

PINHEIRO NETO +
TEMPLO.CC

PROJETO LEAN CYCLES

RELATÓRIO CONSOLIDADO: IMERSÃO+MODELAGEM 21.AGO

TEMPLO

OLÁ!

Este relatório é um marco de entrega de duas fases do projeto Lean Cycles - uma parceria entre Templo.cc e Pinheiro Neto Advogados para pensar iniciativas inovadoras e oportunidades de negócios no setor jurídico.

Nele, você encontrará a documentação e histórico sobre como chegamos em uma série de idéias de novos negócios; Também compreenderá um pouco mais do processo e metodologias que passam a ser utilizadas no PNA a partir do nosso interesse em evoluir as práticas da inovação dentro do escritório.

As idéias ou iniciativas aqui descritas ainda encontram-se em fase de teste e serão refinadas a partir da visão de seus públicos-alvo. Você poderá encontrar sua versão final no próximo relatório, de encerramento do projeto.

Aproveite a leitura!

ÍNDICE

1)	POR QUE INOVAR	3
2)	“FORA DA CASA” - OLHAR PARA O MERCADO	22
	a) tendências	
	b) tecnologias	
	c) áreas de oportunidade	
3)	DENTRO DA CASA: OLHAR PARA PNA	65
	a) hipóteses	
	b) oportunidade de cultura	
	4) ANEXO	106

RESUMO DO PROJETO

ESCOPO

CRIAR E IMPLEMENTAR UM TESTE DE INICIATIVA DIGITAL COM FOCO EM VALIDAÇÃO, QUE CONSTITUA O PRIMEIRO PASSO EM DIREÇÃO AO DESENVOLVIMENTO DE ESTRUTURAS DE INOVAÇÃO DENTRO DA COMPANHIA

O PROJETO TEM FOCO NOS SEGUINTE OBJETIVOS:

Prototipagem das ideias em ambiente controlado, permitindo testes de baixos risco e custo, validação das hipóteses de produto/mercado e consequente priorização conforme o potencial de resultados e viabilidade técnica.

Planejamento e implementação de MVPs ("Produto Viável Mínimo": versão mais simples de um produto que pode ser lançada com uma quantidade mínima de esforço e desenvolvimento com foco em validação).

Dar os primeiros passos em direção a transformação digital e trabalho de inovação na companhia, experimentando metodologias e novos capabilities.

**ENTENDEMOS INOVAÇÃO COMO CRIATIVIDADE APLICADA,
MENSURÁVEL E COM RESULTADOS, SENDO SEUS OBJETIVOS
PRIMÁRIOS:**

- 1) NOVAS FONTES DE RECEITA**
- 2) REDUÇÃO DE CUSTOS OPERACIONAIS**
- 3) AQUISIÇÃO E EXPANSÃO DE MERCADO**

FOCO DO
PROJETO

FASES DO PROJETO

1_ IMERSÃO

Mapear os problemas, soluções, oportunidades, target e modelo de negócios discutidos para o produto digital em questão, a fim de destacar ALAVANCAS, DORES E PONTOS DE ATENÇÃO a serem trabalhados na modelagem de soluções.

ATIVIDADES-CHAVE:

Desk Research
Entrevistas com Stakeholders
Benchmarking
WORKSHOP - Sprint de Cocriação

2_ MODELAGEM

CRIAR E MODELAR SOLUÇÕES além de planejar experimentos para testar e validar as hipóteses sobre o produto digital em questão.

ATIVIDADES-CHAVE:

Concepção e Priorização de Hipóteses
Planejamento de testes

3_ CICLO ÁGIL DE VALIDAÇÃO

Testes rápidos de baixo risco e baixo custo com métricas e prazos pré-determinados a fim de determinar a rota de desenvolvimento do produto e seu modelo de negócios com foco em melhoria contínua.

ATIVIDADES-CHAVE:

Construção de Protótipos On e Offline
Testes com usuários de protótipos e hipóteses

COMO CHEGAMOS ÀS RECOMENDAÇÕES DESTE RELATÓRIO:

PESQUISA

TENDÊNCIAS
COMPORTAMENTAIS

TENDÊNCIAS DE
TECNOLOGIA

TENDÊNCIAS DO SETOR
JURÍDICO

WORKSHOP + ANÁLISE

ÁREAS DE
OPORTUNIDADE

RECOMENDAÇÕES

HIPÓTESE

HIPÓTESE

HIPÓTESE

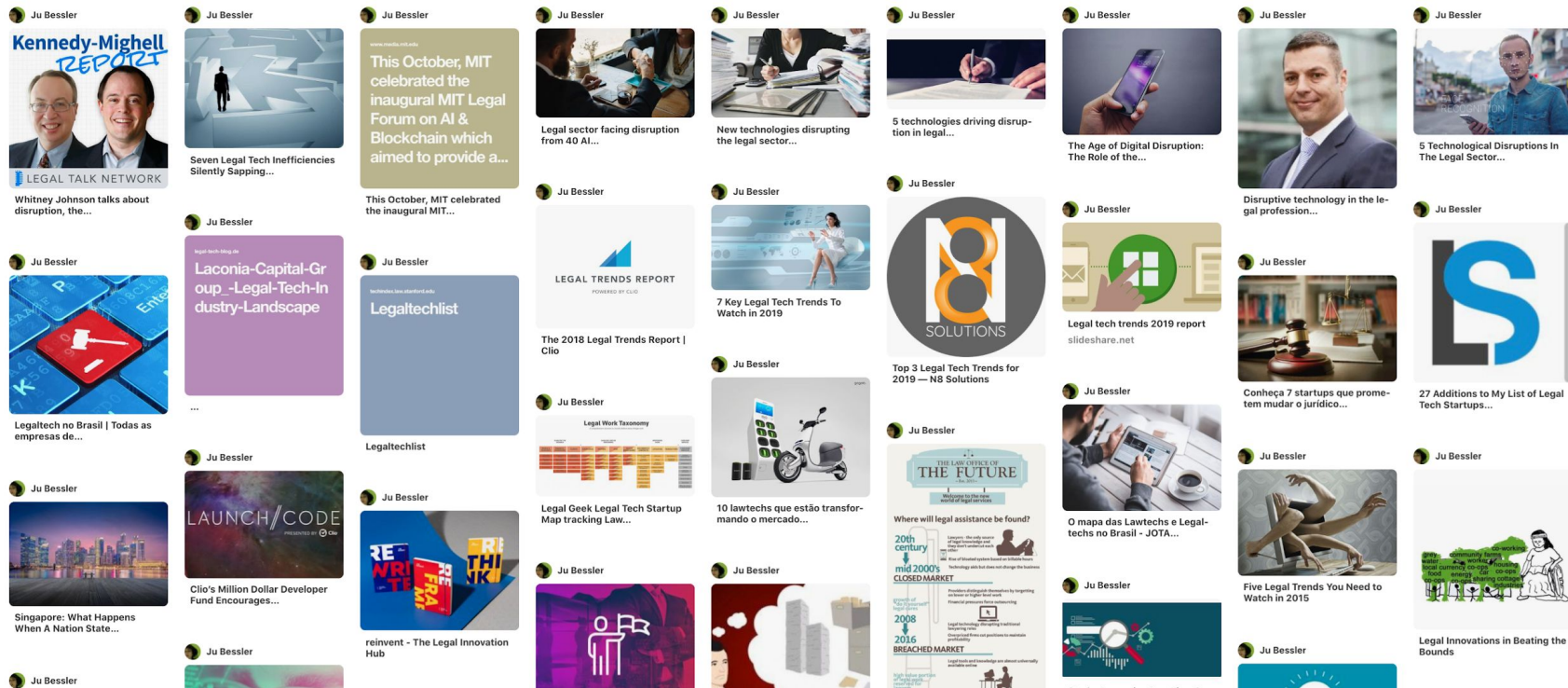
HIPÓTESE

IMERSÃO

No dia 05/07/2019, o Pinheiro Neto Advogados e o TEMPLO juntaram forças para colocar o processo Lean em ação com um workshop de ideação.



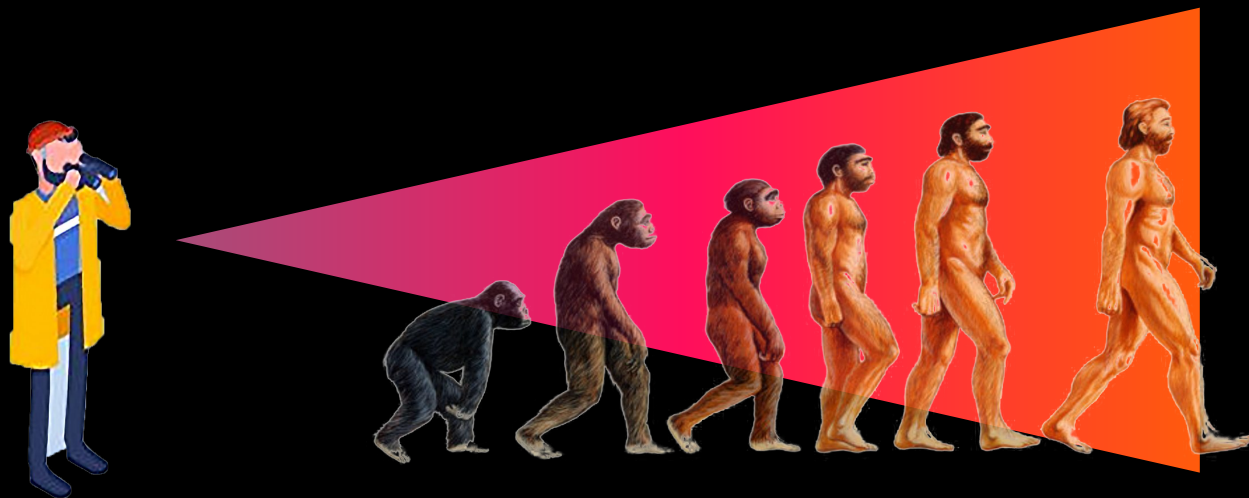
Além disso, a equipe TEMPLO verificou mais de 30 relatórios brasileiros e globais sobre o estado da inovação jurídica no Brasil e no mundo.



**POR QUÊ
INOVAR?**

“*Nunca inove para competir,
inove para mudar as regras
do jogo.*”

DAVID O. ADEIFE



O PONTO DAS TRANSFORMAÇÕES ORGANIZACIONAIS NÃO É SIMPLEMENTE
CHEGAR AO DIGITAL, MAS SIM APRENDER A SE ADAPTAR MAIS RAPIDAMENTE
NUM MUNDO EM CONSTANTE MUTAÇÃO.

NAS ÚLTIMAS DÉCADAS,
A IDADE MÉDIA DAS 500 MAIORES
EMPRESAS DO MUNDO **CAIU DE**
75 ANOS PARA 15 ANOS.

“*I am not most afraid of our biggest competitors. I am afraid of the guy in his garage coming up with an idea that could potentially wipe out one of our businesses”.*

JEFF IMMELT, GE CHIEF EXECUTIVE

A inovação não é um fenômeno que ocorre organicamente, especialmente em profissões tradicionais. No entanto, o setor jurídico em geral reconhece a necessidade de se adaptar às novas expectativas dos clientes no novo ecossistema digital:

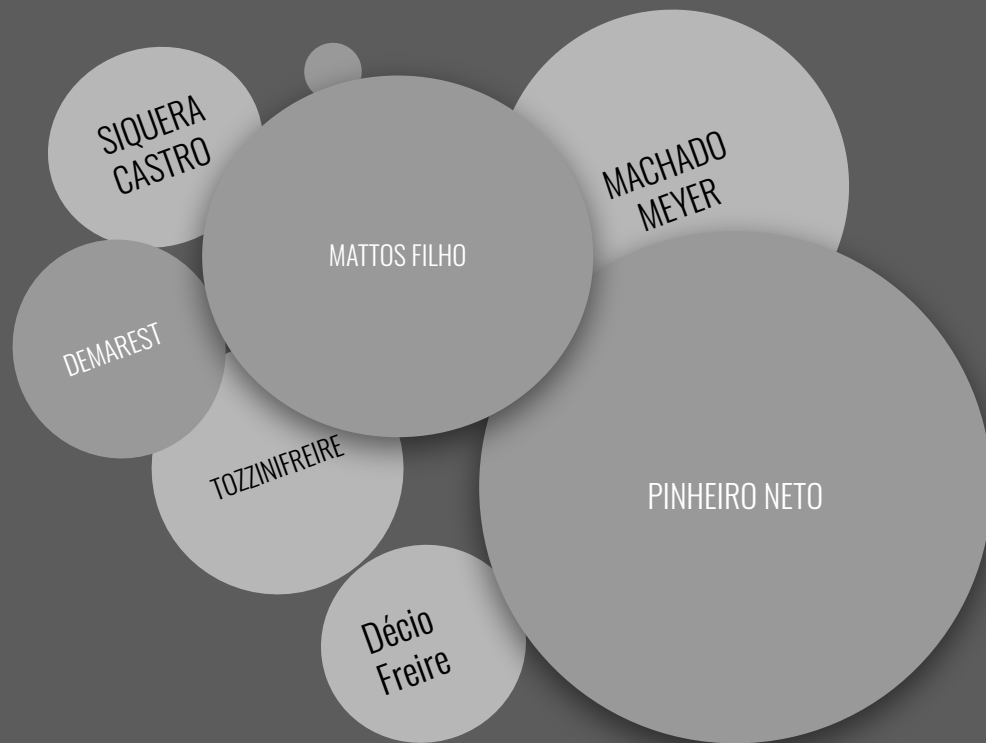
“Nossa pesquisa mais recente sobre escritórios de advocacia mostra que a maioria das empresas reconhece isso, com mais de 80% das 50 principais empresas classificando 'Aprimorar o uso da tecnologia' como uma das 3 principais prioridades, mas faz uma pergunta sobre os outros 20%” ALYSON REEVES, PWC

“Em 2015, apenas 28% dos clientes jurídicos internos entrevistados para o Best Legal Adviser Report disseram que a inovação em seus escritórios de advocacia era importante, enquanto que, em 2016, isso aumentou para 62%.” BOND DICKINSON

**O futuro do trabalho
está mudando num
ritmo nunca antes
visto na história da
humanidade e o setor
jurídico está longe de
ser imune a essas
mudanças**

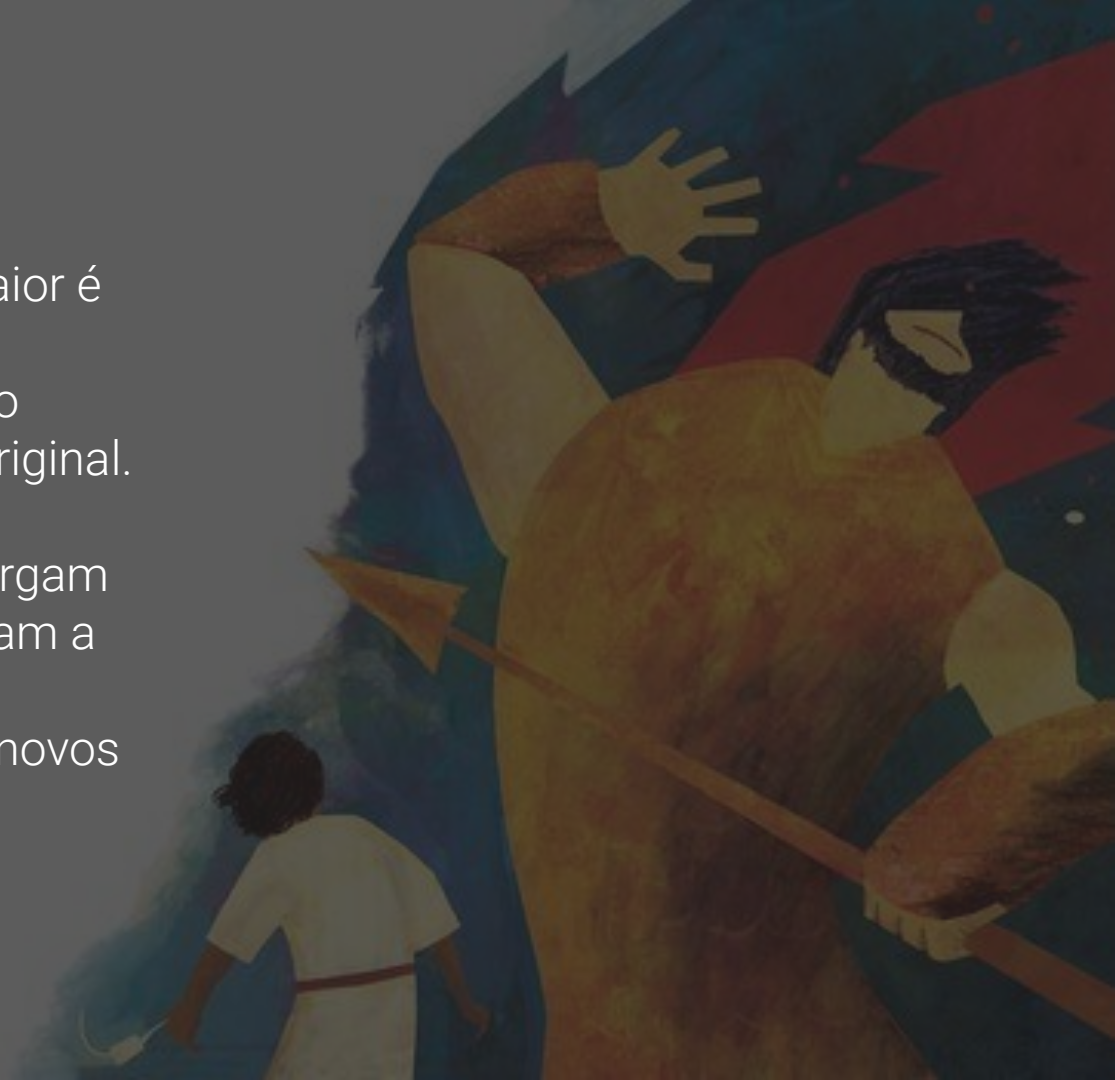
ATÉ 2020, A DELOITTE
ESTIMA QUE 39% (114.000
POSTOS DE TRABALHO)
DE CARGOS NO SETOR
JURÍDICO NOS ESTADOS
UNIDOS SERÃO
AUTOMATIZADOS

O setor jurídico
no Brasil é
dominado por
grandes
empresas
...



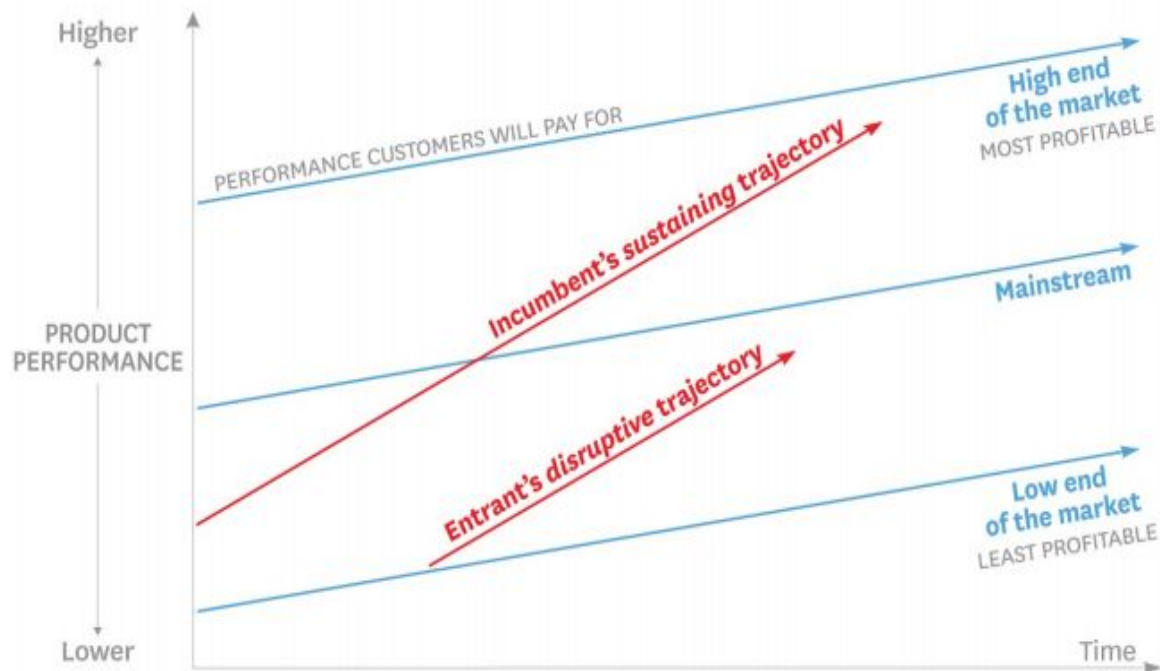
Quanto maior a empresa fica, maior é a aversão ao **risco**, independentemente de ter ou não inovações conectadas ao DNA original.

Onde as grandes empresas enxergam risco, os novos entrantes enxergam a **oportunidade** de alcançar novos segmentos de mercado ou criar novos mercados.



Esta tendência deixa espaço no mercado para que novos entrantes deixem empresas consolidadas “para trás”...

O caso clássico da Xerox mostra que quando as empresas consolidadas supervalorizam os clientes existentes e não procuram atender novos segmentos de mercado, entrantes como a Canon podem romper o mercado oferecendo produtos mais baratos e mudando o mercado de B2C.



SOURCE CLAYTON M. CHRISTENSEN, MICHAEL RAYNOR, AND RORY McDONALD
FROM "WHAT IS DISRUPTIVE INNOVATION?" DECEMBER 2015

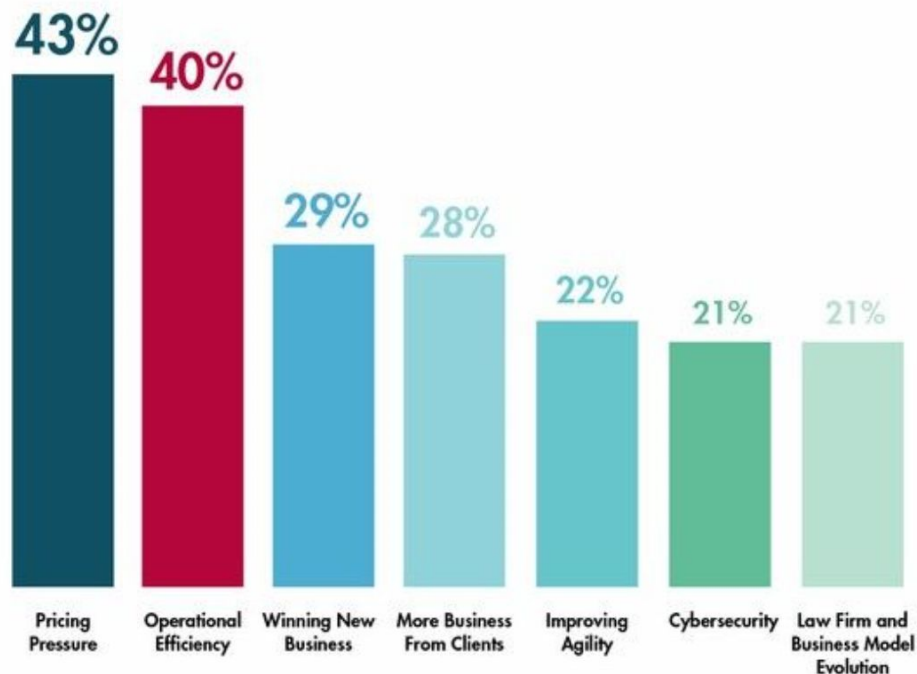
© HBR.ORG

De acordo com o professor Clayton Christensen, da Harvard Business School, “os fornecedores frequentemente oferecem mais do que os clientes precisam ou estão dispostos a pagar”.

Um dos maiores desafios para os escritórios de advocacia hoje é a pressão para reduzir os preços

Fonte:
<https://www.larrybodine.com/report-winning-new-business-in-a-competitive-market-is-challenge-for-law-firms>

What are the top challenges currently facing law firms?



**Por causa disso,
novos modelos
estão surgindo no
setor e ameaçando
romper o *status
quo*.**

Disruptive Innovation: New Models of Legal Practice por
Joan C. Williams, Aaron Platt, e Jessica Lee, Hastings Law
Journal



PNA HOJE: COM UMA MARCA FORTE E UM PORTFÓLIO DIVERSIFICADO, O PNA TEM HOJE VANTAGEM COMPETITIVA PARA SER O LÍDER EM INOVAÇÃO



EDIÇÃO 2018

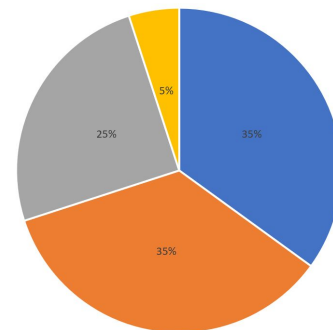
Pinheiro Neto é eleito banca full service mais admirada pelo *Análise Advocacia 500*

13 de novembro de 2018, 18h22

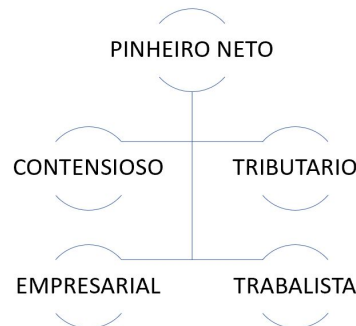
[Imprimir](#) [Enviar](#)

O Pinheiro Neto Advogados foi eleito pelo [segundo ano](#) consecutivo como o mais admirado escritório de full service do Brasil pelo anuário *Análise Advocacia 500*. Em seguida estão, nessa ordem, Mattos Filho, Veiga Filho,

**“50%-60%
DE CLIENTES SÃO DE FORA DO BRASIL”**

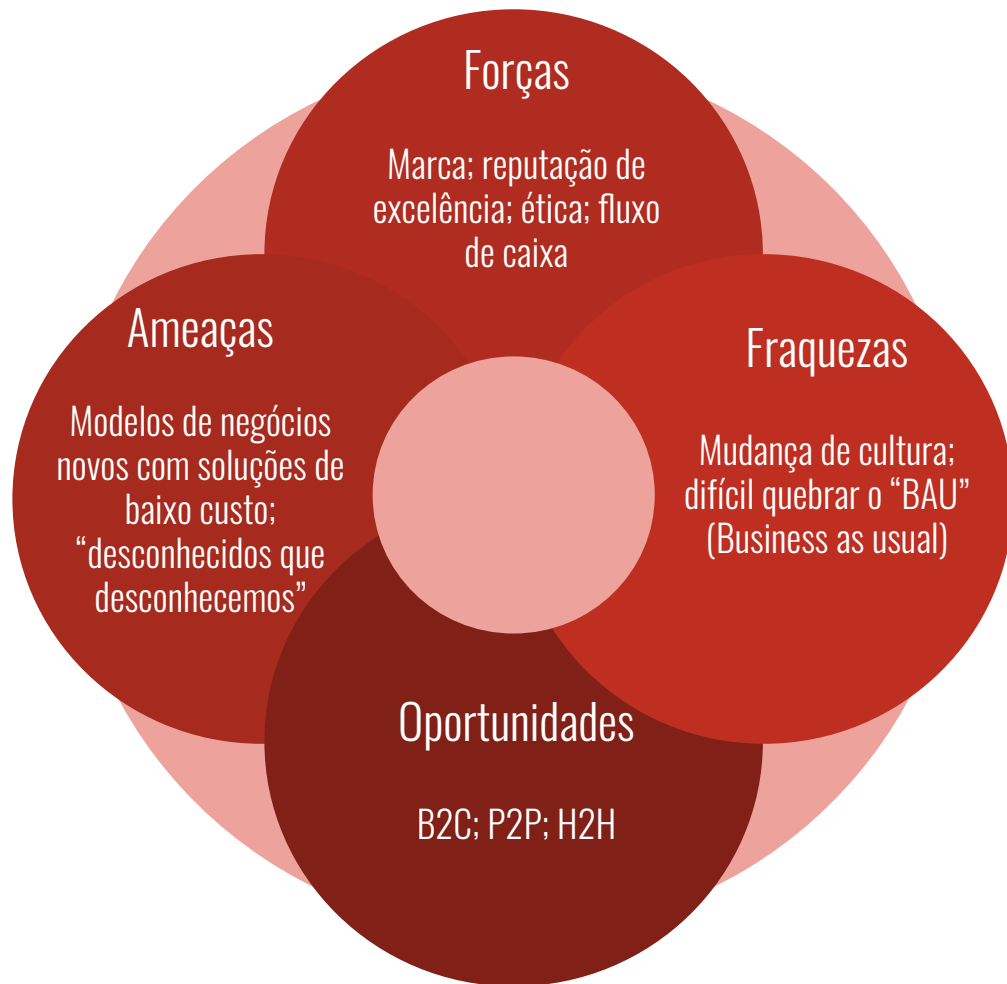


■ Contencioso ■ Empresarial ■ Tributário ■ Trabalhista



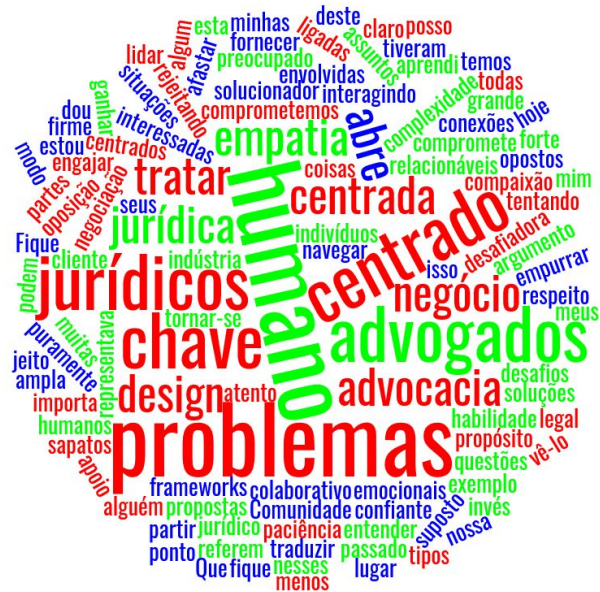
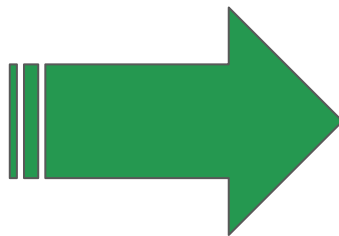
PINHEIRO NETO ANÁLISE SWOT

A forte posição de mercado do PNA o coloca preparado para transformar as possíveis fraquezas e ameaças em oportunidades e novos mercados.



COMO PODEMOS GARANTIR QUE O
PINHEIRO NETO CONTINUE A LIDERAR O
SETOR NA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS E
MOLDAR O FUTURO DO SETOR?

COMO PODEMOS SAIR DAQUI...

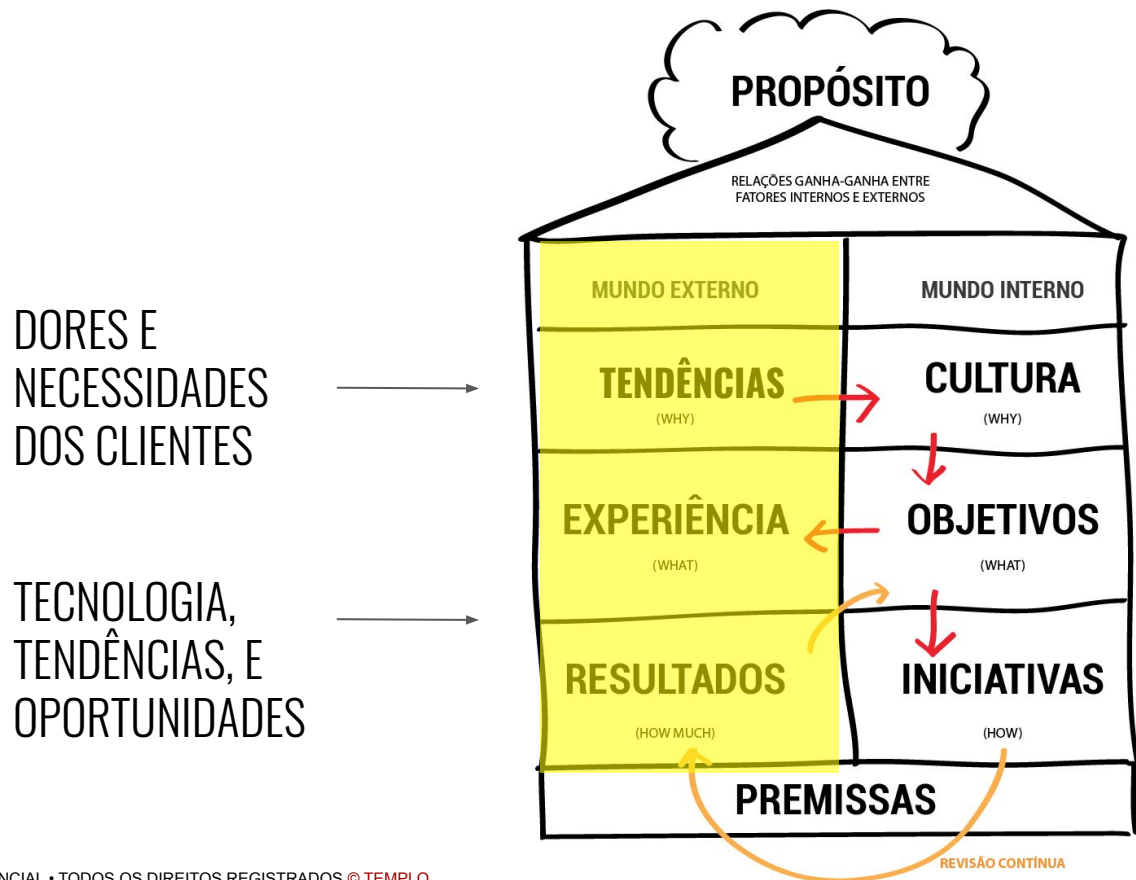


...E CHEGAR AQUI?

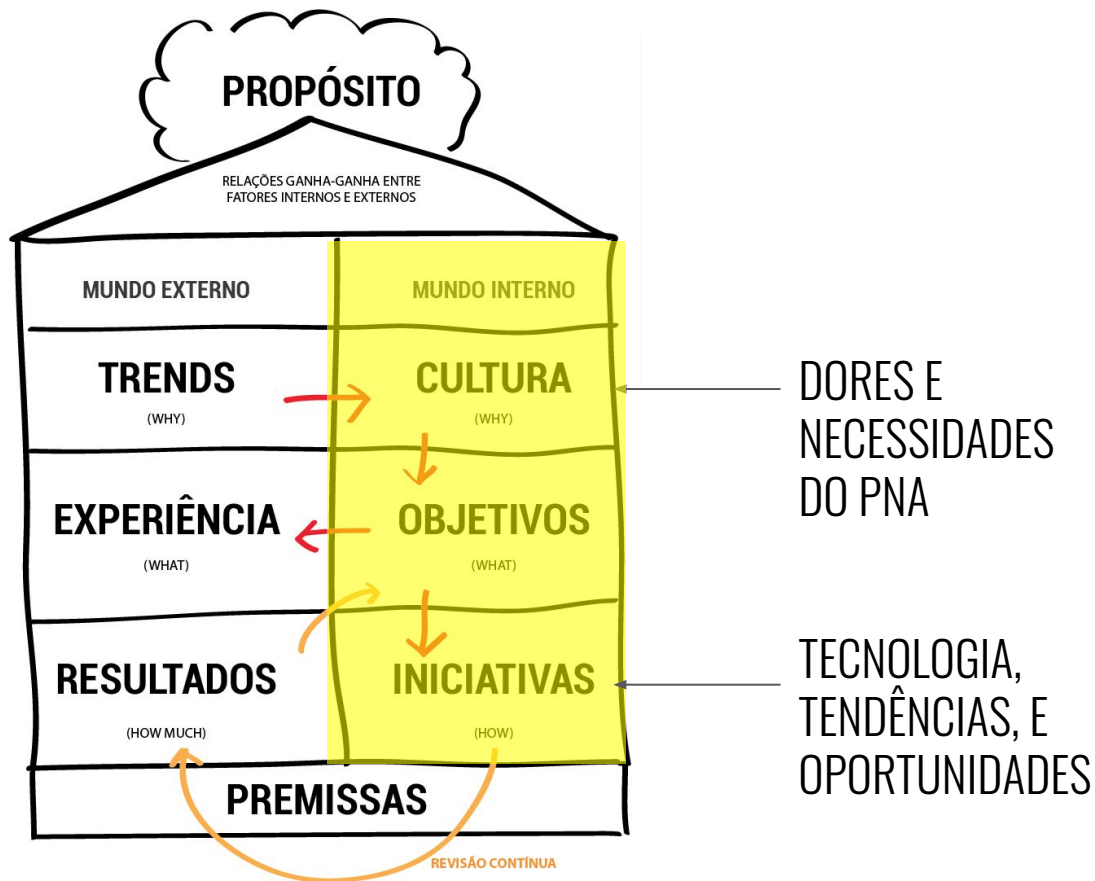
ORGANIZAÇÕES SÓ SE
TRANSFORMAM
QUANDO O OLHAR PARA
FORA E O OLHAR PARA
DENTRO CAMINHAM
JUNTOS



FORA DA CASA



DENTRO DA CASA



‘FORA DA CASA’: UM OLHAR PARA O MERCADO

TECNOLOGIAS

TENDÊNCIAS

ÁREAS DE OPORTUNIDADE

A inovação não tem que ser necessariamente disruptiva, também existem as inovações **incrementais** e as **evolutivas**

INCREMENTAL:
“business as usual”

EVOLUTIVA:
Base em insights do cliente

DISRUPTIVA:
Inovação no ecossistema de negócios

**POTENCIALIZAR
RECEITA ATUAL**

OTIMIZAÇÃO
OPERACIONAL,
ACELERAÇÃO DE
VENDAS

**NOVAS FONTES DE
RECEITA**

NOVOS PRODUTOS E
SERVIÇOS DENTRO DO
PORTFÓLIO ATUAL

**NOVOS MODELOS
DE NEGÓCIO**

EXPANSÃO DO
PORTFÓLIO

TENDÊNCIAS

OMNICHANNEL

“ *Não existem sistemas separados. O mundo é um continuum. Onde desenhar um limite em torno de um sistema depende do propósito da discussão. ”*

DONELLA H. MEADOWS

OMNICHANNEL

O Omni-channel (ou omnicanais) é uma integração de um toque entre operações e fluxos de produtos físicos em todos os canais para proporcionar uma experiência de serviços perfeita.

Em outras palavras, a distribuição Omni-channel é um sistema que permite aos clientes pesquisar, contratar e receber o serviço por qualquer canal escolhido, mantendo a consistência ao passar por qualquer canal - não apenas entre analógico e digital, mas também entre digital-digital.

Empresas são feitas por pessoas e as mesmas sofrem influências de todos os setores da indústria na criação de expectativas para a aquisição de serviços ou produtos. As expectativas criadas no varejo omnicanais são transferidas de maneira subconsciente para expectativas em todos os setores (inclusive jurídico).

Esta tendência deve ser aplicada em iniciativas que considerem a total integração entre experiências digitais e offline e pode ser pensada, no sentido de agregar automação, customização e didatismo para peças ou conversas entre advogado-cliente. Por exemplo, o cliente poderia consultar seu processo online e já entrar em contato com o escritório via chatbot.

ECONOMIA COMPARTILHADA

“ *Acredito que o maior crime é aprender algo que possa beneficiar significativamente outras pessoas, mas não compartilhar com ninguém.*”

MIKE PETTIGREW

ECONOMIA COMPARTILHADA

A economia de compartilhamento é um modelo econômico definido como uma atividade baseada em P2P (peer-to-peer) de aquisição, fornecimento ou compartilhamento de acesso a bens e serviços que geralmente é facilitada por uma plataforma on-line baseada na comunidade.

A percepção de alto custo é muitas vezes uma das maiores barreiras à contratação de serviços jurídicos. Compartilhamento de espaços e modelos de diluição de custo por compartilhamento (como consórcios, planos de saúde ou coworking) podem ser aplicados nesta tendência, bem como idéias aplicáveis a ações coletivas ou padronização de etapas do processo que permitam uma contratação a menor preço.

MARCAS HUMANIZAAS

“ *Não existe B2B, B2C... Só existe H2H
(Humano a Humano)*”

RODRIGO TAVARES, PAGSEGURO

MARCAS HUMANIZADAS

o Human to Human não é um outro mercado, mas uma nova forma de pensar e agir. Muitas vezes, as ações estratégicas de uma empresa são distantes de seus clientes e não conseguem atendê-los de forma singular, única. Ao contrário, os tratam como números e indicadores de desempenho, caindo na armadilha do velho paradigma da necessidade de total formalidade e impessoalidade.

Entendemos que, embora pessoas representem empresas em negócios, não deixam de serem pessoas, e pessoas são humanas, suscetíveis a erros e emoções. Uma abordagem de “Marca Humanizada”, portanto, é aquela que usa a linguagem, as necessidades e a compreensão do modo de agir dos clientes.

IDEO* define que os advogados centrados no ser humano são aqueles que podem tratar problemas jurídicos como problemas humanos, traduzir a complexidade jurídica em estruturas relacionais e navegar na tensão e no conflito com habilidade, paciência e respeito por todas as partes envolvidas.

*<https://www.ideo.com/blog/how-design-taught-me-to-be-a-human-centered-lawyer>

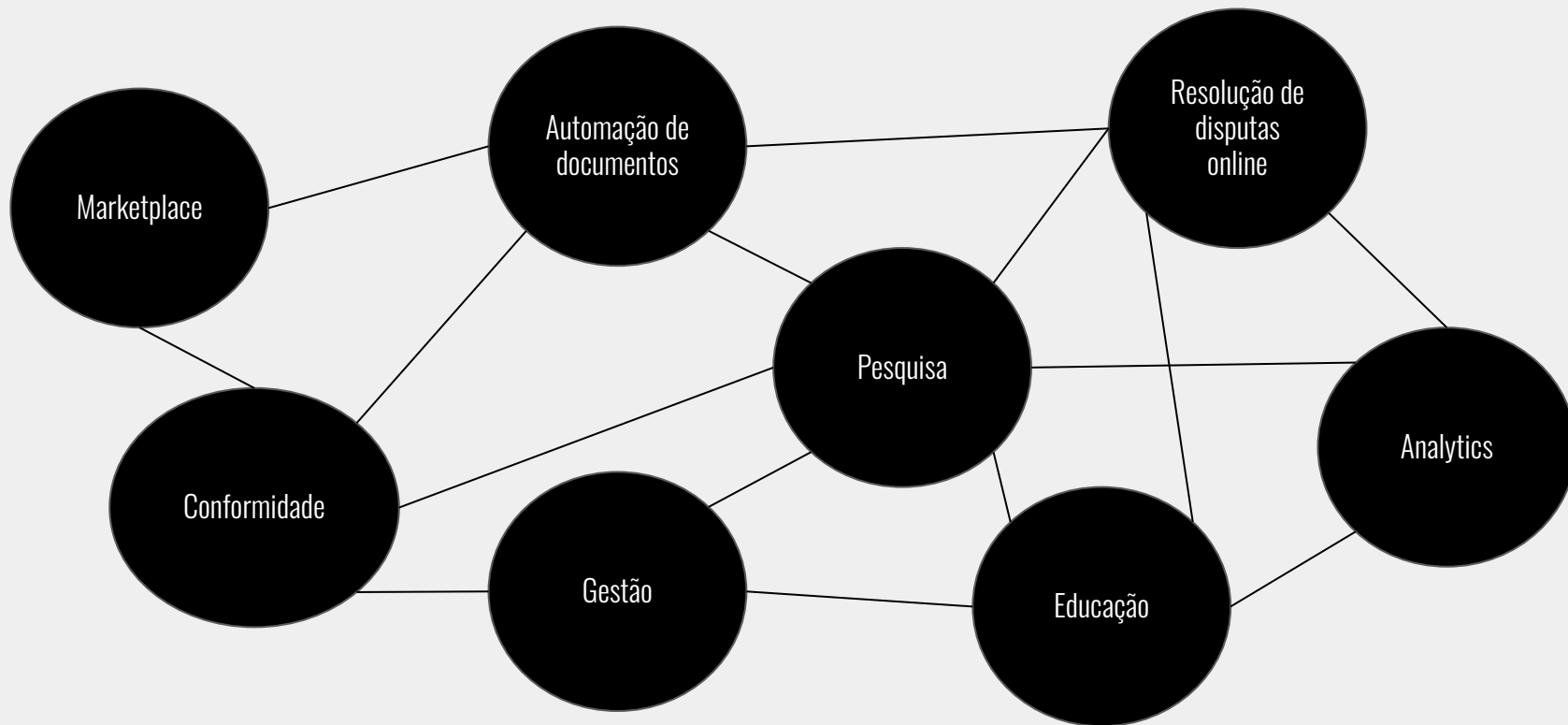
ÁREAS DE OPORTUNIDADE

AS DORES RECORRENTES DE CLIENTES DENTRO DO SETOR JURÍDICO PODEM SER AGREGADAS EM DOIS GRANDES PONTOS

1. alto custo
2. lentidão

PARA RESOLVER ESTA DEMANDA, IDENTIFICAMOS ÁREAS DE OPORTUNIDADE PARA INOVAR NO ECOSISTEMA JURÍDICO:

fonte: <https://techindex.law.stanford.edu/>



VAMOS VER CADA
UMA DELAS...

O QUE É:

Analytics é um campo abrangente e multidimensional que usa matemática, estatística, modelagem preditiva e técnicas de aprendizado de máquina para encontrar padrões e conhecimentos significativos nos dados.

São três os tipos predominantes de analytics: estatística descritiva, análise preditiva (modelos que usam dados históricos e algoritmos preditivos para determinar probabilidades futuras) e análise prescritiva (que utiliza big data, dados contextuais e muita capacidade computacional para produzir respostas em tempo real e prover informações sobre decisões ideais com base nos cenários futuros previstos).

EXEMPLOS DESSA INOVAÇÃO?

Legal Chrome: fornece análises de big data para profissionais legais para acelerar a pesquisa de casos legais com casos altamente precisos e relevantes.

FiscalNote: é uma plataforma para análise de dados abertos em tempo real que agrega, analisa e prevê dados jurídicos.

Legalshine: é uma ferramenta para grandes organizações controlarem seus custos legais por meio de análise de dados.

A análise legal é implementada para dar ao escritório de advocacia uma vantagem competitiva ao resumir informações complexas rapidamente e em tempo real, permitindo que os clientes adotem a tomada de decisão baseada em dados.

O QUE É:

Compliance, ou conformidade corporativa, é o processo de garantir que sua empresa e seus funcionários sigam as leis, os regulamentos, os padrões e as práticas éticas aplicáveis à sua organização. Não é uma ideia nova, mas softwares de conformidade trazem automação ao setor jurídico e ajudam a gerenciar as tarefas de conformidade da empresa.

EXEMPLOS DESSA INOVAÇÃO?

Libryo Ltd oferece uma plataforma que permite aos profissionais de compliance compreender as obrigações legais de sua organização em qualquer situação. A tecnologia da *Libryo* filtra toda a lei e entrega apenas os regulamentos que são importantes para o negócio do cliente, configurados para cada operação.

A *Waymark Tech* desenvolveu uma AI que analisa milhões de páginas de regulamentação para fornecer as respostas às perguntas do usuário, incluindo insights sobre gerenciamento de mudanças e os custos implicados.

A área que chamamos de compliance atende a uma série de desafios de negócios, desde redução de penalidades, melhoria de operações e segurança, melhores relações públicas e maior retenção de funcionários. Embora o risco não seja frequentemente associado à inovação ou à tecnologia, as empresas podem aproveitar essas ferramentas para gerenciar riscos.

MEDIAÇÃO DE CONFLITOS ONLINE

O QUE É:

Utilização de métodos de solução de conflito de forma online.

Por meio da mediação, online desacordos podem ser resolvidos de forma remota e sem a necessidade de processos judiciais.

EXEMPLOS DESSA INOVAÇÃO?

Mercado livre (EMPODERA): é uma plataforma que busca agilizar a resolução de conflitos, buscando dar maior autonomia e poder aos usuários do site .

Radvocar: É uma ferramenta de resolução de disputas para clientes com mecanismo de atendimento automatizado, orientado por dados, que capacita os consumidores a navegar e obter resultados.

WayToSettle: ferramenta de resolução de disputas on-line construída especialmente para proprietários de imóveis.

Justto: plataforma de arbitragem e conciliação judicial

Um estudo* realizado pelo Departamento jurídico do Mercado Livre indicou que 40% dos usuários que propunham uma ação judicial não tinham feito qualquer tipo de contato anterior com a empresa - embora tratassem de temas que poderiam ter sido solucionados de forma prévia e consensual.

* Fonte:

<https://www.conjur.com.br/2018-set-19/mercado-livre-lanca-plataforma-online-resolucao-disputas>

PRECIFICAÇÃO

O QUE É:

É possível estimar o custo da prestação do serviço e se aquele determinado processo, contrato ou cliente deu lucro ou prejuízo, cruzando as informações financeiras com as da área de produção jurídica, sempre considerando que as leis trabalhistas e os contratos de prestação de serviço estipulam horas semanais trabalhadas e estipulam percentuais de acréscimo em caso de horas extras, noturnas ou em finais de semana.

EXEMPLOS DESSA INOVAÇÃO?

Rocket Matter Software: voltado para gestão de tempo e de tarefas, permite agendamentos de compromissos, acompanhamento e controle de tarefas cumpridas e despesas do escritório.

Hashtrack: permite o faturamento automático de projetos e o acompanhamento do valor total gasto em cada projeto.

E-Xyon: faz integração com todos os envolvidos no acompanhamento das questões administrativas.

A inovação em precificação foca em melhor controle do tempo investido em tarefas, rotinas e projetos, e na estimativa do quanto estes custam à empresa.

AUTOMAÇÃO DE DOCUMENTOS

O QUE É:

A automação documental permite a construção automática de peças jurídicas de forma padronizada, tanto para advogados, quanto para leigos.

EXEMPLOS DESSA INOVAÇÃO?

LegalZoom: site que oferece serviços jurídicos automatizados..

NetLex: automatiza modelos de documentos, transformando-os em um questionário dinâmico.

Exari: utiliza um único repositório global, armazena e gerencia com segurança todo o portfólio de contratos. Utiliza fluxos de trabalho ad hoc e baseados em regras agilizam a negociação, a aprovação e a execução.

O trabalho estratégico é otimizado pela automação jurídica. A incorporação de tecnologia reduz o tempo despendido com ações operacionais e permite direcionar o trabalho para atividades que trarão verdadeiros benefícios ao escritório.

O QUE É:

Plataforma online para conectar clientes e advogados/escritórios, incluindo busca por prática, localização e avaliação dos serviços prestados;

Advogados autônomos e escritórios podem se utilizar da plataforma para expandir a base de clientes, enquanto quem busca por serviços jurídicos têm acesso a uma maior oferta de prestadores de serviço e informações para auxiliar na seleção

EXEMPLOS DESSA INOVAÇÃO?

QueroReclamar conecta pessoas envolvidas em conflitos com prestadores de serviço a advogados e profissionais do setor jurídico que possam resolvê-los.

JurisCorrespondente conecta advogados a correspondentes jurídicos.

JurídicoCerto reúne advogados e correspondentes jurídicos à escritórios e departamentos jurídicos, conectando mais de 104 mil advogados à 50 mil escritórios e empresas.

O QUE É:

Capitalização da passagem de conhecimento por firmas de reputação reconhecidas; prática de democratização e acessibilidade ao conhecimento jurídico

Formação de reputação como valor para os escritórios, e para o cliente e outros advogados a partir de aulas em qualquer lugar e qualquer momento; Aprendizado mais eficiente diante de várias ferramentas de auxílio.

EXEMPLOS DESSA INOVAÇÃO?

Saraiva CampusLab plataforma online voltada para estudantes de direito que oferece um novo jeito de estudar conteúdo jurídico.

StartUp Quest é uma plataforma de e-learning gamificada (emblemas, recompensas, etc.) que fornece aos clientes uma biblioteca de vídeo sequencial de aconselhamento.

‘DENTRO DA

CASA’:

UM OLHAR PARA O

PINHEIRO NETO

**NO MOMENTO DA
IMERSÃO NÃO
TRABALHAMOS COM
INICIATIVAS FECHADAS
MAS, SIM, HIPÓTESES A
SEREM TESTADAS NAS
PRÓXIMAS FASES**

OFERTAS RELEVANTES =
PARA UM DETERMINADO
GRUPO DE USUÁRIOS.



90 para 3 features > \$4bi para \$30bi
em transações anuais em 3 anos



Design

User Experience

ENTENDENDO A PROPOSTA DE VALOR

Entender as necessidades e os desejos de um usuário como base para a definição do produto baseia-se no conceito fundamental de proposta de valor. Podemos defini-lo, para fins de compreensão, como "problema a ser resolvido".

EXEMPLOS:

"Lápis"



"Objeto portátil e autônomo para registrar pensamentos e ideias"

"Notificação Push"



"Opções para informar o cliente de forma personalizada e contextual em um meio digital"

FOCO EM PROBLEMAS, NÃO EM SOLUÇÕES

EXEMPLO: PROPOSTA DE VALOR

"Opções para
informar o cliente de
forma personalizada
e contextual em um
meio digital"

EXEMPLO: IDEIAS DE FEATURES

- Notificação push
- Inbox / caixa de entrada
- Chatbot
- Newsletter

HIPÓTESES

HIPÓTESE

Suposição de negócios que pressupõe uma relação de causa e efeito considerada válida antes que seja feita sua confirmação.

INICIATIVA

Solução a ser implementada após a validação de uma ou mais hipóteses.

TESTE

Série de atividades realizadas com clientes-alvo de uma iniciativa, com a finalidade de confirmar ou negar hipóteses.

PROTÓTIPOS

Construções rudimentares que permitam visualizar a ideia de uma iniciativa de produto ou serviço, com o objetivo de apresentá-lo ao cliente na finalidade de teste.

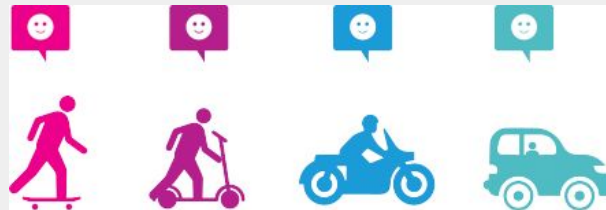
MVP

Minimum Viable Product ou, em português, Mínimo Produto Viável, é a menor parte necessária para a implementação de uma iniciativa (com o mínimo de investimento financeiro e de risco), mas capaz de entregar a proposta de valor do produto ou serviço finalizado.

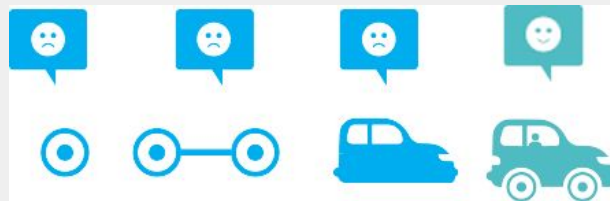
Como Construir Um MVP*?

* *Mínimo
Produto Viável*

SIM



NÃO



Compreendendo melhor as necessidades e sofrimentos de nossos usuários, é importante usar o conceito de proposta de valor dentro da estrutura de "Produto Mínimo Viável", com o objetivo de gerar valor em todas as etapas do desenvolvimento de um produto, permitindo um impacto positivo curto, médio e longo prazo.

INICIATIVAS

Ideias de novos
negócios



HIPÓTESES

Resolução de
problemas do
negócio ou dos
clientes que
acreditamos gerar
resultados



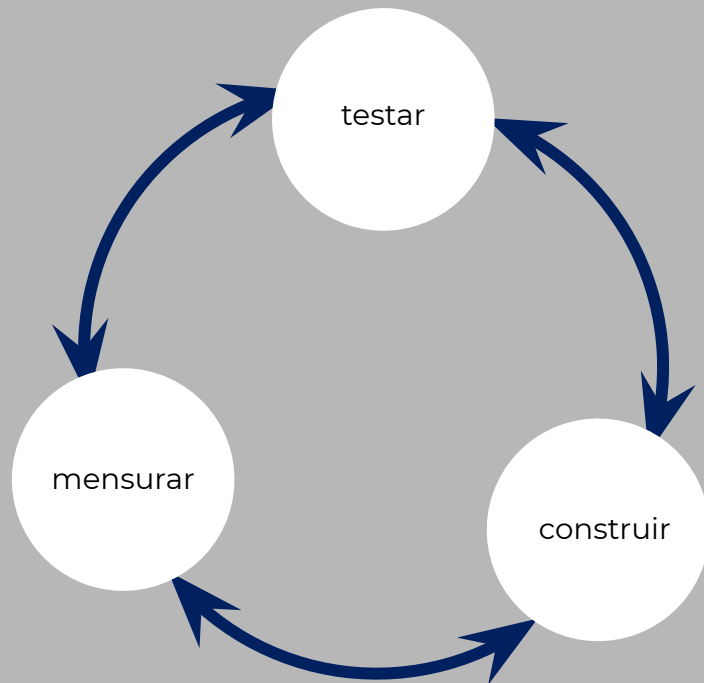
TESTES

Mensuração e
pivot das
hipóteses

HIPÓTESE =

SE [resolução de problema],

ENTÃO [resultados de negócio] **EM** [tempo]



HIPÓTESES

SE [RESOLUÇÃO DE PROBLEMA]

- Diminuir a assimetria de informação com clientes
- Ser mais didático em relação a linguagem
- Oferecer conteúdo didático sobre a área para clientes
- Dar mais transparência sobre as etapas do processo para clientes
- Aumentar pontos de contato com cliente durante o processo
- Diminuir o custo de entrada de startups no mercado
- Reduzir o atrito com burocracias para startups
- Oferecer um serviço mais empático para clientes com perfil de diversidade
- Auxiliar clientes leigos a escolherem o advogado que mais se adequa a sua causa
- Aprender com experiências anteriores para otimizar processos
- Reduzir custos mantendo o controle de qualidade
- Automatizar procedimentos
- Encontrar um padrão de sucesso em direito massivo
- Oferecer uma formação para advogados com foco em negócios
- Diminuir o gap entre conhecimento teórico e prático dos advogados
- Dar oportunidade de mercado para advogados "sem placa"
- Dar previsibilidade de risco em tempo real para clientes
- Oferecer autonomia e agilidade na tomada de decisão para clientes, a partir do auto-atendimento
- Gerar consistência dos serviços prestados ao mesmo tempo em que garantimos a autonomia dos advogados/sócios
- Dar clareza de riscos, premissas e oportunidades para clientes em transformação digital
- Auxiliar clientes a prever e compreender custos

ENTÃO [RESULTADO DE NEGÓCIOS]

- Menos processos com divergência de diagnóstico, atendimento ou custos
- Diminuição de horas gastas
- Fidelização de clientes
- Aumento no índice de satisfação dos clientes
- Aumento de horas faturadas
- Aumento de conhecimento dos clientes sobre a atividade de advocacia
- Aumento da taxa de conversão
- % de clientes atuais interessados no modelo de taxa fixa
- Criação de novas fontes de receita com potencial de retorno
- Aumento de consciência de marca pelo mercado
- Aumento do número de leads entrantes por indicações de clientes existentes
- Diminuição de custos e recursos com atendimento ao cliente
- Aumento do número de leads passivos

O QUE É LEAN CANVAS?

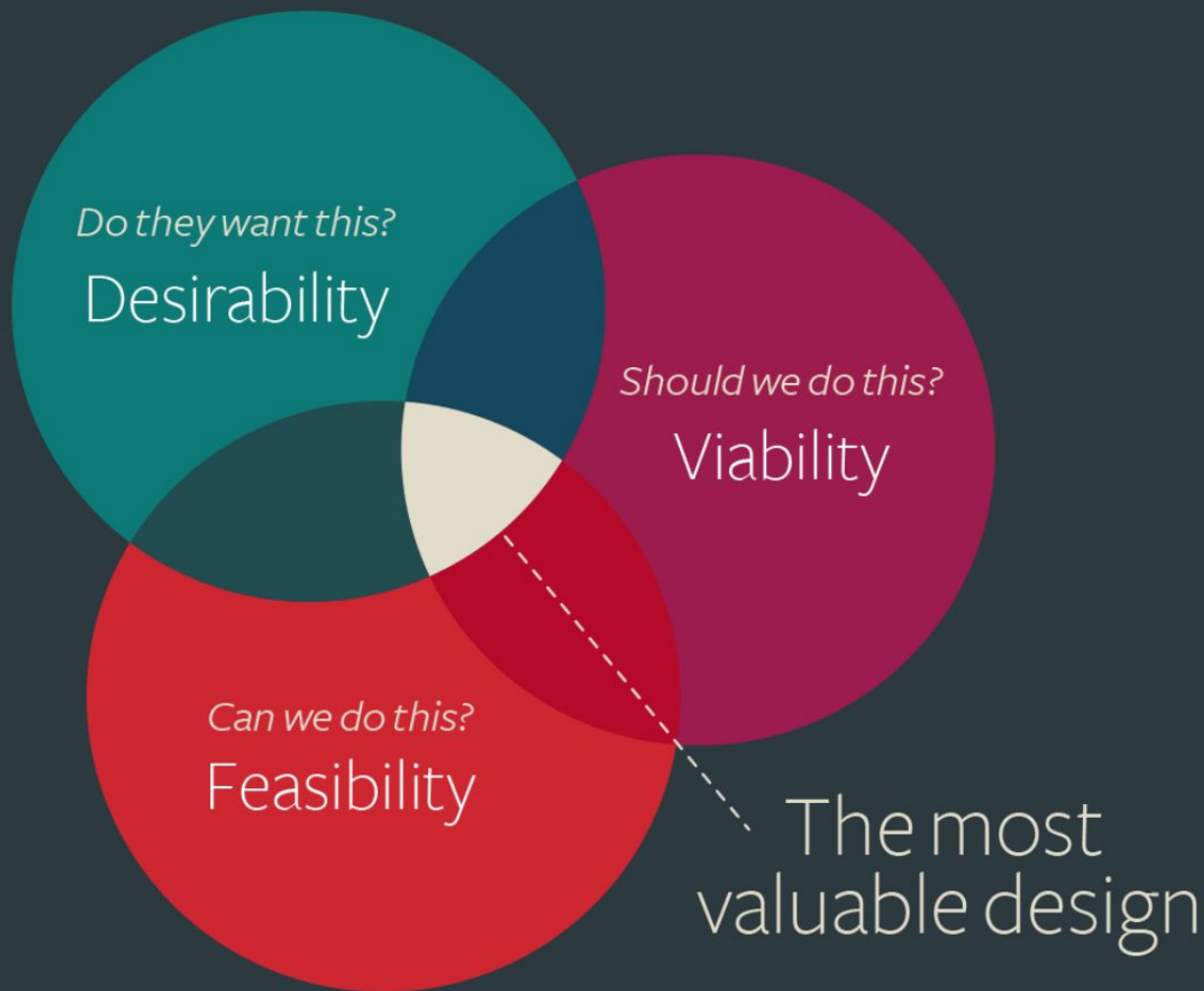
O Lean Canvas é um modelo de plano de negócios de uma página que ajuda você a desconstruir sua ideia em suas principais premissas usando 9 blocos básicos de construção.

O Lean Canvas é adaptado do Business Model Canvas, de Alex Osterwalder, e otimizado para a metodologia Lean Startup, com grande ênfase em encontrar problemas para os clientes que valem a pena resolver.

MODELO LEAN CANVAS

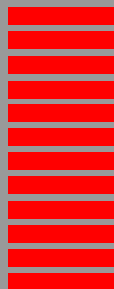


FRAMEWORK:
COMO AVALIAREMOS
NOSSAS HIPÓTESES?



Hipóteses

Priorizadas por
proposta de valor

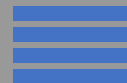


Sprint 1:
a avaliação da
propostas de valor
estava correta

Sprint 2:
Tangibilizar as
hipóteses

Repriorização e
sequência de
funcionalidades

Backlog
Features



Backlog
Hipóteses



IDEIAS DE INICIATIVA

i1)

PNA GARAGEM

IDEIA PRIORIZADA EM WORKSHOP DE COCRIAÇÃO



Aceleradora e/ou incubadora de startups ou novas empresas, em um espaço cooperativo elaborado pelo PNA, provendo infraestrutura necessária e fornecendo serviços jurídicos, network, Demo Days, tecnologia , expertise e ambiente adaptado para os projetos, fortalecendo e preparando as empresas para o mercado.

NOTA: PODE VINCULAR-SE À OUTRAS INICIATIVAS COM FOCO EDUCACIONAL

i1) PNA GARAGEM

#MARCAS HUMANIZADAS

#ECONOMIA COMPARTILHADA

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Grandes startups, hoje de alto valor de mercado já passaram pelo PNA. As mesmas hoje compõem um novo setor da economia, diferente das tradicionais 'grandes empresas', porém com relevância para geração de receita.

Observando o atual vínculo com startups de fintech e entendendo potencial já comprovado de atuação do PNA no setor, podemos ganhar reputação de liderança em um novo mercado, além de formalizar a relação já existente em novos modelos de receita.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como adquirir clientes, antes que se tornem clientes (empresas menores com potencial de crescimento)?

Como facilitar o acesso e democratizar os serviços jurídicos?

Como potencializar a receita de clientes atuais?

COMO O PNA Garagem...

CRIA valor

Compartilhando o conhecimento baseado em experiência e dados do PNA para criar a próxima geração de inovadores legais.

ENTREGA valor

Hub de inovação aberta criado e/ou operado pelo PNA

CAPTURA valor

Receita de aluguel, participação em novas empresas e patrocínio dos andares banca o investimento

i1) PNA GARAGEM

HIPÓTESES RELACIONADAS

Diminuir o custo de entrada de startups no mercado

Reduzir o atrito com burocracias para startups

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual a viabilidade dos modelos de receita?

Qual dos modelos apresenta mais potencial?

Os riscos são proporcionais ao potencial de retorno? Qual o canal ideal para a percepção deste valor? Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa (VCs, Corporate VCs, startups, investidores)?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Fóruns: Comentários em fóruns de startups que identifiquem as necessidades/problemas em relação a serviços legais;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas + Assinaturas/ Financiamento

coletivo: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Curtidas/seguidores: Projetar um índice de interesse sobre a iniciativa a partir da mensuração de interação com usuários engajados em página de rede social que apresente temas relativos à iniciativa.

i1) PNA GARAGEM _ LEAN CANVAS

Problema

Grandes startups, hoje de alto valor de mercado, já passaram pelo PNA. As mesmas hoje compõem um novo setor da economia, diferente das tradicionais 'grandes empresas', porém com relevância para geração de receita. Como gerar novas fontes de receita utilizando recursos e vantagem competitiva do negócio atual? Como alavancar o potencial de receita de um setor de clientes que hoje busca a pinheiro neto mas tem restrições financeiras para o pagamento segundo os modelos tradicionais de cobrança? Como fidelizar clientes desde o início da formação da empresa, apostando em seu futuro potencial?

Alternativa que existe

Lawtech Hub, Cubo, WeWork, The Flic Future Law Center

Solução

Criar um serviço de suporte e potencialização de negócios para startups, oferecendo consultoria jurídica, mentorias, espaço de trabalho com ambiente de networking, conexão com VCs e investidores em geral. O PNA irá prestar auxílio jurídico e conhecimento em práticas de abertura de empresa e em possíveis riscos associados à natureza digital dos negócios suportados, oferecendo um modelo de cobrança amigável às possibilidades das startups. A rede de clientes "tradicionais" pode ser acionada para a formação de parcerias. Neste caso, o PNA trabalharia a correspondência/ combinação de marcas que queiram trabalhar inovação com as startups incubadas, rentabilizada por eventos como "Demo Day" e a prática de Corporate VC.

Métricas principais

Aquisição de novos clientes;
Consciência de marca por marketing orgânico (número de menções sem origem em publicidade);
Volume de receita das novas ofertas

Proposta de Valor Única

Prestação de serviços jurídicos de excelência em um modelo de cobrança viável para startups entrantes no mercado, diminuindo atrito gerado pela burocracia e prevendo riscos necessários aos meios de inovação.

Vantagem Competitiva

Reputação de marca; Rede de clientes;
Estruturas de mentoria; Massa de dados jurídicos;
Sponsors VCs, gerando potencial de networking relevante para as startups clientes;
Experiência comprovada no setor; Marca como selo de qualidade dos acelerados/incubados.

Canais

Venda: eventos, redes sociais, email, telefone

Entrega: Espaço físico (coworking); Site da iniciativa;

Segmentos de Clientes

Startups em geral; fintechs ou startups de grande potencial em IPO; startups no setor jurídico ou setor de tecnologia jurídica (são 200+ no Brasil atualmente): investimentos nesse setor ultrapassaram 1 bilhão globalmente em 2018.

Nativos Digitais ou Integradores Digitais.

Gama de perfis, de talentos técnicos mais jovens a experiência de negócios madura, experiências de startups potencialmente anteriores. Idade: ~ 73% entre 25-44.

Estrutura e Custos

Espaço para até 30 startups, salas de reunião, espaço para workshops e eventos, lounge e cabine de call.
Espaco fisico: 100k / equipe fixa: 40k / equipe sof (mentores, consultores, facilitadores, etc.): 80k / eventos e mkt: 25k
capex depreciacao: 15k
= 260k/mes = 3MM / ano
Ramp up de ocupação de coworking/incubadora de 0-85% de ocupação em 12 meses
Breakeven: 24 meses

Fluxo de receitas

Equity/stock options/participação nos lucros (~5%-7% de equity**)
Em média 36% de receita- aluguel de mesa*; opção de patrocínio de espaços por grandes marcas.
18% planos de associação combinados
18% aluguel de de escritórios privados; Fee sobre participação de investidores

i2) MY PNA

IDEIA PRIORIZADA EM WORKSHOP DE COCRIAÇÃO



A proposta de valor do Dashboard funciona para dois públicos, em um serviço ganha-ganha.

Para o cliente, oferece uma ferramenta digital que reúne todo seu histórico, perfil, andamento dos processos de forma centralizada. Nela, o cliente tem acesso às informações dos serviços jurídicos em andamento e passados. Disponibiliza, ainda, informações sobre despesas e faturamento, controle de prazos, indicadores e estatísticas e notificações e comunicação customizadas para o cliente.

Para advogados, constitui uma ferramenta de apoio à gestão do cliente, um dashboard que alimenta ferramenta de CRM, com informações para monitoramento e cruzamento inteligente de dados para consultas, relatórios e tomada de decisão. O Dashboard pode ainda funcionar como um gestor virtual, gerando indicadores relevantes de acordo com o objetivo de cada cliente e facilitando a customização de serviços, além de *upsell*, *cross-sell* e prospecção ativa.

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Atualmente, a percepção de que “contamos com a placa” impede uma prospecção mais ativa, além da visão integrada da vida do cliente em relação a companhia, gerando possíveis inconsistências na experiência dependendo do ponto de contato. Não contamos com ferramentas de CRM ou processos de fidelização estruturados. O Dashboard apresenta, de maneira centralizada, um conjunto informações que hoje demandam atendimento pessoal. Além disso, permite agregar métricas, dados e indicadores relevantes para o início de um banco de dados do PNA, possibilitando a evolução para uma era de BI/AI na empresa.

O serviço é capaz de aprimorar o processo de acompanhamento dos processos e apontar pendências, reduzindo o trabalho repetitivo. Além disso, permite agregar métricas, dados e indicadores relevantes para o início de um banco de dados do PNA, possibilitando a evolução para uma era de BI/AI na empresa.

A iniciativa apresenta resultados de percepção de valor para o cliente, a partir de necessidades atendidas como transparência e conveniência, ao mesmo tempo em que viabiliza maior eficiência operacional da companhia.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como facilitar e simplificar processos do cliente?

Como melhorar e agilizar a comunicação com clientes?

Como reduzir a assimetria de informação?

Como economizar tempo do cliente e advogado?

Como facilitar nos processos de auditoria do cliente?

Como aumentar a transparência?

COMO O MY PNA...

CRIA valor

24/7 acesso às informações e métricas de forma simples e intuitiva

ENTREGA valor

Plataforma digital personalizada e segura com informações importantes e atualizadas para a gestão jurídica do cliente

CAPTURA valor

Redução do gasto com respostas recorrentes e repetidas; Modelo Freemium para determinados recursos adicionais

i2) MY PNA

HIPÓTESES RELACIONADAS

Diminuir a assimetria de informação com clientes

Ser mais didático em relação à linguagem

Oferecer conteúdo didático sobre a área para clientes

Dar mais transparência sobre as etapas do processo para clientes

Aumentar pontos de contato com cliente durante o processo

Reduzir custos mantendo o controle de qualidade

Automatizar procedimentos

Oferecer autonomia e agilidade na tomada de decisão para clientes, a partir do auto-atendimento

Gerar consistência dos serviços prestados ao mesmo tempo em que garantimos a autonomia dos advogados/sócios

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Quais as funcionalidades mínimas essenciais para a entrega de valor do produto? E quais as desejadas?

Qual a linguagem visual/verbal adequada para a percepção deste valor?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Fóruns: Comentários em fóruns de tecnologia, lawtech/legal tech que identifiquem as necessidades/problemas em relação a serviços legais;

Landing Page + Teste A/B +Campanhas: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais+ Cartões de funcionalidades: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

i2) MY PNA _ LEAN CANVAS

Problema

Como podemos conquistar a confiança de clientes atuais e em potencial? Como podemos gerar mais transparência dos serviços ao cliente? Como podemos gerar mais eficiência das horas gastas em função de atendimento ao cliente?

A assimetria de informação entre advogados e clientes é fonte de grande ansiedade. O público em geral, sobretudo aquele referente ao "direito massivo", sente-se incomodado pela falta de clareza, acusando falta de transparência nos processos. Estes incômodos acarretam no acionamento frequente dos advogados sem necessidade específica e, quando não atendidos, na falta de confiança e questionamento dos valores cobrados.

Alternativa que existe

EasyJur, Salesforce, Hubspot, Clio, Legal one

Solução

Um one-stop-shop digital personalizado, disponível via web ou aplicativo, capaz de fornecer dados sobre histórico, status e precificação de processos e procedimentos em uma plataforma segura.

A plataforma oferece valor compartilhado para advogados e clientes. De um lado, o cliente passa a ter controle e acesso às informações que necessita ganhando autonomia e clareza sobre os serviços contratados;

De outro, a padronização de fluxos gerada pela ferramenta garante economia de horas em gestão de clientes por parte do advogado, que pode, ainda, ter acesso a métricas e KPIs para auxiliar os processos de tomada de decisão e planejamento, dando início a um banco de dados do PNA e possibilitando a evolução para uma era de BI/AI na empresa.

Métricas principais

Fidelização e aquisição de novos clientes; índice de satisfação de clientes; redução de horas gastas com notificações e dúvidas dos clientes; redução de custos na cobrança dos clientes

Vantagem Competitiva

Reputação de marca, massa de dados jurídicos.

Segmentos de Clientes

Executivos, Diretores e Gerentes de grandes empresas atualmente atendidas pelo PNA
Segundo Ackert, 77% dos escritórios usaram CRM em 2018, um crescimento de 7% nos últimos três anos. ³
Grandes corporações (Clientes existentes); Digital Native, Digital Immigrant, Digital Alien (Pelo menos alguma experiência com computação em nuvem ou processamento de texto digital é necessária)
Foco em vendas iniciais para departamentos jurídicos e possivelmente gestores de projeto dos clientes;
Escritórios de advocacia menores com interesse em trazer maior automação e padronização dos serviços;

Canais

Venda: email, telefone, presencial (contato geral com clientes).
Entrega: Plataforma digital web ou aplicativo; Chatbot.

Estrutura e Custos

Design e desenvolvimento de sites- custo médio no Brasil R\$6,840
Registro de domínio: R\$30,000 por ano
Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais;
Licença de plugins: \$50 dólares anuais ¹

Fluxo de receitas

Indireta por otimização operacional.
Tempo reduzido gasto atendendo clientes- Considerando um aumento de 5% a 15% 2 de horas faturadas, as iniciativas que impactam a redução de horas têm potencial de receita de 0,05*homem/hora PNA
Clientes economizam em horas faturáveis
Aumento em até 50% da produtividade a partir de automação*

i3)

CHATBOT CONCIERGE

Chatbot Concierge para dúvidas
gerais (pesquisar casos, solicitar
minutas, tirar dúvidas jurídicas
genéricas de forma rápida, consultar
histórico do cliente, etc;)

i3) CHATBOT CONCIERGE

#ANALYTICS

#BI

#AI

#CHATBOT

#OMNICHANNEL

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Considerando a falta de conhecimento de clientes no mercado massivo sobre o setor jurídico e a possibilidade de aplicação de inteligência artificial e linguagem natural das tecnologias de chatbot, podemos oferecer um atendimento 'instantâneo' para esclarecimento de dúvidas, sem a necessidade de gasto de hora/homem. Esta solução gera valor emocional e financeiro para clientes e abre um novo mercado, atendendo à necessidades de um público ao mesmo tempo que otimiza custos para o PNA.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como podemos ouvir mais o cliente?

Como agilizar a comunicação?

Como podemos ser vistos como parceiros?

Como reduzir tarefas repetitivas?

Como democratizar o acesso à justiça de qualidade?

Como reduzir custo para clientes?

COMO O CHATBOT CONCIERGE...

CRIA valor

Respostas rápidas às perguntas do cliente a qualquer momento, com objetividade e em linguagem simplificada

ENTREGA valor

Um canal novo digital: chatbot

CAPTURA valor

Redução do gasto com respostas recorrentes e repetidas;

i3) CHATBOT CONCIERGE

#ANALYTICS

#BI

#AI

#CHATBOT

#OMNICHANNEL

HIPÓTESES RELACIONADAS

Diminuir a assimetria de informação com clientes

Ser mais didático em relação à linguagem

Oferecer conteúdo didático sobre a área para clientes

Dar mais transparência sobre as etapas do processo para clientes

Aumentar pontos de contato com cliente durante o processo

Reduzir custos mantendo o controle de qualidade

Automatizar procedimentos

Oferecer autonomia e agilidade na tomada de decisão para clientes, a partir do auto-atendimento

Gerar consistência dos serviços prestados ao mesmo tempo em que garantimos a autonomia dos advogados/sócios

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Quais as funcionalidades mínimas essenciais para a entrega de valor do produto?

E quais as desejadas?

Qual a linguagem

visual/verbal adequada para a percepção deste valor?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa ?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves + Fóruns: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Fóruns: Comentários em fóruns de tecnologia, lawtech/legal tech que identifiquem as necessidades/problemas em relação a serviços legais;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais + Cartões de funcionalidade: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

i3) CHATBOT CONCIERGE _ LEAN CANVAS

Problema

Como podemos conquistar a confiança de clientes atuais e em potencial? Como podemos gerar mais transparência dos serviços ao cliente? Como podemos gerar mais eficiência das horas gastas em função de atendimento ao cliente?

A assimetria de informação entre advogados e clientes é fonte de grande ansiedade. O público geral, sobretudo aquele referente ao “direito massivo”, sente-se incomodado pela falta de clareza, acusando falta de transparência nos processos. Estes incômodos acarretam no acionamento frequente dos advogados sem necessidade específica e, quando não atendidos, na falta de confiança e questionamento dos valores cobrados.

Alternativa que existe

DoNotPay
Nestlé³ (do Blueprintt)

Solução

Chatbot (que pode se utilizar de tecnologias de machine learning e Inteligência artificial) para responder a perguntas mais recorrentes dos clientes e resolver problemas comuns.

A partir do cruzamento de dados e reconhecendo padrões de dúvidas e necessidades de atendimento mais comuns, parte da experiência e conhecimento dos advogados Pinheiro Neto pode ser catalogada e agregada em um ‘cérebro digital’ capaz de atender clientes.

A solução é particularmente eficiente para casos de ‘direito massivo’, nos quais é possível notar um padrão de ocorrências em matérias recorrentes para o contencioso, até procedimentos e argumentações de peças em causas ganhas.

Métricas principais

Fidelização de clientes;
Índice de satisfação de clientes;
Aquisição de novos clientes.

Vantagem Competitiva

Reputação de marca, massa de dados jurídicos, experiência comprovada no setor.

Proposta de Valor Único

Inteligência Artificial com processamento de linguagem natural que oferece respostas rápidas às perguntas do cliente a qualquer momento, com objetividade e em linguagem simplificada.

Canais

Venda: eventos, redes sociais, email, site
Entrega: Aplicativo ou API em plataforma web.

Segmentos de Clientes

Executivos, Diretores e Gerentes de empresas atualmente atendidas pelo PNA ou novos clientes.
Digital Native, Digital Immigrant, Digital Alien
Pelo menos alguma experiência com plataformas de messenger.
POCs digital natives and integrators.

Estrutura e Custos

Desenvolvimento do Chatbot: R\$ 25.000
Registro de domínio: R\$30,000 por ano
Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais;
Licença de plugins: \$50 dólares anuais¹

Fluxo de receitas

Tempo reduzido gasto atendendo clientes- Considerando um aumento de 5% a 15%² de horas faturadas, as iniciativas que impactam a redução de horas têm potencial de receita de 0,05*homem/hora PNA
Aumento em até 50% da produtividade a partir de automação****

i4)

PNA PRICING

Ferramenta de Automação de Pricing para análise preditiva de horas de trabalho e preço dos serviços;

A tecnologia de analytics apresenta uma série de oportunidades para o PNA de melhorar os modelos de preços, permitindo que a empresa ofereça preços consistentes e transparentes e, potencialmente, preços ainda mais baixos.

i4) PNA PRICING

#ANALYTICS

#BI

#AI

#OMNICHANNEL

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Utilizando tecnologia de machine learning aplicada a um banco de dados que colete informações sobre a utilização de horas em casos recorrentes, é possível gerar previsibilidade de recursos e gastos e, portanto, oferecer um novo modelo de cobrança com 'pacotes fixos'.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como aumentar a transparência?

Como oferecer propostas de honorários adequadas?

Como democratizar o acesso à justiça de qualidade?

Como reduzir a percepção de custo para clientes?

COMO A AUTOMAÇÃO DE PRICING...

CRIA valor

Com otimização dos preços

ENTREGA valor

Através de um conhecimento novo
com base em análise de dados

CAPTURA valor

Monetização indireta via eficiência
operacional, entrada em novos
mercados e fidelização de clientes

i4) PNA PRICING

#ANALYTICS

#BI

#AI

#OMNICHANNEL

HIPÓTESES RELACIONADAS

Diminuir a assimetria de informação com clientes

Aprender com experiências anteriores para otimizar processos

Automatizar procedimentos
Auxiliar clientes a prever e compreender custos

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

A iniciativa de fato traz mais consistência e transparência?

A iniciativa traz novos clientes que não pagariam pelo modelo de cobrança tradicional?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Quais as funcionalidades mínimas essenciais para a entrega de valor do produto? E quais as desejadas?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa (clientes recorrentes, mercado massivo, departamentos jurídicos)?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breve + Fóruns: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

i4) PNA PRICING _ LEAN CANVAS

Problema

A precificação e o modelo de receita atuais são pontos de atrito relevantes na percepção dos clientes sobre os serviços prestados. Além da relação de desconfiança e antagonismo causada pela falta de compreensão dos valores cobrados, há a hipótese de perda ou rotatividade de clientes decorrentes de uma percepção de custo subjetiva.

Solução

Ferramenta baseada em analytics e IA que por estudo de dados consiga sugerir preços consistentes de acordo com horas utilizadas.

Proposta de Valor Único

Melhora no modelo de preços com base em dados para otimizar o valor com preços transparentes e consistente.

Vantagem Competitiva

Massa de dados de projetos anteriores; capacidade de absorção de risco para testes com elasticidade de preços.

Segmentos de Clientes

Sócios do PNA
Sócios de outros escritórios grandes

Alternativa que existe

Umbria

Métricas principais

Aquisição de novos clientes, taxa de clientes escolhendo pacotes de preços alternativos.

Canais

Venda: eventos, redes sociais, email, site
Entrega: Aplicativo ou plataforma online

Estrutura e Custos

Design e desenvolvimento de sites- custo médio no Brasil R\$6,840
Registro de domínio: R\$30,000 por ano
Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais;
Licença de plugins: \$50 dólares anuais*

Fluxo de receitas

Pricing subscription mensal- R\$480-850/mes**
3%-8% aumento na margem de lucro expectativa***
Monetização indireta via eficiência operacional
Aumento em até 50% da produtividade a partir de automação****

i5)

SEGURO JURÍDICO

Planos de assinatura de assistência jurídica (podendo funcionar tanto nos moldes de convênios médicos e odontológicos, quanto como um seguro de carro) para serviços pré-definidos de direito simples / massificado.

i5) SEGURO JURÍDICO

#ANALYTICS

#AI

#ECONOMIA COMPARTILHADA

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Ao oferecermos uma alternativa de democratização de acesso à justiça criando uma taxa fixa com oferecimento de pacote de horas, iremos gerar receita recorrente e alterar a percepção de preço “caro”, além de permitir a agregação de novos mercados.

Os públicos podem ser desde parte da população que não tem acesso à Defensoria Pública e/ou não pode pagar o preço praticado por escritórios, quanto PMEs que evitam acionar escritórios maiores, porém tem necessidade de um atendimento melhor.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como democratizar o acesso à justiça de qualidade?

Como reduzir custo para clientes?

COMO O SEGURO JURÍDICO...

CRIA valor

Com uma modalidade de pagamento que permite novos segmentos do mercado comprar serviços jurídicos

ENTREGA valor

Através de um produto financeiro novo

CAPTURA valor

Contratos B2B com segmentos novos e recorrentes

i5) SEGURO JURÍDICO

#ANALYTICS

#AI

#ECONOMIA COMPARTILHADA

HIPÓTESES RELACIONADAS

Aprender com experiências anteriores para otimizar processos

Reduzir custos mantendo o controle de qualidade

Automatizar procedimentos

Encontrar um padrão de sucesso em direito massivo

Auxiliar clientes a prever e compreender custos

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual a viabilidade dos modelos de receita?

Qual dos modelos apresenta mais potencial?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa (grandes corporações, pequenos escritórios, startups, pessoa física)?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves + Fóruns: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B +Campanhas + Assinaturas/ Financiamento coletivo: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

i5) SEGURO JURÍDICO _ LEAN CANVAS

Problema Potenciais clientes percebem os serviços jurídicos como inacessíveis.	Solução Produto financeiro que que permite que vários segmentos de mercado comprem serviços jurídicos como se fossem em formato de seguro.	Proposta de Valor Único Acesso a serviços jurídicos com a qualidade PNA para pessoas físicas, pequenas e médias empresas.	Vantagem Competitiva First mover: vantagem novo segmento do mercado B2B e também no B2C com a reputação de excelência.	Segmentos de Clientes C-level de pequenas e médias empresas médias (também startups, em complementação à iniciativa do PNA Garagem) Early Adopters-Startups Pessoas físicas: como um benefício oferecido por empresas ao seus funcionários, por exemplo.
Alternativa que existe PlanJuris*, que trabalha com um modelo B2C.	Métricas principais Interesse público na utilização, interesse empresarial em oferecer o benefício, Quantidade de benefícios contratados, quantidade de adesão de pessoas físicas.		Canais Venda: Parceiros, Clientes, Telefone, E-mail Entrega: Contrato de seguro.	
Estrutura e Custos levantar capital para o fundo de seguro reivindicações de seguro- Ergo gastou 500,000 em 2017 ~24% de prêmio			Fluxo de receitas Fee mensal (flat-fee)- PlanJuris cobra R\$10 por mes Ergo Group Alemanha- maior provedor do seguro jurídico em Alemanha*** 2.1 milhões de Euros de prêmio com esse tipo de segurança em 2017** modalidades de assinatura diferentes	

i6)

APP “ME MANDA UMA MINUTA”

Disponibilização de minutas padrão PNA, para contratos simples / massificados;

A tecnologia de reconhecimento de imagem para leitura e categorização de textos permite entender padrões dos contratos. Com uma camada de AI, é possível gerar contratos automaticamente, inclusive com customização.

i6) APP “ME MANDA UMA MINUTA

#ANALYTICS

#BI

#AI

#OMNICHANNEL

#ECONOMIA COMPARTILHADA

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Ao provermos uma solução para geração automática e imediata de contratos, garantimos consistência de serviços e maior eficiência do uso de horas de trabalho, gerando valor para o público cliente final como redução de custos e para outros advogados como ferramenta de suporte à atividade.

Utilizando regras de acordo com a legislação e princípios contratuais, e com o endosso do PNA, oferece aos advogados clientes da solução mais credibilidade e segurança, além de reduzir o trabalho repetitivo e reduzir erros.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como compartilhar conhecimento jurídico para subsidiar e aprimorar a atuação de advogados autônomos no direito simples/massificado?

COMO O APP ME MANDA UMA MINUTA...

CRIA valor

A PNA quer compartilhar seus conhecimentos com advogados independentes e escritórios pequenos médios para economizar tempo e elevar a qualidade da prestação de serviços

ENTREGA valor

Uma plataforma digital para fornecer informações gerais e gerar documentos comuns usando as melhores práticas desenvolvidas no PNA

CAPTURA valor

Assinatura mensal ou anual do software
Modelo Freemium
Modelos de assinatura diferentes

i6) APP “ME MANDA UMA MINUTA”

HIPÓTESES RELACIONADAS

Aprender com experiências anteriores para otimizar processos

Reduzir custos mantendo o controle de qualidade

Automatizar procedimentos

Encontrar um padrão de sucesso em direito massivo

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Quais as funcionalidades mínimas essenciais para a entrega de valor do produto? E quais as desejadas?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa (autônomos, pequenos escritórios, escritórios iniciantes)?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas + Assinaturas/

Financiamento coletivo: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais + Cartões de

funcionalidade: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

i6) APP “ME MANDA UMA MINUTA” _ LEAN CANVAS

Problema Garantir consistência de serviços e maior eficiência do uso de horas de trabalho, gerando valor para o público cliente final como redução de custos e para outros advogados como ferramenta de suporte à atividade.	Solução Disponibilização de minutas padrão PNA, para contratos simples / massificados; A tecnologia de reconhecimento de imagem para leitura e categorização de textos permite entender padrões dos contratos. Com uma camada de AI, é possível gerar contratos automaticamente, inclusive com customização.		Vantagem Competitiva Enquanto outros serviços de automação existem no mercado, nenhum deles tem a marca Pinheiro Neto e vem de startups de tecnologia menos conhecidas do que de firmas estabelecidas e confiáveis.	
Alternativa que existe? Enhanced Legal Intelligence (ELI)	Métricas principais Quantidade de downloads Satisfação do cliente, feedbacks, pesquisa interna aliada a marketing orgânico.	Proposta de Valor Única A PNA tem a reputação de excelência e quer compartilhar seus conhecimentos com o setor. Disponibilizando uma ferramenta que se baseia em sua vasta base de conhecimento para automatizar a criação de contratos e documentos comuns, advogados independentes e pequenas e médias empresas podem levar uma parte da excelência do PNA à sua prática.		Segmentos de Clientes Advogados fora do PNA, escritórios de advocacia menores, advogados independentes que buscam maximizar seu tempo, mas não têm os recursos (ou conhecimento técnico) para desenvolver soluções internas. O uso deste software deve aumentar 18% ao ano*** Mais de 1,1 milhões de advogados no Brasil, 140 mil são registrados em São Paulo e tem até 40 anos **** Perfis variam de Digital Natives a Digital Aliens
Estrutura e Custos Design e desenvolvimento de sites- custo médio no Brasil R\$6,840 Registro de domínio: R\$30,000 por ano Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais; Licença de plugins: \$50 dólares anuais*			Fluxo de receitas Assinatura mensal ou anual do software- maior receita Modelo Freemium; Modelos de assinatura diferentes Flat fee por documento Icertis registrou \$750M de receita anual** com esse tipo de software	

i7)

WAZE JURÍDICO

IDEIA PRIORIZADA EM WORKSHOP DE COCRIAÇÃO



Plataforma de automatização de peças processuais combinada à divulgação de conhecimento jurídico e escritório compartilhado focada em advogados que atuam com direito simples / massificado, com os objetivos de:

Padronizar e automatizar a elaboração de peças processuais (atualizadas de acordo com as mudanças legais) para casos de direito simples / massificado;
Concentrar, qualificar e otimizar o trabalho dos advogados;
Oferecer conteúdo jurídico atualizado;

i7) “WAZE JURÍDICO”

#ANALYTICS

#BI

#AI

#OMNICHANNEL

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

O conhecimento do PNA é um de seus grandes recursos e diferenciais. Combinar este capital intelectual com tecnologias de inteligência artificial e aprendizado de máquina permite gerar peças de alta qualidade com otimização de esforços, na qual algoritmos estarão trabalhando na padronização e potencial de impacto de cada peça, garantindo assim um menor custo para a realização da atividade.

Isto permite endereçar um novo mercado de direito massivo, hoje inexplorado pelo PNA, a partir da venda deste SAAS (software as a Service) para advogados de empresas menores.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como democratizar o acesso à justiça de qualidade?

Como compartilhar conhecimento jurídico para subsidiar e aprimorar a atuação de advogados autônomos no direito simples/massificado?

Como reduzir custo fixo para advogados autônomos?

COMO O WAZE JURÍDICO...

CRIA valor

Ofertando uma solução de baixo custo fixo para qualificar e otimizar o trabalho de advogados que atuam com direito simples/massivo;

ENTREGA valor

Automatização de peças processuais para casos de direito simples / massificado; conteúdo educacional e infra-estrutura física compartilhada/coworking;

CAPTURA valor

Assinatura da ferramenta de automatização de peças;
Locação de espaço;

i7) “WAZE JURÍDICO”

#ANALYTICS

#BI

#AI

#OMNICHANNEL

HIPÓTESES RELACIONADAS

Reduzir custos mantendo o controle de qualidade

Automatizar procedimentos

Encontrar um padrão de sucesso em direito massivo

Dar oportunidade de mercado para advogados “sem placa”

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual a viabilidade dos modelos de receita?

Qual dos modelos apresenta mais potencial?

Quais as funcionalidades mínimas essenciais para a entrega de valor do produto? E quais as desejadas?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa (autônomos, pequenos escritórios, escritórios iniciantes)?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas + Assinaturas: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais + Cartões de funcionalidade: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

i7) “WAZE JURÍDICO”

Problema Há uma deficiência no acesso à justiça para casos de direito simples/massificado, tanto em função da inexperiência e baixa qualidade da formação dos advogados que atuam no setor quanto dos preços praticados (que, de alguma forma, tendem a refletir a ineficiência dos processos de trabalho e gestão)	Solução Oferta combinada de automatização de peças processuais padronizadas e atualizadas para casos de direito simples / massificado; conteúdo educacional e infra-estrutura física compartilhada/coworking	Proposta de Valor Única A solução permite que os advogados-usuários concentrem-se em qualificar e otimizar o seu trabalho em seu core business, além de reduzir o custo fixo;	Vantagem Competitiva Massa de dados jurídicos, conhecimento e experiência acumulados para compartilhar e estruturas de educação formação (Escola PNA)	Segmentos de Clientes Segmento novo: Advogados autônomos e advogados em início de carreira; São mais de 1,1 milhões de advogados no Brasil, 140 mil são registrados em São Paulo e tem até 40 anos.**
Alternativa que existe Não há substituto	Métricas principais Novos clientes (usuários) Índice de satisfação dos advogados usuários Índice de satisfação dos clientes dos usuários		Canais Venda: redes sociais; campanha de email; evento de lançamento Entrega: Plataforma digital	
Estrutura e Custos Design e desenvolvimento de sites- custo médio no Brasil R\$6,840 Registro de domínio: R\$30,000 por ano Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais; Licença de plugins: \$50 dólares anuais*			Fluxo de receitas Pagamento mensal da ferramenta de automatização de peças (ou outra periodicidade/ formatos de pacotes); Icertis registrou \$750M de receita anual*** com software de automacao de contrato (um does features)	

i8)

CHATBOT MEDIADOR

Chatbot mediador de pequenas causas. Plataforma de arbitragem e conciliação judicial orientada por dados, capaz de prever as chances de sucesso das negociações e orientar o time para resultados.

i8) CHATBOT MEDIADOR

#ANALYTICS

#BI

#AI

#CHATBOT

#OMNICHANNEL

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

A automatização da mediação simplifica a rotina dos profissionais, clientes e parte contrária, reduz custos e otimiza resultados.

Partindo de casos massivos, que tendem a apresentar repetições na resolução de problemas, a aplicação de Inteligência artificial pode ser uma boa solução para atender clientes prontamente, dentro de um custo viável para os mesmos

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como reduzir tarefas repetitivas?

Como democratizar o acesso à justiça de qualidade?

Como reduzir custo para clientes?

COMO O CHATBOT MEDIADOR...

CRIA valor

Otimizando e automatizado de forma masiva, ações repetitivas e simples.

ENTREGA valor

Através de aplicativo ou plataforma digital.

CAPTURA valor

Modelo assinatura ou freemium

i8) CHATBOT MEDIADOR

HIPÓTESES RELACIONADAS

Aprender com experiências anteriores para otimizar processos

Reduzir custos mantendo o controle de qualidade

Automatizar procedimentos

Encontrar um padrão de sucesso em direito massivo

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual a viabilidade dos modelos de receita?

Qual dos modelos apresenta mais potencial?

Quais as funcionalidades mínimas essenciais para a entrega de valor do produto?

E quais as desejadas?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa

(autônomos, pequenos escritórios, escritórios iniciantes)?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B +Campanhas: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais + Cartões de funcionalidade: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

i8) CHATBOT MEDIADOR _ LEAN CANVAS

Problema A maioria dos consumidores exige serviços jurídicos para processos comuns e não deseja pagar preços altos para contratar um advogado para resolver esses problemas.	Solução Fornecer um APP ou plataforma online para orientar e resolver pequenas causas de modo massivo e criar documentos massivos		Vantagem Competitiva O PNA tem o conhecimento para criar um chatbot que realmente resolve problemas massivas	
		Proposta de Valor Única Consumidores podem resolver problemas pequenas sem contratando um advogado ou escritório. Soluções DIY que são mais acessível para consumidores finais com o selo do PNA.		Segmentos de Clientes Entrando em mercado novo B2C do legal tech- consumidores com processos padrões
Alternativa que existe ROSS***, o primeiro advogado robô do mundo entrega esse serviço.	Métricas principais fidelização e aquisição de novos clientes; índice de satisfação de clientes; pesquisa com os tipos de serviços que o BOT atenderá		Canais Venda: eventos, redes sociais, email, site Entrega: Aplicativo ou plataforma online.	Também um produto pros advogados fora do PNA, escritórios de advocacia menores, advogados independentes que buscam maximizar seu tempo.
Estrutura e Custos Design e desenvolvimento de sites- custo médio no Brasil R\$6,840 Registro de domínio: R\$30,000 por ano Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais; Licença de plugins: \$50 dólares anuais*			Fluxo de receitas ** DoNotPay ganhou \$1.1M em investimento para desenvolver varios chatbots ****O mercado global de serviços jurídicos B2C foi avaliado em US \$ 130 bilhões em 2017. Aumento em até 50% da produtividade a partir de automação*****	

i9)

ESCOLA PNA

Nova linha de serviços de educação para mercado aberto, com foco em extensão e especialização para público externo;

A iniciativa pode assumir diversos formatos, de EAD (ensino à distância online) a presencial em sala de aula.

i9) ESCOLA PNA

#ECONOMIA COMPARTILHADA

#OMNICHANNEL

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Se alavancarmos o conhecimento e as práticas de educação já existentes no PNA em direção a uma abertura (de conteúdos parciais) ao mercado, podemos monetizar os recursos de reputação e conteúdo existentes

Essa iniciativa permite compartilhar a expertise e o conhecimento acumulado do PNA para estudantes e profissionais que atuam em outros mercados, expandindo o seu alcance.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como compartilhar conhecimento jurídico para subsidiar e aprimorar a atuação de advogados autônomos no direito simples/massificado?

Como promover a diversidade no mercado de advocacia?

Como tornar o mercado jurídico mais inclusivo?

COMO A ESCOLA PNA...

CRIA valor

Empacotando e compartilhando o conhecimento construído em mais de 75 anos

ENTREGA valor

Cursos para lidar com as lacunas de conhecimento

CAPTURA valor

Venda de cursos completos ou fracionados

i9) ESCOLA PNA

HIPÓTESES RELACIONADAS

Oferecer uma formação para advogados com foco em negócios

Diminuir o gap entre conhecimento teórico e prático dos advogados

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual a viabilidade dos modelos de receita?

Qual dos modelos apresenta mais potencial?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas + Assinaturas/ Financiamento coletivo: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

i9) ESCOLA PNA _ LEAN CANVAS

Problema Muitos advogados recém formados ou ainda em formação não tem acesso a instituições com práticas de ensino satisfatórias. O problema ocorre tanto na formação, como em programas de extensão.	Solução Fornecer um novo canal de ensino (plataforma digital e/ou física) para fornecer educação de qualidade por módulos de especialização ou extensão usando o capital intelectual PNA.	Proposta de Valor Única O selo de formação do PNA que representa alta qualidade e profissionalismo	Vantagem Competitiva O PNA tem o conhecimento e boas práticas profissionais desenvolvidas para compartilhar com o mercado. Já tem uma escola existente para uso interno	Segmentos de Clientes Advogados recém formados, em formação, sem AOB. Em media, 177 advogados novos no setor por dia* Mais de 1.5 milhão bacharéis de Direito*
Alternativa que existe Ambra College**** e um exemplo de o modelo online	Métricas principais Interesse público na utilização, interesse empresarial em melhor formação de ensino, Quantidade de pacotes comprados, quantidade de alunos e acessos.		Canais Venda: eventos, redes sociais, email, site Entrega: Espaço físico Site da iniciativa Plataforma de conteúdo.	
Estrutura e Custos Custa média para desenvolver um funcionário- R\$4520***			Fluxo de receitas Venda de cursos de especialização ou expansão completos Venda de módulos por área do direito Em media, cobre R\$7500-R\$15000 por curso**	

i10)

TINDER JURÍDICO

Plataforma online para conectar clientes e advogados. A idéia é que o cliente escolha profissionais de acordo com suas preferências: Seja pelo perfil comportamental, seja com foco em diversidade demográfica.

10) TINDER JURÍDICO

#ANALYTICS

#BI

#AI

#CRM

#OMNICHANNEL

#MARCAS HUMANIZADAS

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Caminhando em direção a aumentar a qualidade humana dos serviços prestados, existe um gap de mercado no que se refere a apresentar empatia por meio da diversidade de advogados prestadores de serviços.

Se criarmos um aplicativo capaz de identificar profissionais e clientes com perfis mais parecidos, será possível customizar cada atendimento a partir de tendências de linguagem, comportamento e repertórios pessoais empáticos, criando relações de maior identidade e conexão e um ambiente mais humano e amigável para os clientes.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como promover a diversidade no mercado de advocacia?

Como tornar o mercado jurídico mais inclusivo?

Como ter mais empatia pelo cliente?

Como fazer com que o cliente sinta o advogado mais próximo gerando identificação?

Como sermos vistos não só como profissionais mas como pessoas?

Como podemos ouvir mais o cliente?

COMO O TINDER JURÍDICO...

CRIA valor

Juntando um rede de advogados e clientes que valoriza diversidade e quebrando o "tabu" da empatia entre advogados e clientes, fazendo correlação entre similaridade de perfis.

ENTREGA valor

Através de um marketplace digital

CAPTURA valor

Fee mensal (flat-fee); modalidades de assinatura diferentes, 20% comissão

10) TINDER JURÍDICO

HIPÓTESES RELACIONADAS

Oferecer um serviço mais empático para clientes com perfil de diversidade

Auxiliar clientes leigos a escolherem o advogado que mais se adequa a sua causa

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual a viabilidade dos modelos de receita?

Qual dos modelos apresenta mais potencial?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas + Assinaturas/

Financiamento coletivo: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais + Cartões de

funcionalidade: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

10) TINDER JURÍDICO _ LEAN CANVAS

Problema

Negros são menos que 1% entre advogados de grandes escritórios* Pesquisa de 2017 mostrou que apenas cerca de 5% dos advogados do Pinheiro Neto eram negros**

10% dos sócios são mulheres.

"teto de vidro" que dificulta à ascensão de mulheres à condição de sócia*** Crescente importância do quesito "diversidade" em rankings internacionais sobre a qualidade dos escritórios de advocacia***

Solução

Fornecer um marketplace digital com foco em promoção de diversidade e impacto social, para conectar clientes e advogados;

Fornecer um marketplace para conectar clientes e advogados que tenham o perfis semelhantes

Proposta de Valor Única

Primeiro marketplace que reconhece que o cliente antes de tudo, é uma pessoa e quer ser atendido com uma pessoa com emoções e dúvidas; Um espaço digital que reconhece o lado humano de direita em vez de combinar com um advogado baseado apenas na área ou função.

Vantagem Competitiva

Pioneirismo em perfilamento por cruzamento de dados inteligentes com perfis Myers Briggs para melhora no atendimento e empatia com o cliente.

Segmentos de Clientes

Advogados com menor inclusão no mercado incluindo mulheres, LGBTQIA, minorias. Profissionais femininos: ~638,000*****

Clientes que se identificam como mulheres, LGBTQIA ou minorias ou clientes dispostos a direcionarem suas decisões de consumo por causas sociais, como a inclusão e a diversidade.

Advogados de escritórios pequenos ou advogados independentes

Alternativa que existe Não, será *First Mover*

Métricas principais

Quantidade de acessos/downloads
Quantidade de profissionais usuários
Quantidade de contatos efetivados

Canais

Venda: eventos, redes sociais, email, site

Entrega: Aplicativo ou plataforma online.

Estrutura e Custos

Design e desenvolvimento de sites- custo médio no Brasil R\$6,840

Registro de domínio: R\$30,000 por ano

Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais;

Licença de plugins: \$50 dólares anuais****

Fluxo de receitas

Fee mensal (flat-fee);

modalidades de assinatura diferentes, com modelo

Os marketplaces bem sucedido cobrem uma comissão média de 20%*****

i11)

BIG DATA PARA VALUATION DE MARCAS

Ferramenta baseada em Big Data para cálculo *valuation* em M&A para definição real do valor da marca em fusões ou parcerias de investimento.

11) BIG DATA PARA VALUATION DE MARC

#ANALYTICS

#AI

#BIG DATA

#OMNICHANNEL

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Utilizando um estudo em Big Data o PNA poderá definir exatamente o valor e custo da empresa como total e fracionado de acordo com as fusões existentes, determinando corretamente o percentual a ser executado em participações.

Caso a hipótese PNA Garagem seja desenvolvida, ajudará a determinar o valor de cada StartUP em crescimento e valor de retorno após o crescimento. Tendo em vista que as empresas serão aceleradas como fusão ou parceria, é importante calcular o valor estimado de retorno.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como definir os valores de investimento na negociação da participação societária?

Como estimar receitas e custos esperados para projetar os fluxos de caixa futuros?

COMO O BIG DATA PARA VALUATION DE MARCAS...

CRIA valor

Oferece aos clientes uma visão privilegiada da nova inteligência de negócios em relação a fusões

ENTREGA valor

Através de analytics

CAPTURA valor

Aumento em até 50% da produtividade a partir de automação com processos de due diligence. Aumento em até 40% da produtividade com processos de integração pós-fusão

11) BIG DATA PARA VALUATION DE MARCAS

HIPÓTESES RELACIONADAS

Aprender com experiências anteriores para otimizar processos

Reduzir custos mantendo o controle de qualidade

Automatizar procedimentos

Oferecer autonomia e agilidade na tomada de decisão para clientes, a partir do auto-atendimento

Gerar consistência dos serviços prestados ao mesmo tempo em que garantimos a autonomia dos advogados/sócios

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

Qual a viabilidade dos modelos de receita?

Qual dos modelos apresenta mais potencial?

Qual o canal ideal para a percepção deste valor?

Quais as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Quais as funcionalidades mínimas essenciais para a entrega de valor do produto? E quais as desejadas?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas + Assinaturas: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais + Cartões de funcionalidades: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

í11) BIG DATA PARA VALUATION DE MARCAS _ LEAN CANVAS

Problema O processo de fusão ou aquisição de uma empresa leva tempo para pesquisar e avaliar o valor.	Solução Ferramenta baseada em analytic para cálculo valuation em M&A	Proposta de Valor Única Oferece aos clientes uma visão privilegiada da nova inteligência de negócios em relação a fusões e aquisições baseada nas melhores práticas do PNA	Vantagem Competitiva O PNA tem o conhecimento e os dados sobre M&A para criar uma ferramenta única no mercado.	Segmentos de Clientes Executivos, Diretores e Gerentes de empresas atualmente atendidas pelo PNA ou novos clientes que trabalha com cases M&A No Brasil em 2018, eram 500 cases de M&A, a maioria no setores negócio de consumo, manufatura e saúde**
Alternativa que existe Midaxo (fora do Brasil); <i>First Mover</i> na automatização de valuation em M&A dentro do Brasil	Métricas principais redução de custos, comparação de investimentos		Canais Venda: eventos, redes sociais, email, site Entrega: Aplicativo ou plataforma online	
Estrutura e Custos Design e desenvolvimento de sites- custo médio no Brasil R\$6,840 Registro de domínio: R\$30,000 por ano Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais; Licença de plugins: \$50 dólares anuais*			Fluxo de receitas Aumento em até 50% da produtividade a partir de automação com processos de due diligence*** Aumento em até 40%da produtividade com processos de integração pós-fusão***	

i12), **RÉGUA DE RISCO AUTOMATIZADA**

Ferramenta baseada em AI e redes neurais artificiais para se auto ajustar a mudanças, aliada a Big Data para ajuste de diferentes fontes de dados para criar uma régua de risco automatizada para tomada de decisões.

12) RÉGUA DE RISCO AUTOMATIZADA

#ANALYTICS

#AI

#BIG DATA

#OMNICHANNEL

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

A capacidade preditiva de avaliação de máquinas com base em detecções de padrões pode gerar uma régua de risco para ações de clientes baseada em probabilidades.

A ferramenta funcionaria como automação consultiva para clientes, permitindo maior independência em tomadas de decisão, porém sem substituir advogados.

Como mercado similar, pode-se pensar na automação de régua de risco para concessão de crédito, prática já utilizada por bancos atualmente.

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como podemos ter predição de potencial de clientes?

Como prever risco do processo?

Como antecipar problemas?

Como entender o perfil do cliente?

Como prever funil de vendas?

COMO A RÉGUA DE RISCO AUTOMATIZADA...

CRIA valor

Diminuindo o risco na tomada de decisões

ENTREGA valor

Através de analytics novos

CAPTURA valor

Assinatura com fee mensal ou anual e planos diferenciados

12) RÉGUA DE RISCO AUTOMATIZADA

HIPÓTESES RELACIONADAS

Aprender com experiências anteriores para otimizar processos

Automatizar procedimentos

Dar previsibilidade de risco em tempo real para clientes

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?

A iniciativa de fato criou economiza horas dos advogados?

Quais são as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?

Quais as funcionalidades mínimas essenciais para a entrega de valor do produto?

E quais as desejadas?

Qual o mercado mais adequado para a percepção de valor da iniciativa (percepção por segmento de indústria)?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas + Assinaturas: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

Protótipos de papel + Protótipos funcionais + Cartões de funcionalidades: Mapeamento de *user experience (UX)* do cliente, identificando fluxos ideais para a interação de maneira compreensível e agradável.

12) RÉGUA DE RISCO AUTOMATIZADA _ LEAN CANVAS

Problema

O mercado brasileiro é conhecido por ser volátil e a avaliação precisa dos riscos pode ser um desafio para as empresas, especialmente para clientes internacionais.

Solução

Ferramenta de avaliação de risco automatizada baseada em AI e redes neurais artificiais para se auto ajustar a mudanças para tomada de decisões.

Proposta de Valor Único

Uma nova ferramenta de risco, específica para o Brasil, que oferece insights exclusivos sobre um dos maiores e mais lucrativos mercados do mundo

Vantagem Competitiva

O PNA tem o conhecimento sobre riscos no mercado e a reputação de ser “*risk averse*” num ambiente volátil.

Segmentos de Clientes

Executivos, Diretores e Gerentes de empresas atualmente atendidas pelo PNA ou novos clientes que podem ser escritórios de advogados ou escritórios de consultoria ou outros setores que beneficiaria de uma melhor avaliação de risco

Alternativa que existe

XP investimentos** utiliza cálculo de risco automatizado, é um exemplo em outro setor.

Métricas principais

Usuários novos (se for vendido como produto novo), diferenciais entre o índice novo e índices no mercado

Canais

Venda: eventos, redes sociais, email, site
Entrega: Aplicativo ou plataforma online.

Estrutura e Custos

Design e desenvolvimento de sites- custo médio no Brasil R\$6,840
Registro de domínio: R\$30,000 por ano
Hospedagem de site: R\$25,00 e R\$45,00 mensais;
Licença de plugins: \$50 dólares anuais*

Fluxo de receitas

Assinatura Mensal- Riskalyze, o software com o maior quota do mercado cobra ~R\$1400/mes***
Essential ERM cobra R\$250,000 por ano pela assinatura Pro

i13)

CONSULTORIA JURÍDICA PARA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Consultoria jurídica para
empresas em processo de
transformação e inovação digital
(clientes novos e atuais):
adequação legal para o
lançamento de novos produtos e
serviços, questões trabalhistas
relacionadas a novos formatos
de trabalho, segurança da
informação, compliance.

13) CONSULTORIA JURÍDICA PARA TRANSFORMAÇÃO DIG

#ECONOMIA COMPARTILHADA

#OMNICHANNEL

POR QUE ACHAMOS QUE TEM POTENCIAL?

Assim como o PNA, muitos de seus clientes atuais e em potencial estão mirando o futuro e planejando novas formas de atuação. Nesse processo de transformação e inovação, muitas questões e riscos legais estão envolvidos e são pontos críticos para o sucesso dessas iniciativas.

Oferecer uma nova linha de ofertas, com o peso da marca PNA, amplia a atuação para além dos departamentos jurídicos desses clientes, onde existem novas possibilidades de negócio (departamentos de marketing, inovação, pesquisa e desenvolvimento, etc.).

DESAFIOS QUE RESOLVE

Como antecipar problemas e prever riscos?

Como ampliar a oferta de serviços para clientes atuais?

Como gerar um novo portfólio de ofertas para um mercado em formação?

COMO A CONSULTORIA JURÍDICA PARA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL...

CRIA valor

Os clientes ganham a confiança de que os serviços que contrataram para guiá-los por meio da transformação digital terão o mais alto padrão legal e alta qualidade

ENTREGA valor

Consultoria

CAPTURA valor

fee mensal ou anual e planos diferenciados para grandes empresas clientes

13) CONSULTORIA JURÍDICA PARA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

HIPÓTESES RELACIONADAS

Diminuir o custo de entrada de startups no mercado
Reduzir o atrito com burocracias para startups

Dar clareza de riscos, premissas e oportunidades para clientes em transformação digital

O QUE QUEREMOS EXPLORAR?

O cliente percebe valor na iniciativa?
Qual o canal ideal para a percepção deste valor?
Quais são as informações essenciais para que o cliente perceba o valor da iniciativa?
Qual segmento de mercado tem mais potencial? (empresas grandes, PMEs)
Qual a viabilidade dos modelos de receita?

COMO VAMOS TESTAR

Entrevistas+Questionários breves: Mapeamento qualitativo da percepção de valor por clientes em potencial e detalhamento a partir de cocriação com o entrevistado;

Landing Page + Teste A/B + Campanhas: A combinação de testes permitirá medir o interesse do público pré-inscrito ou financiador em uma página web descrevendo a proposta de serviços;

13) CONSULTORIA JURÍDICA PARA TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Problema

A transformação digital é uma prioridade estratégica para a maioria das empresas, embora na prática seja muito mais difícil de implementar devido à resistência dos funcionários, falta de experiência ou falta de estratégia.

Solução

Com base na prática de consultoria já existente, crie uma consultoria que ofereça serviços jurídicos e estratégicos

Proposta de Valor Único

Os clientes ganham a confiança de que os serviços que contrataram para guiá-los por meio da transformação digital terão o mais alto padrão legal e alta qualidade

Vantagem Competitiva

O PNA atualmente, está em processo de transformação digital e pode aprender com sua própria experiência e projetar serviços de consultoria sob medida para o mercado. Também, o PNA tem uma prática bem desenvolvido empresarial que acumulou informações relevantes

Segmentos de Clientes

Executivos, Diretores e Gerentes de empresas atualmente atendidas pelo PNA ou novos clientes, escritórios médios, pequenos até startups.

Alternativa que existe
Silva Lopes***

MJV, Thoughtworks

Métricas principais
Clientes novos, clientes recorrentes que compra o serviço novo, valor da marca

Canais

Venda: eventos, redes sociais, email, site
Entrega: Em pessoa, email, telephone, CRM

Estrutura e Custos

Custos estimados de abertura de uma consultoria são relativamente baixos ~ R \$ 18.000****

Fluxo de receitas

Silva Lopes cobra com assinatura mensal
Sonda IT registrou 1,2 bilhão de reais em receita em 2017 no Brasil*
Em 2017 haviam 5,147 startups registrados no Brasil**

KEY FINDINGS

KEY FINDINGS

1.MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA:

PNA ESTÁ EM EXCELENTE POSIÇÃO NO MERCADO PARA FORMAÇÃO DO FUTURO DO SETOR E ALAVANCAR O *FIRST MOVER ADVANTAGE* NO BRASIL

2.BAIXO CUSTO DE OPORTUNIDADE:

O PNA TEM A VONTADE, LIDERANÇA E RECURSOS PARA APROVEITAR AS TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS EMERGENTES NO SETOR JURÍDICO E EM OUTROS SETORES

3.PRESSÃO DE OFERTA:

UM GRANDE DESAFIO PARA OS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA HOJE É LIDAR COM A PERCEPÇÃO QUE OS SERVIÇOS SÃO CAROS

4.PRESSÃO DE MERCADO: CLIENTES SENTEM-SE DENTRO DE UMA ‘CAIXA PRETA’, QUE LEVA À ANSIEDADE SOBRE A FALTA DE CONHECIMENTO DOS PROCESSOS.

5.OPORTUNIDADE DE CULTURA

O PNA TAMBÉM EXPRESSOU UM DESEJO PARA REFORMAS INTERNAS.

KEY FINDINGS

1.MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA:

PNA ESTÁ EM EXCELENTE POSIÇÃO NO MERCADO PARA FORMAÇÃO DO FUTURO DO SETOR E ALAVANCAR O *FIRST MOVER ADVANTAGE* NO BRASIL

2.BAIXO CUSTO DE OPORTUNIDADE:

O PNA TEM A VONTADE, LIDERANÇA E RECURSOS PARA APROVEITAR AS TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS EMERGENTES NO SETOR JURÍDICO E EM OUTROS SETORES

3.PRESSÃO DE OFERTA:

UM GRANDE DESAFIO PARA OS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA HOJE É LIDAR COM A PERCEPÇÃO QUE OS SERVIÇOS SÃO CAROS

4.PRESSÃO DE MERCADO: CLIENTES SENTEM-SE DENTRO DE UMA 'CAIXA PRETA', QUE LEVA À ANSIEDADE SOBRE A FALTA DE CONHECIMENTO DOS PROCESSOS.

5.OPORTUNIDADE DE CULTURA

O PNA TAMBÉM EXPRESSOU UM DESEJO PARA REFORMAS INTERNAS.

KEY FINDINGS

1.MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA: PNA ESTÁ EM EXCELENTE POSIÇÃO NO MERCADO PARA MOLDAR E ALAVANCAR O FUTURO DO SETOR

Sobre o que é:

O PNA tem uma história de mais de 75 anos de excelência na prática jurídica. Com poucos concorrentes emergentes à vista e o reconhecimento sobre a importância da inovação, o PNA está posicionado para ser o primeiro a impulsionar o Novo Setor Jurídico.

"O cliente vem pela placa"

"Não temos dores
exatamente, vamos focar
nas oportunidades"

Pinheiro Neto é eleito banca full service
mais admirada pelo *Análise Advocacia 500*

KEY FINDINGS

1.MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA:

PNA ESTÁ EM EXCELENTE POSIÇÃO NO MERCADO PARA FORMAÇÃO DO FUTURO DO SETOR E ALAVANCAR O *FIRST MOVER ADVANTAGE* NO BRASIL

2.BAIXO CUSTO DE OPORTUNIDADE:

O PNA TEM A VONTADE, LIDERANÇA E RECURSOS PARA APROVEITAR AS TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS EMERGENTES NO SETOR JURÍDICO E EM OUTROS SETORES

3.PRESSÃO DE OFERTA:

UM GRANDE DESAFIO PARA OS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA HOJE É LIDAR COM A PERCEPÇÃO QUE OS SERVIÇOS SÃO CAROS

4.PRESSÃO DE MERCADO:

CLIENTES SENTEM-SE DENTRO DE UMA 'CAIXA PRETA', QUE LEVA À ANSIEDADE SOBRE A FALTA DE CONHECIMENTO DOS PROCESSOS.

5.OPORTUNIDADE DE CULTURA

O PNA TAMBÉM EXPRESSOU UM DESEJO PARA REFORMAS INTERNAS.

KEY FINDINGS

2.BAIXO CUSTO DE OPORTUNIDADE: O PNA TEM A VONTADE, LIDERANÇA E RECURSOS PARA APROVEITAR AS TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS EMERGENTES NO SETOR JURÍDICO E EM OUTROS SETORES

Sobre o que é:

O PNA demonstra o compromisso em aproveitar a oportunidade e adotar a mentalidade de inovação e está pensando criativamente em soluções que abordam desafios, pegando emprestado ideias de tecnologias populares como o Tinder e o WAZE. O workshop de ideação gerou uma grande quantidade de idéias viáveis que poderiam ser implementadas no curto prazo.. Este contexto demonstra a posição de prontidão com baixos custos de oportunidade e redução de risco para implementação de inovação na empresa.

“Como podemos ser mais centrados no cliente?”

"Aprendi que não precisamos de tecnologia para sermos inovadores e que já temos muito do que precisamos para fazer mudanças"

Comissão de Inovação e Tecnologia

KEY FINDINGS

1.MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA:

PNA ESTÁ EM EXCELENTE POSIÇÃO NO MERCADO PARA FORMAÇÃO DO FUTURO DO SETOR E ALAVANCAR O *FIRST MOVER ADVANTAGE* NO BRASIL

2.BAIXO CUSTO DE OPORTUNIDADE:

O PNA TEM A VONTADE, LIDERANÇA E RECURSOS PARA APROVEITAR AS TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS EMERGENTES NO SETOR JURÍDICO E EM OUTROS SETORES

3.PRESSÃO DE OFERTA:

UM GRANDE DESAFIO PARA OS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA HOJE É LIDAR COM A PERCEPÇÃO QUE OS SERVIÇOS SÃO CAROS

4.PRESSÃO DE

MERCADO: CLIENTES SENTEM-SE DENTRO DE UMA ‘CAIXA PRETA’, QUE LEVA À ANSIEDADE SOBRE A FALTA DE CONHECIMENTO DOS PROCESSOS.

5.OPORTUNIDADE DE CULTURA

O PNA TAMBÉM EXPRESSOU UM DESEJO PARA REFORMAS INTERNAS.

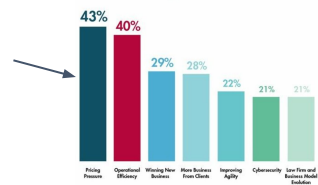
KEY FINDINGS

3.PRESSÃO DE OFERTA: UM GRANDE DESAFIO PARA OS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA HOJE É LIDAR COM A PERCEPÇÃO QUE OS SERVIÇOS SÃO CAROS

Sobre o que é:

Evidências de relatórios de consumidores, bem como evidências coletadas do PNA, mostram que as grandes empresas de advocacia estão sob pressão para reduzir os preços e oferecer serviços “bite-sized” ou “do tamanho certo”. Os mercados consolidados tendem a *oversell* (“sobre vender”) e o mercado está aberto para esta correção. Parte disso vem da falta de compreensão do processo do lado dos clientes, bem como de falhas de comunicação, que fazem com que o cliente não consiga perceber o trabalho ou o valor do trabalho com clareza.

What are the top challenges currently facing law firms?



“Precisamos mudar o mindset brasileiro de colocar o problema no advogado para entender que ele é o resolvidor de problemas.”

“Os clientes não entendem o trabalho que acontece nos bastidores”

KEY FINDINGS

1.MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA:

PNA ESTÁ EM EXCELENTE POSIÇÃO NO MERCADO PARA FORMAÇÃO DO FUTURO DO SETOR E ALAVANCAR O *FIRST MOVER ADVANTAGE* NO BRASIL

2.BAIXO CUSTO DE OPORTUNIDADE:

O PNA TEM A VONTADE, LIDERANÇA E RECURSOS PARA APROVEITAR AS TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS EMERGENTES NO SETOR JURÍDICO E EM OUTROS SETORES

3.PRESSÃO DE OFERTA:

UM GRANDE DESAFIO PARA OS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA HOJE É LIDAR COM A PERCEPÇÃO QUE OS SERVIÇOS SÃO CAROS

4.PRESSÃO DE MERCADO: CLIENTES SENTEM-SE DENTRO DE UMA 'CAIXA PRETA', QUE LEVA À ANSIEDADE SOBRE A FALTA DE CONHECIMENTO DOS PROCESSOS.

5.OPORTUNIDADE DE CULTURA

O PNA TAMBÉM EXPRESSOU UM DESEJO PARA REFORMAS INTERNAS.

KEY FINDINGS

4.PRESSÃO DE MERCADO: CLIENTES SENTEM-SE DENTRO DE UMA ‘CAIXA PRETA’, QUE LEVA À ANSIEDADE SOBRE A FALTA DE CONHECIMENTO DOS PROCESSOS.

Sobre o que é:

Os clientes chegam ao PNA quando têm um problema a ser resolvido, o que naturalmente vem com ansiedade sobre preço e quanto tempo o processo levará. Estes processos são frequentemente opacos e difíceis de entender, aumentando a ansiedade sobre os custos incorridos. Na era da satisfação instantânea as expectativas dos consumidores mudaram para exigir maior transparência sobre custos e processos, buscando respostas mais rápidas às suas preocupações.

“O cliente não quer um advogado, ele quer resolver um problema.”

“O cliente quer um barquinho e a gente entrega um transatlântico”



KEY FINDINGS

1.MANUTENÇÃO DA LIDERANÇA:

PNA ESTÁ EM EXCELENTE POSIÇÃO NO MERCADO PARA FORMAÇÃO DO FUTURO DO SETOR E ALAVANCAR O *FIRST MOVER ADVANTAGE* NO BRASIL

2.BAIXO CUSTO DE OPORTUNIDADE:

O PNA TEM A VONTADE, LIDERANÇA E RECURSOS PARA APROVEITAR AS TECNOLOGIAS E TENDÊNCIAS EMERGENTES NO SETOR JURÍDICO E EM OUTROS SETORES

3.PRESSÃO DE OFERTA:

UM GRANDE DESAFIO PARA OS ESCRITÓRIOS DE ADVOCACIA HOJE É LIDAR COM A PERCEPÇÃO QUE OS SERVIÇOS SÃO CAROS

4.PRESSÃO DE MERCADO: CLIENTES SENTEM-SE DENTRO DE UMA 'CAIXA PRETA', QUE LEVA À ANSIEDADE SOBRE A FALTA DE CONHECIMENTO DOS PROCESSOS.

5.OPORTUNIDADE DE CULTURA

O PNA TAMBÉM EXPRESSOU UM DESEJO PARA REFORMAS INTERNAS.

KEY FINDINGS

5. OPORTUNIDADE DE CULTURA O PNA TAMBÉM EXPRESSOU UM DESEJO PARA REFORMAS INTERNAS.

Sobre o que é:

Durante o workshop, notamos que muitas ideias geradas abordaram os desafios “dentro da casa”, focando desde a otimização de processo até a diversidade comportamental e demográfica dos advogados.

A abordagem de processos e cultura internos tem potencial não apenas para liderar por exemplo na melhoria contínua de suas práticas mas, ainda, para se tornar um novo fluxo de receita, utilizando as iniciativas de cultura aplicadas como um campo de testes para novos produtos e serviços para o futuro do setor jurídico.

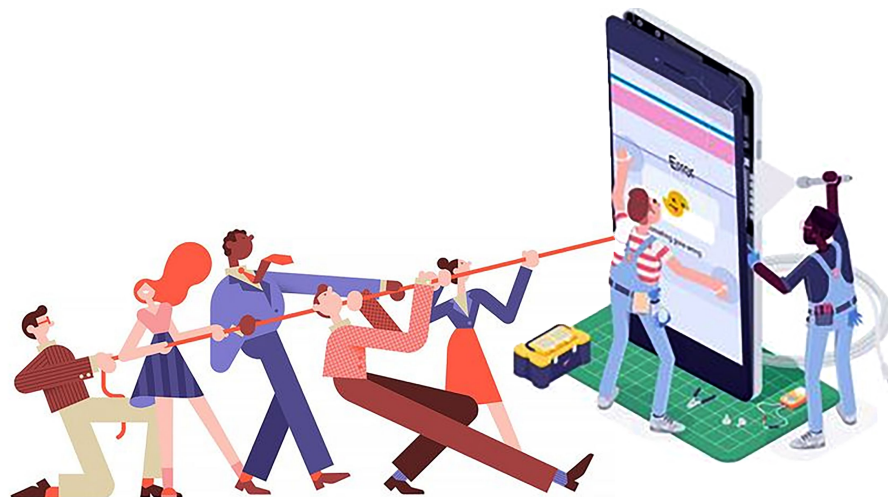
“Eliminar os grupos”

“Flexibilizar o dress code”

“Maior colaboração interna”



**DORES E
NECESSIDADES DO
PNA**



CULTURA ≠ TRANSFORMAÇÃO ≠ DIGITAL ≠
INOVAÇÃO ≠ CRIATIVIDADE ≠ NOVIDADE



CULTURA = HÁBITOS ORGANIZACIONAIS

TRANSFORMAÇÃO = ADAPTAÇÃO = MUDANÇA DE HÁBITO

**SEM CULTURA INTENCIONAL,
SEM TRANSFORMAÇÃO...**



ANEXO

TECNOLOGIAS

DEFINIÇÕES

BENCHMARKS

ÍNDICE DE TECNOLOGIAS

Blockchain	PKI	Realidade aumentada
IA	Crawler	RPA
QRcode	IOT	Big Data
OCR	Machine Learning	BI
Reconhecimento Facial	Analítica Aumentada	Cloud Computing

BLOCKCHAIN

Blockchain - ou corrente de blocos, em tradução literal - é uma tecnologia de registro de informações que utiliza a descentralização como medida de segurança.

A tecnologia foi criada para tornar a distribuição de informação transparente e confiável, sem precisar de um agente externo e centralizador para validação do processo e pode ser usada em qualquer situação que envolva intermediários ou várias partes.

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

Inteligência artificial é a inteligência similar à humana exibida por mecanismos ou softwares bem como um campo de estudo acadêmico.

Pode ser definida como "*o estudo e projeto de agentes inteligentes*", em que um agente inteligente é um sistema que percebe seu ambiente e toma atitudes que maximizam suas chances de sucesso. Trata-se da capacidade do sistema para interpretar corretamente dados externos, aprender a partir desses dados e utilizar essas aprendizagens para atingir objetivos e tarefas específicas através de adaptação flexível. É uma área de pesquisa da computação dedicada a buscar métodos ou dispositivos computacionais que possuam ou multipliquem a capacidade racional do ser humano de resolver problemas, pensar ou, de forma ampla, ser inteligente.

São características básicas desses sistemas: a capacidade de raciocínio (aplicação de regras lógicas a um conjunto de dados disponíveis para chegar a uma conclusão), aprendizagem (aprender com os erros e acertos de forma que no futuro agirá de maneira mais eficaz), reconhecer padrões (tanto padrões visuais e sensoriais, como também padrões de comportamento) e inferência (capacidade de conseguir aplicar o raciocínio nas situações do nosso cotidiano).

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Inteligencia_artificial

QR CODE

QR code é a sigla em inglês para *Quick Response Code* ou, em português, Código de Resposta Rápida. É um código bidimensional (2D) que permite encriptar informações - similar a um código de barras.

Constituído por uma série de códigos e caracteres decodificados em uma imagem quadrada, dispõe de uma alta capacidade para armazenar dados e pode ser facilmente escaneado e convertido em informações (como um texto, localização georreferenciada, endereço de e-mail, etc.).

RECONHECIMENTO ÓPTICO DE CARACTERES

Reconhecimento óptico de caracteres (em inglês, optical character recognition - OCR) é uma tecnologia para reconhecer caracteres a partir de um arquivo de imagem ou mapa de bits sejam eles escaneados, escritos a mão, datilografados ou impressos. Dessa forma, através do OCR é possível obter um arquivo de texto editável por um computador.

RECONHECIMENTO FACIAL

O **reconhecimento ou biometria facial** é uma tecnologia para medição das características únicas e mensuráveis do rosto do indivíduo, em especial para verificação automática da identidade.

Os sistemas de reconhecimento facial bidimensional permitem mapear as informações do rosto em duas dimensões (altura e largura), como distância entre os olhos, tamanho do queixo e largura do nariz. Os tridimensionais, por sua vez, são mais sofisticados e também captam dados relativos à profundidade dos elementos da face. Esse tipo de captura consegue descrever de forma mais precisa toda a geometria facial.

Fonte: <https://revistapesquisa.fapesp.br/2018/12/14/um-rosto-na-multidao/>

INFRAESTRUTURA DE CHAVE PÚBLICA

A **infraestrutura de chave pública** - ICP (em inglês, *public key infrastructure* - PKI) é um sistema de certificados digitais, autoridades de certificação e autoridades de registro que verificam e autenticam a validade de cada parte envolvida em uma transação eletrônica por meio do uso de uma criptografia de chave pública.

Chave pública é um código criptográfico que utiliza algoritmos de criptografia de chave assimétrica para converter uma mensagem em um formato ilegível.

RASTREADOR DE REDE

Um **rastreador da rede**, *web crawler* em inglês, é um programa de computador que navega pela rede mundial de uma forma metódica e automatizada.

O web crawler realizar uma varredura na internet de maneira sistemática através de informação vista como relevante, em um processo chamado de rastreamento da rede ou indexação.

Os rastreadores também podem ser utilizados para tarefas de manutenção automatizadas em um sítio da rede ou para obter tipos específicos de informações das páginas, como filtrar endereços de correio eletrônico.

Outros termos também são usados para rastreadores da rede, como: indexadores automáticos, robôs, aranhas da rede, robô da rede ou escutador da rede (em inglês: bots, web spiders, web robot e web scutter).

INTERNET DAS COISAS

Internet das Coisas é uma tradução literal da expressão em inglês *Internet of Things (IoT)*, um conceito que se refere à interconexão digital de objetos cotidianos com a internet. É a conexão dos objetos, mais do que das pessoas, à internet.

Em outras palavras, a internet das coisas é a rede de objetos físicos (veículos, prédios e outros dotados de tecnologia embarcada, sensores e conexão com a rede) capaz de coletar e transmitir dados. É uma extensão da internet atual que possibilita que objetos do dia a dia (quaisquer que sejam, desde que tenham capacidade computacional e de comunicação) se conectem à Internet.

A conexão com a rede mundial de computadores possibilita, em primeiro lugar, controlar remotamente os objetos e, em segundo lugar, que os próprios objetos sejam acessados como provedores de serviços.

Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Internet_das_coisas

APRENDIZADO DE MÁQUINA

O **aprendizado de máquina** (em inglês, machine learning) é um método de análise de dados que automatiza a construção de modelos analíticos. É um ramo da inteligência artificial baseado na ideia de que sistemas podem aprender com dados, identificar padrões e tomar decisões com o mínimo de intervenção humana.

Ele nasceu do reconhecimento de padrões e da teoria de que computadores podem aprender sem serem programados para realizar tarefas específicas, aprendendo com dados. O aspecto iterativo do aprendizado de máquina é importante porque, quando os modelos são expostos a novos dados, eles são capazes de se adaptarem independentemente para produzir decisões e resultados confiáveis, passíveis de repetição. Não é uma ciência nova, mas uma ciência que está ganhando um novo impulso.

Embora diversos algoritmos de machine learning existam há muito tempo, a capacidade de aplicar cálculos matemáticos complexos ao big data automaticamente – de novo e de novo, mais rápido e mais rápido – é um desenvolvimento recente.

Fonte: https://www.sas.com/pt_br/insights/analytics/machine-learning.html

ANALÍTICA AUMENTADA

A **Analítica Aumentada**, ou augmented analytics em inglês, é uma área da Inteligência Aumentada que utiliza machine learning e geração de textos para automatizar o tratamento de dados, possibilitando o seu compartilhamento. É uma tecnologia responsável por automatizar os insights baseada em dados.

Além da criação de insights prontos para serem consumidos, o grande diferencial da Analítica Aumentada reside na capacidade da tecnologia de identificar padrões ocultos em bancos de dados, o que auxilia na remoção do viés pessoal das análises. Assim, as chances de que os dados sejam trabalhados de maneira tendenciosa, seja no seu tratamento, seja na sua análise, diminuem drasticamente.

Fonte: <https://www.eveo.com.br/blog/analitica-aumentada/>

REALIDADE AUMENTADA

Designa-se **realidade aumentada** (RA) a integração de elementos ou informações virtuais a visualizações do mundo real através de uma câmera e com o uso de sensores de movimento como giroscópio e acelerômetro.

É uma experiência interativa de um mundo real em objetos que residem no mundo real são “acentuados” por informação perceptiva criada por computadores, incluindo informação visual, auditiva, háptica, somatossensorial e olfativa. A realidade aumentada traz componentes do mundo digital dentro da percepção da pessoa do mundo real, e não o faz apenas dispondo visualmente as informações, mas sim através da integração de sensações imersivas que são percebidas como partes naturais de um ambiente

O uso mais popular da realidade aumentada é o entretenimento através dos filtros para fotos em aplicativos móveis de redes sociais e jogo,, porém a realidade aumentada é utilizada de muitas formas tais como no ensino, design de produtos, ações de marketing ou treinamentos. O uso de vídeos transmitidos ao vivo digitalmente processados e “ampliados” pela adição de gráficos criados pelo computador também pode ser considerado um tipo de realidade aumentada. Um usuário da RA pode utilizar óculos translúcidos ou câmeras acopladas a um dispositivo computacional e, através destes, ver o mundo real bem como imagens geradas por computador projetadas no mundo.

AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS ROBÓTICOS

A **Automação de Processos Robóticos** (em inglês, Robotic Process Automation -RPA) é uma aplicação tecnológica para automatizar processos de negócios, sejam eles primários ou de suporte, para que sejam realizados sem a necessidade de intervenção humana, visando aumentar a produtividade, reduzir erros, ganhar escalabilidade e evitar o retrabalho.

Com ela, pode-se configurar um software (ou um “robô”) para capturar e interpretar aplicativos de modo a processar uma transação, manipular dados, desencadear respostas e comunicar-se com outros sistemas digitais.

O RPA pode incluir Machine Learning (ML) e Inteligência Artificial (IA), mas é governado por lógicas de negócios e entradas estruturadas, enquanto ML e IA podem ser treinadas para fazer julgamentos sobre entradas não estruturadas.

BIG DATA

Ao longo das últimas décadas, a quantidade de dados gerados tem crescido de forma exponencial. O termo big data é utilizado para nomear a quantidade e variedade não estruturada de dados que chegam em volumes crescentes e com velocidade cada vez maior e sem precedentes .

Big Data refere-se ao complexo conjunto de dados (sejam estruturados, como dados numéricos, ou não estruturados, como documentos de texto, e-mail, vídeo, áudio, transações financeiras, etc.) especialmente os originados de novas fontes de dados, e que, por isso, necessitam de ferramentas especiais para serem extraídos, organizados e transformados em informações que possibilitem uma análise ampla e em tempo hábil.

INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS

Inteligência de negócios (em inglês, business intelligence - BI) é um conjunto de técnicas e ferramentas para auxiliar na transformação de dados brutos em informações significativas e úteis para a análise do negócio. A solução de BI tem foco na coleta, organização, transformação e disponibilização de dados estruturados para facilitar a sua interpretação apoiar a tomada de decisão.

As tecnologias de BI são capazes de suportar uma grande quantidade de dados desestruturados para ajudar a identificar, desenvolver e até mesmo criar uma nova oportunidade de negócios. As funções habituais de BI incluem relatórios, processos de análise online, análises, mineração de dados, processamento de eventos complexos, gerenciamento de desempenho dos negócios, benchmarking, pesquisa de de texto, análises previsíveis e análises prescritivas.

O BI pode ser usado para ajudar na decisão de uma grande variedade de negócios, do nível operacional ao estratégico. Decisões de operações básicas incluem posição do produto e atribuição de preços. Decisões de estratégia de negócios abrangem prioridades, objetivos e direções do mais amplo nível.

Fontes: <https://www.globalweb.com.br/2014/05/a-diferenca-entre-big-data-e-business-intelligence/>
https://pt.wikipedia.org/wiki/Intelig%C3%A2ncia_empresarial

TECNOLOGIAS

DEFINIÇÕES

BENCHMARKS

Quem está usando essa inovação?

Bitcoin

Como eles estão usando?

O Blockchain vem sendo aplicado a serviços simples de troca e envio de dinheiro, como compras, por exemplo. O Bitcoin é um destes serviços, que utiliza a tecnologia para transferência de dinheiro sem a intervenção de terceiros (como bancos), o que é possibilitado pela segurança dos dados distribuídos, que se convertem em uma espécie de “moeda”.

Problema de negócios que resolve:

A falta de confiança e transparência no mundo digital.

Resultados apresentados no case

Essa tecnologia é conhecida por agilizar sua trilha de papel e proporcionar maior transparência e eficiência à cadeia de suprimentos, proporcionando ao setor de alimentos e bens de consumo, através da criação de registros permanentes e transparentes.

Como pode ser usado no Pinheiro Neto?

Blockchain pode ser uma das melhores tecnologias para criar contratos inteligentes, pois envolve lógica de script relacionada a contratos simples. A outra aplicação potencial da tecnologia blockchain no setor está relacionada à sua capacidade de registrar eventos de longa duração que poderiam ser usados em reivindicações irrefutáveis de propriedade intelectual ou até mesmo acusações criminais relativas a um determinado caso ou procedimento criminal.

Quem está usando essa inovação?

Casetext CARA plataforma

Como eles estão usando?

CARA (da Casetext): é uma tecnologia IA que, com base no upload do resumo de um caso, retorna informações relevantes sobre o contexto, questões legais, jurisdição, etc.

Problema de negócios que resolve:

Multiplica a capacidade dos advogados para interpretar dados e informações para tomada de decisão, maximizando as chances de sucesso

Resultados apresentados no case

CARA plataforma:

Atualmente, ela está sendo usada por mais de 100 escritórios de advocacia e mais de 1 milhão de pessoas por mês

Como pode ser usado no Pinheiro Neto?

uma plataforma educativa com foco em pesquisa para auxiliar advogados em atividades de pesquisa indicando melhores práticas, estatutos e regulamentos, aplicando AI para auxiliar com a busca de palavras-chave.

Quem está usando essa inovação?

St. John's Buildings (SJB)

Como eles estão usando?

A St. John's Buildings (SJB) - que há muito é reconhecida por sua abordagem inovadora para a prestação de serviços de defesa - assumiu a liderança do Reino Unido ao adotar a tecnologia de nuvem para transformar o sistema legal. Ela fez uma parceria com a empresa Advanced para se tornar a primeira câmara de advogados do Reino Unido a introduzir uma ferramenta de colaboração e compartilhamento de documentos baseada em nuvem que permite a produção, compartilhamento e armazenamento seguros de documentos legais.

Problema de negócios que resolve:

Permite o armazenamento de dados e informações sem que seja necessário investir em hardwares e servidores locais.

Além de reduzir custos, possibilita que qualquer pessoa possa acessar documentos de forma remota, ágil e eficiente..

Resultados apresentados no case

A empresa britânica SJB economiza £350.000 por ano em papel para computação em nuvem, enquanto permite acesso 24 horas a documentos e fluxo de trabalho de qualquer lugar.

Como pode ser usado no Pinheiro Neto?

A computação em nuvem pode viabilizar plataformas de acompanhamento de casos, com gestão de documentos para advogados e clientes.

Quem está usando essa inovação?

Departamento de Agricultura dos Estados Unidos: USDA CXO Projeto Dashboard

Como está usando?

Em 2018, o USDA criou mais de 120 visualizações do dashboard que fornecem informações à liderança do USDA sobre as sete principais funções administrativas do USDA: TI, RH, finanças, propriedade e frota, contratação e aquisição, segurança interna e operações.

Problema de negócios que resolve:

Os Dashboards podem abordar os desafios da transparência, comunicando o progresso com os clientes e outras partes interessadas. Por sua vez, um cliente bem informado terá acesso aos detalhes do serviço prestado, reduzindo a ansiedade e a necessidade de entrar em contato com o escritório com a mesma frequência.

Resultados apresentados no case:

Processos manuais que aumentam a probabilidade de erro e risco estão sendo reduzidos ou eliminados. Os dados históricos e as tendências atuais estão sendo combinados para permitir que os líderes identifiquem áreas de risco e oportunidade. O projeto do Dashboard também está servindo como um catalisador para a criação de uma abordagem mais abrangente ao gerenciamento de dados em todo o Departamento. Essa inovação ganhou o prêmio Inovação do ano do governo federal dos Estados Unidos

Como pode ser usado no Pinheiro Neto?

Dashboards para uso do cliente têm o potencial de melhorar as relações com os clientes e melhorar a transparência em cada etapa da jornada deles, proporcionando uma experiência mais centrada no usuário.

O dashboard também pode servir como um repositório para documentos do cliente, bem como hospedar funcionalidades adicionais, como um chatbot, introduzindo um canal adicional para comunicação.

Dashboards internos podem ser usados para monitorar KPIs e melhorar a tomada de decisão baseada em dados, disponibilizando dados em tempo real em visuais facilmente compreensíveis.

AUTOMAÇÃO DE PROCESSOS ROBÓTICOS

Quem está usando essa inovação?

Grupo Jackson Lees

Como estão usando?

A principal função da automação no setor jurídico é liberar funcionários de alto valor (advogados e funcionários associados) das tarefas rotineiras de manuseio de papelada, planilhas de horas, integração com aplicativos, etc., para que eles se concentrem nas tarefas mais importantes para seus clientes. Adicionalmente, ajuda a reduzir o tempo não faturável.

Problema de negócios que resolve:

O software pode acelerar o trabalho e melhorar a precisão dos resultados. Além disso, como o software pode trabalhar mais com menor custo, o benefício a longo prazo é que o preço dos serviços jurídicos pode diminuir pela automação de processos.

Resultados apresentados no case:

Para além do departamento de TI, equipes e parceiros voltados para o cliente agora estão envolvidos com novas tecnologias para aumentar as vendas, melhorar o relacionamento com o cliente e alavancar a eficiência das operações de back-office. Em vez de usar tecnologias de automação para manter os custos de negócios no mínimo, empresas inovadoras como Jackson Lees estão reinvestindo economias em serviços de linha de frente para melhorar a satisfação do cliente.

Como pode ser usado no Pinheiro Neto?

Para o PNA, a automação pode ser uma maneira de o PNA entrar no espaço B2C e oferecer soluções legais de baixo custo para processos comuns para o consumidor.

Quem está usando essa inovação?

DoNotPay

Como eles estão usando?

DoNotPay: ajuda a preencher formulários transacionais para bilhetes de estacionamento, licença de maternidade, violações de contrato de proprietário, entre outros.

Problema de negócios que resolve:

Evita ligações excessivas, tempo despendido com verificações que serão automáticas e dúvidas de clientes. Permite atendimento 24 horas.

Resultados apresentados no case

DoNotPay:

Desde 2016, o aplicativo ajudou 160.000 usuários a recorrerem de suas multas em Londres e Nova York, uma taxa de sucesso de 64%

Como pode ser usado no Pinheiro Neto?

Chatbot para responder a perguntas mais recorrentes dos clientes e resolver problemas comuns.

A partir do cruzamento de dados e reconhecendo padrões de dúvidas e necessidades de atendimento mais comuns, parte da experiência e conhecimento dos advogados Pinheiro Neto pode ser catalogada e agregada em um 'cérebro digital' capaz de atender clientes.

HIPÓTESES

INCIATIVAS

Ideias de novos
negócios



HIPÓTESES

Resolução de
problemas do
negócio ou dos
clientes que
acreditamos gerar
resultados



TESTES

Mensuração e
pivot das
hipóteses

HIPÓTESES

BASES PARA PROJETAR O POTENCIAL DE CADA INICIATIVA

ENTÃO [RESULTADO DE NEGÓCIOS]

Menos processos com divergência de diagnóstico, atendimento ou custos

Diminuição de horas gastas

Aumento de horas faturadas

Diminuição de custos e recursos com atendimento ao cliente

Fidelização de clientes

Aumento de consciência de marca pelo mercado

Aumento no índice de satisfação dos clientes

Aumento do número de leads por referência

Aumento do número de leads passivos

Aumento de conhecimento dos clientes sobre a atividade de advocacia

Aumento da taxa de conversão

% de clientes atuais interessados no modelo de taxa fixa

Criação de novas fontes de receita com potencial de retorno

Diminuição de horas gastas // aumento de horas faturadas // custo de atendimento

AUMENTO DAS HORAS FATURÁVEIS

APENAS

29%

das horas utilizadas
são faturáveis

DESTAS,

82%

são cobradas

DAS COBRADAS,

86%

são efetivamente
pagas

<https://files.goclio.com/marketo/ebooks/2017-Legal-Trends-Report.pdf>

Considerando um aumento de 5% a 15*% de horas faturadas, as iniciativas que impactam a redução de horas têm potencial de receita de 0,05*homem/hora PNA

* 30% faturável de 50% de aumento de produtividade

AUMENTO DA PRODUTIVIDADE

AUMENTO EM ATÉ

50%

da produtividade a
partir de automação

<https://easyjur.com/>

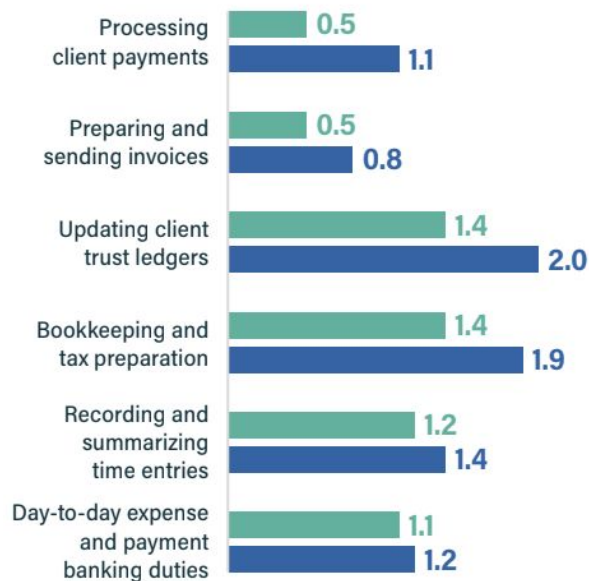
Diminuição de horas gastas // aumento de horas faturadas // custo de atendimento

<https://files.goclio.com/marketo/ebooks/2017-Legal-Trends-Report.pdf>

Average hours legal professionals can spend on a given task in a day

Lawyers
Non-lawyers

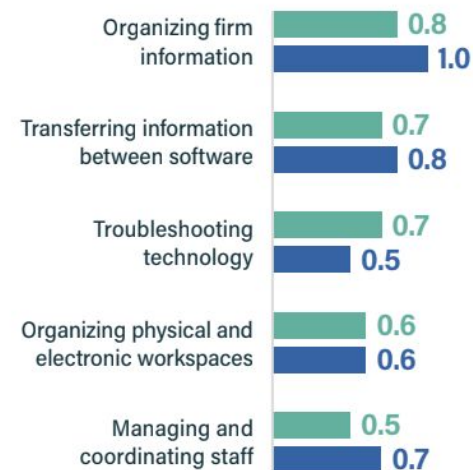
Billing and financials



Marketing and business development



Firm organization and administration



Fidelização de clientes // satisfação dos clientes // consciência de marca // leads por referência // leads passivos

RETORNO DE INVESTIMENTO

POTENCIAL DE ROI DE

25% - 95%

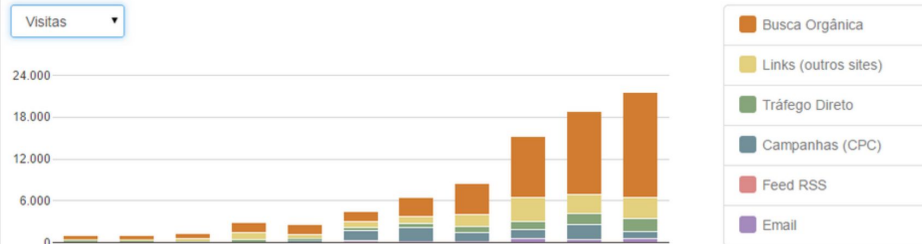
a cada 5% de clientes fidelizados

<https://www.mma-fl.com/increasing-customer-satisfaction-in-the-legal-sector/>

CRESCIMENTO ORGÂNICO

Gráfico por fontes de tráfego

Intervalo 01/11/2013 à 30/09/2014 Agrupar por

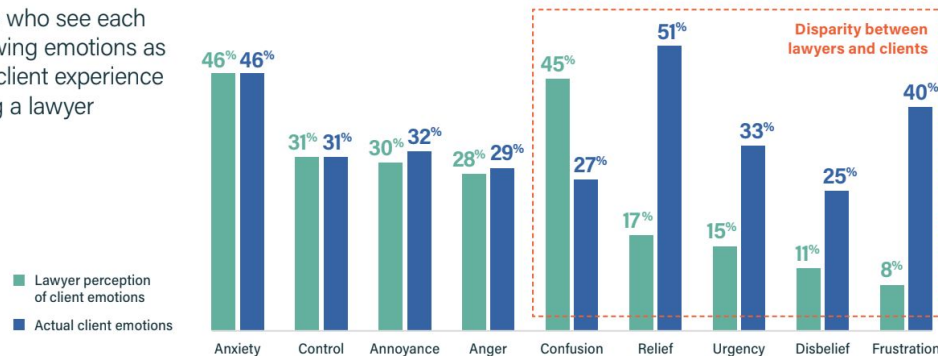


<https://www.iturn.com.br/como-o-escritor-io-de-advocacia-ajp-apalino-consegiu-dobrar-o-numero-de-novos-clientes-e-processos-mensais/>

Conhecimento dos clientes sobre a atividade

PERCEPÇÃO DE MAU ATENDIMENTO

Percentage who see each of the following emotions as part of the client experience when hiring a lawyer



<https://www.clio.com/resources/legal-trends/2018-report/?cta=masthead-secondary#download>

% Clientes interessados em taxas fixas

BAIXA COMPREENSÃO DE VALOR

40%

**das empresas de advocacia enfrentam
problemas de percepção de preço**

[https://www.larrybo
dine.com/report-win
ning-new-business-in
-a-competitive-mark
et-is-challenge-for-la
w-firms](https://www.larrybo
dine.com/report-win
ning-new-business-in
-a-competitive-mark
et-is-challenge-for-la
w-firms)

Novas fontes de receita // Novos mercados

TAMANHO DO MERCADO DE PEQUENOS ADVOGADOS

60%

de escritórios participantes de senso
no brasil são compostos por 3 sócios

<https://revistaeinsinosuperior.com.br/futuro-do-direito/>

TAMANHO DO MERCADO DE ADVOGADOS

QUASE

2 milhões

de advogados no Brasil, formando 177
advogados por dia

<https://blogexamedeordeordem.com.br/brasil-ultrapassa-a-marca-de-um-milhao-e-cem-mil-advogados>

TESTES

INICIATIVAS

Ideias de novos
negócios



HIPÓTESES

Resolução de
problemas do
negócio ou dos
clientes que
acreditamos gerar
resultados



TESTES

Mensuração e
pivot das
hipóteses

Como testar?

Entrevistas

Teste projetado para entender melhor as perspectivas, necessidades e posicionamento de clientes atuais ou potenciais em relação a um produto ou serviço que a empresa está considerando oferecer.

As entrevistas devem ser elaboradas para extrair respostas honestas sobre o preço, o produto e o comportamento de compra, a fim de determinar a demanda potencial do produto ou serviço, bem como as principais necessidades que devem ser abordadas pela nova oferta. Essas entrevistas também são críticas para determinar a verdadeira proposta de valor da hipótese.

Como testar?

Fóruns

Grupos de discussão on-line organizados em torno de temas ou interesses específicos e que servem como plataformas para membros de uma comunidade específica para compartilhar conteúdo e discutir publicamente ou semi publicamente.

Os fóruns permitem analisar a percepção e a avaliação dos clientes. As informações podem ser coletadas por meio da análise de comentários e conteúdo de fóruns relevantes. Além disso, as informações podem ser obtidas participando desses fóruns, levantando questões específicas e coletando respostas das postagens.

Como testar?

Landing Page

Criação de uma página de destino, especificamente para os propósitos de uma campanha, e para a qual o usuário será direcionado depois de clicar em um anúncio de um produto ou serviço.

As páginas de destino são projetadas para promover uma mensagem ou apelo à ação e avaliar o potencial interesse em um novo produto ou serviço por um público mais amplo, diversificado e semi aleatório do que é possível com uma entrevista.

Landing pages são particularmente úteis para testar a proposição de valor de uma iniciativa.

Como testar?

Teste A/B

Método de teste para uma campanha que envolve duas versões diferentes do mesmo conteúdo para ver qual delas é mais eficaz.

Essa é uma maneira muito eficaz de medir o sucesso de uma determinada versão ou canal ao fornecer o mesmo conteúdo de maneiras diferentes e determinar qual versão é melhor recepcionada pelos usuários.

Como testar?

Protótipos em Papel

Método de prototipagem em que modelos de papel são usados para simular aplicativos de computador ou da web. Os wireframes da interface do usuário de um software ou website são desenhados em papel e mostrados a participantes. O executor do teste aponta para um determinado link e simula manualmente o que aconteceria na tela. O feedback é coletado por um moderador observador.

Essa é uma maneira econômica e eficiente de testar funções, layouts e a utilidade de uma interface digital. Eles oferecem aos usuários a oportunidade de experimentar seu produto antes que ele exista - e podem até se envolver na modelagem do UX e dos recursos.

Como testar?

Campanhas

Campanhas publicitárias são grupos de mensagens que compartilham uma natureza ou proposta de valor similar. Essas mensagens são entregues através de uma variedade de mídias, desde folhetos em papel até conteúdo online.

Campanhas realizadas com ferramentas como Google, Facebook e LinkedIn fornecem uma visão aguçada da segmentação e evidenciam os elementos mais valiosos e úteis do produto ou serviço. Estatísticas como taxas de conversão ou cliques são críticas para determinar a funcionalidade do produto. É possível combinar essas informações com testes A / B e obter uma imagem clara da viabilidade do produto.

Como testar?

Assinaturas

Criação de uma página de assinatura falsa para um produto ou serviço. Permite medir o interesse do cliente monitorando o tráfego e a taxa de clientes que se inscrevem sem incorrer em custos de desenvolver o produto completo primeiro.

Como testar?

Curtidas/seguidores

Curtidas e Seguidores são as ferramentas de validação das mídias sociais.

Ao criar conteúdo de mídia social relacionado à iniciativa que está sendo testada, pode-se medir o interesse monitorando as curtidas para postagens específicas relacionadas à iniciativa. Da mesma forma, é possível medir o aumento de seguidores. Essa é uma maneira econômica de testar o interesse do cliente, bem como testar vários formatos de mensagens, criando vários posts relacionados.

Como testar?

Questionários breves

Pesquisas curtas e fáceis que levam de dois a cinco minutos para serem concluídas. Elas permitem que você capture respondentes ocupados e colete dados de qualidade.

Estes questionários incluem perguntas direcionadas para capturar informações sobre o interesse do cliente e podem ser usados de maneira semelhante às entrevistas, mas em um formato que permita flexibilidade temporal e geográfica. Por isso, permitem alcançar um público mais amplo do que seria capturado por entrevistas.

Como testar?

Protótipos funcionais (alta / baixa fidelidade)

A prototipagem funcional é um processo pelo qual um novo produto é projetado e um protótipo para ele é criado digitalmente, em vez de fisicamente. Esse protótipo é normalmente criado em um programa que é capaz de executar simulações usando parâmetros do mundo real para testar o produto, avaliar sua funcionalidade e executar outros testes.

Os protótipos digitais são usados para economizar tempo e dinheiro no desenvolvimento e são muito eficazes na demonstração da funcionalidade do produto. Eles tornam os problemas de usabilidade e funcionalidade muito mais fáceis de identificar e resolver antes de você investir em design e desenvolvimento de front-end.

Como testar?

Financiamento coletivo

O *crowdfunding* é um método de mobilização de capital através do esforço coletivo de investidores individuais. Essa abordagem explora os esforços coletivos de um grande grupo de indivíduos - principalmente on-line por meio de plataformas de mídia social e crowdfunding - e aproveita suas redes para obter maior alcance e exposição.

O financiamento coletivo permite arrecadar recursos para criar um produto ou serviço, além de testar a demanda.

Como testar?

Cartões de funcionalidade

Card sorting é uma técnica de design de experiência do usuário aplicada à um grupo de especialistas ou usuários para gerar uma árvore de decisão ou ordem de preferência. O exercício envolve a criação de um conjunto de cartões, cada um representando um conceito ou item, para que as pessoas os agrupem de uma forma que faça sentido para elas.

Essa forma de teste é indicada para determinar quais funcionalidades ou recursos os clientes consideram mais úteis ou relevantes e é uma abordagem útil para projetar arquitetura de informações, fluxos de trabalho, estrutura de menus ou caminhos de navegação de sites.

REFERÊNCIAS DO BENCHMARKING

Referências- Pesquisa de Benchmarking

<https://techindex.law.stanford.edu/>

<https://www.legalgeek.co/startup-map/>

<https://www.cbinsights.com/research/legal-tech-market-map-company-list/>

<https://legaltechnobrasil.com.br/>

<https://www.lawsitesblog.com/2018/11/27-additions-list-legal-tech-startups.html>

<https://www.lawfuel.com/blog/law-tech-trends-2019/>

<https://www.n8its.com/blog/2019/2/4/top-3-legal-tech-trends-for-2019>

<https://disruptionhub.com/5-technological-disruptions-in-the-legal-sector/>

<https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/financial-advisory/articles/the-case-for-disruptive-technology-in-the-legal-profession.html>

<https://www.lexisnexis.com.au/en/insights-and-analysis/practice-intelligence/2018/5-technologies-driving-disruption-in-legal>

https://www.jota.info/paywall?redirect_to=//www.jota.info/advocacia/o-mapa-das-lawtechs-e-legaltechs-no-brasil-10102017

<https://exame.abril.com.br/pme/conheca-7-startups-que-prometem-mudar-o-juridico-brasileiro/>

<https://www.startse.com/noticia/startups/63177/lawtechs-startup-juridico>

<https://medium.com/predict/the-age-of-digital-disruption-the-role-of-the-future-lawyer-e5ea618f1b08>

https://d2t8p24mwmufw2.cloudfront.net/wp-content/uploads/2016/10/Efficiency_Future_of_Law_10.5.16.pdf

<https://www.aderant.com/think-tank/law-firm-inefficiencies/>

Referências- Pesquisa de Benchmarking

<https://www.usda.gov/media/press-releases/2018/11/02/usda-cxo-dashboards-declared-innovation-year>
<http://businessoflawblog.com/2017/10/driving-your-legal-department-to-improve-reporting/>
<https://www.fisconnect.com.br/artigos/software-para-advocacia/>
<https://www.nanalyze.com/2017/07/ai-chatbot-lawyers/>
<https://techcrunch.com/2017/07/12/donotpay-launches-1000-new-bots-to-help-you-with-your-legal-problems/>
<https://take.net/blog/chatbots/cases-de-chatbots-famosos/>
<https://www.ab2l.org.br/startups-trazem-inovacoes-ao-direito/>
https://medium.com/@cigen_rpa/4-ways-to-leverage-robotic-process-automation-in-the-legal-industry-b24d9e15bf0b
[https://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI273885,101048-Tudo+sobre+inovacao+na+advocacia /](https://www.migalhas.com.br/dePeso/16,MI273885,101048-Tudo+sobre+inovacao+na+advocacia/)
<http://iprocess.com.br/category/cases/>
<https://www.cbronline.com/news/cloud/cloud-positively-transforming-legal-sector/>
<https://medium.com/@machadorbruno/economia-compartilhada-exemplos-no-brasil-e-no-mundo-f0f8ddc0b102>
<https://www.zaitt.com.br/>
<https://nubank.com.br/>
<https://blogs.thomsonreuters.com/legal-uk/2019/01/04/the-application-of-blockchain-in-the-legal-sector/>

Referências- Pesquisa de Benchmarking

<https://www.canadianlawyermag.com/author/scott-neilson/the-state-of-legal-tech-16780/>

<https://ideadrop.co/overcoming-barriers-innovation-legal-sector/>

https://www.researchgate.net/publication/325011038_Legal_Technology_for_Law_Firms_Determining_Roadmaps_for_Innovation

<https://scholarlycommons.law.northwestern.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1196&context=facultyworkingpapers>

<https://legal.thomsonreuters.com/content/dam/ewp-m/documents/legal/en/pdf/reports/leipm.pdf>

<http://www.legalexecutiveinstitute.com/2018-legal-market-report/>

<https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2682789/2018%20Baretz+Brunelle%20Legal%20Tech%20GTM%20Report.pdf>

<https://go.euromonitor.com/white-paper-ec-2019-10-Tendencias-Globais-de-Consumo-2019.html>

<https://www.clio.com/resources/legal-trends/>