



Ontem, sonhei que advocacia e marketing eram amigos

Ontem, eu tive um sonho. Sonhei que o segmento jurídico no Brasil era diferente. Estava tudo mudado. Sonhei que os escritórios jurídicos eram chamados de empresas de prestação de serviços jurídicos e a razão social não precisava mais trazer obrigatoriamente o nome dos sócios. Os cursos de Direito tinham um período inteiro dedicado à formação em administração e marketing para os futuros advogados.

As empresas de prestação de serviços jurídicos valorizavam mais o planejamento estratégico e de marketing, e por isso tinham planos bem definidos e ajustados à sua realidade e à realidade do mercado. Os planos de marketing colaboravam na fidelização dos clientes e na captação de novos, porque eram mais objetivos e os profissionais de marketing estavam totalmente comprometidos com o resultado. Nesses planos, era possível encontrar ações de vendas, assessoria de imprensa, publicidade, marketing direto e eventos.

Sonhei que era de praxe os escritórios terem uma grande área comercial e que podiam captar seus clientes de forma mais criativa, com advogados também especializados em vendas. A captação de clientes acontecia de forma direta, utilizando até o telemarketing para agendar reuniões de prospecção. Os escritórios genéricos, que oferecem de tudo, tinham acabado. No meu sonho, apenas os escritórios especializados tinham sobrevivido.

No meu devaneio, os escritórios tinham a nítida percepção de que o atendimento era um grande diferencial e o compromisso de serem especializados no negócio de seus clientes, fundamental. Para isso, tinham excelentes planos de CRM (*Customer Relationship Management*). Esses planos permitiam um registro sistêmico das características do cliente e o cruzamento dessas informações fazia de cada escritório um expert nas demandas jurídicas do cliente. Eles utilizavam várias ferramentas para intensificar o relacionamento.

No sonho, a situação acima descrita não era vista como uma grande oportunidade de concorrência desleal, pois cada escritório agregava competências múltiplas, capazes de garantir o seu espaço debaixo do sol.

Lá, no meu mundo imaginário, os advogados românticos não existiam mais. Existiam apenas profissionais do Direito, conscientes de que o mercado mudou e exige prestadores de serviços jurídicos alinhados com as tendências de mercado. E também que o cliente precisa olhar para os escritórios e encontrar mais do que advogados bem preparados, mas profissionais do Direito conhecedores da atividade fim do cliente.

No meu sonho, os advogados tinham maturidade suficiente para saber que o simples fato de exercerem o seu dom não era suficiente para garantir um escritório de sucesso. Essa maturidade era extensiva ao entendimento de que todo advogado precisa ser um grande empreendedor, não para o oportunismo capitalista, mas para garantir o reconhecimento da prestação de serviços advocatícios realizados com honestidade e excelência de qualidade. No meu sonho, esse reconhecimento não era espontâneo, precisava ser conquistado com suor.



Ontem, eu tive um sonho.

Date Created
22/01/2007