



## Advogado americano ensina colegas a detectar maus clientes

Recusar clientes ruins também é uma maneira de receber bons honorários. Essa é a provocação que o advogado e professor de Direito Randall Ryder publicou em artigo no site *Lawyerist* e que, obviamente, reflete uma forma tipicamente americana de encarar o lado financeiro da profissão.

Ele se justifica. Os bons clientes irão aprimorar suas qualificações jurídicas, seu conceito profissional e seus honorários. Os maus clientes vão arruinar sua reputação, danificar sua prática, levá-lo a questionar suas próprias qualificações profissionais e, no final das contas, representarão os piores honorários que você já recebeu — se é que recebeu.

A ideia de que “dinheiro é dinheiro” não se aplica na advocacia, ele diz. “Os maus clientes têm uma competência extraordinária para drenar seu tempo e sua energia, gratuitamente. Você não tem como cobrar deles por reuniões após o expediente ou nos fins de semana e nem mesmo pelo estresse que causam”, afirma.

Você não pode cobrá-lo por perder uma hora explicando o que já escreveu em e-mails ou cartas, que ele não leu. Não pode cobrá-lo pela raiva que passa, nem pela noite mal dormida, por causa de uma cliente que não lhe dá sossego nem nas horas de descanso, diz o autor do artigo.

Para ele, a representação de maus clientes pode resultar na perda de bons clientes. A lógica é simples: se você esgota seu tempo e suas energias com maus clientes, se está muito ocupado, lidando com clientes problemáticos, não haverá espaço em sua prática para bons clientes.

“É difícil admitir isso, mas eu sei que é assim porque já aconteceu comigo”, ele conta. A fadiga mental se torna maior do que você se dá conta. E quando você lida com alguns maus clientes, os bons clientes passam a parecer maus clientes. Os maus clientes corroem sua capacidade de avaliação”, ele escreve.

### Piora antes de melhorar

Quando uma pessoa contrai um vírus e começa a ficar doente, ela tende a pensar que vai dormir e vai acordar melhor. Porém, é mais provável que ela acorde pior. Muitos advogados tendem a pensar da mesma forma, em relação a maus clientes. “Não tem como ficar pior. Daqui em diante, vai melhorar. Pode ser que as três reuniões que não compareceu se devem realmente a emergências. A partir de amanhã, ele vai responder telefonemas e e-mails”.

É claro que isso não acontece. Nesse caso, espera-se que o contrato com o mau cliente prescreva um remédio mais forte para tais situações: um dispositivo que preveja a terminação do contrato se tais e tais coisas acontecerem. E espera-se que o advogado tenha coragem de usar esse dispositivo, aconselha.

### Sinais claros

O advogado diz que o lado bom de haver lidado com maus clientes, no passado, é que ele aprendeu com seus erros. Desenvolveu percepções — ou intuição — e aprendeu a identificar sinais de alerta, quando um desses clientes aparece em seu escritório ou telefona.



“Alguém telefona e começa a falar sobre o melhor caso do mundo. Mas, no meio da conversa, minha intuição me diz que há algo errado. E quando minha intuição diz não a um cliente, eu digo não a ele”, afirma o advogado.

Mas não é preciso confiar inteiramente na intuição. O advogado pode prestar atenção nos sinais de alerta que ele aprende a perceber com sua própria experiência ou com a experiência dos outros. Ele colecionou alguns alertas de sua própria experiência e os passa aos colegas:

- O cliente deixa um recado de que tem uma emergência jurídica e então não atende suas chamadas por seis dias;
- Quando você retorna uma chamada, ele não sabe quem você é, porque ligou para uma dezena de advogados diferentes;
- Deixa um recado dizendo apenas que tem “um grande caso” para você, sem qualquer outro detalhe, e que você precisa ligar para ele imediatamente;
- Envia quatro e-mails com documentos, antes mesmo de falar com você;
- Marca e remarca reuniões em que não comparece;
- Explica a você como a lei funciona;
- Diz que já contratou um advogado anteriormente, mas que resolveu tentar você;
- Conta uma história por telefone e outra pessoalmente, na reunião;
- Faz muitas perguntas sobre sua vida pessoal, afirma que podem ser grandes amigos e o convida para ir a algum lugar.

Se o advogado, por qualquer razão, se sente compelido a aceitar um mau cliente, pode fazê-lo, mas sem se enganar. Não pode jamais acreditar, se convencer ou a ter a ilusão de que pode transformar um mau cliente em um bom cliente. Melhor se preparar para enfrentar duas batalhas: uma na Justiça e outra com o próprio cliente.

Para situar a situação do autor, ele se dedica a processar empresas de cobrança que ameaçam consumidores, defende consumidores em ações movidas contra eles por empresas de cobrança, defende estudantes com problemas para pagar mensalidades das universidades e é um “advogado instrutor” da Faculdade de Direito da Universidade de Minnesota.

**Date Created**

20/10/2015