Por Beatriz Machnick

O que deve ser levado em consideração no momento de precificar os honorários ou outros serviços?

Quais são os influenciadores da margem de lucro na advocacia? Em que momento cobrar mais ou menos, quais os potenciais de determinado contrato e quanto tempo o advogado gastará pelo serviço ofertado? Precificar um trabalho e repassá-lo ao cliente de forma assertiva não é uma tarefa tão simples, por isso, a contadora e especialista em Controladoria e Finanças, que é pioneira da metodologia de Formação de Preços na Advocacia, Beatriz Machnick, traz algumas dicas e estratégias aos escritórios de advocacia.

Para Beatriz, antes de qualquer metodologia, no momento de fechar um contrato e repassar o preço ao cliente, o advogado precisa lembrar que a negociação não deve começar por valores. A especialista elenca cinco pontos que também podem ser aplicados por outros profissionais:

- Relacionamento: negociar é se relacionar com o cliente, seja na advocacia ou em outras áreas. Tenha empatia pela pessoa que adquire o seu serviço ou produto, pois se ela não encontrar isso em você, certamente vai procurar outro profissional que atenda suas necessidades.

- Conexão e diferenciais competitivos: pessoas se conectam com pessoas, foque na entrega de qualidade, nos diferenciais do seu trabalho e do negócio. Comece a listar esses diferenciais, trabalhe todos os pontos fortes e os transmita ao cliente de forma leve.

- Atenção às necessidades do cliente: as pessoas pagam um valor maior por serviços que valorizam mais. Se o fator determinante for o preço, elas escolherão o menor. Já no caso daqueles que priorizam a rapidez, a preferência será por um profissional rápido e prático. Para quem busca um diferencial, a escolha será pagar pela exclusividade. No entanto, para aqueles que almejam qualidade, tenha certeza que pagarão o preço.

- Seja um solucionador de problemas: entenda a real percepção do consumidor em relação ao preço que você passa para ele. A partir do momento que a pessoa te vê como um investimento, ela fecha o contrato.

- Busque ajuda especializada: por meio de uma consultoria, é possível ter a validação da rentabilidade dos contratos atuais. É muito importante que o escritório ou empresa faça uma análise criteriosa antes de formar um novo preço, e também saiba do lucro que tem nos contratos atuais. Assim, é possível formar uma nova tabela de preços, de acordo com as particularidades e diferenciais existentes.

De acordo com a pioneira da metodologia de Formação de Preços na Advocacia, esses fatores geram valor e agregam no momento da precificação, que deve ser justa para ambas as partes. “Além disso, faça com que o seu cliente tenha uma boa experiência, se ele gostou de você o preço é negociável”, finaliza Beatriz.

(*) **Beatriz Machnick** é contadora, especialista em Controladoria e Finanças, mestre em Governança e Sustentabilidade. É pioneira da metodologia de Formação de Preços na Advocacia e palestrante na Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). É sócia-fundadora da BM Consultoria em Precificação e Finanças. Autora dos livros Gestão Financeira na Advocacia - Teoria e Prática (2020), Valorização dos Honorários Advocatícios – O Fortalecimento da Advocacia através da Gestão (2016) e Honorários Advocatícios – Diretrizes e Estratégias na Formação de Preços para Consultivo e Contencioso (2014).