

Uber da Advocacia

Uber da Advocacia

Sabemos que a chegada do Uber foi uma reviravolta no mercado e o serviço, que antes nunca fora imaginado no Brasil, abalou as estruturas dos taxistas.

Enquanto os taxistas tentavam impedir a regulamentação dos serviços do Uber, mais famosa a marca ficava, com mais as pessoas se interessando e indo em busca de informações. Assim o Uber ficava cada vez mais popularizado.

Sabendo como agradar o público, não foi apenas o baixo custo que conquistou os clientes, mas também a forma de atendimento e qualidade nos serviços prestados. Agora ainda mais modernizado e com diversas opções de carros, os motoristas do Uber prezam cada vez mais pelo conforto dos passageiros, oferecendo desde água mineral e balas até a possibilidade de ouvirmos nossas próprias músicas do celular e termos Wifi enquanto estamos a caminho do nosso destino. Tudo isso com a praticidade de poder fazer o contato pelo celular em pouquíssimos minutos.

Ganhando cada vez mais espaço nesse novo cenário, o Uber é apenas um exemplo de novos empreendimentos que vem crescendo no Brasil de forma rápida e consistente. As empresas de startups são outro exemplo de como os novos negócios estão surgindo rapidamente, e muitas vezes com a missão de trabalhar com ideias diferentes, que entendam melhor os clientes, com um baixo custo benefício, porém gerando lucros cada vez maiores.

O mesmo acontece com os escritórios de advocacia, onde bancas menores estão chegando ao mercado com um custo menor e maior interação com os clientes, tornando o serviço ainda mais procurado.

Com diversos fatores sacudindo a economia do país, o mercado jurídico está cada vez mais competitivo e segmentado, porém isso não impede que pequenas firmas de advocacia consigam prosperar usando uma linha de atuação mais moderna, voltada a necessidade do cliente e na qualidade absoluta dos serviços. Como um Uber jurídico moderno.

Algumas indicações são recomendadas para estas pequenas bancas ganharem mais espaço no mercado e estarem à frente da concorrência, como por exemplo:

Entenda seu cliente

Abra uma linha de comunicação direta com seu cliente visando entendê-lo cada vez mais. Use de questionários de satisfação, redes sociais, contatos via site/newsletters e ligações para saber exatamente o que agradaria o mesmo na relação cliente-escritório. O importante também é fazer as mudanças acontecerem, não apenas conhecê-las.

Faça do seu nome sua marca

Fique mais próximo dos jornalistas, para que você possa divulgar os assuntos que domina. Acompanhe as notícias para estar sempre por dentro e poder opinar sobre os assuntos em destaque. Tente estar sempre em evidência fazendo com que seus artigos, releases, trabalhos, etc. saiam nos jornais. É importante também você ser reconhecido por uma área específica do direito e assim passar maior credibilidade e assertividade ao público. A imprensa traz grande visibilidade e lhe proporcionará alcançar uma maior gama de pessoas e atingir de forma abrangente o seu público alvo e tornar o reconhecimento da sua marca cada vez maior. Lembre-se que a imprensa não está fazendo um favor a você, uma vez, que os mesmos precisam de conteúdo interessante para ser divulgado. Seja então esse conteúdo.

Contudo não esqueça também de mudar o visual da sua marca e ir evoluindo junto com o mercado, que está cada dia mais moderno, dinâmico e flexível.

Faça um bom network

Saia para conversar e trocar informações de forma casual com outros profissionais de bancas pequenas, médias ou grandes, mas que atuem em áreas diferentes da sua. Assim você estará iniciando uma ligação com pessoas que atuam no mesmo segmento que você, entretanto em áreas distintas, criando assim uma rede de referências. Faça isso com

advogados de outros estados e cidades, assim cria-se também uma rede de correspondentes e a indicação é interessante para ambas as partes.

Frequente eventos na sua área

Grandes feiras e eventos são ótimos meios de divulgar sua nova marca e maneira de atuação personalizada e moderna, então participe ativamente e esteja sempre envolvido com estas associações.

Sabendo destas informações, os novos advogados e os pequenos escritórios precisam levar em consideração esta nova vertente que vem tomando o mercado atual e se preparar adequadamente para não perderem espaço e se destacar de forma fidedigna.

Se o Uber é a evolução do taxi, você pode considerar seu escritório como o Uber da advocacia? Seu escritório compreende seus clientes e atende os mesmos da melhor forma, fazendo com o que a qualidade no atendimento seja um fator primordial para o crescimento empresarial, alavancando o seu escritório do mercado e trazendo um retorno financeiro positivo para sua banca?

Karina Thiemi

Karina Thiemi é analista de marketing da Inrise Consultoria, formada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Cruzeiro do Sul.

www.inriseconsultoria.com.br