

Seminário: Planejamento e Marketing para advogados.

19/08/2002

A estagnação econômica deste ano deve repetir-se no ano que vem. Novamente, contudo, o machado da recessão não deve se abater com igual crueldade sobre todos. Quem souber como enfrentar a situação, terá menos prejuízos. Ou mesmo lucros.

No próximo dia 20 de setembro, em São Paulo, o seminário **Planejamento e Marketing — Estratégias de Crescimento para Escritórios de Advocacia**, propõe-se a oferecer soluções para quem quer encontrar o caminho para ter mais rentabilidade com menos custos.

Foco

Entre os dilemas a serem explorados estão a dicotomia entre especializar-se ou oferecer serviços nas mais diferentes áreas de atuação; as vantagens e desvantagens da diversificação de perfil de clientes; as opções bem sucedidas e as que têm trazido problemas à maioria dos escritórios.

A palestra e o *workshop* estarão a cargo da especialista **Anna Luiza Boranga**, a quem coube colocar nos trilhos de mais de uma centena de escritórios do país e que dá cursos de Gestão de Serviços Jurídicos na Fundação Getúlio Vargas de São Paulo e no Ibmecc do Rio de Janeiro. A promoção é da Revista **Consultor Jurídico**.

Nichos

Uma das questões desafiantes dessa discussão diz respeito à opção pelo crescimento. Um estudo feito nos Estados Unidos mostra que nos últimos 7 anos, as maiores firmas dobraram de tamanho (de um número médio de 685 advogados passaram para 1.220 por escritório). Não com o mesmo número de profissionais, mas na mesma proporção, o fenômeno foi idêntico no Brasil.

Nos dois países, contudo, houve outra semelhança. Parte das firmas mesmo maiores, mantiveram a mesma rentabilidade. Algumas cresceram de tamanho e encolheram os lucros.

A reflexão sobre o planejamento adequado proposto por Anna Luiza Boranga tem esse sentido: o de alertar para armadilhas que levam a crer na ilusão de que basta ter muitos clientes e muitos advogados para atendê-los que o futuro está garantido. “É preciso pensar em termos de economia de escala e distinguir quando determinadas opções podem oferecer mais problemas que soluções”, afirma a especialista.

Para obter outras informações sobre o seminário **Planejamento e Marketing — Estratégias de Crescimento para Escritórios de Advocacia**, clique [aqui](#).

Fonte: https://conjur.jumps.com.br/2002-ago-19/seminario_planejamento_marketing_advogados/