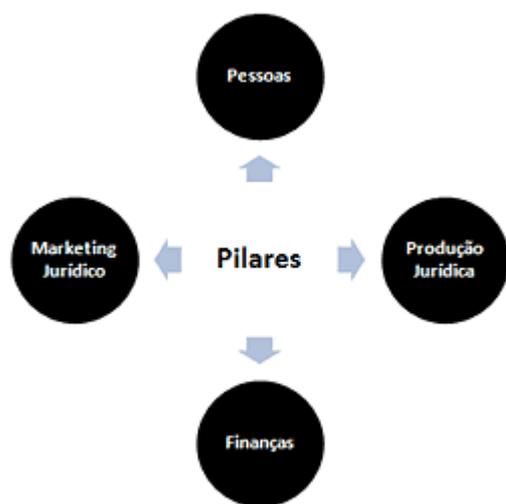


Bancas devem avaliar pessoal, marketing, financeiro e produção jurídica

Imaginar que uma banca ou mesmo um departamento jurídico possa crescer, em tempos de clientes exigentes, sem planejamento é o mesmo que acreditar na existência da mítica Atlântida. A civilização submersa foi descrita por Platão (428 – 348 a.C.), na obra Timeu e Crítias, como uma crítica à soberba e existia em sua poderosa e brilhante mente. E muitos acreditaram como acreditam que um escritório se faz como antigamente e que pode desenvolver-se sem ajuda ou um projeto de alta sustentabilidade.

É uma aposta arriscada demais e alguns pagam o preço por conta disto, muitas vezes tarde demais. Perdem pessoas importantes, clientes para a concorrência, não percebem um furo no financeiro e a organização de procedimentos não funciona. Pode ser que seja tudo junto ou pode ser em partes, mas empreendedores jurídicos não devem se dar ao luxo de aguardar acontecimentos que não tenham sua influência, o mesmo que navegar em águas turbulentas sem conhecer o rumo.

A construção dos pilares de sustentáculo para a complexa teia de desenvolvimento jurídico seguem algumas diretrizes testadas a exaustão no mercado regional, nacional e internacional – e que poucos se dispõem a enfrentar este desafio de quatro cabeças. No mundo jurídico e na advocacia de ponta, a sucessão, expansão, gestão de talentos, manutenção e captação de clientes é fruto direto de trabalho sério, comprometido e profissional. Não, ninguém está afirmando que não existe profissionalismo em sua banca ou departamento, mas insistindo que as variáveis podem e devem ser controladas por pessoas capazes de fazer isso. É difícil afirmar que podemos avançar por décadas se os fundamentos intempéris não forem previstos e controladas.



Abaixo os quatro pilares da Advocacia de Ponta:

I – Pessoas: montar o plano de carreira com mobilidade vertical e horizontal, premiar os talentos, gerenciar um plano sucessório ou acordo de sócios e propiciar qualidade de vida à equipe é uma realidade de bancas de todos os portes. Investir em treinamentos constantes, dar oportunidades, status e



recompensas financeiras atreladas à avaliação de desempenho é um fator de fenomenal motivação. Quantos talentos deixaram sua operação nos últimos cinco anos?

II – Marketing jurídico: um plano de negócios bem desenhado (com base ética) para sustentar a marca jurídica do curto, médio e longo prazo. O marketing jurídico tem o poder real de influenciar na percepção das pessoas sobre o peso intelectual de seus advogados. Posicionar no mercado correto e com o foco bem ajustado. Ser de reconhecida expertise e de alta reputação são algumas das tarefas dos projetos de marketing jurídico.

III – Finanças: os fundamentos financeiros e indicadores de desempenho nos asseguram uma gestão de custos, demonstrativos de resultados mensais, projeção de caixa de curto, médio e longo prazo e total conexão com as estratégias e o marketing jurídico da banca.

IV – Produção Jurídica: estabelece o sistema de controladoria de prazos e uma série de procedimentos de segurança quanto à gestão qualitativa e quantitativa dos prazos. Define os procedimentos operacionais, organograma funcionais e o desenho estratégico da operação jurídica como um todo.

Gestão	Nota 1 a 5	O que falta melhorar?	Quais os resultados esperados	Quem é o Responsável Direto para as mudanças?
Pessoas				
Finanças				
Produção Jurídica				
Marketing jurídico				

riáveis abaixo?

O mundo mudou, sua advocacia mudou, você mudou. Apostar no potencial do negócio jurídico faz todo o sentido, porém, com os advogados na linha de frente de criação de serviços, desenvolvimento de teses, atendendo ao cliente e consolidando o capital intelectual para o mercado. Procure delegar estes pilares para profissionais qualificados e que sirvam como suporte de apoio estratégico para você. Não existe como segurar o potencial da sua advocacia. O erro está em querer fazer de tudo e esquecer o principal: advogar.

Não existe mais volta. Estes quatro pilares tiram qualquer banca da zona de conforto e promove o crescimento sustentável da advocacia. E são estes fundamentos bem desenvolvidos que abrem caminho para a solidificação do planejamento estratégico. A ideia é multiplicar o valor da banca e prepará-la para saltos quânticos. Não existe limite para o crescimento (a não ser por práticas de má gestão). Menos que estes pilares é estar fora do grande jogo jurídico.

Date Created

06/03/2011