Consultor destaca quatro pontos para primeira reunião com cliente

Nos EUA, apenas 15% das pessoas que querem contratar um advogado colocam o valor dos honorários como um fator com peso total em suas decisões. Do restante, a maioria também leva os custos em consideração, mas ponderam outros fatores.

E os possíveis clientes ficam confusos ao pensar em honorários, porque lhes parece que os argumentos dos advogados parecem padronizados. Quase todos fazem os mesmos tipos de marketing, oferecem os mesmos serviços e conversam com eles da mesma maneira, diz o consultor Stephen Fairley, em um artigo para o *Rainmaker Blog*.

O mercado já está excessivamente competitivo. Ele diz que existem, nos EUA, cerca de 1,3 milhão de advogados. Isso significa que há um advogado para cada 238 pessoas — contando, inclusive, as crianças.

Em suas devidas proporções, esse é um fenômeno que ocorre em todas as cidades de médio e grande porte no mundo. E isso tende a fortalecer a concorrência baseada em “preços”.

Assim, hoje, não basta ao advogado ser inteligente, competente e ter capacidade e disposição para oferecer um ótimo serviço jurídico aos clientes. Tudo isso é importante, é claro, mas, na primeira reunião com o cliente, o que o advogado precisa fazer é se destacar na multidão.

Isto é, ele precisar se diferenciar dos concorrentes e dar ao cliente razões para escolher ele e não outro. Se o advogado não se diferenciar, será percebido como uma “commodity” pelo cliente. E se for percebido dessa forma, terá dificuldades para, por exemplo, negociar honorários.

Então, quais são os assuntos importantes que o advogado deve discutir com o possível cliente, na primeira reunião? São as informações que o cliente realmente quer saber, como:

1. Que **soluções** o escritório poderá oferecer para seu problema (uma vez que o advogado tenha apurado, primeiramente, qual é o problema);

2. Que **benefícios** ele terá por trabalhar com seu escritório (telefonemas sempre serão atendidos ou retornados, e-mails sempre serão respondidos, respostas sempre serão dadas, seu caso será tratado com toda atenção, prazos serão cumpridos etc.);

3) Que **resultados** o escritório já obteve em casos semelhantes (uma espécie de estudo de casos, para deixar o cliente confiante no sucesso de seu próprio caso);

4) Que **valor** o escritório atribuirá ao relacionamento — os clientes esperam mais que uma solução para seus problemas; esperam desfrutar o relacionamento com seus advogados.

A primeira reunião com um possível cliente é muito importante, porque é parte da estratégia de marketing do escritório e pode fazer toda a diferença entre a assinatura de um contrato ou não.

Date Created
06/09/2015

2023 - www.conjur.com.br - Todos os direitos reservados.