

SWOT e o marketing jurídico

"Concentre-se nos pontos fortes, reconheça as fraquezas, agarre as oportunidades e proteja-se contra as ameaças " (SUN TZU, 500 a.C.)

A frase de Sun Tzu em 500 antes de Cristo nos remonta a uma técnica amplamente utilizada na administração moderna: SWOT.

		Ambiente interno	
		Predominância de	
		Pontos fracos	Pontos fortes
Ambiente externo	Predominância de Ameaças	Sobrevivência	Manutenção
	Oportunidades	Crescimento	Desenvolvimento

Swot é uma sigla em inglês que diz:

Strengths - Força

Weaknesses - Fraqueza

Opportunities - Oportunidade

Threats - Ameaça

Dentro destes 4 conceitos, temos que analisar dois deles no ambiente interno (Força e Fraqueza) e dois no ambiente externo (Oportunidades e Ameaça), como mostra este diagrama acima.

Na advocacia necessitamos desta análise para começarmos um trabalho sério de marketing jurídico.

Como assim?

O ambiente interno é o local onde podemos definir o que vai acontecer. Assim, analisar nossos pontos fortes, nossas potencialidades é fundamental para sabermos o que fazemos

melhor do que o resto do mercado. Igualmente, precisamos analisar no que estamos fracos para melhorarmos nossos controles e padronização de gestão para o crescimento.

Já o ambiente externo está totalmente fora do controle do escritório. Mas, apesar de não poder controlá-lo, o escritório deve conhecê-lo e monitorá-lo com frequência de forma a aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças. Oportunidades de negócio surgem diariamente. Sempre temos novos mercados, novos fatos ocorrendo na economia, administração pública, consumidor, etc. As ameaças são concorrentes que estão crescendo dentro da sua área de atuação que podem ter o mesmo foco que o seu, por exemplo.

Ideias básicas, portanto:

Forças e Oportunidades - Salientar/desenvolver os pontos fortes para aproveitar ao máximo as oportunidades encontradas.

Forças e Ameaças - Salientar/desenvolver os pontos fortes para minimizar os efeitos das ameaças existentes.

Fraquezas e Oportunidades - Buscar estratégias que possam minimizar os pontos fracos e alcançar as oportunidades que existem.

Fraquezas e Ameaças - Da mesma forma, as estratégias que possam minimizar os pontos fracos e barrar eventuais ameaças.

Utilizando esta ideia de SWOT, podemos começar um bom e eficiente planejamento de marketing jurídico.

Em bom português, se você tem um escritório forte em direito tributário como montar sua matriz de SWOT:

Pontos fortes: Conhecimento específico em direito tributário, produtos a, b, c, etc desenvolvidos.

Pontos fracos: Não agrega outra área de atuação (a exemplo do trabalhista, que é sempre buscado em conjunto pelas empresas)

Oportunidades: Mercado terceiriza principalmente tributário e o trabalhista das empresas.

Ameaças: Escritórios já consolidados em ambas as áreas.

Como resolver: Estratégia de uma nova área ou de produtos diferenciados dentro do direito tributário, demonstrando que a especificação nesta área é sua expertise de excelência.

Esta é a dica para início desta ideia. Você, que conhece o seu escritório, o seu negócio, o seu mercado é que tem total condição de montar esta estratégia de maneira adequada e eficiente.

Invista tempo na sua estratégia. Utilize o SWOT e todas as ideias que puder para o crescimento do seu negócio. Pensar no seu escritório não é perda de tempo, é investimento com ampla possibilidade de retorno.

Artigo escrito por Gustavo Rocha – Diretor da Consultoria
GestaoAdvBr
www.gestao.adv.br | blog.gestao.adv.br | gustavo@gestao.adv.br