



Emilia Silva: Contencioso de volume precisa de atenção ao trivial

“Expert é um sujeito que tem medo de aprender qualquer coisa nova porque senão ele não será mais um expert”. Harry S. Truman.

“Lucro é produto das coisas bem feitas”. Philip Kotler.

“Você pode sonhar, projetar e construir o lugar mais maravilhoso do mundo. Mas precisará de pessoas para tornar o sonho realidade”. Walt Disney.

As três citações não estão nesse artigo por acaso. Simplesmente, porque retratam realidades que estão no contexto da emoção do escritório responsável por gerir o contencioso de volume de uma grande empresa/cliente.

Emoção por viver e buscar sentido na arte de ser um expert a cada dia e em cada novo aprendizado sobre o negócio do cliente e o melhor formato para diminuir os seus custos, manter a sua imagem em alta, evitar novas ações e reduzir o número das já existentes. E o mais importante: facilitar a vida do advogado interno no compliance da gestão jurídica.

Tudo isso, atento para ter excelência no trato das questões mais triviais, sem perder o rebolado de se reinventar, toda vez que perceber uma carência nunca ou pouco explorada no universo das necessidades da empresa com demanda de volume.

Não perder tempo em reinventar a roda, mas estar pronto para entender e profissionalizar todo atendimento e serviço que represente lucro e solidez na imagem do cliente, pois somente assim conseguirá perpetuar os bons resultados de hoje, por meio de uma prestação de serviço que seja contributiva e duradoura. Lucro é produto de coisas bem feitas!

Buscar colaboradores e parceiros não menos emocionados com a arte de atuar no contencioso empresarial de volume é uma tarefa desafiadora para os escritórios gestores terem sucesso na realização dos seus objetivos e metas, em um mercado mutante, competitivo, cheio de desafios e conteúdo diversificado. Passar essa emoção para a equipe é o que de fato fideliza, evita o turn over de colaboradores e os torna verdadeiramente felizes, por compreender a importância da sua atuação como craque de um time que tem como meta encantar o cliente e torna-lo um fã incondicional.

Definir o que é trivial na gestão de volume, porém não distanciá-lo da excelência, é fundamental. Isso significa nunca duvidar de que as rotinas do dia a dia do contencioso massivo, apesar de aparentemente simples, quando mal executadas são suficientes para fulminar as metas traçadas pelo jurídico corporativo. Da mesma forma que achar que o jogo está dominado é ilusão. Não basta identificar necessidades e criar procedimentos padrões. É preciso revisar, reinventar, ouvir as críticas do cliente, estar atento às medições dos controles e resultados internos. Enfim, ter a grandeza para tornar-se um expert diário naquilo que faz.

É sabedoria entender que criar diferenciais inovadores de atuação nesse universo, antes de tudo, exige



vencer os desafios do tempo de estrada e alcançar a maturidade na gestão do rotineiro na demanda de volume, evitando atropelar etapas, criar ilusões de atuação. Isso significa dar segurança e ser responsável com a confiança do cliente que delega ao escritório, um passivo provisionado de grande valor para gerir.

Agregar valor nesse contexto deve reunir valores como confiança, respeito e responsabilidade com a imagem da empresa cliente, e isso vai além de um preço baixo ofertado. Passa pelo domínio absoluto de todas as vertentes, inclusive da melhor interface com as áreas internas da empresa, no apoio aos escritórios que atendem à demanda de volume. Passa pela responsabilidade na precificação do serviço, pois isso é sinal de segurança na contraprestação.

Exige ter uma equipe motivada e apaixonada pelo que faz, pois essa é a forma mais eficiente e rápida do escritório ser um aliado contributivo na melhoria dos resultados e no alcance das metas do jurídico corporativo. Finalmente, pede que o escritório saiba lidar com as oscilações empresariais, o que muitas vezes significa mudar cenários internos na banca: procedimentos, teses, políticas de acordo e até equipe de atendimento e estruturação do fluxo de caixa do escritório, para melhor recepcionar um contrato de volume.

É uma verdade, que mesmo alegando margem curta de lucratividade, torna-se cada vez maior a quantidade de escritórios de advocacia “guerriando” pela fatura mensal de um cliente de volume. O esperado, é que os gestores corporativos sejam habilitados e se aperfeiçoem nos critérios para avaliar a maturidade e capacidade real de gerar resultados positivos, na hora de contratar ou substituir um escritório de advocacia. Isso nem sempre coincide com preço baixo ou com uma mega estrutura nacional. Bom seria ter um exame nacional de avaliação para atuação no contencioso empresarial de volume. Como será que estaria o ranking de aprovação?

Date Created

08/07/2014