O marketing jurídico na advocacia

Autor(res)

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

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

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 sentindo 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.faculdadefacit.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%C2%AA%20Edic%CC%A7a%CC%83o_compressed.pdf