

E-BOOK MARKETING JURÍDICO



*Guia prático para Advogados
com estratégia e ética de
acordo com a OAB*



www.versoesdigitais.com

INÍCIO



QUEM SOMOS

A Versões Digitais é uma agência de marketing digital e publicidade especializada em sites, anúncios Adsenses e marketing jurídico digital. Atuamos na prospecção de clientes através das principais estratégias de marketing do mercado, a fim de criar e fortalecer o seu posicionamento digital enquanto uma empresa ou marca jurídica.

Doutores, é importante saberem que o nome, escritório e tudo o que vocês comunicam para os seus clientes se torna uma marca, por isso, nos preocupamos em tratar cada cliente como marca, a fim de fortalecer o branding de vocês dentro do digital, passando muito mais credibilidade, autenticidade, autoridade e profissionalismo aos possíveis clientes.

Através desse guia prático separamos algumas informações importantes que vocês precisam saber quanto as regras do Código de Ética da OAB, a lei no 8.906 de 4 de julho de 1994 e o provimento 205/2021, e compartilhamos dicas de marketing jurídico para que você possa implementar na sua prospecção de clientes e elevar a sua base de leads.

www.versoesdigitais.com

PRIMEIRA PRÁTICA



SAIBA O QUE É PERMITIDO NO MARKETING JURÍDICO

De acordo com a lei no 8.906 de 4 de julho de 1994, Provimento 205/2021 e o Código de Ética da OAB, separamos alguns conselhos de Marketing que são permitidos as práticas.

- Comunicar a informação ***sem transformá-la em um produto comercial.***
- Publicidade ativa ou passiva, desde que não envolva a aquisição de clientes ou o ***uso excessivo de recursos financeiros.***
- ***Envio de newsletters*** (pro e-mail, lista de transmissão, grupos no WhatsApp), mediante a autorização prévia.
- ***Publicidade discreta e moderada nas redes sociais e Google Ads***, com o único propósito de fornecer informações.
- “Participação de advogados em ***transmissões ao vivo ou gravadas online***, incluindo plataformas de redes sociais, e em debates e apresentações virtuais.
- Utilizar ***logomarca, identidade visual e imagens***, inclusive fotos dos advogados e do escritório, nos meios de comunicação.



SAIBA O QUE É PERMITIDO NO MARKETING JURÍDICO

*De acordo com a lei no 8.906 de 4 de julho de 1994,
Provimento 205/2021 e o Código de Ética da OAB, separamos
alguns conselhos de Marketing que são permitidos as
práticas.*

- **Realizar a promoção direta** em situações de venda de produtos e eventos destinados a advogados, estagiários ou estudantes de direito.
- Na divulgação de informações jurídicas, é aceitável apresentar a **identificação profissional, incluindo qualificações e títulos**. Contando que sejam autênticos e verificáveis.

SEGUNDA PRÁTICA



RECOMENDAÇÕES PARA UM MARKETING JURÍDICO ÉTICO

Separamos algumas recomendações para que você consiga implementar estratégias de marketing no seu escritório de forma ética e que não entre em divergência com a lei no 8.906 de 4 de julho de 1994, Provimento 205/2021 e o Código de Ética da OAB.

No marketing jurídico, a ética é uma bússola que todos os advogados devem seguir.

Por isso preparamos esse guia prático com um compilado de estratégias e recomendações para você se guiar na hora de produzir o seu conteúdo jurídico:

Seja sempre honesto e transparente em sua publicidade.

Não faça promessas vazias ou enganosas, JAMAIS diga ao seu propenso cliente de que a causa dele é ganha!

Respeite a confidencialidade do cliente em todos os materiais de marketing. Nunca divulgue informações confidenciais.

Ao compartilhar a tela de um petiçãoamento, verifique sempre se os dados pessoais do cliente estão ocultos.



RECOMENDAÇÕES PARA UM MARKETING JURÍDICO ÉTICO

Separamos algumas recomendações para que você consiga implementar estratégias de marketing no seu escritório de forma ética e que não entre em divergência com a lei no 8.906 de 4 de julho de 1994, Provimento 205/2021 e o Código de Ética da OAB.

Evite usar táticas sensacionalistas para atrair clientes.

Mantenha um tom profissional e respeitoso sempre!

Evite qualquer forma de difamação ou desacreditar de colegas.

Concentre-se em destacar suas próprias qualificações.

Lembre-se:

A ética não é apenas uma obrigação legal, mas também uma base para construir uma reputação sólida e confiável.

TERCEIRA PRÁTICA



AS PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS DE MARKETING JURÍDICO

De acordo com a lei no 8.906 de 4 de julho de 1994, Provimento 205/2021 e o Código de Ética da OAB, separamos algumas estratégias de Marketing que são permitidos as práticas.

1. **Compartilhar informação jurídica:** Produza conteúdos que esclareçam dúvidas comuns e demonstrem seu conhecimento.
2. **Impulsionar conteúdo informativo:** Patrocine publicações informativas para alcançar ainda mais pessoas! Crie anúncios que forneçam valor ao público-alvo.
3. **Bastidores da advocacia:** Publique fotos ou vídeos que mostrem o dia a dia, sem expor casos ou clientes. Isso humaniza a profissão e cria conexão com o público alvo!

Mantenha o foco na ética e na transparência. O sucesso vem da construção de relacionamentos e confiança.

QUARTA PRÁTICA



O PIOR JEITO DE FAZER ROTEIRO JURÍDICO

Neste módulo separamos dicas do que NÃO FAZER nos seus conteúdos jurídicos.

1. **Falando difícil ou no jargão:** Falar difícil não te faz mais inteligente do que quem fala de uma forma mais compreensível. Seu cliente não vai contratar você para realizar um serviço que ele não entendeu que precisa. Você precisa traduzir o direito. Guarde o juridiquês para falar com juízes e os colegas de profissão. Com o cliente/público nas redes sociais nós TRADUZIMOS o direito.
2. **Desperdiçando tempo:** Nas redes sociais, o fator TEMPO é muito escasso. Todos disputamos por atenção. Se você gastar mais tempo de vídeo se apresentando, o cliente pula o post. Use os primeiros segundos focado no problema, e em seguida dê uma solução. Fixe um post se apresentando, e o cliente entrará no seu perfil para te conhecer melhor.



O PIOR JEITO DE FAZER ROTEIRO JURÍDICO

Neste módulo separamos dicas do que NÃO FAZER nos seus conteúdos jurídicos.

3. **Esquecer de focar no sentimento:** Toda ação judicial ou extrajudicial nasce de um conflito ou desejo. Se você foca no sentimento do cliente, **acerta no roteiro!** Então, todo roteiro focado em resolver a dor ou desejo dos nossos clientes vai funcionar bem melhor. Isso acontece porque as pessoas estão procurando pensar em problemas nas redes sociais; elas esbarram no seu conteúdo. Então, para ser relevante, precisa focar em sentimentos, e não em dúvidas comuns.

BÔNUS EXTRA

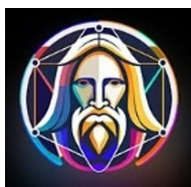


AS 4 IAS GRATUITAS PARA UTILIZAR NA ADVOCACIA

Aqui estão as 4 IAS que todo advogado deveria conhecer:



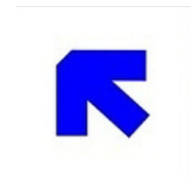
1. **Claude A.I** : Elabora textos, documentos e contratos.



2. **Leonardo A.I** : Crie imagens para o marketing jurídico.



3. **Tactiq A.I** : Faz transcrições ao vivo das reuniões e audiências, com resumos detalhados.



4. **Rask A.I** : Traduz vídeos e áudios e transcreve. Pode ser utilizado com clientes estrangeiros.

www.versoesdigitais.com

QUER SABER MAIS?

*Nos chame no WhatsApp para
fazermos uma avaliação gratuita
do seu escritório e começar a
prospectar muitos clientes hoje!*



- Sites de alta conversão
- Tráfego Pago
- Marketing de conteúdo



[CLIQUE AQUI](#)