

DeVivo Castro Advogados

De Vivo, Castro, Cunha, Ricca e Whitaker Advogados

INOVAÇÃO DIGITAL E ATIVIDADE JURÍDICA



RENATA

ASSALIM

rassalim@devivocastro.com.br

INOVAÇÃO DIGITAL E ATIVIDADE JURÍDICA

Livremente inspirados no livro “Qual o seu Modelo Digital de Negócio?”, dos professores do MIT, Peter Weill e Stephanie L. Woerner, traduzido pela professora da Escola Politécnica e Diretora do Laboratório de Sustentabilidade da Universidade de São Paulo, Tereza Cristina Carvalho, nos indagamos e fizemos reflexões acerca da aplicação da transformação digital no Direito e na prestação de serviços a clientes pelos escritórios de advocacia, cabendo aqui não uma reflexão, mas sim uma afirmação: somos sim, nós advogados, prestadores de serviços. A bem da verdade de um segmento específico, regulamentado e protegido por lei federal mas, no fim do dia, prestadores de serviços e, como tal, devemos sempre focar na experiência e satisfação do cliente. Dito isso, passemos às nossas reflexões, conforme prenunciado.

A inovação digital e a transformação digital vêm atuando de forma a incentivar, ou até mesmo pressionar que as empresas em geral tomem atitudes ou tenham reações com relação a seus produtos e serviços, tornando-os acessíveis via celular, por exemplo, visando a experiência do cliente, e a redução de custos via automação.

Ocorre que algumas empresas se sentem acuadas e perdem tempo indagando onde e como a tecnologia seria aplicada ao seu cotidiano de negócios, quando na verdade deveriam estar indagando sobre as mudanças as quais seu setor está sendo submetido, buscando equilibrar os riscos negativos com as oportunidades e sobrevivência dos negócios.

Quando trazemos essa realidade para o universo jurídico, especialmente quando falamos em experiência do cliente, a sensação de incerteza, quer se um modelo digital de negócio seria aplicado, quer se o relacionamento com o cliente será afetado ou depende de novas formas digitais de interação dos clientes com a empresa/escritório, essa sensação quase que de ansiedade, só aumenta.

Muitas são as dúvidas apresentadas, por exemplo, nosso tradicional cross selling, realizado em reuniões e visitas a clientes, seria potencializado pela digitalização? Qual seria a visão de sucesso para um escritório de advocacia para daqui a 05 ou 10 anos? Qual é, realmente, e sem falsos extremismos ou sem nos deixar levar por notícias que podemos dizer até mesmo exageradas, a ameaça digital para a advocacia? Hoje não temos essas respostas, não temos cases de escritórios que passaram por uma verdadeira transformação digital ou que mudaram a experiência do cliente, mantendo-se em compliance com a legislação que rege a atividade da advocacia. Os cases somente existirão a partir do momento que nos posicionarmos e dermos nossas respostas a essas e tantas outras indagações.

A tecnologia, como meio, e não fim, serve para oferecermos aos nossos clientes algo novo e atraente, para nos conectarmos a ele, criando um destino onde os clientes queiram visitar, utilizando a Internet das Coisas (Internet of Things) “IoT” para conectar e aprender, trocar experiências, incentivando e formando líderes em todos os níveis, aprofundando o processo e criando um escritório da próxima geração. Tudo isso é assustador e empolgante. Está em jogo a transformação de toda uma carreira, o formalismo exagerado pode não mais ter espaço nos escritórios do futuro.

O cliente que procura um escritório não deseja um contrato de compra e venda com todas as suas cláusulas redigidas por vezes em português de difícil compreensão ao leigo, o cliente deseja comprar uma casa para com sua família desfrutar seus melhores momentos. Nesse sentido, o que devemos fazer e como vamos nos adaptar para que a experiência do nosso cliente seja mais próxima dos momentos de prazer com sua família do que dos tortuosos caminhos de negociação de garantias?

Tomemos como exemplo o que se deu nos últimos anos com os bancos e a proliferação das chamadas fintechs. Hoje, o levantamento das quantias para aquisição dessa mesma casa, pode se dar com alguns cliques do aparelho celular do cliente. O que nos garante, como advogados, que essa realidade digital não chegará ao nosso meio, como realidade massiva, dentro do prazo de 5 anos, como ocorreu com o mercado financeiro?

Citando o líder da transformação digital do Banco BBVA, Francisco González, que já em 2013 disse: “A maioria dos bancos só olha o telhado, os produtos e serviços que os clientes veem. O problema é que, se você só construir o telhado e não mudar a estrutura por baixo, o prédio inteiro fica muito instável”, podemos ver semelhanças com o mercado jurídico e o que estamos vivendo hoje. Sob a ótica da transformação digital e da experiência do cliente, temos quartos e salas ou apenas o telhado da casa que nosso cliente pretende passar bons anos com sua família?

Nessa esteira, podemos dizer que existe uma lacuna, que a digitalização pode preencher, sem nos esquecermos da regulamentação a que estamos submetidos, entre o que o cliente quer e o que está disponível, criando, para ambos os lados, oportunidades de negócios, possibilitando que os clientes interajam com seus advogados, aumentando as opções de escolha.

Para que essa transformação seja eficaz, mister a identificação das vantagens competitivas por três fontes: conteúdo, experiência do cliente e plataformas digitalizadas. Aqui o desafio é examinar como o escritório passará de lugar a espaço e como envolverá digitalmente os clientes, investindo em boas interfaces para os usuários e criando oportunidades de colaboração com eles, criando habilidades para reagir rapidamente aos clientes, nunca deixando de cuidar do conteúdo, que ainda é o rei para os prestadores de serviços.

Assim, com a abertura do canal ao cliente, para que este tenha uma plataforma digital, onde possa fazer comentários e emitir opiniões sobre as mais diversas áreas, faz com se abra um canal de identificação de necessidades dos clientes, impulsionando os negócios.

Em um estudo para o livro no qual baseamos nosso artigo, os autores reuniram-se com 30 sócios dos maiores escritórios de advocacia dos Estados Unidos para analisar a questão da vantagem competitiva, no qual 50% dos sócios optaram pela experiência do cliente, 40% pelo conteúdo e apenas 10% escolheram as plataformas. Esses últimos, apontaram serviços como análises de documentos, setor sob forte pressão de plataformas digitais, fazendo com que os advogados desse setor pudessem atuar em outras atividades, até mesmo relacionadas à digitalização, explorando potencialidade e adicionando valor significativo.

Os autores identificaram, nos encontros, fortes discordâncias, de pessoas do mesmo escritório, inclusive, mas concluíram que pessoas que entendem bem a empresa costumam discordar em questões estratégicas importantes e na direção a ser tomada, sendo, portanto, essas discussões, essenciais e saudáveis.

Voltando à questão da experiência do usuário/cliente, que nos parece a questão do momento, devemos nos indagar, até que ponto nosso escritório está comprometido com a IoT. Com os clientes usando cada vez mais os celulares para quase tudo, os escritórios precisam encontrar a melhor maneira de envolvê-los nesses dispositivos.

Outra indagação não menos importante é, como nós, advogados, vamos nos adaptar aos negócios de nossos clientes quando esses aderirem, implementarem e se tornarem, alguns deles propulsores de ecossistema, utilizando a IoT. Devemos estar prontos para oferecer serviços adequados e ágeis, em conexão com a transformação digital. Tomemos como exemplo o cliente que se utiliza de uma cadeia de fornecedores, escolhidos com margem estreita e de baixo custo, nossos serviços devem, assim, ser condizentes e nossos contratos celebrados de forma objetiva e visando a necessidade específica do cliente, minimizando riscos e garantindo os resultados esperados e, por que não, igualmente de forma digital.

Importante salientar que, não podemos nos esquecer da IoT como geração de valor e conteúdo para nossos escritórios e não necessariamente para a prestação de serviços de alto valor agregado, mas sim como forma de contato com o cliente e compreensão de seus desejos e, aqui, os aparelhos smartphones entram com toda sua força de transformação digital.

Um aspecto relevante de nossa prestação de serviços é o pagamento pelos nossos serviços. Estamos oferecendo aos nossos clientes uma experiência agradável nesse processo? As ligações e envios de e-mails de nossos departamentos financeiros ajudam ou atrapalham nossos clientes?

Com a quantidade de meios de pagamentos hoje disponíveis, será que ao menos 30% de nossos clientes não ficariam satisfeitos em aderir a esses métodos?

Consideremos, como experiência e plataforma, especificamente relacionada à assessoria jurídica, as solicitações, feitas por clientes de análise de documentos ou, até mesmo, consultas a advogados especializados em direito de família. A disponibilização de formulários de solicitação de contratos ou um questionário prévio sobre o regime de bens, idade dos filhos, com campos pré-definidos, com base em nossa experiência e pesquisas, não tornaria a experiência do usuário muito mais rápida e eficaz?

Internamente, esses formulários, serviriam como verdadeiro big data, mais uma vez, propensos a melhorar a experiência do cliente e, mais ainda, tornando os serviços mais eficazes, ágeis, baratos para o cliente e com maior valor agregado para o escritório.

Sabemos, até aqui, que nossos escritórios não sobreviverão à economia digital sem que se reinventem. Aquele que tiver domínio primário do mercado e souber como aplicar o conteúdo, a experiência do cliente e a plataforma em conjunto com a IoT, estará no caminho para ser a primeira opção dos clientes.

A pergunta que deixamos aqui é: o que distingue o seu escritório e como ele se tornará a primeira opção de seus clientes nesse espaço distinto?

E, deixamos uma afirmação: para que isto aconteça, os líderes deverão ser visionários e persistentes, aptos a tomar decisões difíceis, contratar profissionais especializados em TI, designando-os até mesmo como membros do conselho diretor, inclusive a fim de orquestrar a transformação que permitirá aprimorar o desempenho, a conectividade, o envolvimento do funcionário e a experiência do cliente.

A advogada Renata Assalim Fernandes - rassalim@devivocastro.com.br está à disposição para tratar sobre o tema e esclarecer eventuais dúvidas.

De Vivo, Castro Advogados

Nosso negócio a serviço do seu.

DeVivo Castro Advogados

De Vivo, Castro, Cunha, Ricca e Whitaker Advogados

Rua Leopoldo Couto de Magalhães Jr., 758, 10º andar

Itaim Bibi - São Paulo - SP - Brasil - 04542-000

+55 (11) 3048-3266

info@devivocastro.com.br

www.devivocastro.com.br