

## Advogado deve fazer cliente perceber seu valor, sugere consultora

Valor é uma palavra com múltiplas acepções, como se sabe. Há um sentido que denota uma percepção. É o caso do valor percebido pelo cliente dos serviços que um advogado competente pode lhe prestar. Mas o valor dos honorários do advogado não é uma percepção. É a dura realidade. Esse valor-custo é o que permeia a maioria das negociações, quando alguém quer contratar um advogado.

123RF



Advogado deve saber mostrar ao cliente que é o mais indicado para resolver seus problemas.  
Reprodução

Mas não deve ser assim. O advogado tem de ajudar o cliente a perceber o valor de seus serviços, em termos de benefícios para ele.

Em todo o relacionamento com clientes, o advogado deve se lembrar do conselho dos Novos Baianos: “Chegou a hora dessa gente bronzada mostrar seu valor”. Só assim a negociação de honorários pode ser um parto sem dor. Mesmo que o cliente se preocupe com os custos, ele também anseia por uma solução para seu problema jurídico.

É por aí que qualquer conversação deve se encaminhar, para não desandar. O cliente tem de pensar no valor-benefício do advogado, do escritório, dos serviços jurídicos, antes de calcular, por ele mesmo, o custo-benefício.

Mas basta isso para um advogado mostrar seu valor? A consultora Amy Larson, que há 17 anos trabalha com marketing para escritórios de advocacia, diz que “mostrar valor” implica um conjunto de estratégias e hábitos que deve ser adquirido e praticado pelos advogados. Em um artigo para o *Above The Law*, ela descreve alguns indicadores de valor, na percepção de clientes:

### “Valor” sob a perspectiva do cliente

Não importa o que você pensa sobre o valor de seus serviços e de sua expertise. A verdade é que a única coisa que importa é o que seu cliente pensa. Os clientes definem valor de maneiras muito diferentes – e o custo é apenas uma delas. Quando um cliente contrata um advogado, ele leva em consideração a confiança que sente na qualificação, nos conhecimentos e na competência dele. Mas também pode



considerar outros fatores, como criatividade, persistência, capacidade de resistência, compreensão, compaixão, lealdade, honestidade, sabedoria, atenção e outras qualidades pessoais e profissionais. Se ele ligar algumas dessas qualidades à perspectiva de solução de seu problema, ele irá se focar no valor percebido do advogado e seus serviços, não ao custo.

### **A psicologia do valor de um advogado**

As pessoas contratam um advogado quando têm um problema ou, em alguns casos, quando não querem ter problemas. E pagam os honorários do advogado, porque supõem que ele é o guardião das soluções jurídicas. Mas não é só por isso que pagam. Elas pensam que pagam o advogado por outras capacidades indiretas, com ouvir o problema, entender o problema, explicar como e quanto esse problema pode afetar suas vidas e mostrar que ele pode ser o advogado certo para resolvê-lo. Para muitos clientes, um problema jurídico é uma batalha que eles não podem ganhar sozinhos. Por isso, precisam de um guerreiro advogado que esteja disposto a lutar por eles. E entendem que vão colocar seus destinos e seus futuros nas mãos desse guerreiro.

### **O relacionamento advogado-cliente**

Como em todos os bons relacionamentos, um relacionamento funcional entre advogado e cliente se baseia em confiança. O cliente precisa se sentir seguro sobre a qualificação do advogado, de que ele entende seu problema e tem uma solução (ou pelo menos uma estratégia) e de que o advogado vai trabalhar arduamente em seu favor. No início de um relacionamento, o cliente busca sinais de que pode confiar no advogado e de que ele irá cuidar de seu caso diligentemente. Assim, o advogado deve lhe fornecer esses sinais: informá-lo sobre o progresso do caso frequentemente, ajudá-lo a entender seu caso, tranquilizá-lo tanto quanto possível, aconselhá-lo, encaminhá-lo para um colega especialista quando for necessário. Ou seja, fazer tudo o que for preciso para estabelecer as fundações da confiança.

### **Administração de expectativas**

Os clientes têm uma expectativa muito alta da intervenção do advogado em suas vidas. Às vezes, alta demais. É uma responsabilidade do advogado manter as expectativas dos clientes bem atadas à realidade. Surpresas desagradáveis são as maiores exterminadoras de valor nessa profissão. Por isso, seja muito claro e preciso sobre o que você pode fazer e o que não pode, quais são as probabilidades de sucesso, quais são as opções, quanto tempo vai demorar, quais as provas, fatos, testemunhas, documentos que deverão ser apresentados.

“Em caso de dúvida, siga a regra: não prometa mais do que possa cumprir, sempre cumpra mais do que prometeu”, escreveu a consultora. Afinal, a advocacia não é um cargo eletivo.

### **Qualidade *versus* quantidade, *versus* eficiência**

Não importa qual seja o valor de seus honorários, o cliente sempre quer tudo: qualidade, quantidade e eficiência. E mais que isso: querem que você tenha conhecimentos, especialização e competência para conseguir o que precisam. Mas o que precisam é entender que seu brilhantismo jurídico não é – e não pode ser – instantâneo. Pode tomar tempo, porque é preciso investigar, pesquisar, analisar, etc. Quanto tempo? A experiência é a melhor conselheira. De qualquer forma, o cliente precisa perceber, para atribuir valor a seu trabalho, que terá uma representação competente, dentro do tempo razoável que o sistema permite.

### **Comunique-se com frequência**



---

Uma forma de compensar a demora dos procedimentos judiciais é a de comunicar ao cliente em que pé está seu caso, com alguma frequência. Isso pode tomar apenas um telefonema rápido ou um e-mail curto. O cliente não pode se sentir “abandonado”. Assim, comunicações abertas, transparentes, honestas, com alguma frequência, são muito importantes para manter o valor em alto nível. O cliente deve saber que você está trabalhando arduamente por ele, que está atento para os prazos, o que está fazendo e por que. Comunique-se, nem que for para dizer o que está esperando e qual será a próxima etapa. (Nos EUA, alguns escritórios atribuem essa função, em parte, a paralegais.)

### **Valorize o tempo do cliente**

Você certamente espera que o cliente não o faça perder tempo. Quer que ele valorize seu tempo. A recíproca é verdadeira. Seja pontual, organizado, profissional e esteja sempre preparado para informar e responder perguntas. Se você cumpre essas obrigações diligentemente, o cliente irá assumir que você cuida dos casos dele da mesma forma.

### **Seja honesto**

Uma das coisas que os clientes mais valorizam em um advogado é a honestidade – mesmo que seja a verdade nua e crua ou que sejam más notícias. Os clientes dão valor ao fato de que você é sincero e não tenta dourar a pílula. A honestidade cria confiança e credibilidade, qualidades que são especialmente necessárias quando as coisas não vão bem.

### **Pergunte para saber**

O valor que os clientes lhe atribuem está acima do valor de seus honorários. Ele se estabelece com base na qualidade dos serviços que você presta, em quem você é, como você age e no desenvolvimento do relacionamento. Para avaliar a satisfação do cliente, é preciso lhe fazer perguntas – não necessariamente diretas. Pode-se perguntar (ou discutir com o cliente), por exemplo, o que lhe parece a estratégia que estão seguindo, se concorda que vale a pena fazer isso ou aquilo, se lhe parece bom o que foi conseguido até agora. Após o resultado final de um processo, pode lhe perguntar se acha que foram feitas as coisas certas ou se acha que alguma coisa poderia ter sido feita de outro jeito. Ao final, de uma maneira apropriada, mencione que tem de fazer o melhor que pode porque advogados vivem de indicações.

### **Date Created**

23/11/2017