

12

DICAS DE Marketing Jurídico

PARA MELHORAR O
POSICIONAMENTO DO SEU
ESCRITÓRIO JURÍDICO EM 2019



MAIARA TROMBINI

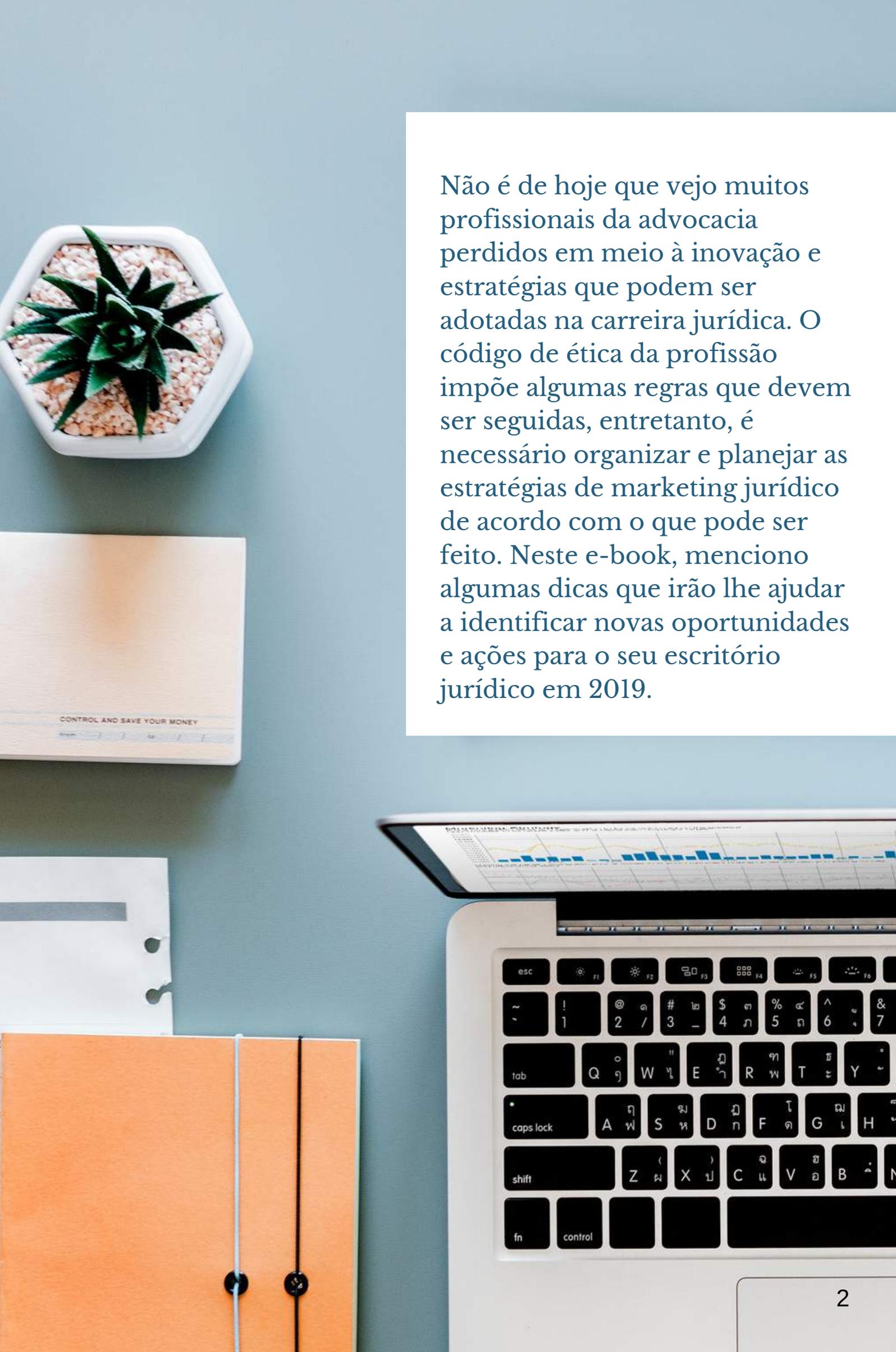
WWW.MAIARATROMBINI.COM.BR

Empreendedora, Instrutora de Cursos e Palestras, Consultora de Marketing Estratégico e Marketing Jurídico. Produtora Publicitária e Especialista em Marketing e Gestão de Clientes pela Estácio de Sá. Idealizadora do Curso Presencial e Online Redes Sociais para Advogados e Curso Online Produção de Conteúdo na Advocacia. Autora de diversos conteúdos (artigos, vídeos, podcasts, cursos e palestras) voltados ao Marketing Jurídico. Possui certificação internacional em Inbound Marketing pela HubSpot.

Atua há quase 10 anos em empresas e escritórios jurídicos, com ênfase na evolução e fortalecimento de marcas, planejamento e desenvolvimento de ações focadas na comunicação mercadológica, institucional e administrativa. Além de atuar no estudo e análise de indicadores voltados à área, gestão de equipe, coordenação de projetos, desenvolvimento/implementação da comunicação interna.

Aliando a experiência na área de marketing e a forte vontade de empreender, lançou sua própria Consultoria ao mercado gaúcho, no ano de 2016. Já passaram pelos seus cursos e palestras mais de 500 profissionais alcançando mais de 180 escritórios jurídicos, totalizando mais de 60h, entre os anos de 2017 e 2018.

Durante a sua carreira atuou nos segmentos de marketing de eventos, marketing Jurídico, marketing para arquitetos, marketing corporativo, marketing digital e marketing de conteúdo.



Não é de hoje que vejo muitos profissionais da advocacia perdidos em meio à inovação e estratégias que podem ser adotadas na carreira jurídica. O código de ética da profissão impõe algumas regras que devem ser seguidas, entretanto, é necessário organizar e planejar as estratégias de marketing jurídico de acordo com o que pode ser feito. Neste e-book, menciono algumas dicas que irão lhe ajudar a identificar novas oportunidades e ações para o seu escritório jurídico em 2019.



1ª FAÇA UM PLANEJAMENTO PARA O SEU ESCRITÓRIO

Planejar as ações que serão desenvolvidas durante o ano deve fazer parte da sua rotina. É fundamental que o escritório tenha um planejamento estratégico com os principais pilares a serem melhorados e tenha um planejamento de marketing. Sem ações estruturadas de marketing e posicionamento da marca, fica difícil de se destacar no mercado. Estabeleça as principais metas e prioridades, distribua as ações entre os dois semestres do ano e revise constantemente, assim será mais fácil implementar e mensurar os resultados.

2ª DESCUBRA QUAL O MELHOR CANAL PARA SE COMUNICAR COM O SEU PÚBLICO-ALVO



Conhecer o público-alvo e os seguidores que estão nas mídias online do escritório, independentemente de ser redes sociais, blog, mailing list ou outros canais, é imprescindível. Você precisa analisar o seu negócio e identificar a estratégia correta para cada canal de comunicação. Muitas vezes o público que está no LinkedIn não está no Instagram. Por isso é importante analisar o público-alvo, e identificar em quais canais eles se encontram. Saber a preferência de comunicação dos seus clientes e seguidores possui papel fundamental na estratégia do seu escritório. A utilização de aplicativos de comunicação para facilitar a entrega ao cliente e melhorar tanto o atendimento quanto a divulgação do escritório jurídico deve fazer parte do plano estratégico de ações.

3ª PRODUZA CONTEÚDO DE QUALIDADE

Você vai precisar organizar a sua agenda e ter disciplina para produzir conteúdo. Não importa o formato, você precisa estar ciente de que a produção de conteúdo traz muito resultado para qualquer nicho de mercado. Os canais online disponibilizam muitas funções gratuitas como vídeos, podcasts, enquetes, publicações de artigos, chatbot entre outras funcionalidades, basta se organizar, escolher os temas e começar a produzir conteúdo. Escolha temas relevantes e relacionados às áreas de atuação atendidas no seu escritório jurídico. Não esqueça de utilizar palavras-chave para melhorar o posicionamento nos mecanismos de pesquisa. Faz parte do processo de criação de conteúdo mensurar resultados e analisar o engajamento do público para que se consiga identificar novas estratégias e melhorias para as próximas criações. Conheça o meu **Curso online Produção de Conteúdo na Advocacia**.

4ª ESTEJA PRESENTE NAS REDES SOCIAIS

Social Networks



As redes sociais fazem parte do grupo de estratégias que o escritório jurídico precisa adotar, pois ajudam muito no posicionamento da marca. Elas devem ser utilizadas de forma eficaz, com foco na disseminação de conteúdo, interação, engajamento e devem estabelecer uma relação de fidelização junto aos seguidores. As redes sociais mudam constantemente, por isso é necessário estar atento às atualizações e melhorias das mesmas. O LinkedIn, por exemplo, é a melhor rede social B2B que temos no momento. A rede é voltada totalmente ao mundo corporativo e aos negócios. Conheça o **Curso online Redes Sociais para Advogados e Escritórios Jurídicos**.

5ª PARCERIAS



Faça parcerias com outros profissionais, inclusive de outras áreas de atuação para alcançar novos resultados para o seu escritório jurídico. Parcerias são rentáveis para a expansão do atendimento do escritório em outras cidades e estados. Desenvolva projetos específicos com os escritórios parceiros como webinars, palestras e workshops para clientes e prospects. Organize e desenvolva e-books, vídeos e outras tantas ações que podem ser realizadas em conjunto.

A close-up photograph of a person's hand holding a white pen, positioned over a laptop screen. The screen displays a social media interface with a video player, text, and images. The background is slightly blurred, showing a desk and a window.

6ª UTILIZE O MARKETING DE INFLUÊNCIA A SEU FAVOR

O marketing de influência trata de estratégias de marketing digital, onde envolve produtores de conteúdo e formadores de opinião, que normalmente são independentes e possuem influência sobre determinados públicos. A influência digital vem tornando muitos profissionais reconhecidos no mercado, e na advocacia é possível se tornar um influenciador digital comentando sobre temas relacionados às suas áreas de atuação. Você pode escolher alguma rede social para explorar a produção de conteúdo e se tornar influente. Instagram, LinkedIn e Youtube são as mais utilizadas para trabalhar o marketing de influência. É possível fazer parcerias com outros profissionais da advocacia e realizar lives e publicações em conjunto, citações em publicações e nos Stories. Lembre-se de se tornar influente de forma ética e consciente e que de nada adianta focar na superexposição sem acrescentar em algo interessante aos seus seguidores.



7ª CUIDE DA SUA REPUTAÇÃO

Antigamente a reputação era avaliada através do famoso buzz marketing, a indicação era o principal fator na contratação de um profissional ou empresa. Hoje em dia com a Internet a reputação é avaliada através das redes sociais, sites de reclamações e pesquisas, comentários em vídeos, portais de notícias e outras tantas possibilidades que podem ajudar a construir e a destruir a imagem pessoal ou empresarial. Portanto, esteja sempre atento aos sinais de seus clientes, prospects e seguidores no que diz respeito ao atendimento e eficiência na comunicação. Falhas na comunicação podem resultar em grandes problemas para uma empresa, pois ocasiona gaps no atendimento e conseqüentemente a reputação se torna ameaçada. Falei sobre a gestão da marca no artigo “A gestão da marca impacta nos seus resultados”.



8ª INVISTA EM NOVOS CONHECIMENTOS

Investir em novos conhecimentos deve prevalecer na carreira profissional. Na faculdade de Direito não se aprende sobre marketing, finanças, gestão e empreendedorismo, por isso estudar essas matérias se torna essencial na carreira do advogado. Reserve um orçamento anual para investir em novos conhecimentos. Não esqueça de estudar novas áreas de atuação, assim você estará apto a atender outras demandas em seu escritório jurídico. Cada vez mais outras áreas de atuação estão se destacando no mercado como Direito da Moda, Direito Digital, Propriedade Intelectual, Proteção de Dados e Cybersecurity, Direito Ambiental, Direito Desportivo, Direito Internacional, Direito da Energia, Direito Notarial e Registral, entre tantas áreas que podem ser estudadas e implementadas aos poucos no seu negócio.



9ª ESTEJA ATENTO À NOVAS TECNOLOGIAS

Segundo pesquisa da empresa americana Comscore, líder comprovada na medição de audiências digitais, até 2020 50% de todas as pesquisas serão através da voz. Cito aqui neste artigo três assistentes digitais que talvez você conheça: Siri, da Apple, Cortana, da Microsoft e Alexa, da Amazon. O que eles possuem em comum? Inteligência artificial. Esses assistentes digitais estão indo além da entrada de voz estão evoluindo para cada vez mais entender o comportamento e intenção do usuário através de dados e informações disponíveis. Esses dados ajudam o consumidor na realização de suas ações. Então, estar atento às tendências tecnológicas e como aplicá-las na advocacia sem ferir as normas do código de ética está se tornando fundamental na carreira do advogado. Softwares, aplicativos e outras tantas ferramentas como as citadas acima podem auxiliar no funcionamento do escritório, o que resulta em melhores práticas de atendimento ao cliente.



A inteligência artificial pode ser uma grande aliada para otimizar o tempo e simplificar a burocracia, pois garantirá espaço para o advogado identificar estratégias para os seus negócios. Em pesquisa realizada pela empresa Thomson Reuters, foi detectado que quase $\frac{1}{4}$ do tempo do advogado pode ser automatizado, o que resulta em 25% de acréscimo no tempo que poderá ser dedicado à estratégia. A empresa ainda deixa claro que para que a inteligência artificial funcione bem na advocacia, é necessário nutri-la com dados estruturados e conhecimento, algo que apenas um profissional do Direito possui. Ou seja, os profissionais do direito não serão substituídos por robôs, e sim auxiliados por softwares que garantirão otimização de tempo nas demandas diárias do advogado. Não deixe o medo da mudança estagnar a evolução da sua carreira.



10ª PRODUTOS DIGITAIS

Os produtos digitais estão ganhando espaço em todas as áreas de atuação. No direito também é possível desenvolver produtos digitais, tais como cursos online, e-books, webinars, infográficos e tantos outros produtos que podem ser criados. Por que não enviar um e-book semestral ao seu cliente com algum assunto interessante que esteja elencado ao seu escritório e áreas atendidas? Oferecer recompensas aos clientes, além de fidelizar, fortalece a reputação do escritório.



11ª PREMIAÇÕES JURÍDICAS

Fique atento às premiações jurídicas e como o seu escritório jurídico pode se destacar em rankings nacionais e internacionais. Ser premiado eleva a reputação do escritório, principalmente porque muitos rankings utilizam o feedback do cliente no processo de análise e publicação. Eu já falei sobre premiações jurídicas no artigo **“Premiações Jurídicas: como seu escritório pode se preparar”**, desenvolvido em parceria com a Advogada Cristina Rosenbaum. Pesquise e identifique premiações que sejam interessantes para o seu escritório.

12ª MARKETING PESSOAL



Trabalhar o marketing pessoal é uma das ações mais importantes quando se possui um negócio. Saber se vender no mercado, expor suas competências técnicas e habilidades profissionais faz parte do processo de reconhecimento. É necessário trabalhar o marketing pessoal junto ao networking para crescer e conquistar novos negócios. Você pode trabalhar o seu marketing pessoal e gerar valor à sua carreira sem ferir as normas do código de ética, basta identificar as melhores estratégias de divulgação de êxitos e conquistas. Por exemplo: Se você foi convidado para ministrar uma palestra em uma universidade renomada na sua cidade, divulgue em seu LinkedIn, grave vídeos, publique no Instagram Stories e até mesmo no Youtube. Isso fortalece o seu nome no mercado e gera bons resultados para a sua carreira.

Após ter lido esse e-book, espero que você tenha conseguido identificar estratégias para o seu escritório jurídico. Não deixe de começar pelo planejamento, citado na primeira dica. Sem planejamento fica difícil priorizar o caminho e as ações que serão seguidas. As ações de marketing jurídico do seu escritório dependem muito de você. O profissional da advocacia precisa ter em mente que se tornar referência no mercado é algo que exige tempo, disciplina e vontade.

www.maiaratrombini.com.br

Acompanhe o meu trabalho nas redes sociais:



maiara
trombini
Consultoria em Marketing Estratégico