



Ferramentas permitem que advogados sigam estrada de vanguarda

14/02/2015

A evolução na advocacia continua a avançar a largos passos, infelizmente deixando muitos advogados despreparados para trás. Hoje podemos falar que diversos escritórios estão muito à frente nas inovações operacionais/técnicas e atuação vanguardista de ferramentas modernas.

Você sabia, por exemplo, que alguns advogados já saíram de uma atuação retroativa, sempre aguardando o que vai acontecer no mercado, e estão muito mais envolvidos no acompanhamento extremamente próximo da elaboração de leis específicas para seus respectivos nichos de mercado?

Você, colocando-se como cliente e empresário, gostaria de saber que seu advogado está acompanhando as mudanças nas leis que impactam na sua atuação mercadológica à medida que elas são criadas ou modificadas ou perceber que seu advogado é um daqueles que apenas replicam informações já apresentadas ao mercado há dias? Essa é apenas uma situação onde podemos ver a atuação técnica de um advogado que prefere estar adiantado e ser um dos primeiros a divulgar as novas normas jurídicas e/ou suas mudanças relevantes ao setor de atuação de seus clientes.

Mas a performance vanguardista de muitos advogados não fica só neste acompanhamento e verte por caminhos de marketing também. Prezado causídico, seja sincero e verifique se você sabia que alguns escritórios já trabalham com as seguintes ferramentas abaixo.

ISO 9001: ao mostrar ao mercado que o escritório tem um certificado ISO 9001, a banca demonstra que existe qualidade interna comprovada. Como o procedimento é rigoroso e implica na rotinização de procedimentos internos (que em última instância acabam fortalecendo o cliente final), qualquer um entende que um escritório que tem o certificado não apenas se preocupa com regras internas e prazos, mas que a metodologia interna foi comprovadamente percebida como de alta performance.

Sites modernos: saindo daquele padrão comum aos sites jurídicos, muitos escritórios já demonstram atenção a um layout contemporâneo que inclui ferramentas como versão móvel (para acesso da web-page em celulares e tablets), vídeo-artigo para opiniões jurídicas pontuais, atendimento online incorporado e espaço para o vídeo institucional do escritório.

Premiações: outra maneira de mostrar ao mercado que estamos na vanguarda de nossa atuação é ser premiado pelas inovações do escritório. Um dos prêmios de maior relevância atual é o Prêmio Innovare, do Instituto Innovare, que ressalta as contribuições dos advogados para a modernização da Justiça Brasileira, entre outras coisas. Um ponto a ser comentado (e alertado) neste item é que existem premiações reais que enaltecem as conquistas e a atuação do escritório e outras que simplesmente querem ganhar dinheiro, ou seja, a própria organização do prêmio entra em contato com advogados para que eles, se pagarem, possam



“ganhar” um prêmio. Essa última categoria deve ser amplamente ignorada.

Inpi: para resguardar a marca e logotipia do escritório, muitos investem na legalização de sua identificação institucional através do registro no Inpi (Instituto Nacional de Propriedade Industrial). Vale lembrar que, como a designação do escritório tem que ser necessariamente o nome ou sobrenome dos sócios, muitas bancas têm alcunha e/ou logotipos parecidos, criando assim uma confusão na identificação perante o mercado. Em função disso, em muitos casos a proteção da marca é muito importante para não ocorrer disputas e perda de visualização institucional correta entre nomes mais comuns.

Rankings nacionais e internacionais: como forma também de pontuar ao mercado as nossas realizações nacionais e internacionais, muitos escritórios participam dos ranqueamentos de institutos e publicações especializadas com o propósito de mostrar sua participação e relevância para seu público-alvo, fortalecendo assim sua imagem corporativa perante o mesmo.

Consultorias de precificação: uma das maiores dificuldades do advogado atual é criar uma precificação correta para seus serviços. Mesmo com diversos cursos que existem hoje, é comum o advogado não se sentir confortável em atuar nesta esfera administrativo-financeira. Portanto, muitas bancas hoje contratam uma consultoria para analisar todos os procedimentos internos, *timesheet* e carga de trabalho, conseguindo assim traçar quais são as melhores maneiras de formatar um novo contrato, cobrar os clientes atuais ou renegociar contratos ruins que não trazem benefícios financeiros reais.

Essas ferramentas, adicionadas ao uso cada vez mais constante do certificado digital e da conveniência da digitalização de documentos, faz hoje que o cenário do escritório moderno seja completamente diferente do que alguns anos atrás.

Todas essas novidades, acompanhadas pelo fato de que o novo Código de Ética dos Advogados está quase “saindo do forno” (o que pode trazer ainda novas outras possibilidades de atuação ao advogado contemporâneo), faz com que cada vez mais os caminhos estratégicos, estruturais, técnicos e de marketing estejam avançando continuamente, sem possibilidade de volta ou de ficar parado no tempo.

Então, como reflexão final, pergunto: qual a velocidade que seu escritório está trilhando a estrada da advocacia? Bom crescimento!

Fonte: <https://conjur.jumps.com.br/2015-fev-14/ferramentas-permitem-advogados-sigam-estrada-vanguarda/>