

Da Extinção da Espécie Ou A Revolução do Marketing?

“A finalidade do marketing é criar valor e chamar a atenção do cliente, gerando relacionamentos lucrativos para ambas as partes.”

A nossa classe está no meio de um furacão de mudança, ou nos adaptamos, ou seremos consumidos no seu vortex e nada mais nos restará, além de apanhar os pedaços dispersos do que outrora foi uma das mais conceituadas profissões da sociedade.

Em breve, iremos competir num mercado onde a concorrência directa não virá só de nós mesmos, mas de outros agentes com muito mais capacidade e endurance de acção. Vamos confiar na “*mão invisível*” de *Adam Smith*, ou vamos de imediato tomar a consciência de que temos de emergir melhores e mais fortes do que os nosso concorrentes directos?

Desenganem-se os que acreditam bastar uma placa e um nome para desvirtuar o conceito de que o recurso a um advogado é uma perda de tempo e de dinheiro. No país onde se prefere gastar €1000 numa televisão do que num patrocínio para garantir o futuro de um filho, estão bem à vista quais as prioridades dos consumidores. Há que vender a nossa actividade por aquilo que ela é. Ao cidadão comum, pouco importam os chavões em comparação com a pseudogratiuidade de um papel feito pela menina Maria da Remax. Esta nova realidade legislativa, impõe-nos que passemos a considerar cada cidadão como um potencial cliente num mercado onde todos os nossos concorrente (já) o fazem!

Se se quer manter viva, a nossa Classe terá de rever o modo como se publicita, essencial num mercado de concorrência. Urge começar a criar, em cada cidadão, a consciência social da necessidade de um advogado em todos os

actos da vida. Despertar a indispensabilidade do acompanhamento em cada acto, a consciência de que cada decisão tomada gera consequências e responsabilidades civis ou até criminais.

Explicar o chavão “*procuradoria ilícita*”, deixando bem claro que é um crime, no qual é tão responsável quem pratica o acto, sem poderes para o fazer, como quem o solicita.

Comecemos a semear na sociedade ideias como: a consulta prévia de um advogado é a escolha mais económica para o cidadão; o conselho de um advogado evita problemas e gastos no futuro; a opção pelo patrocínio por advogado, torna cada cidadão mais forte e mais protegido...

A Ordem dos Advogados tem de repensar as plataformas e redes sociais, orientando-as para o exterior, abrindo as nossas montras a todos os cidadãos, ao invés do que sucede hoje. Aceitemos que, no futuro, não será o cidadão quem procura o advogado, mas sim o advogado quem terá de se aproximar do cidadão. Invistamos na criação de plataformas digitais capazes de chamar a si qualquer pessoa que tenha uma dúvida jurídica, esclarecendo-a, mas deixando sempre a convicção de que tal não é suficiente e não dispensa a consulta do advogado. Publicitar as nossas qualidades: a atenção pessoal que damos a cada cliente, que somos os arautos da sua vontade, dita em palavras seguras, jurídicas e sem riscos!

Elucidar que, em cada parecer, o advogado assume para si a responsabilidade das consequências do mesmo, garantido ao cidadão que poderá sempre ter um apoio e uma segurança que não encontrará nunca em outro agente económico.

Importa aproximar-nos da sociedade, fazer sessões de esclarecimento junto das escolas, dos organismos públicos, nos primeiros para iniciar um trabalho de fundo, desmistificando em cada criança e jovem os preconceitos sociais sobre a nossa profissão. Criando-lhes a certeza de que somos humanos e

acessíveis, de que estamos sempre cá para os proteger. Nos últimos inculcandolhes a ideia de que, cada conselho dado, gera consequências passíveis de responsabilidade criminal e civil e que, para evitar riscos e responsabilidades desnecessárias, o melhor será sempre dizer: deve consultar um advogado!

À semelhança de outras ordens, precisamos de um marketing simples, elucidativo, numa linguagem moderna e acessível, cabendo à nossa Ordem investir na contratação de profissionais do ramo para o efeito.

Vamos enfrentar esta nova realidade, juntos, com a humildade de quem sabe muito, mas não sabe tudo, mas com a certeza de que nunca viramos as costas a uma luta nem a um novo desafio!

CONCLUSÕES:

1. Cumpre rever os conceitos de publicidade em vigor e adaptá-los ao mercado concorrencial do presente e do futuro, de modo a tornar a nossa actividade concorrencial;
2. A Ordem deve contratar com empresas de marketing e publicidade no sentido de criar campanhas publicitárias apelativas e modernas, com o escopo de criar no cidadão a necessidade do advogado, principalmente no campo da advocacia preventiva;
3. A Ordem deve definir parâmetros e critérios de publicidade individual, de forma a garantir a dignidade da profissão e evitar excessos ou banalização da mesma;
4. Importa repensar as nossas plataformas e redes sociais, no sentido de as orientar para exterior;
5. A Ordem deverá promover junto da comunidade acções e campanhas de dignificação e esclarecimento sobre a profissão.