

## **Clientes potenciais: como captar os adequados? (2 de 4)**

Em um mundo profissional, todos vendemos algo: serviços, produtos, idéias ou causas.

Os advogados estão no negócio das relações (adequadas) e é preciso que saibam o que vendem.

Vendem segurança jurídica? Vender segurança jurídica é algo que o mal advogado normalmente faz para conquistar um cliente: “Não se preocupe, isso está ganho”. Como um advogado me disse certa vez: “Prometer segurança jurídica é uma temeridade porque o cliente pode explicar mal sua situação e suas necessidades, e o advogado pode não entender bem o caso e, além disso, o juiz pode emitir uma sentença contra os interesses do nosso cliente.” Como alguém disse, “nessa vida não existe nada certo, exceto a morte e os impostos”.

Tão importe como o que se vende é como se vende. Por isso, a atitude positiva, dedicar atenção ao cliente, a empatia e a escuta ativa são fundamentais. Comunicam interesses, criam confiança e contribuem para que o cliente participe ativamente no serviço jurídico. Só existe serviço se o cliente participa ativamente.

Em como lhe é vendido o serviço ou tratado, freqüentemente o cliente, reside a diferença, para ele, entre um advogado e outro. A chave para vender um serviço jurídico é conhecer as necessidades e o estilo do cliente em potencial e adaptar-se ao mesmo. É decidir, ser flexível e vender segundo a mentalidade e o estilo do cliente e não insistir em fazer segundo nosso próprio sistema de crenças.

Cada cliente potencial requer uma estratégia de venda diferente; uma estratégia, claro, é uma marca boa de valores pessoais e profissionais próprios da advocacia e sem pressionar o cliente.

O cliente potencial contrata benefícios não serviços. É necessário fazer perguntas apropriadas, saber a razão ou motivo pelo qual o cliente potencial necessita de um advogado e usar o argumento de venda mais apropriado.

Também, é necessário ter uma mensagem, saber o que nos diferencia do outro, uma especialidade, um mercado, uma habilidade, uma idéia, etc. Por exemplo, quando perguntarem em que você trabalha, diga: “ajudo pessoas a solucionar conflitos. Sou advogado-mediador”. Primeiro comunique o que contribui (valor agregado); depois a sua profissão.

A maioria dos advogados se apresentam dizendo a mesma coisa “eu sou advogado”.

A linguagem marca diferenças.

© 2008-2009, Francesc Dominguez, consultor de marketing, sócio de Dominguez & Guiu, SL: [www.dominguez-guiu.com](http://www.dominguez-guiu.com)