

A ZONA DE CONFORTO DOS ADVOGADOS: PORQUE OS ESCRITÓRIOS ABANDONAM O SUCESSO.

Caro Advogado,

Gostaria de começar este artigo com a pergunta mais misteriosa do mundo jurídico: por que alguns escritórios crescem e prosperam financeiramente e outros continuam pequenos e lutando bravamente para manterem-se?

A resposta é simples e impressionante: porque os escritórios que desejam crescer, acabam eventualmente crescendo.

Você, prezado leitor, deve estar pensando: "Mas como assim, é apenas querer crescer e crescemos? Não funciona desta maneira". E você tem razão, não funciona assim. Mas definitivamente começa assim.

Mas vamos então pormenorizar os fatos:

Você já se deparou, em algum trecho de sua vida, com uma situação em que claramente, tudo que era preciso para finalizar determinada necessidade ou tarefa era, nada mais, nada menos, do que vontade para fazer? Imagine, reservada as devidas proporções, escrever um artigo como este que você está lendo. O processo todo dá bastante trabalho: identificar um tema interessante, organizar seu pensamento e tópicos de abordagem, colocar tudo no papel, revisar, enviar para os interessados em publicá-lo, entre outros detalhes.

O que me diferencia de outras pessoas que gostariam de ver seus artigos publicados, é que eu, literalmente, coloquei a idéia em prática, independente do trabalho que isso acarrete para mim.

Tenho certeza que os escritórios e seus sócios têm milhares de idéias ótimas, que com certeza gerariam maior rentabilidade para os mesmos. Mas porque então essas bancas não crescem com estas idéias? A resposta vem quando averiguamos que estas idéias não passam disso, ou seja, idéias. Ninguém as colocou em prática.

Esta vontade de atuar pró-ativamente que fica apenas no imaginário do advogado é o que chamamos de "trabalhar dentro da zona de conforto". A zona

de conforto é uma área em que as pessoas estão acostumadas a atuar e que não traz novas surpresas nem trabalho extra para as mesmas.

Atuar dentro desta área seria ótimo se não trouxesse estagnação constante ao escritório. Devemos entender que o perfil dos advogados e suas bancas estão mudando. Os advogados, em grande parte, já perceberam que “colocar em prática” é crescer e estão trabalhando para, cada vez mais, implementar idéias rentáveis ao escritório, sempre balanceado com sua estrutura interna.

Então agora temos uma pergunta que o leitor deve estar se fazendo: “Mas colocar em prática o quê?”. Vamos então analisar um pouco o seu perfil de advogado para resposta desta pergunta.

1 - Você é um daqueles advogados, donos de escritório, que adoram comentar frases como: “O mercado está difícil”, “Não sei o que fazer para elevar o nível de rentabilidade de meu escritório”, “o Código de Ética nos imobiliza” ou a clássica “É complicado fazer as coisas”?.

2 - Na prática você já parou para pensar porque seu escritório está nesta situação?

3 - O que foi implementado em seu escritório à partir de seus pensamentos para melhoria?

Se a resposta final para esta seqüência foi “nada”, você e seu escritório precisam sair da zona de conforto.

Lembra da história do rapaz que entrava todo dia na igreja para rezar aos céus para ele ganhar na loteria? E, que um dia, Deus, já sem muita paciência, respondeu para ele: “Eu te ajudo, mas você tem que jogar pelo menos um dia.”. Brincadeiras à parte, esta é a postura que alguns escritórios assumem para sair do aperto empresarial.

Nas minhas consultorias vejo mais pessoas se lamentando do que efetivamente querendo mudar para melhor. Muitos sócios acreditam que algo ou alguém irá surgir e, sem trabalho exaustivo deste membro, erguer o escritório. Aí vem uma pergunta da minha parte: Você, sócio que acredita no trabalho sobrenatural, realmente aceita o fato de que os sócios dos escritórios de mega porte que hoje “governam” o cenário jurídico, não tiveram que sair de

suas zonas de conforto, suar a camisa e dedicar mais do que horas extras de trabalho para erguer seus escritórios e serem o que são hoje?

Acredito que neste ponto do artigo tenhamos estabelecido que o importante não é apenas ter ideias e sim colocá-las em prática.

Surgem então, detalhes que podem atrapalhar a visão geral do que fazer para acessar aquele tão esperado sucesso e crescimento.

Antes de comentar quais são estes detalhes, é importante ressaltar um pensamento básico para que todas as peças estejam prontas para trabalhar de maneira correta: a função do advogado é advogar e não administrar, não fazer marketing, não fazer finanças, etc. Com isso em pensamento, podemos seguir em frente.

Visão Macro

Um dos detalhes que podem surgir quando sairmos da zona de conforto e implementarmos nossas idéias para o escritório é o planejamento ideal e estratégico para o mesmo. Assim como o profissional de marketing não entende de leis específicas, o advogado tem certa dificuldade em criar um plano de atuação que envolva ações de curto, médio e longo prazo. Portanto uma visão macro do que pode ser feito e os passos envolvidos neste planejamento devem ser criados e executados por profissionais qualificados que garantam que todo o trabalho desenvolvido seja focado para o objetivo final do sócio e para que sua idéia seja implementada da maneira mais objetiva possível.

Tempo

Grande parte dos sócios se vê com a agenda lotada para implementar ações criadas por ele ou por um profissional de marketing. Aqui devemos nos lembrar do início do artigo e reafirmar um velho ditado americano que diz "No pain, no gain", ou seja, "sem esforço, sem recompensa". Em resumo, devemos fazer mais pelo escritório para crescê-lo. Aquele que não tem tempo para crescer seu escritório, com certeza não merece que ele cresça.

Eu pessoalmente conheço vários sócios que, como desculpa principal para não

sair de sua zona de conforto, diziam que não tinham tempo. Analiso esta resposta de duas maneiras: a primeira é acreditar que o advogado em questão não consegue organizar corretamente seu tempo, gastando-o em outras tarefas menos importantes (afinal o que é mais importante para um sócio do que trabalhar organizado e crescer estruturadamente seu negócio?). A segunda e mais irônica maneira de vermos esta resposta, é saber que quanto menos tempo este advogado tem para implementar ações nos dias de hoje, mais tempo ele terá de sobra no futuro, pois com certeza seus competidores (aqueles que acharam tempo para implementar ações de crescimento e estruturação) colocaram seu negócio em risco, com grandes chances de assumir seus clientes.

Ressalto um caso real de um advogado que dizia não ter tempo para as ações de crescimento. O detalhe fica nas 2 horas de almoço que o mesmo fazia todos os dias. Como ele está hoje? Perdeu 35% de sua clientela e quase 52% de seu faturamento mensal. Pouco tempo hoje, tempo de sobra no futuro, com clientes migrando para escritórios estruturados.

Custo

Alguns advogados podem levantar a bandeira do custo, ou seja, para chamar pessoas especializadas em criar, implementar ou gerenciar as ações necessárias para estruturar e crescer o escritório e seu rendimento, o sócio teria gastos enormes e fora do budget possível pela banca. Isto não é mais verdade.

O que acontece hoje no mercado é que os fornecedores estão cada vez mais focados e acessíveis a qualquer tamanho de negócio. Consultorias de marketing, agências de comunicação integrada, fornecedores de serviços administrativos, etc. Uma grande parte está atuando em nichos de mercado focado em pequenos e médios escritórios. O que falta apenas é contatá-los e trabalhar um valor que seja compatível com seu porte de atuação.

Baseado em tudo que foi comentado neste artigo, o prezado advogado tem duas opções distintas: continuar tendo milhares de idéias e não reservar o tempo e a disposição para implementá-las (continuando assim no mesmo patamar de atuação hoje trabalhada) ou aceitar o fato de que a mudança e crescimento de seu escritório baseiam-se apenas no fato primordial de que você precisa querer mudar e querer crescer, sem desculpas.

Resumindo: pare de achar que a concorrência é "sortuda" e de culpar a falta

de dinheiro e de tempo pela falta de pró-atividade interna. Assuma definitivamente a vontade de estruturar, crescer e potencializar seu mercado e seu futuro mega escritório.

Bom crescimento!

Alexandre Motta

Alexandre Motta é consultor da Inrise Consultoria em Marketing Jurídico e através de sua experiência prática em marketing jurídico, atualmente mantém inúmeros escritórios sob sua responsabilidade de atuação e crescimento ético.

www.inriseconsultoria.com.br