



Compromisso e obstinação são práticas de escritórios bem sucedidos

Cada sócio de escritório gostaria de ter uma fórmula mágica para o sucesso.

Obviamente isto não existe é claro, mas há certas práticas (boas práticas), que despontam nos escritórios mais bem sucedidos e servem de inspiração para as mudanças. Estes escritórios adotaram ações para garantir que seus clientes tenham uma prestação de serviços mais consistente e mais próxima de suas necessidades. Em resumo, o cliente espera por resultados e os escritórios jurídicos devem se adaptar em dar respostas mais rápidas e assertivas.

A maioria destes escritórios também adotou um propósito de valor específico, uma missão. Sabem exatamente o que os diferencia no mercado, têm seu DNA claramente definido e mantêm seus advogados focados em valores institucionais associados com a obstinação em atender bem o cliente.

Isto não significa que o cliente tem razão o tempo todo. Não, o cliente não é rei. Ele é simplesmente o cliente!

Agora, entregar o que prometeu no prazo, a preço justo, ser cordial, tornar a parceria prazerosa, são atribuições de qualquer profissional. Isto não é marketing, não é “CRM”, e nem deveria ser um diferencial de seu escritório. Isto é básico

As boas práticas dos escritórios mais bem sucedidos :

- a) Entregar o que prometeu consistentemente;
- b) Sistematizar o escritório e integrar o cliente ao dia a dia através de um sistema eficiente, de forma a agilizar o acesso a informação, o que traz ainda mais transparência para as relações, o que é uma evolução natural da sociedade digital;
- c) Tornar-se “Conselheiro-Amigo” do cliente, estabelecer uma parceria verdadeira, com um espírito comprometido em ajuda-lo, porém sem perder o profissionalismo;
- d) Surpreender o cliente sempre, fornecendo-lhe teses jurídicas arrojadas, plano de redução de passivo processual, pareceres assertivos, conteúdo intelectual, tais como artigos jurídicos, e ainda, antecipar assuntos que lhe afetem. Apresentar relatórios gerenciais assertivos, claros e impactantes, além de investir na disseminação do conhecimento entre seus pares, colaboradores e clientes, através de workshops e palestras direcionadas aos temas da atualidade no universo jurídico e econômico.

Todos sabem da velha máxima: “retenção de clientes é sempre menos oneroso do que conquistar e desenvolver novos”. Então, qual é a recompensa por tudo isso?



Muitos dos escritórios que se institucionalizaram, ou seja, aplicaram as tais boas práticas de gestão estratégica, registraram um crescimento sustentável e alcançaram um lugar ao sol. Não apenas no sentido financeiro, mas na consistência e legitimidade de sua marca.

Alguns podem pensar que há muito de utopia nisto, ou que na prática isto acaba se perdendo com os problemas, prazos, stress do dia-a-dia, falta de mão de obra qualificada. Por este motivo, há que ter um compromisso, uma obstinação, tem que ter formação específica de profissionais, separação dos clientes e atendimento personalizado àqueles que são diferenciais dentro do negócio, os chamados “VIP’s”, saber o “custo” de servir e seguir acreditando que, quem aplicou estas boas práticas está em um patamar muito mais interessante e consistente no que diz respeito ao sucesso!

Date Created

20/09/2012