



Advogado, conheça o cliente. Ele pode ser seu amigo

06/03/2007

A advocacia é uma das mais antigas profissões da história da humanidade. Segundo Lobo¹: “A advocacia, como defesa de pessoas, direitos, bens e interesses, teria nascido no terceiro milênio antes de Cristo, na Suméria, se forem considerados apenas dados históricos mais remotos, conhecidos e comprovados”. Assim se tem conhecimento de que a prática da advocacia era efetiva.

No início do exercício da profissão, tudo era bem diferente. Os advogados chamavam seus clientes pelo nome, conheciam todos os casos de cabeça, conheciam suas particularidades. Os clientes não se tornavam amigos, os amigos é que se tornavam clientes. E mais: sabiam quanto cada cliente poderia pagar, quais as suas preferências quanto à forma de pagamento. Dessa forma, os serviços eram personalizados ao máximo para atender as necessidades dos “amigos”.

Naquele tempo, a fidelidade realmente existia, até mesmo porque ainda não se pensava em atendimento e produção em larga escala. A probabilidade de um cliente mudar de advogado era muito remota. Acontecia apenas caso não houvesse uma prestação de serviço com competência e honestidade.

Mas como isso era feito? Com super técnicas de gestão? Não, acontecia instintivamente. Os advogados já sabiam, naquela época, que, ao atender especificamente as necessidades jurídicas de seus amigos, eles criariam vínculos duradouros, garantiriam a sua sobrevivência e ainda conseguiriam novos clientes. Utilizavam o conhecimento sobre seus clientes para fidelizá-los e robustecer o seu negócio.

Com o advento da revolução industrial e o surgimento da produção em larga escala, começou-se então a se ter uma preocupação exacerbada com a prestação de serviços para o maior número possível de clientes. É indiscutível que a produção em massa criou uma grande riqueza e trouxe níveis nunca vistos de prosperidade a muitas regiões do mundo.

Mas houve conseqüências, principalmente para o segmento jurídico. Muitas são as mudanças que o segmento jurídico vem sofrendo desde o seu início, principalmente na última década. Dentre as diversas mudanças que vem nos assolando, a que considero uma das principais é a relação do advogado/escritório com seus clientes.

O CRM (Gestão do Relacionamento com os Clientes) e a gestão Um a Um não são modernidades nem mesmo “invenções da moda”, como algumas pessoas acreditam. Muito pelo contrário, representam o resgate das melhores práticas de relacionamento com os clientes, realizadas no início da advocacia. E essas práticas, antigas, dizem respeito ao conhecimento específico e aprofundado sobre a clientela, gerando uma continuidade natural na relação.



Diariamente, diversas empresas são criadas em nosso país. Milhares de pessoas atingem a maioria e a independência financeira, ou seja, a fonte que jorra clientes se renova todos os dias. Você ou seu escritório já encontrou seu grupo de clientes?

Se cada escritório encontrasse um grupo de clientes e se dedicasse a atendê-los com excelência, provavelmente a concorrência não estaria tão acirrada. Os clientes estariam mais satisfeitos e os escritórios teriam uma administração financeira mais estável.

Infelizmente, o mercado mudou e carece de um plano emergencial para conter as suas anomalias. A minha sugestão é que você comece a focar mais em seus clientes, a registrar e analisar suas características e a identificar suas necessidades atuais e futuras. Em outras palavras, passe a respeitar as individualidades de seus clientes e desenvolva soluções sob medida. Crie um vínculo onde o benefício seja mútuo e a relação duradoura.

Mas, para isso, o primeiro passo é olhar para cada um de seus clientes e saber exatamente quem é quem. Talvez alguns deles possam se tornar seus amigos.

Nota de radapé

1 — LÔBO, PauloLuiz Netto. *Comentários ao Estatuto da Advocacia e da OAB*, 3ª ed. ver. e atual. São Paulo: Saraiva 2002. p. 3.

Fonte: https://conjur.jumps.com.br/2007-mar-06/advogado_conheca_cliente_ele_amigo/