

Sociedades S.A.: Sucesso depende de decisões certas feitas no tempo certo

“Toma conselhos com o vinho, mas toma decisões com a água.”
Benjamin Franklin

Spacca



Construir uma gestão de alto impacto na sua sociedade de advogados é estar ligado diretamente ao poder de decisão. Porém, não se trata tão somente de tomar as decisões certas, mas que isto seja feito no tempo certo. Um exemplo é o desenvolvimento tardio do planejamento estratégico. Pode parecer inacreditável, mas centenas de sócios defendem a ideia de que planejamento se faz após o dia 20 de dezembro. Mas a realidade é outra: o tempo correto seria outubro e ajustado até dezembro com o pensamento em 2013/2014/2015.

A maior luta da advocacia é evitar o rótulo desagradável de se tornar uma *commodity*. Sendo um tomador de decisões você pode antecipar-se a isto, construir a diferenciação e a criar e executar projetos em alta velocidade.

Não podemos jamais ignorar o *timing* e a influência que ele representa em uma cadeia lógica de acontecimentos. Ser um líder de alto nível na advocacia é buscar melhoria constante e manter a excelência nos diversos aspectos da banca.

Se existe uma palavra de ordem, ela se chama *Execução*. É o que no fundo difere uma banca de outra na percepção do cliente. Não raras vezes um advogado é genial, intelectualmente brilhante, competente na gestão, mas não é reconhecido. O que adianta ser brilhante e não conseguir dar materialidade (percepção) a um projeto extraordinário?

Os problemas residem mais na gestão de tempo, nos métodos de delegação e desenvolvimento de novas ideias do que o refinamento intelectual. Novamente é o tempo das coisas e a capacidade de colocar e executar projetos que faz toda a diferença. Não pense demais — faça. Se seus instintos apontarem para uma determinada direção — siga-os.



Matriz simplificada de decisão

É comum imaginar que desenvolver um plano é altamente complexo. Dependendo do que estiver em jogo é mesmo, mas um simples modelo como a matriz abaixo resolve muitos problemas, estabelece um cronograma de execução para que cause o impacto que um escritório está se movimentando deseja. Não existe uma regra exata — mas é básico uma dose de coragem para fazer acontecer — mesmo que às vezes possamos errar. Quem não erra, jamais será uma banca renomada ou possuirá uma marca pessoal de alto nível.

Então, é melhor partir para o ataque ao invés de esperar passivamente os acontecimentos.

Tema	O que?	Por que?	Quando?	Como?	Quem?
A					
B					
C					
D					

Matriz exemplo de decisão

Para 2013, sugerimos que você trabalhe com o quadro abaixo. Nele você pode preencher a coluna de metas e resultados esperados. É um modelo simplificado, mas irá ajudar e muito o seu projeto. O marketing jurídico tradicional utiliza 5 ações a serem desenvolvidas e cada uma com seu cronograma (início/fim), quem será o responsável e os resultados esperados. Este modelo pode ser aplicado a diversas outras questões do escritório.

Tema	Comentários
Mercado Jurídico	Fornecer a alta expertise para a carreira jurídica e para a carreira jurídica.
Mercado Convencional	Estabelecer o foco, as estratégias de serviços e a linha de informações críticas a serem acompanhadas para gerar serviços personalizados
Concorrência	Abastecer o profissional com ideias de advocacia regional, nacional e internacional.



Com foco bem definido podemos eleger a prioridade de cada assunto e desenvolver o plano de execução. O segredo está na capacidade de tomar decisões, que está diretamente relacionada com a organização da informação, das variáveis e da visão de curto, médio e longo alcance. Este modelo de raciocínio para montar as estratégias devem ser os mesmos.

O tempo das coisas é que define os vencedores no meio jurídico e quanto mais postergarmos as decisões, maior a probabilidade de ficarmos para trás na grande guerra por espaço e posicionamento que a advocacia moderna se tornou. É o *timing* da gestão legal que pode ser prejudicado por falta de reuniões bem conduzidas, por sócios que travam as estratégias, por desalinhamento de objetivos. E o preço disto é deixar de crescer e se desenvolver por demorar demais para reagir às demandas do mercado.

Date Created
30/11/2012