

# III CONGRESSO NACIONAL DE PESQUISA JURÍDICA

## OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE DEMOCRÁTICA



### O marketing jurídico na advocacia

#### Autor(res)

Eduardo Augusto Gonçalves Dahas  
Ingrid De Souza  
Marcos Paulo Andrade Bianchini  
Marcus Vinicius Pimenta Lopes  
Daianny Estefane Garcia Monteiro  
Ivone Alves De Sousa Santos

#### Categoria do Trabalho

Pós-Graduação

#### Instituição

FACULDADE ANHANGUERA DE BELO HORIZONTE - UNIDADE ANTONIO CARLOS

#### Introdução

Com o avanço das tecnologias e da globalização, é cada vez mais essencial que se faça e ponha em prática estratégias de marketing. As organizações estão cada vez mais preocupadas e cientes da importância do marketing para o bom desempenho, com o objetivo de se obter maiores lucros e resultados positivos quanto à relação da organização com seus clientes. Com base em dados do Conselho Federal da OAB, cerca de 1,3 milhões de profissionais exercem regulamente a advocacia no Brasil, e segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, é de 212,7 milhões de pessoas, havendo um advogado para 164 brasileiros. Os escritórios de advocacia atualmente, com a evolução no mercado e a globalização, têm de conviver com uma concorrência cada vez mais forte, inclusive de escritórios estrangeiros. Ao compreender melhor como o marketing pode ser aplicado de forma ética no contexto jurídico, os advogados podem melhorar sua visibilidade para fortalecer a presença online e offline dos escritórios.

#### Objetivo

Apresentar um tema que vem tornando-se parte da advocacia e que no meio acadêmico possui pouco aprofundamento. Esse estudo propõe-se analisar este tipo de marketing, além de analisar as diversas estratégias que podem ser utilizadas, levando-se em consideração toda a limitação que os escritórios de advocacia têm por conta dos normativos que regem o marketing jurídico.

#### Material e Métodos

Com relação aos métodos de abordagem, o presente trabalho usou o método dedutivo, em que uma cadeia de critérios descendente, parte da análise geral para a particular, até a conclusão. O trabalho do ponto de vista dos objetivos utilizou pesquisas descritiva e explicativa com a utilização de matérias bibliográficas elaboradas a partir de material já publicado, como a Lei n. 8.906/1994 (Estatuto da Advocacia), Resolução n.02/2015 (Código de Ética e Disciplina da OAB), Provimento n. 205/2021 do CFOAB, artigos, livros, revistas e internet.

#### Resultados e Discussão

# III CONGRESSO NACIONAL DE PESQUISA JURÍDICA

## OS DESAFIOS DA SUSTENTABILIDADE DEMOCRÁTICA



Com base em tudo que foi exposto na pesquisa, foi possível analisar que o marketing jurídico vem ganhando força nas organizações que necessitam dele. É importante o conhecimento do Código de Ética da OAB e do Provimento 94/2000, que dispõe sobre a publicidade, a propaganda e a informação dos escritórios de advocacia com normas e regras a serem respeitadas. Por isso, notar-se a necessidade de que os escritórios de advocacia mantenham boas estratégias de marketing, visando fidelizar seus clientes e buscar no mercado novos clientes para suas carteiras. “A customização de massa é a capacidade que determinada empresa tem de preparar em massa produtos, serviços e comunicações projetadas para atender às necessidades individuais de cada cliente.” Então é uma das formas de se conciliar a produção feita por encomenda. Para o marketing jurídico, é essencial. O serviço prestado, deve ser totalmente individualizado com o objetivo de tornar o relacionamento entre escritório e cliente cada vez mais próxima.

### Conclusão

Conclui-se que esse estudo pode ajudar a abrir a mente dos advogados e responsáveis pelos escritórios no sentido de perceberem que a utilização do marketing jurídico pode trazer benefícios para a sua empresa. Os escritórios que conseguirem manter o uso constante de diferentes estratégias e conseguirem criar uma cultura voltada ao marketing, indubitavelmente terão boa vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes, acrescentando assim, resultados favoráveis ao longo do tempo.

### Referências

MARKETING JURÍDICO: COMO FAZER PUBLICIDADE EM OBEDIÊNCIA AO ESTATUTO DA OAB. Disponível em: <https://www.oab.org.br/noticia/61196/marketing-juridico-como-fazer-publicidade-em-obediencia-ao-estatuto-da-oab#:~:text=A%20publicidade%20na%20advocacia%2C%20hoje,205%2F2021%2C%20do%20CFOAB>.

Código de Ética e Disciplina da OAB, Resolução n. 02/2015

Provimento n.94/2000. Disponível em: <https://www.oab.org.br/leisnormas/legislacao/provimentos/94-2000>

MARKETING JURÍDICO COM ÉTICA. Disponível em: <https://revistas.faculdefacit.edu.br/index.php/JNT/article/view/1595>

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING JURÍDICO. Disponível em: <https://periodicojs.com.br/index.php/gei/article/view/495>

ADMINISTRAÇÃO DE MARKETING – KOTLER KELLER. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7519481/mod\\_resource/content/0/Administrac%CC%A7a%CC%83o%20de%20Marketing%2015%2AA%20Edic%CC%A7a%CC%83o\\_compressed.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7519481/mod_resource/content/0/Administrac%CC%A7a%CC%83o%20de%20Marketing%2015%2AA%20Edic%CC%A7a%CC%83o_compressed.pdf)