

MEIOS DE CAPTAÇÃO DE CLIENTES

Antes de mergulhar nos meios de captação de clientes na advocacia, é essencial entender os tipos de marketing disponíveis. Muitos advogados tendem a recorrer a métodos tradicionais que não são adequados para o contexto jurídico, principalmente devido ao Código de Ética.

MEIOS DE MARKETING PERMITIDOS

- 1. Produção de Conteúdo:** Desenvolver conteúdo de qualidade demonstrando autoridade na área jurídica, através de artigos, vídeos, e posts em redes sociais.
 - **E-mail Marketing:** Implementar estratégias de e-mail marketing para manter um relacionamento com interessados e nutrir potenciais clientes.
 - **Webinars e Lives:** Realizar webinars ou lives sobre temas jurídicos para educar e atrair potenciais clientes.
 - **Cursos Não Jurídicos:** Participar de cursos fora da área jurídica para promover seus serviços e expandir sua rede de contatos.
 - **Participação em Grupos de Facebook:** Engajar-se em grupos de Facebook relacionados à área jurídica ou de interesse para seus potenciais clientes.
- 2. Presença em Redes Sociais:** Estar ativo em várias redes sociais para ser facilmente encontrado por potenciais clientes, especialmente aqueles em meio de funil.
 - **Canal de YouTube:** Desenvolver um canal no YouTube, oferecendo conteúdo educativo e informativo sobre temas jurídicos, pode atrair um público interessado em seus serviços.
 - **Marketing de Conteúdo Interativo:** Criar quizz, e-books interativos e ferramentas online que podem ajudar a educar seu público-alvo e ao mesmo tempo captar leads.
- 3. Tráfego Orgânico:** Utilizar SEO para melhorar a visibilidade e o ranking do seu site nos motores de busca.

- **SEO Local Avançado:** Aprofundar-se em SEO local para melhor posicionamento no Google Meu Negócio e atração de clientes locais.
 - **Cadastros em Sites de TeleListas e Diretórios Jurídicos:** Incluir seu perfil em diretórios como Jusbrasil, Meu Advogado e outros sites de TeleListas para aumentar a visibilidade.
 - **Otimização do Site para Conversão:** Garantir que o site esteja preparado para converter visitantes em clientes.
 - **Blogs de Convidados e Colunas:** Escrever como convidado em blogs de renome ou ter uma coluna regular em um site jurídico popular pode aumentar sua visibilidade e estabelecer você como uma autoridade no campo.
4. **Tráfego Pago:** Investir em publicidade paga, como Google Ads e Facebook Ads, para alcançar um público mais amplo.
- **Anúncios em Jornais Locais:** Fazer publicidade em jornais locais para atingir um público na sua região.
5. **Marketing de E-mail:** envio de e-mails personalizados para leads/clientes.
6. **Remarketing:** anúncios personalizados para reengajar visitantes anteriores.
7. **Inbound Marketing:**
- **Atração:** usar blogs, SEO e redes sociais para atrair visitantes.
 - **Conversão:** transformar visitantes em leads.
 - **Fechamento:** nutrir leads até convertê-los em clientes.
 - **Encantamento:** fidelizar clientes pós-venda.
8. **Marketing Social:** promoção de causas sociais ou ambientais.
9. **Marketing Viral:** conteúdo criado para ser compartilhado rapidamente.

10. **Marketing de Proximidade:** anúncios/promoções segmentados por localização.
11. **Marketing de Nicho:** focado em segmentos específicos de mercado.
12. **Marketing de Produtos de Luxo:** estratégias voltadas para consumidores de alta renda.
13. **Marketing Mobile:** estratégias para dispositivos móveis.
14. **Marketing B2B:** estratégias focadas no mercado de negócios.

MEIOS DE MARKETING NÃO PERMITIDOS

Esses tipos de marketing muitas vezes violam o Código de Ética Profissional da Advocacia.

15. **Marketing de Influência:** parceria com influenciadores digitais para promover produtos/serviços aos seguidores.
 - **Vedação:** Provimento OAB 205/2021- Art. 8º Não é permitido vincular os serviços advocatícios com outras atividades ou divulgação conjunta de tais atividades, salvo a de magistério, ainda que complementares ou afins.
16. **Marketing de Afiliados:** parceiros independentes promovem produtos/serviços em troca de comissões.
 - **Vedação:** Provimento OAB 205/2021- Art. 8º Não é permitido vincular os serviços advocatícios com outras atividades ou divulgação conjunta de tais atividades, salvo a de magistério, ainda que complementares ou afins.
17. **Marketing de Guerrilha:** estratégias criativas e de baixo custo para gerar grande impacto.
 - **Vedação:** Provimento OAB 205/2021 - Art. 3º § 1º Entende-se por publicidade profissional sóbria, discreta e informativa a divulgação que, sem

ostentação, torna público o perfil profissional e as informações atinentes ao exercício profissional, conforme estabelecido pelo § 1º, do art. 44, do Código de Ética e Disciplina, sem incitar diretamente ao litígio judicial, administrativo ou à contratação de serviços, sendo vedada a promoção pessoal.

18. **Marketing de Experiência:** criar experiências únicas e memoráveis para os clientes.

- o **Vedação:** Provimento OAB 205/2021- Art. 3º V- distribuição de brindes, cartões de visita, material impresso e digital, apresentações dos serviços ou afins de maneira indiscriminada em locais públicos, presenciais ou virtuais, salvo em eventos de interesse jurídico.

19. **Venda direta:** Venda direta é o processo de comercialização de produtos ou serviços diretamente aos consumidores, sem a necessidade de intermediários como lojas físicas, revendedores ou distribuidores. Nesse modelo, o vendedor entra em contato diretamente com os potenciais clientes, apresentando os produtos ou serviços, esclarecendo dúvidas e efetuando a venda. Isso pode ocorrer de diversas formas, como visitas domiciliares, demonstrações em eventos, vendas por telefone, através de catálogos impressos ou online, entre outros métodos.

- o **Vedação:** Código de Ética e Disciplina - Art. 39. A publicidade profissional do advogado tem caráter meramente informativo e deve primar pela discrição e sobriedade, não podendo configurar captação de clientela ou mercantilização da profissão.

- o Provimento OAB 205/2021- Art. 2º VIII- Captação de clientela: para fins deste provimento, é a utilização de mecanismos de marketing que, de forma ativa, independentemente do resultado obtido, se destinam a angariar clientes pela indução à contratação dos serviços ou estímulo do litígio, sem prejuízo do estabelecido no Código de Ética e Disciplina e regramentos próprios.



Para os tipos de marketing permitidos, há várias ressalvas, como evitar divulgação de preços, não induzir a erro, e evitar postar fotos de sentenças, entre outras restrições. No entanto, nosso objetivo com este e-book não é abordar esses temas detalhadamente (isso é assunto para uma conversa mais longa- como dizemos em Minas Gerais, "é um papo para outro pinga" hihhi).

Hoje vamos abordar os meios éticos e eficazes de captação de clientes na advocacia.

Os meios mencionados anteriormente são considerados éticos aos olhos da OAB, pois se referem exclusivamente a práticas de marketing, tudo certo até aqui, certo!?

Agora, vamos explorar outros métodos de captação que vão além do marketing.

OUTROS MEIOS DE CAPTAÇÃO DE CLIENTES

Além do marketing, existem outros meios éticos e eficazes de captação de clientes na advocacia. Alguns deles incluem:

20. **Grupos de Networking:** Participar ativamente de grupos de networking para construir relações e aumentar a referência boca a boca.
21. **Parcerias e Comissões:** Estabelecer parcerias com profissionais de áreas complementares, recebendo comissões por referências.
22. **Participação em Podcasts:** Ser convidado em podcasts relacionados à área jurídica para alcançar um público mais amplo.
23. **Associação a Entidades Comerciais:** Filiação a associações como a CDL e o Sebrae para aumentar a rede de contatos e oportunidades de negócios.
24. **Venda de Infoprodutos:** Criar e vender infoprodutos relacionados à área jurídica para atrair clientes e gerar uma fonte de receita adicional.



25. **Publicações em Revistas/Jornais:** Escrever para revistas ou jornais, aumentando sua visibilidade e estabelecendo autoridade no campo jurídico.

26. **Relacionamento com a Mídia:** Ser fonte de informação para a mídia em assuntos jurídicos, aumentando sua exposição.

27. **Publicidade em Rádio e TV Local:** Investir em publicidade em estações de rádio e canais de TV locais pode atingir um público diferente que talvez não esteja online.

28. **Parcerias com Faculdades e Universidades:** Estabelecer parcerias com instituições educacionais para ministrar palestras, cursos ou participar de eventos, alcançando estudantes e profissionais em formação.

29. **Seminários e Conferências:** Participar como palestrante em seminários e conferências jurídicas, o que pode ajudar a construir uma rede de contatos e mostrar sua expertise.

30. **Relacionamento pós-venda:** O relacionamento pós-venda é fundamental para manter uma conexão duradoura com os clientes após a conclusão da compra. Ao continuar a interagir com os clientes após a venda, a empresa demonstra preocupação com a satisfação do cliente e busca fortalecer os laços de confiança. Isso pode ser feito através de follow-ups, pesquisas de satisfação, oferecimento de suporte técnico, envio de conteúdo relevante, programas de fidelidade, entre outras ações. Um relacionamento sólido pós-venda não apenas aumenta a fidelidade do cliente, mas também cria oportunidades para novas vendas e indicações, já que clientes satisfeitos tendem a recomendar produtos ou serviços para amigos e familiares.

Também são meios éticos, porém requerem cautela no seu uso.



Mas, advogado, talvez você esteja pensando: "Mal consigo gerenciar meu Instagram, quanto mais outros meios de captação". Não é verdade!?

Como mentora, devo ser franca com você. O mercado não tem piedade, e se o seu sucesso depende de vendas, então venda! Se depende de fazer marketing, faça!

Então, vamos aos meios mais eficazes de captação de clientes na advocacia.

"Cê" sabe que minha missão é levar os advogados a faturarem mais de 10 mil na advocacia, né!? E essa missão vem do método que desenvolvi, chamado de "Zero Revelia no Digital". Comecei aplicando esse método na minha própria advocacia e depois compartilhei com outros. Mas é importante deixar claro que não há milagres! Este é um método que requer tempo e paciência para ser implementado. Se todos os mentores fossem tão sinceros quanto eu serei, talvez você nem considerasse comprar uma mentoria deles. E sabe porquê!? É natural do ser humano buscar atalhos, e é por isso que, infelizmente, há tantos golpes e promessas fáceis por aí.

Para faturar mais de 10 mil na advocacia, é necessário adotar todos os meios eficazes de captação de clientes, começando pelo marketing digital. Por isso, minha metodologia é o Zero Revelia no Digital, que visa tirar você da revelia do digital e levá-lo aos 10 mil.

No entanto, talvez você pense que já conhece esses meios de captação, mas eu apostaria que você não os está implementando da maneira correta, pois se estivesse, já estaria faturando mais de 10 mil.

Todos os meios de captação dependem de um processo de vendas, mas saiba que saber vender e não ter medo de cobrar é uma batalha que você terá que enfrentar. Mas isso também é "papo" para outra pinga (e eu nem bebo pinga, é só uma gíria de mineiro, hihhi).



MEIOS EFICAZES DE CAPTAÇÃO DE CLIENTES

1. Produção de Conteúdo
2. Presença em Redes Sociais
3. Tráfego Orgânico
4. Tráfego Pago
5. Marketing de E-mail
6. Remarketing
7. Marketing de Proximidade
8. Marketing de Nicho
9. Grupos de Networking
10. Parcerias e Comissões
11. Participação em Podcasts
12. Associação a Entidades Comerciais
13. Venda de Infoprodutos

POR ONDE COMEÇAR?

Comece fazendo o que você pode neste momento e com o tempo que tem.

Comece pelos itens 1, 2 e 3, pois são obrigatórios, e vá avançando aos poucos. Você também pode começar a trabalhar nos itens 9 e 10 em paralelo. Na minha metodologia, eu te ensino o jeito certo de fazer todos esses meios de captação.

Convido a me seguir para descobrir como posso te ajudar a sair do zero e alcançar mais de 10 mil.

Obrigada por ler até aqui.

Você está no caminho certo! Conte comigo para te ajudar a alcançar essa meta.