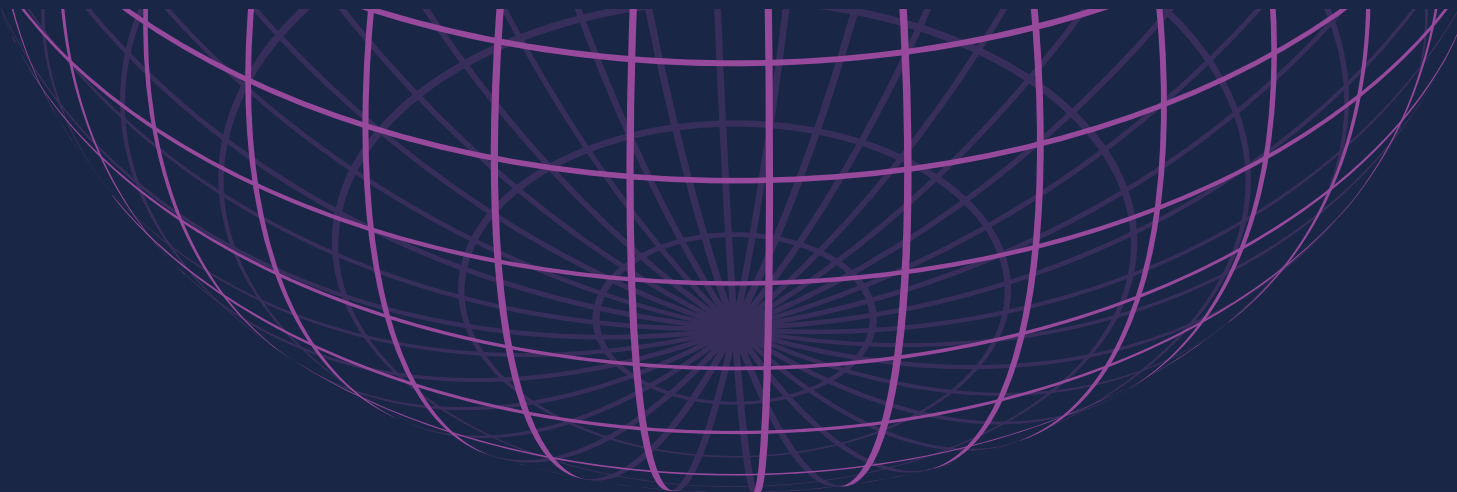


CRM PARA ADVOGADOS

UMA NOVA ABORDAGEM NO RELACIONAMENTO COM CLIENTES E GESTÃO DOS NEGÓCIOS



Posicionando o escritório para o crescimento

Atingir eficiência e controle em todos os níveis da organização, sem desperdiçar recursos e deixar clientes potenciais passarem despercebidos ou serem ignorados, é o principal desafio de uma empresa que quer se destacar em seu mercado de atuação e, claro, continuar gerando mais negócios. Não é diferente no mercado jurídico. Escritórios de advogados utilizam de diversas estratégias de engajamento e relacionamento com o cliente, cientes de que a boa experiência fidelizará sua carteira e atrairá novos negócios.

Não há como negar que este mercado conduz, de maneira primorosa, esse encantamento e personalização da tratativa com o cliente. Podemos considerá-los então pioneiros em CRM (*Customer Relationship Management*)? Um conjunto de medidas e ações para reter a carteira existente, destacar os principais clientes, acompanhar os casos potenciais que estão em alta e fortalecer a marca?

Bom, se estivermos falando do conceito CRM, sim, podemos considerá-los pioneiros. Mas o controle que está sendo feito em planilhas de Excel, reuniões periódicas envolvendo os líderes das bancas, trocas volumosas de e-mails e conversas de corredor cobrem as necessidades de CRM até que ponto?



É primordial para o escritório atrair novos clientes, bem como implementar métodos para manter relacionamentos duradouros. Investir em um sistema CRM é um passo primordial para a sobrevivência financeira em tempos de mudanças contínuas.

Quando o escritório começa a conquistar proporções maiores, com um considerável crescimento do time de profissionais, com a criação de filiais, deparam-se com um novo desafio: como continuar trocando informações de contas e casos de maneira dinâmica sem perder o timing das oportunidades?

Neste momento, a manutenção da qualidade e agilidade para posicionar o escritório rumo ao crescimento e continuar competitivo precisa passar por transformações.

O processo de relacionamento já é bem definido, mas ele precisa de uma tecnologia que o ampare e que colabore as informações para mais eficiência operacional.

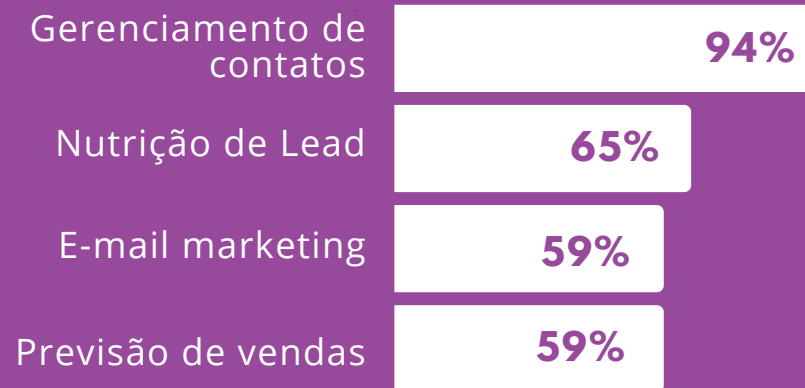
O cliente atual, experimenta novos modelos de atendimento. Hoje, praticamente tudo o que ele precisa está disponível de maneira muito ágil através de uma plataforma web ou um App de atendimento. Nasce um novo consumidor, mais crítico, com expectativas de atendimento elevadas.

Ter a melhor atuação e desempenho nos casos em que representa não é mais suficiente para um escritório. Além disso, o cliente quer ser surpreendido com uma informação proativa, ser tratado de maneira personalizada, economizar tempo na busca por informações e ter respostas mais ágeis.

A tecnologia alavanca melhores resultados e aprimora processos, posicionando o escritório para o crescimento.



SETORES ONDE O CRM É MAIS UTILIZADO





ESTATÍSTICAS SOBRE O USO DE CRM NO MUNDO

91%

de negócios com mais de 11 funcionários usam software de CRM.

87%

das empresas usam CRM baseado em nuvem.

81%

de usuários agora estão operando seu software de CRM a partir de vários dispositivos.

74%

dos consumidores de CRM acreditam que o software melhorou seu acesso às informações do cliente.

Fonte: Algoworks

Por que escritórios de advocacia precisam de um CRM?

Qual é o valor de um dado, de uma informação, se ela não está disponível quando alguém a demanda? A equipe de marketing consegue elaborar uma lista de convidados para um evento, sem precisar alocar tempo das secretárias e assim iniciarem a busca massiva em e-mails e planilhas?

Um sócio consegue, em tempo real, consultar um painel com os casos mais relevantes dos últimos 6 meses de maneira autônoma, sem solicitar o levantamento das informações para um analista?

Para elevar a banca ao próximo nível de profissionalismo, os modelos de gestão de negócios precisam ser transformados. A tecnologia pode promover uma uniformização na comunicação com o cliente, um facilitador no trabalho dos times de atendimento, que podem extrair informações relevantes para ações e experiências personalizadas.

Para evitar a inevitável falha que vem acompanhada do sucesso e do crescimento, firmas bem-sucedidas estão adicionando a essas interações humanas uma solução de CRM capaz de reproduzi-las em uma escala muito maior.

É muito importante que os dados sejam armazenados em único local, capaz de agregar, gerenciar e entregar inteligência de relacionamento para os colaboradores sempre que necessário, onde os colaboradores estiverem e em qualquer plataforma que eles preferirem – web, mobile ou dentro do seu Outlook.

Quando apresentamos o CRM Advogados para nossos clientes, gostamos sempre de destacar os 5 pontos focais de melhoria que a solução pode trazer, conforme infográfico ao lado:

1

Informação

centralizada em um único sistema

2

Previsibilidade

de negócios e identificação da origem dos negócios

3

Converter

casos potenciais em clientes

4

Melhora

da comunicação interna e colaboração entre as práticas

5

Aprimoramento

do relacionamento com o cliente e organização das ações de marketing

Boas conquistas ao se adotar um CRM



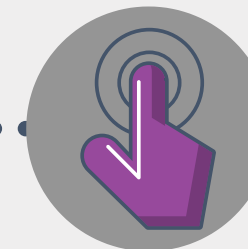
ROI (Return Of Investment)

A solução certa melhora a eficiência dos usuários e integrada a outros sistemas do escritório pode trazer um retorno de investimento em curto prazo.



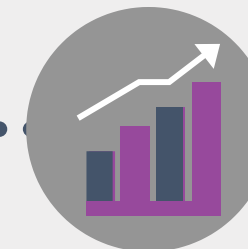
Inteligência de Relacionamento

Ter um conhecimento profundo dos dados de contatos e clientes, fazendo que isso trabalhe a favor do escritório.



Presença Digital

Inserindo modelos automatizados de comunicação, são disparados convites de eventos, boletins e e-mails informativos, anúncios de mídias sociais, de maneira segmentada e personalizada, colocando a marca na rotina digital do cliente.



Insights

O CRM pode informar sobre tendências ao longo do tempo, eficiência e taxas de sucesso nos esforços de marketing e de construção de relacionamento.

Exatidão do dado: estratégia por traz da melhora do relacionamento

Embora a implementação de uma nova tecnologia pareça ser desafiadora, os resultados tendem a cobrir positivamente os esforços aplicados.



A construção de uma célula única de trabalho > Todos com uma mesma visão do cliente.

A utilização da tecnologia e a consideração dela como centro organizador das informações de clientes e negócios, estabelecerá de maneira automática um padrão na coleta dos dados.

Todo profissional que interage com um cliente passará, de alguma maneira, a colaborar com os resultados daquela interação, fornecendo um painel 360 para o time gestor.

A maneira como você coleta, gerencia e usa as informações determinará se você ganha ou perde.

Bill Gates



Fonte: Algoworks

Inicia-se uma trilha de transformação.

Imagine que o escritório ganha a capacidade de fornecer inovação. Isso chega ao cliente através de um aplicativo de calendário de eventos, de um portal de atendimento e consulta de casos, tudo integrado, onde as informações passam a ser enriquecidas não só pelos profissionais da equipe, mas também pelo próprio cliente.

Tudo é automaticamente registrado e atualizado no CRM. Há algo mais valioso do que o próprio cliente dando insights de comportamento e ajudando o escritório a conhecer as preferências dele?

Volte um passo atrás em sua análise sobre adotar ou não o CRM para Advogados. Em tempos de mudança contínua, ter uma ferramenta como essa no monitoramento e armazenamento dos dados de negócios é fundamental.

Não é mais uma questão de ter ou não, e sim de **QUAL ter.**

Próximos passos: qual o CRM ideal

O CRM é um sistema que nasceu primordialmente para auxiliar a força de vendas de empresas na comercialização de produtos e serviços B2B. Essa essência que a ferramenta carrega pode trazer a compreensão de que a linguagem dos processos é muito genérica e o escritório aplicará muito tempo ensinando e mostrando as diferenças do modelo de negócios.

Empresas de tecnologias, não só atuantes do setor jurídico, necessitam se aperfeiçoar em determinado nicho e customizar as soluções para que se ajustem às necessidades dele. Por isso, não perca tempo ensinando seu modelo de negócios. Escolha um provedor de serviços especializado em atender escritórios de advocacia. Essa é a sugestão para ser levada em consideração quando o escritório estiver em vias de escolher a melhor solução.



Integração com os demais aplicativos e sistemas de minha empresa.

Nada mais desmotivador do que fornecer mais um aplicativo, mais uma tela que o profissional vai precisar alterar na tela de seu computador. Daí a importância de disponibilizar a inovação, mas sem traumas. Inclua na lista de escolhas soluções que mitigarão o máximo possível esse problema e que facilmente integram entre si.

Por fim, um critério não menos importante que os anteriores, segurança.

Confiar os dados em uma solução que atenda os protocolos mínimos de segurança e sigilo de dados e que traga em seu histórico seriedade e compromisso na entrega deste critério. Seus dados são exclusivos à sua empresa. É uma vantagem que seus concorrentes não têm.

O CRM vai conseguir atender necessidades de transformação do negócio?

Não pode ser mais um software onde o escritório se vê prisioneiro e que rapidamente cairá em desuso por conta das demandas de transformação do mercado. É preciso levar em consideração tecnologias que demonstrem tendência à inovação, adaptabilidade para diversos dispositivos, múltiplas funcionalidades que convergem para a evolução das metodologias de gestão e relacionamento com o cliente.

Se é possível continuar a jornada sem a tecnologia integrando pessoas, dados e processos?

Sim, é possível. Só não podemos afirmar como será o trajeto e se ele levará longe!

Comece a promover a inovação na sua organização

A tecnologia certa pode preparar o ambiente para as etapas acima. E o CRM Advogados torna a colaboração e a inovação mais fáceis de cultivar, com ferramentas que melhoram não apenas a produtividade, mas a conexão e as oportunidades de *insights*, tudo isso com mais segurança do que os seus sistemas atuais provavelmente oferecem.

Quer conhecer um pouco sobre o CRM Advogados e entender como ele pode ajudar seu escritório a se destacar, vender mais e crescer?

 **crm advogados**

**QUERO CONHECER
A SOLUÇÃO**

