

# 08

## DICAS MARKETING TING

**JURÍDICO**

PARA O SEU



Capital Jurídico



LEONARDO  
*Vasconcelos*  
PROFESSOR

# O QUE VOCÊ VERÁ NESTE E-BOOK

- Introdução
- O que fazer antes de se divulgar
- Planejamento
- Segmente sua atuação
- Crie um logotipo
- Grave vídeo
- Construa um site com blog
- Escreva artigos de opinião
- Ética da advocacia
- Além disso tudo
- Sobre mim
- Vídeo bônus
- A Capital Jurídico

# INTRODUÇÃO

**O**lá, jovens da advocacia e estudantes de direito! Vocês estão prontos para começar a dominar o mundo do marketing jurídico? Então, preparem-se para este e-book curtinho, mas recheado de dicas valiosas que vão fazer vocês brilharem nessa carreira cheia de desafios.

Sabemos que o mercado do direito é super concorrido, mas calma aí, porque reunimos 8 dicas imperdíveis para ajudar vocês a se destacarem na multidão. Vamos falar sobre como criar uma logo incrível, segmentar a atuação na advocacia, planejar a carreira e a comunicação, e muito mais!

E aí, tá achando que gravar vídeos não é pra você? Nada disso! Vamos mostrar que até mesmo os mais retraídos podem manda bem no audiovisual. Além disso, falaremos sobre a importância de um site com blog e investir no Google ADS, tudo isso sem esquecer das diretrizes éticas, claro.

Então, bora conferir esse material que preparamos com muito carinho para vocês? Tenho certeza de que, com essas dicas, vocês estarão prontos para arrasar no marketing jurídico e conquistar cada vez mais clientes e sucesso na carreira. Vamos nessa!

# ANTES DE SE DIVULGAR, FAÇA O SEGUINTE

**A**ntes de sair divulgando seu trabalho por aí, é fundamental ter alguns detalhes bem definidos. Afinal, a primeira impressão é a que fica, e você quer que ela seja o mais positiva e profissional possível. Então, antes de mergulhar no mundo do marketing e da divulgação, é hora de fazer um bom planejamento.

Defina sua identidade visual (incluindo o logotipo), segmentação de atuação, público-alvo e os objetivos que deseja alcançar com a divulgação. Essa etapa de preparação vai garantir que suas ações de marketing sejam mais assertivas e eficientes, evitando desperdício de tempo e recursos. Então, mãos à obra e boa sorte nessa jornada!

# FAÇA O SEU PLANEJA MENTO

**S**e você vai fazer um bolo, você segue um planejamento (receita), mesmo que ele já esteja na sua cabeça. Se você vai sair de férias, você segue um planejamento: definir o destino, escolher a época do ano, pesquisar e adquirir as passagens e fazer as reservas dos hotéis, pedir férias do trabalho nessa época, fazer as malas, ir ao aeroporto, curtir as férias e fazer o trajeto de volta.

Então, se você vai iniciar, ou organizar, uma carreira, por que não segue também um planejamento? Você acha prudente exercer a sua profissão de qualquer maneira, apenas reagindo aos acontecidos, sem ter em mente o “lugar” onde você deseja estar daqui a 5 ou 10 anos?

Você está disposto a trabalhar sujeito às ameaças do mercado, às incertezas do que você está fazendo? Ou prefere ter um pouco mais de segurança, sabendo bem onde está pisando e tendo ciência do que pode esperar encontrar pelo caminho?

Pois é! Assim como planejamos nossas férias ou o bolo que vamos fazer, o planejamento estratégico da carreira jurídica é fundamental para garantir que você esteja no controle do seu futuro profissional. Não dá pra deixar tudo na mão do acaso, né? Ter um plano

# FAÇA O SEU PLANEJA MENTO

bem definido ajuda você a enxergar as oportunidades, a lidar com as adversidades e a se preparar para os desafios que a advocacia traz.

E, para montar esse planejamento campeão, é essencial definir alguns pontos-chave. Coisas como: em qual área do direito você quer se especializar? Quais são seus objetivos de longo prazo? Como você vai se capacitar e se atualizar na sua área de atuação? Como pretende conquistar e fidelizar clientes? E, claro, como você vai equilibrar a vida profissional e pessoal? Colocar tudo isso no papel vai te ajudar a criar um plano sólido e realista, que vai te levar direto ao sucesso na carreira jurídica.

Uma das etapas fundamentais no planejamento do seu marketing na advocacia também é a definição do seu público-alvo. Conhecer e compreender as necessidades, desejos e características do público que você deseja atender é crucial para direcionar sua comunicação e estratégias de marketing de maneira eficiente. Ao identificar seu público-alvo, você será capaz de criar conteúdo e mensagens mais relevantes, personalizadas e envolventes, aumentando as chances de atrair e conquistar potenciais clientes. Além disso, a definição do público-alvo auxilia na escolha dos ca-

# FAÇA O SEU PLANEJA MENTO

nais de comunicação mais adequados, garantindo que suas ações de marketing atinjam as pessoas certas e gerem resultados mais satisfatórios para a sua carreira na advocacia.

Bora planejar e realizar!

# SEGMENTE SUA ATUAÇÃO

**E**u sei bem que no começo da advocacia nós temos muito medo de segmentar nossa atuação. Segmentar significa escolher estrategicamente uma área do Direito em que você irá atuar e se divulgar nela. Sei como isso pode ser difícil logo no início, eu não fiz isso.

Quando iniciei minha carreira na advocacia eu era o que se chama de generalista, me divulgava e pegava causas em todas as áreas. Mas, depois de ler pela internet, estudar, ouvir colegas com mais de uma década de atuação, e de refletir bem sobre o assunto, eu decidi segmentar a minha atuação.

Com aproximadamente 4 meses de advocacia eu passei a me divulgar somente com conteúdo da advocacia trabalhista, que era a área em que eu fiz o meu TCC e prestei a segunda fase do exame da OAB. O resultado foi que paulatinamente os contratos trabalhistas passaram a ser maioria dentre os que eu fechava.

Sim, mesmo me segmentando eu ainda pegava causas em outras áreas, mas sempre áreas em que eu me sentia confortável e em que eu saberia atuar bem.

Ser generalista não é um problema em si. Há incontáveis advogados que alcançam a estabilidade profissional atuando em diversas áreas. Essa é mais uma

# SEGMENTE SUA ATUAÇÃO

questão de escolha.

Por outro lado, é inegável que se você se segmentar algumas coisas se tornam mais fáceis na sua vida. Isso tornará mais eficiente a sua comunicação, uma vez que você terá mais definido o público com quem conversará, saberá direcionar bem a mensagem certa, demonstrará que conhece a dor do seu futuro cliente. Também há o benefício de você otimizar os seus estudos continuados, uma vez que você não precisará se preocupar em se manter atualizado em direito penal e direito trabalhista, por exemplo. Ao invés de estudar áreas tão diferentes e quase nunca complementares, você poderá se aprofundar nos pormenores da área que você escolher.

Não nego que o início da segmentação seja difícil, uma vez que você não irá pegar algumas causas que são em áreas diferentes da sua, mas os benefícios a médio prazo são inegáveis.

Além de todos os benefícios já mencionados, a segmentação da sua atuação na advocacia também contribui para a construção de uma reputação mais sólida no mercado. Quando você se torna um especialista em determinada área, os clientes e colegas passam a te enxergar como uma referência, o que

# SEGMENTE SUA ATUAÇÃO

pode aumentar a demanda por seus serviços e melhorar seu networking. Lembre-se: quanto mais você se aprofundar e dominar sua área escolhida, maior será a confiança que os clientes depositarão em você.

Claro, a decisão de segmentar ou não a atuação é muito pessoal e deve ser baseada nos seus objetivos e preferências. O importante é encontrar o equilíbrio entre a quantidade de áreas em que você atua e o nível de especialização que deseja alcançar. Independentemente da escolha, o compromisso com a excelência e a atualização constante na sua área de atuação serão sempre fundamentais para o seu sucesso profissional.

# CRIE UM LOGOTIPO

**L**embra que você deve fazer um planejamento, certo? E também já viu que se segmentar é algo bom para ser a referência em determinada área. Isso significa que você, como profissional da advocacia, será uma marca em si. Você terá um nome e imagem profissional, as pessoas deverão te ver e sentir os valores que você representa e é isso que significa uma marca: um elemento visual que representa o profissional (ou empresa) e seus valores.

Da mesma maneira como você se preocupa com a sua imagem estética pessoal, com a roupa que usa, com o carro em que você anda, com o celular que tem e investe tudo o que pode para ter o melhor dessas coisas, você deve investir para ter um logotipo.

O logo, a marca, é a sua representação como profissional. Ela é, muitas vezes, o primeiro sinal que as pessoas recebem de você. Por acaso, você quer que o seu primeiro sinal seja algo esteticamente feio, bagunçado, desorganizado e sem senso de elegância?

Portanto, tenha um logotipo!

É claro que no início da carreira é difícil dispor de recursos financeiros para encomendar um logo. Quando ministro palestras sobre marketing na advocacia, e também nas aulas que ministro na disciplina de “Di-

# CRIE UM LOGOTIPO

reito: profissão e carreira na era digital” eu falo que, ao contrário do que as pessoas pensam, não é caro pagar 700 reais para um designer bom criar o logotipo para você.

Eu falo isso porque vejo acontecer muito de o jovem advogado não querer investir esse valor para ter de pronto um bom logotipo, então vai atrás de alguém que faça de graça ou que cobre quaisquer 150 reais. Ocorre que quase sempre o logo que o advogado recebe nesse caso é muito ruim! De início ele pode até gostar e já começar a usar, mas com o tempo ele vai ver que nenhum material gráfico, nenhum card para redes sociais, o papel timbrado, fica bonito com esse logo. Vai sentindo que, na verdade, ele não é tão agradável de se ver e que não combina com nada.

Nesse caso, o que acaba acontecendo? O advogado contrata a criação de um novo logo, pagando mais 150, ou 200, reais. Não tenho medo de dizer que esse segundo logo passa pela mesma coisa, sei que passa porque vejo isso.

O resultado é que o profissional já gastou aí 300 ou 400 reais facilmente e ainda fica trocando constantemente de logo, bagunçando sua comunicação e surtindo o efeito contrário ao desejado: as pessoas não

# CRIE UM LOGOTIPO

criarão vínculo com a sua marca, com você!

Além de investir em um logotipo de qualidade, é fundamental manter a coerência visual em todas as suas comunicações e plataformas digitais, como site, redes sociais e materiais de divulgação. Isso fortalece a identidade da sua marca e facilita o reconhecimento por parte dos clientes, passando uma imagem de profissionalismo e consistência. Isso só é possível com um bom logotipo.

Então, sim, pagar 700 reais para ter um bom logotipo logo no início e seguir anos com ele é a melhor estratégia e não é um valor absurdo. Mas, é claro que nem sempre isso é possível devido às condições financeiras do advogado em início de carreira. Então o que sugiro é fazer uma pesquisa mais aprofundada sobre o profissional que você irá contratar para criar seu logo, mesmo que seja um desses que cobram 150 ou até um desses serviços que vivem aparecendo no Instagram para criação de logotipo de advogados e cobram 70 reais. Não é impossível conseguir um bom resultado com eles, só é menos provável, então pesquisa com muita profundidade e tenha em mente que tipo de logo você quer, pesquise por logos que te agradam para tê-las como referências.

# SE ESFORCE PARA GRAVAR VÍDEO

**S**ortudos são aqueles que têm facilidade natural para aparecerem em vídeos. Eu não tenho e provavelmente você também não.

Mas, devo informar que o futuro (e até o presente) é audiovisual e isso não tem volta.

Então aconselho a você, desde já, ir praticando aparecer na câmera, a gravar vídeo. Mesmo que de início não seja publicado, mas exercite colocar o celular ou a câmera para gravar, falar algo diante dela.

Deixe-me te contar como foi comigo. Eu trabalhei por 15 anos como publicitário, fotógrafo e produtor de vídeo. Então sempre filmei muita gente. Para mim, sempre foi cômodo estar por trás da câmera guiando como a pessoa deveria fazer para aparecer no vídeo.

Mas aí veio a advocacia e, olha só, eu precisei começar a me divulgar como profissional autônomo que era. Sabendo que o formato de divulgação que é mais eficiente atualmente é o vídeo, precisei pela primeira vez me colocar do lado oposto: em frente à câmera. Nos primeiros vídeos, eu levava 5 minutos parado em silêncio com a câmera gravando criando coragem para começar a falar (sem exagero algum). Mas com o tempo a coisa foi ficando mais fácil ao ponto de só ligar e falar, claro que com um planejamento prévio do con-

# SE ESFORCE PARA GRAVAR VÍDEO

teúdo.

Ou seja, é questão de começar a tentar que você irá se aperfeiçoar. Só não deixe de produzir conteúdo para o formato mais eficiente hoje, o audiovisual.

Para se sentir mais confortável na frente da câmera, comece gravando vídeos curtos e compartilhando com amigos e familiares para receber feedbacks construtivos. À medida que você ganha confiança, vá aumentando a duração dos vídeos e compartilhe-os nas redes sociais. Lembre-se de manter o conteúdo relevante e informativo, pois isso também contribui para a qualidade do vídeo e para o seu engajamento com o público.

Outra dica importante é investir tempo no planejamento do conteúdo dos seus vídeos. Defina os temas que serão abordados, faça pesquisas para embasar seus argumentos e crie um roteiro simples para que a mensagem seja transmitida de forma clara e objetiva. A prática constante é fundamental para aprimorar suas habilidades e tornar a gravação de vídeos uma atividade cada vez mais natural para você.

# CONSTRUA UM SITE COM BLOG

**A**credita que a maioria das pessoas acham que ter um site é coisa do passado? Mas não é! Uma das formas mais eficazes de obter alcance é com o uso do Google ADS e a plataforma ADS do Google exige que você tenha um site que sirva de direcionamento da campanha desenvolvida dentro da plataforma.

Mas, além de servir como um direcionamento para a campanha do ADS, o site deverá ser capaz de visualmente ser eficiente na conversão, transformando aquele que é um mero visitante possivelmente interessado em um verdadeiro cliente.

Além disso, é no seu site que estará abrigado o blog. Sim, um blog! Enquanto o Google ADS é uma forma paga de o Google te valorizar, o blog é a forma gratuita de ele entender que o seu site é relevante e um grande produtor de conteúdo naquela sua área, isso aumentará a probabilidade de o Google te sugerir quando alguém procurar por “advogado” no mecanismo de busca.

Devo dizer que enquanto estava com minha campanha no Google ADS ativa na advocacia, era de lá que vinha a enorme maioria dos meus clientes, fechando contratos semanalmente. Além de ser um óti-

# CONSTRUA UM SITE COM BLOG

mo recurso para demonstrar sua expertise na área jurídica, o blog também é fundamental para melhorar o posicionamento do seu site nos mecanismos de busca, como o Google. Para isso, é importante investir em técnicas de SEO (Search Engine Optimization) na criação do conteúdo do seu blog. Isso inclui o uso de palavras-chave relevantes, a criação de títulos atrativos, a estruturação de textos de fácil leitura e a inclusão de links internos e externos de qualidade.

Outro ponto importante é manter o blog atualizado com conteúdo relevante e interessante para o seu público-alvo. Postagens regulares mostram ao Google que seu site está sempre trazendo informações atualizadas e úteis, o que pode melhorar o posicionamento nas páginas de resultados de busca (SERPs). Além disso, o compartilhamento de seus artigos nas redes sociais pode ajudar a atrair mais visitantes e aumentar a visibilidade do seu site.

Ao seguir essas dicas, você estará investindo em um site e blog que servem não apenas como uma plataforma de divulgação e conversão de clientes, mas também como uma importante ferramenta para melhorar sua presença online e a percepção do público sobre sua expertise na área jurídica.

# ESCREVA ARTIGOS DE OPINIÃO

**A**ntes que eu diga que este é um ponto chave (e já dizendo) quero explicar porque eu sempre digo que uma forma de conteúdo é fundamental ou muito eficiente. É que na realidade o jeito correto de se fazer comunicação é por uma plataforma integrada que chamamos de mix de marketing (ou de comunicação) integrada. É a comunicação multiplataforma. Nesse sentido, existem vários meios de comunicação utilizados, cada um com sua alta relevância dentro do seu perfil.

Agora vamos falar sobre o presente tópico. O que eu vejo quando estou em sala de aula é que os alunos de Direito têm muito medo de escrever e acabam levando esse receio para a sua vida profissional.

Isso é um reflexo do medo de ser julgado, de passar vergonha caso esteja errado.

Mas, escrever artigos de opinião, algo entre 3 e 7 páginas (me recuso a chamar de laudas), e publicar em revistas não científicas como a [Capital Jurídico](#) ou em sites como o [Jusbrasil](#) é um excelente meio para construir a sua credibilidade como advogado atuante naquela área e também para gerar interesse no público por você.

Então, assim como começar a filmar, pratique,

# ESCREVA ARTIGOS DE OPINIÃO

exercite. Comece a escrever sobre algum assunto jurídico e não tenha medo das opiniões alheias, encare-as como um meio para se aprimorar.

Eu sempre pensei que cada petição inicial em que eu trabalho é um artigo em potencial, já que para aquela causa eu precisarei fazer o estudo do caso, encontrando uma solução para o problema apresentado e criando uma tese jurídica para ser apreciada objetivando que seja acolhida. Então qual seria a dificuldade em transformar esse assunto do caso real em um artigo já que ambos possuem uma estrutura bem parecida?

Depois de escrever e publicar seus artigos de opinião, é essencial compartilhá-los nas redes sociais e profissionais, como LinkedIn, Instagram, Facebook e Twitter. Isso permitirá que você alcance um público maior e demonstre sua expertise no assunto abordado. Além disso, compartilhar seus artigos nessas plataformas pode gerar discussões e debates enriquecedores, proporcionando oportunidades para networking e aprendizado.

Vale lembrar que a qualidade e relevância dos temas abordados nos seus artigos são fundamentais para atrair a atenção do público e criar uma imagem

# ESCREVA ARTIGOS DE OPINIÃO

positiva da sua atuação profissional. Por isso, é importante escolher temas atuais e de interesse do seu público-alvo, apresentando argumentos sólidos e embasados em fontes confiáveis.

Ao escrever e compartilhar regularmente artigos de opinião, você estará construindo uma presença online sólida e mostrando ao público que é um profissional engajado e conhecedor da sua área de atuação. Essa estratégia pode abrir portas para novas oportunidades e ajudá-lo a consolidar sua carreira na advocacia.

# NÃO SE ESQUEÇA DE RESPEITAR AS DIRETRIZES ÉTICAS DA ADVOCACIA

**É** crucial lembrar que a publicidade e o marketing na advocacia devem respeitar as diretrizes éticas estabelecidas pela profissão. Ao contrário do varejo, o marketing jurídico deve evitar práticas excessivamente mercantilistas e comerciais.

Antes de iniciar seu planejamento, é fundamental que você consulte e compreenda os documentos relevantes, como o [Provimento número 205 do Conselho Federal da OAB](#), o [Código de Ética e Disciplina da OAB](#), a [FAQ Publicidade na Advocacia da Capital Jurídico](#) e trechos pertinentes do [Estatuto da Advocacia](#).

Ao cumprir rigorosamente essas diretrizes, você garantirá a segurança jurídica de sua divulgação e evitará possíveis infrações ético-disciplinares.

Além de consultar os documentos mencionados, é aconselhável buscar orientação de colegas experientes e, se necessário, de consultores jurídicos especializados em ética profissional. Participar de cursos, seminários ou workshops sobre ética na advocacia e marketing jurídico também pode fornecer insights valiosos e atualizações sobre as melhores práticas no campo.

Ao criar e compartilhar conteúdo, seja em seu site, blog ou redes sociais, sempre foque em fornecer in-

# NÃO SE ESQUEÇA DE RESPEITAR AS DIRETRIZES ÉTICAS DA ADVOCACIA

formações úteis, educacionais e relevantes para o seu público-alvo, sem fazer promessas ou garantias específicas de resultados. Ao adotar uma abordagem educacional e informativa, você demonstrará sua expertise na área escolhida, ao mesmo tempo em que mantém a integridade e o respeito pelas diretrizes éticas da profissão.

# E A COISA AINDA VAI ALÉM DE TUDO ISSO

**E**m conclusão, é importante ressaltar que o marketing e a publicidade na advocacia são áreas amplas e multifacetadas, que vão muito além dos tópicos abordados neste material. O que apresentamos aqui serve como um ponto de partida para que você possa dar os primeiros passos na divulgação do seu trabalho como advogado, mas é fundamental aprofundar seus estudos e conhecimentos sobre o assunto.

A área de marketing jurídico está em constante evolução, e novas estratégias e tecnologias estão sempre surgindo. Para se manter atualizado e competitivo no mercado, é essencial estar sempre atento às tendências e buscar atualizações constantes. Além disso, conforme mencionado anteriormente, é imprescindível respeitar as diretrizes éticas que regem a profissão, garantindo uma atuação responsável e íntegra.

Não hesite em investir em sua educação e desenvolvimento profissional, participando de cursos, palestras e eventos que abordem o marketing jurídico e a ética na advocacia. Aprofundar-se nesse campo permitirá que você construa uma marca sólida e uma reputação respeitável, estabelecendo-se como referência em sua área de atuação e alcançando o sucesso

E A COISA  
AINDA  
VAI ALÉM  
DE TUDO  
ISSO

profissional desejado.

Ao encerrarmos este material, gostaria de reforçar que estou à disposição para ajudar e esclarecer quaisquer dúvidas que possam surgir. Seja sobre os tópicos abordados aqui ou sobre outros aspectos relacionados à publicidade e marketing na advocacia, sinta-se à vontade para entrar em contato comigo.

Você pode me encontrar nos seguintes canais de comunicação:

Site: [www.professorleonardo.com.br](http://www.professorleonardo.com.br)

E-mail: [leonardovasconcelosprof@gmail.com](mailto:leonardovasconcelosprof@gmail.com)

Instagram: [@leofvasconcelos](https://www.instagram.com/leofvasconcelos)

Estou ansioso para colaborar com o seu crescimento e sucesso na advocacia. Conte comigo!

# SOBRE MIM

Nasci em Salvador e me mudei para o Acre aos 17 anos. Atuei como publicitário por 15 anos, acompanhando a evolução da comunicação e participando da criação de marcas renomadas no Acre.

Em 2015, enfrentando dificuldades financeiras, recorri ao FIES para cursar Direito, contando com a biblioteca da faculdade para suprir minha necessidade de livros. Me formei e fui aprovado na OAB na primeira tentativa, passando a atuar fortemente na advocacia trabalhista.

Me tornei professor da Escola Superior de Advocacia e criei a revista Capital Jurídico, assumindo o cargo de editor-chefe, sendo um dos três diretores. Além disso, atualmente sou coordenador adjunto na faculdade Unama. Também sou assessor ministerial no MPAC, professor universitário e membro imortal da Academia de Letras Jurídicas do Acre. Foquei em pesquisar e ensinar sobre publicidade na advocacia e novas tecnologias aplicadas ao Direito, escrevendo ebooks e sendo co-autor de um livro sobre Inteligência Artificial no Direito que está em fase de conclusão.

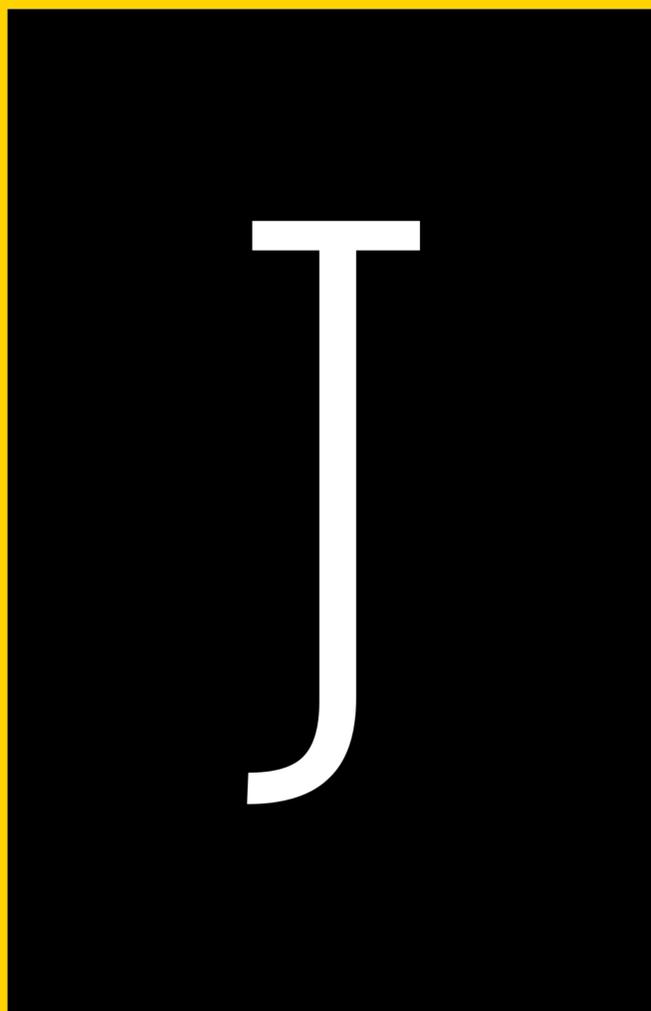
Minha trajetória de Salvador ao Acre e da publicidade ao Direito me levou a uma carreira gratificante e em evolução. Superei desafios financeiros e me tornei um membro imortal da Academia de Letras Jurídicas do Acre, contribuindo para o desenvolvimento do campo jurídico. Acredito que minha experiência e conhecimento podem inspirar e ajudar outros profissionais na busca de suas paixões e objetivos.



# TOQUE E ASSISTA A UM VÍDEO SOBRE O ASSUNTO



# A CAPITAL JURÍDICO



[www.capitaljur.com.br](http://www.capitaljur.com.br)

A Capital Jurídico é pioneira na produção de conteúdo jurídico no Estado do Acre, com foco em material educacional e científico. Além de lançar a primeira revista de opinião jurídica do Estado, a empresa também oferece cursos especializados em diversas áreas do Direito e o Capitalcast, seu podcast jurídico. A revista bimestral tem o objetivo de proporcionar aos autores a liberdade de expressar suas reflexões sobre fatos jurídicos, dialogando com o público do Direito e a sociedade em geral.

Após muito esforço conjunto, a equipe da Capital Jurídico se orgulha de tornar possível a criação da revista, contribuindo para a formação de novos profissionais do Direito e aproximando a sociedade da paz social. A publicação busca informar e educar a população sobre seus direitos e deveres no convívio social. A Capital Jurídico está sempre aberta a opiniões e sugestões, que são muito bem-vindas. Fique de olho nas edições bimestrais e participe deste projeto inovador!