

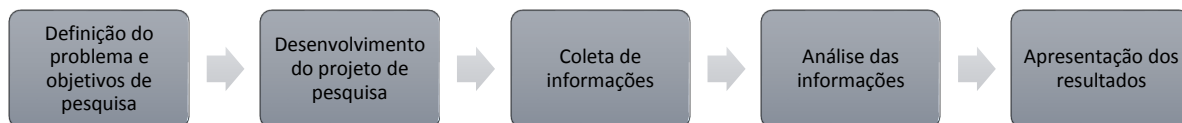
## Como medir a qualidade na Advocacia

por Flávio Paim Rodrigues

A advocacia tem papel essencial na garantia dos direitos conquistados pela sociedade. Todos os dias, incontáveis pessoas, empresas, organizações e governos se utilizam dos serviços de advogados e de escritórios de advocacia para que atuem na preservação de seus direitos.

Por se tratar de um negócio que envolve essencialmente a prestação de serviços, nem sempre é fácil medir a qualidade de um escritório de advocacia. Entender quais aspectos são levados em consideração por clientes e potenciais clientes é um desafio que só pode ser resolvido através de pesquisas de mercado bem estruturadas.

Motivada por essas razões, essa Consultoria realizou pesquisa exploratória, aberta e estruturada, durante o primeiro semestre de 2015, ouvindo profissionais das mais diversas áreas e que essencialmente tenham atividade diversa ao direito, para que as impressões registradas sejam apresentadas da maneira mais isenta possível. A pesquisa respeitou o processo descrito por *Philip Kotler*, maior autoridade mundial em marketing, através do livro *Administração de Marketing*, que estabelece as condições abaixo para a composição de uma pesquisa:



Tendo como objetivo principal entender como é percebida a Qualidade dos serviços da advocacia, os entrevistados foram perguntados sobre quais elementos são considerados importantes e determinantes para um escritório de advocacia seja escolhido em detrimento aos seus concorrentes, bem como sobre o papel de influenciadores em seu processo de escolha.

A amostra de entrevistados foi composta por profissionais que atuam em área distinta ao Direito, em mais de 35 atividades econômicas diferentes. A opção por não se entrevistar profissionais do Direito se justifica em razão do objetivo da investigação em entender como clientes e potenciais clientes percebem o serviço “de fora” do contexto jurídico. Geograficamente, os entrevistados se localizam nos estados do Rio Grande do Sul (principalmente), Santa Catarina, Rio de Janeiro e Distrito Federal.

As informações obtidas através do levantamento conduzido por essa Consultoria trazem à tona elementos relevantes quanto à percepção do cliente em

relação à qualidade de um escritório, bem como confirma outros elementos já conhecidos.

Assim, são destacados, de forma objetiva e preliminar, alguns dos principais elementos que os clientes buscam em um escritório de advocacia, relacionados por tópicos e por ordem em que se destacaram nos questionamentos abertos e exploratórios:

Reputação dos profissionais
Qualidade no atendimento
Agilidade nos serviços
Conhecimento
Honestidade e responsabilidade
Confiança
Histórico de resultados

Por se tratar de uma atividade relacionada essencialmente à prestação de serviços profissionais, os clientes buscam elementos intangíveis para sustentar suas percepções de qualidade, ressaltando e confirmando que a reputação de um escritório de advocacia e de seus advogados é fundamental para que um potencial cliente decida pela contratação dos serviços de um profissional. Destaca-se também a importância de um atendimento adequado, afinal o atendimento é o primeiro elemento concreto que o cliente consegue observar ao contratar um escritório.

Os entrevistados também foram perguntados sobre o papel de outras pessoas no momento da decisão pela opção pelos serviços de um escritório, dessa vez o questionamento foi realizado de forma objetiva, bastando que o respondente optasse por um sim ou não em sua resposta. Nesse momento, 100% (cem por cento) dos entrevistados opinaram dizendo que sim, a opinião de outras pessoas é importante na hora de buscar informações sobre um escritório ou profissional.

Os resultados obtidos durante a realização da pesquisa são relevantes para que escritórios de advocacia possam entender melhor a forma como seus consumidores observam os seus serviços de “fora para dentro”. Logicamente todo prestador de serviços considera que realiza um bom trabalho, mas é necessário que sejam obtidas essas informações externas, que permitem aos escritórios uma melhor assertividade na escolha das estratégias para aproximação com seu público alvo, dessa forma permitindo que os planos estratégicos de cada negócio jurídico façam sentido para todas as partes envolvidas.