

## **SUGESTÃO DE PAUTA**

# **Plano de marketing e de carreira: ferramentas para o sucesso de um escritório de advocacia**

Em qualquer empresa, um plano estratégico de marketing é fundamental para decidir no presente o que realizar no futuro, determinando metas, etapas e recursos necessários para alcançar o sucesso. Mas, para que o futuro de qualquer organização seja promissor, é preciso, também, ter um líder comprometido e uma equipe que participe ativamente. O melhor resultado é fruto de um trabalho conjunto e o empenho de cada profissional trará um valor adicional à conta final, incluindo oportunidades de crescimento na carreira.

Segundo Vanessa Scheer, diretora-executiva da Legal Strategy Consultoria e Treinamento, um escritório de advocacia é uma empresa e deve funcionar da mesma forma, embora nesta área seja mais complicado. “O marketing em um escritório de advocacia é mais complexo, em primeiro lugar porque o advogado não aprende na universidade a ser um empreendedor e, em segundo lugar, porque ao se formar sai em busca de especializações jurídicas. É raro encontrarmos um advogado participando de um curso de empreendedorismo ou inovação”, explica.

Nos escritórios de advocacia, o planejamento de marketing está na maioria das vezes ligado ao aumento da carteira de clientes e à melhoria no atendimento, mas sem a colaboração e integração da equipe este plano estará fadado ao insucesso. “O que vemos, geralmente, em escritórios de pequeno e médio porte, é a inexistência do planejamento estratégico de marketing, sendo o sócio-fundador o responsável por trazer novos negócios para a banca. Já nos grandes escritórios este assunto é muito debatido e disseminado”, comenta Vanessa.

Portanto, neste segmento de mercado, como em qualquer outro, é fundamental a elaboração de um planejamento estratégico de marketing. Após aprovado, a primeira ação de um líder deve ser apresentá-lo à equipe e explicar onde cada profissional se encaixa, dando a oportunidade para que participem ativamente de sua implantação. Ele deve ainda entender e avaliar as competências de cada liderado, pois é comum os escritórios atuarem com excelentes advogados técnicos, mas que não aceitam a ideia de ministrar palestras, por exemplo.

“No marketing temos que, além de vender, entregar o trabalho com agilidade e a qualidade prometida. Para isso, não só a equipe de advogados deve estar ciente, mas também todo o *staff* administrativo e, principalmente, a equipe de atendimento”, afirma a executiva.

Por outro lado, é imprescindível ao liderado ter em mente que também é de sua responsabilidade o sucesso daquele planejamento. O plano de carreira deste profissional pode estar atrelado às suas atitudes, que de alguma forma auxiliam na visibilidade positiva e no marketing do escritório. Ele pode, por exemplo, ministrar palestras, redigir artigos e participar de rodadas de negócios, entre outras iniciativas.

Para crescer em um escritório de advocacia é necessário preencher espaços vazios. Neste sentido, são fundamentais dois requisitos: ser um bom técnico e um bom prospector de novos negócios. Trazer novos negócios é uma atitude bem vista, mas é necessário ter boa técnica para liderar equipes. Ou seja: é necessário para toda a banca ter o profissional que vende e o que entrega, com os esforços orientados para o mesmo rumo, evitando desperdício de energia e de recursos. “Dessa forma, o plano de marketing terá sucesso e, ao mesmo tempo, será possível identificar talentos e formar os líderes do futuro”, conclui Vanessa.

### **SOBRE A LEGAL STRATEGY**

A Legal Strategy Consultoria e Treinamento ([www.legalstrategy.com.br](http://www.legalstrategy.com.br)), que pertence ao Grupo Smax, foi criada há 13 anos. A empresa conta com sede em São Paulo, trabalha com profissionais altamente qualificados e oferece diversos serviços de consultoria e treinamento voltados especificamente para escritórios de advogados e departamentos jurídicos de empresas. Os serviços da Legal Strategy se dividem, basicamente, em três áreas: planejamento estratégico e gestão administrativa e financeira; gestão de pessoas e marketing e relacionamentos.

#### **MAIS INFORMAÇÕES**

g6 Comunicação Corporativa

Sandra Polo ([sandra@g6comunicacao.com.br](mailto:sandra@g6comunicacao.com.br))

Fones: (11) 2971-1995 e 99404-2070

Mariana Grilli ([mariana@g6comunicacao.com.br](mailto:mariana@g6comunicacao.com.br))

Fones: (11) 5562-7766 e 97414-7873

[www.g6comunicacao.com](http://www.g6comunicacao.com)

[www.facebook.com/g6comunicacaocorporativa](https://www.facebook.com/g6comunicacaocorporativa)

[www.twitter.com/g6comunicacao](https://www.twitter.com/g6comunicacao)

Fevereiro de 2014

