

APLICAÇÃO DE MÉTODO MULTICRITÉRIO NA ESCOLHA DE ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA

Pedro Henrique Melo ALBUQUERQUE¹
José Alexandre SIMÕES²

- RESUMO: O presente estudo se baseia no processo de tomada de decisão do cliente, analisando sua avaliação quanto as características, atributos de qualidade e notoriedade dos serviços prestados. Constatação essencial para empresa, uma vez que o estudo das escolhas pessoais do consumidor, além de aperfeiçoar a prestação do serviço almejado, propicia o reconhecimento da empresa no mercado. Finda a pesquisa exploratória, faz-se possível oferecer aos gestores essa ferramenta de decisão, imperativa para se angariar novos clientes e obter notoriedade na área jurídica. Por meio do método AHP para tomada de decisão multicriterial, foi viável a análise e comparação dos dados obtidos de questionários aplicados ao gestor e aos potenciais clientes de um escritório de advocacia. A partir das análises dos resultados, observou-se que, mesmo para empresas já atuantes e experientes no mercado de Brasília, existem espaços para melhoras estratégicas de modo que a empresa ofereça com precisão o aspirado pelos clientes.
- PALAVRAS-CHAVE: Tomada de decisão. AHP; marketing jurídico; escritório de advocacia.

¹ Universidade de Brasília - UNB, Campus Universitário Darcy Ribeiro, Departamento de Administração, CEP: 70910-900, Brasília, DF, Brasil. E-mail: pedroa@unb.br

² Endereço José Alexandre