



Escritórios de advocacia precisam criar rede de indicações, diz consultor

21/08/2011

Que a melhor maneira de conquistar novos clientes é por meio de indicações, todos sabem ou já ouviram dizer. Mas só as bancas bem sucedidas sabem, por experiência própria, que a construção de uma rede de indicações deve ser um trabalho de rotina de toda firma de advocacia, como a própria prática. "É um trabalho que exige planejamento, dedicação, persistência e paciência, porque indicações não caem do céu", diz o consultor americano de gerenciamento de escritórios de advocacia, Joel A. Rose. "As firmas precisam alocar tempo e recursos para a criar uma rede de indicações", diz.

O consultor diz que a construção de uma rede de indicações deve ser atacada em duas frentes bem distintas. A primeira é a própria comunidade jurídica: advogados, departamentos jurídicos de empresas e grandes bancas são ótimas fontes de indicação. A segunda frente é a formada por não advogados: os atuais clientes satisfeitos da firma ou qualquer pessoa com influência sobre um cliente prospectivo. Em qualquer dos casos, é mais provável que uma indicação favoreça uma banca com alto nível de especialização do que uma "clínica geral".

Indicações por outros advogados

Por que um advogado, um departamento jurídico de uma empresa ou uma grande banca indica outra firma de advocacia para um cliente — muitas vezes o próprio cliente? Por duas razões, basicamente: por causa da especialização em alguma área jurídica ou por causa de situações de conflito de interesse. Grandes bancas têm mais problemas de conflito de interesse e, portanto, elas podem ser a principal fonte de indicação de bancas menores. Na ponta da especialização, as butiques jurídicas, que se fortalecem nesse modelo, certamente serão as mais beneficiadas, desde que elas se dediquem a divulgar, com consistência, a sua expertise jurídica em uma ou duas áreas relacionadas, diz o consultor.

Para ele, a divulgação da expertise é um ponto fundamental para o sucesso. "Todas as partes da comunidade jurídica que podem ser boas fontes de indicação precisam, primeiro, saber da existência e da especialização da firma. Segundo, que a firma tem interesse em aceitar indicações nas áreas especificadas", explica. A primeira coisa a fazer, então, é identificar as partes da comunidade jurídica que podem fazer isso. E, depois, descobrir uma maneira de abordá-las apropriadamente.

De uma maneira geral, isso tem a ver com networking (a formação de relacionamentos profissionais) e existem várias ideias para se fazer isso. Uma delas é a participação ativa dos sócios da firma nas atividades das organizações de advogados, especialmente em comissões. Escrever para publicações sobre temas relacionados à especialização da banca, divulgar o trabalho por meio da imprensa, lecionar em programas de estudos jurídicos continuados, listar-se em diretórios jurídicos e participar de eventos da advocacia também ajudam a desenvolver relacionamentos e a tornar a banca mais conhecida.

Nas indicações por causa de conflito de interesses, há cinco recomendações a serem observadas, para se manter um bom relacionamento com quem indica, quem é indicado e o cliente, diz Joel Rose. Veja quais são eles:

- 1) O cliente sempre vai voltar a falar com o advogado que fez a indicação, quando precisar de mais serviços jurídicos relacionados à mesma matéria ou a qualquer outra.
- 2) Não se pode esquecer que existe uma outra relação cliente/advogado envolvida na questão e que deve ser respeitada. Por exemplo, o indicado não pode, em hipótese alguma, dar qualquer impressão de que está tentando "piratear" o cliente do advogado ou organização que o indicou.
- 3) Prestar um bom serviço, já na primeira oportunidade, é uma maneira excelente de reforçar a rede de indicações. Isso reforça a posição do advogado que indicou, como a do indicado. Todos os esforços devem ser feitos para que o cliente fique satisfeito — ou seja, é preciso fazer mais do que realizar o trabalho de uma forma competente. Clientes vão sempre manifestar qualquer satisfação ou insatisfação ao advogado que indicou. Se o caso for de insatisfação, futuras indicações ficam comprometidas.
- 4) O indicado não pode, de qualquer maneira, expor o advogado que indicou, se houver algum problema.



5) O indicado deve manter comunicação com quem o indicou, tanto quanto possível. Podem ocorrer divergências. Mas, se isso acontecer, elas devem ser resolvidas entre os advogados, antes que sejam discutidas com o cliente. Se as divergências não forem dirimidas, então o cliente deve ser informado sobre elas, antes de qualquer ação, diz o consultor.

Indicações por não advogados

O primeiro passo para se habilitar a esse tipo de indicação, depois de definida a área de atuação da firma, é identificar possíveis fontes de indicação. Essas fontes têm contatos frequentes com os clientes prospectivos, tem uma relação de confiança com eles e conhecem suas necessidades por serviços jurídicos. "Esse processo toma tempo, exige paciência e persistência", alerta o consultor.

Uma das melhores formas de entrar em contato direto com clientes ou com pessoas influentes é a de participar ativamente de organizações profissionais, comerciais, sociais, cívicas e religiosas. "A participação em comitês ou comissões influentes, se o advogado estiver disposto a realizar um trabalho de alta qualidade, é uma excelente oportunidade para conhecer e impressionar pessoas com poder de influenciar clientes prospectivos", diz o consultor.

Prestar serviços voluntários ou patrocinar eventos de algumas organizações pode ser muito produtivo, diz o consultor. Muitas vezes, elas promovem recepções ou coquetéis aos quais comparecem executivos de corporações e outros profissionais que podem integrar a rede de indicações da firma. Para esse fim, os sócios da firma devem conceber e executar um plano especial para cada situação ou evento. E a missão deve ser entregue aos sócios (ou advogados) que têm mais facilidade para desenvolver novos relacionamentos.

Manutenção da rede de indicações

Manter a base de indicações deve ser um trabalho de rotina das firmas de advocacia. É preciso alocar tempo e recursos para essa atividade, como para qualquer outra atividade importante da firma. É preciso definir estratégias e metas. E realizá-las.

Além de satisfazer as necessidades dos clientes, a firma deve manter a fonte de indicação informada sobre o andamento de cada caso. Se a indicação vier de outros advogados ou o departamento jurídico de uma empresa, a opinião deles deve ser solicitada, quando for o caso.

Além de atender as expectativas da fonte de indicação, é preciso saber agradecer e reforçar o relacionamento. Aliás, o relacionamento deve ser mantido mesmo em tempos em que nenhum trabalho esteja em execução. Retornar o favor com outra indicação também é uma forma de fortalecer o relacionamento e torná-lo mais produtivo para todos. A firma só precisa se certificar de que a firma indicada vai prestar um trabalho de alta qualidade para o cliente.

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2011-ago-21/escritorios-advocacia-criar-rede-indicacoes/>