimento aprofundado da clientela levando ao desenvolvimento de relacionamentos duradouros e mutuamente proveitosos;

Desenvolvimento de negócios — incentivo ao trabalho em equipe e à chamada venda cruzada, desde que realizada com real foco nas necessidades do cliente, e incentivo à prospecção seletiva de novos clientes, com base em perfis pré-definidos e nas áreas do mercado (indústrias, por exemplo) em que o escritório tem maior atuação;

Planejamento de marketing pessoal — definição de planejamento de marketing para os advogados com base em suas aptidões;

Planejamento de marketing — definição de rumos específicos para as ações de marketing do escritório, o resultado esperado e formas de controle, dentre outros.

Enfim, um profissional de marketing jurídico pode contribuir muito para o sucesso de um escritório e de forma totalmente ética. Portanto, pare, pense e reflita sobre o seu escritório e tente visualizar os itens acima aplicados ao seu negócio. Faz algum sentido?

O importante é sempre considerar o cliente em primeiro lugar. Se ele vier em primeiro, seguido pelo escritório e a prática da advocacia, ficando os interesses pessoais de lado, o escritório irá longe.

Conforme já verificado em pesquisas realizadas junto a empresas norte-americanas e européias, a principal reclamação dos clientes de escritórios é sempre sobre a baixa qualidade do atendimento recebido. Ninguém discute ou reclama da qualidade dos serviços jurídicos, mas o atendimento é sempre apontado como um fator negativo. Não existem pesquisas desse tipo no Brasil, mas dificilmente o resultado seria diferente.

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

Logo, focar no cliente é uma grande oportunidade. Se esse foco no cliente for capitaneado por uma excelente estratégia de marketing jurídico, o resultado será um escritório com um forte diferencial para atuar no mercado.

Date Created
26/02/2007

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