

# GESTÃO DE ESCRITÓRIOS E MARKETING JURÍDICO

## OAB-MT

@RODRIGOBERTOZZI

WWW.SELEMBERTOZZI.COM.BR



Me adicionem no  
Instagram @RODRIGOBERTOZZI

## **FUNDAMENTOS E ÉTICA**

Introdução ao marketing jurídico original

Como criar um mapa de oportunidades digitais e físicas Análise da carteira de clientes presente e futura.

Ética no marketing jurídico: o que podemos ou não fazer Identificação do público-alvo e segmentação.

Definição de metas e objetivos de marketing de curto prazo

## **ESTRATÉGIAS DIGITAIS**

Marketing de conteúdo para advogados.

SEO para escritórios de advocacia e carreira individual

Gestão de redes sociais com as novas ferramentas de I.A

Mecanismos de conversão de contratos

Publicidade online e anúncios pagos em conformidade com o tribunal de ética

Parte A: Plano de Metas AIP

# MUDANÇA DRÁSTICA



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL

MARKETING DA INFLUÊNCIA

MUNDO DIGITAL

ECONOMIA

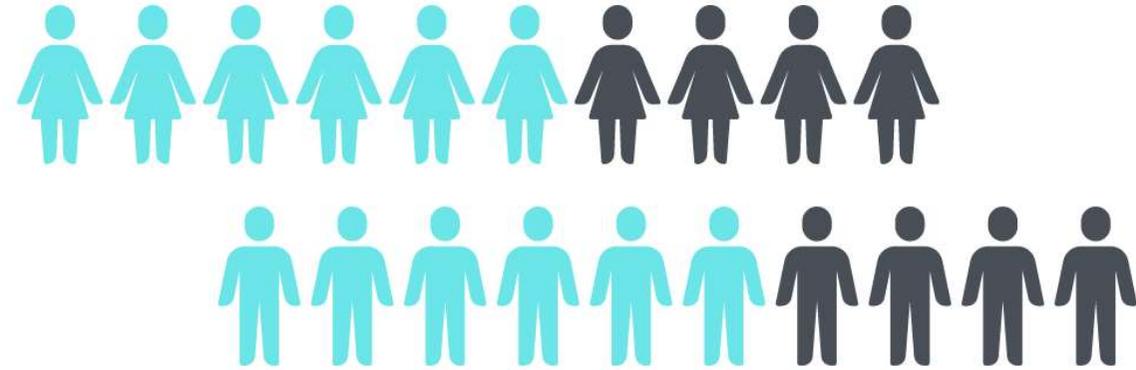
TEORIA POLVO

CLIENTES EXIGENTES

## PERFIL DO CLIENTE

### COMO CHEGARAM?

Indicação de amigos?  
Indicação de familiares?  
Indicação de clientes?  
Redes sociais?  
assistiu um evento no qual era o palestrante?  
Por artigos ou vídeos?  
viram a placa na rua?



### QUEM SÃO?

**CUSTOMER RELATIONSHIP  
MANAGEMENT - CRM**

Tipo de negócio  
Perfil pessoal: idade, filhos e perspectivas  
Profissão  
História pessoal  
Conexões que possui

**1**

## **CONSTRUÇÃO DA ORIGINALIDADE**

**2**

Originalidade é a capacidade de ser criativo e inovador, de dar vida a algo novo e distinto de tudo que já existe no universo jurídico.

POSICIONAMENTO

FOCO

MERCADO

SERVIÇOS

HONORÁRIOS

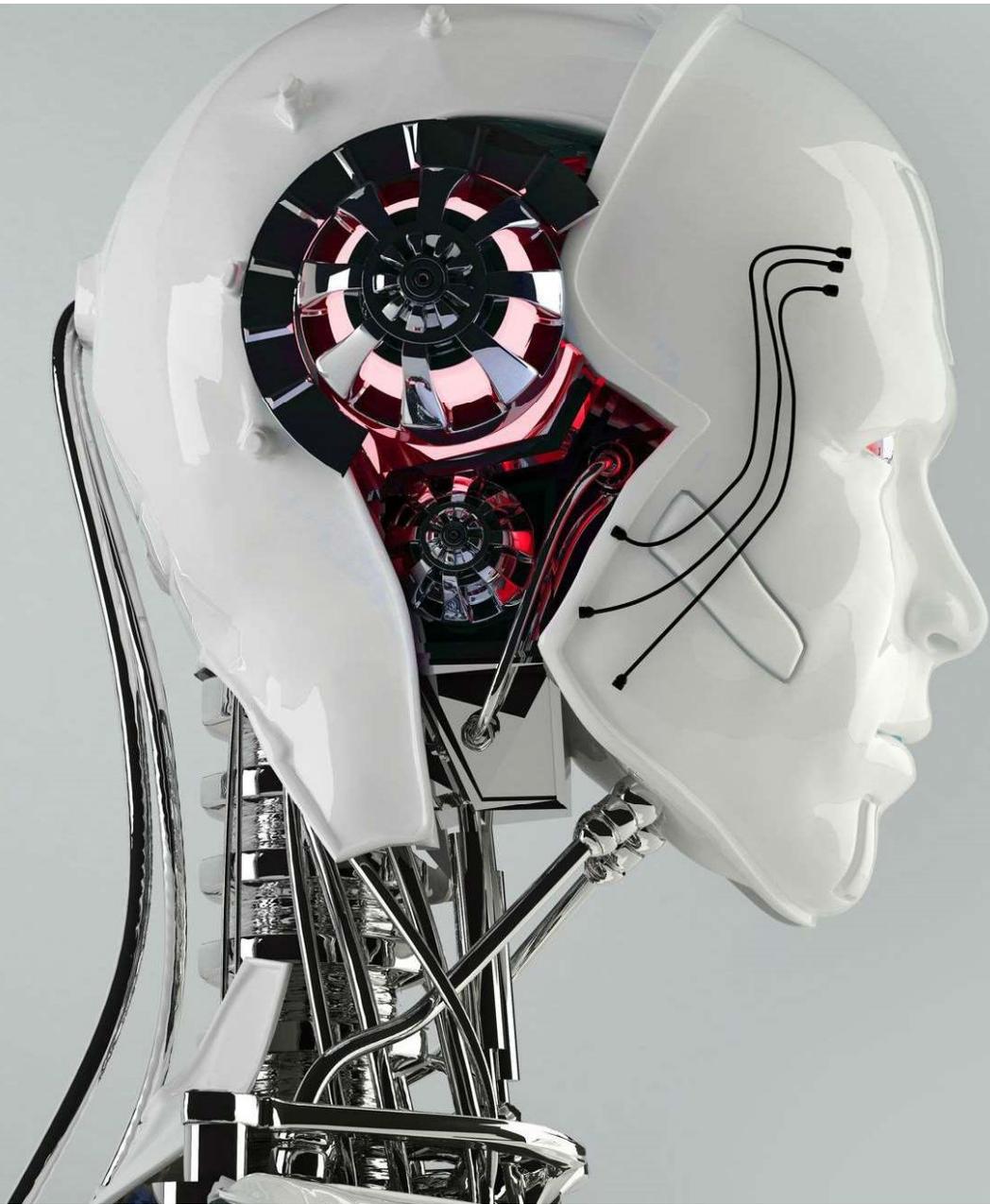
PESSOAS

VENDAE PÓS

TECNOLOGIAS

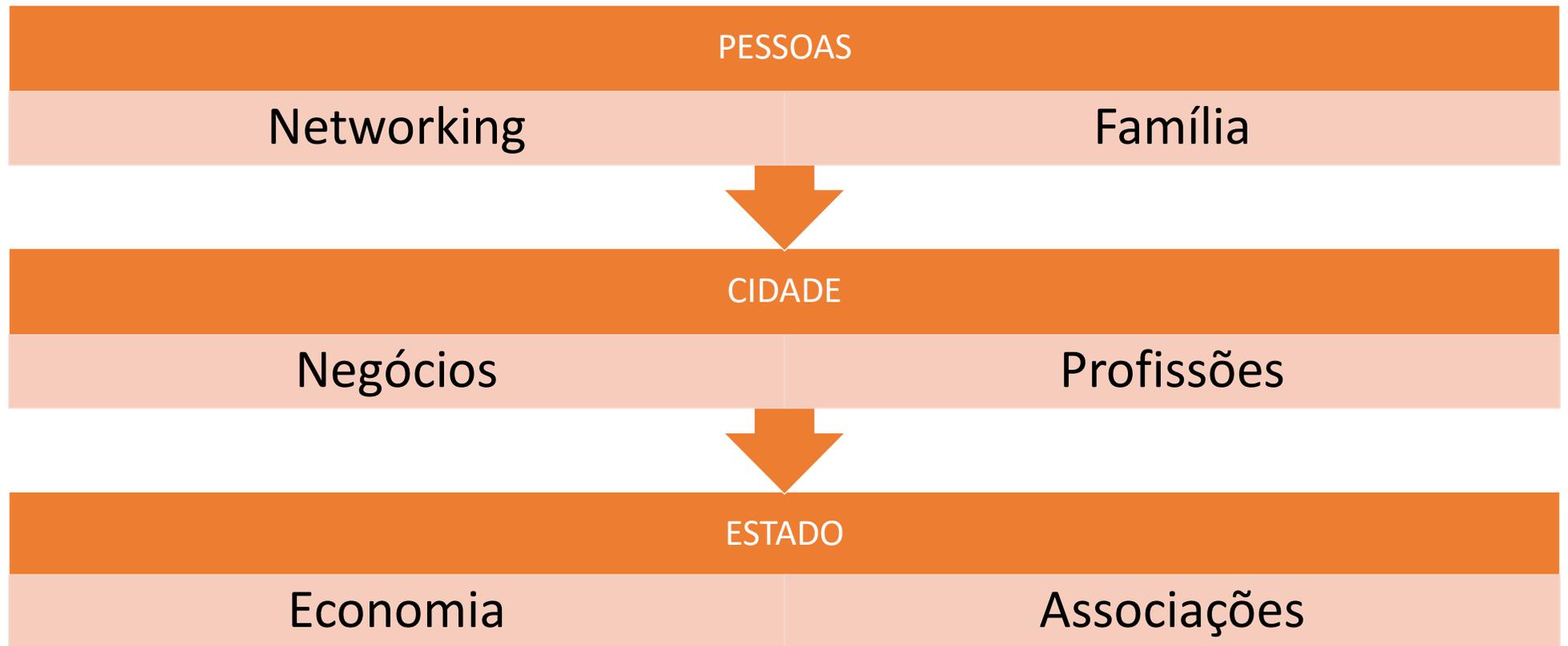
8 PS

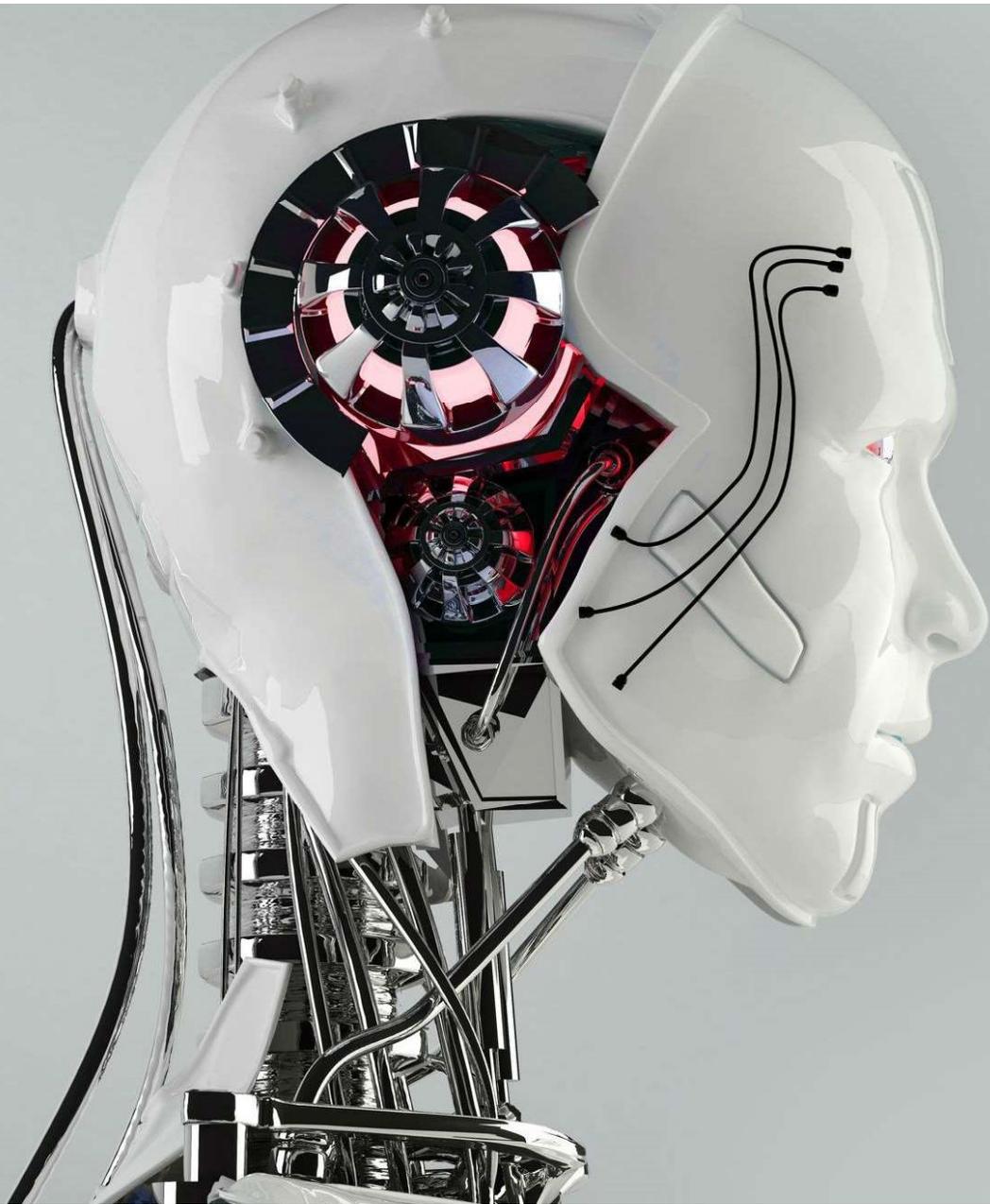
MARKETING JURÍDICO  
ORIGINAL



MAPEAR O MERCADO

# Mapeamento – Parte 1





CICLO AIP

# METAS



EMPREENDER É PENSAR NA  
CONSTRUÇÃO DA ADVOCACIA  
QUE MAIS DESEJA TER.  
É REALIZAR!



## ATIVOS

Aumente os negócios com quem o conhece!



## INATIVOS

Traga de volta ou pessoas em conexões

## PROSPECÇÃO

Explore fortemente os segmentos e nichos profissionais.

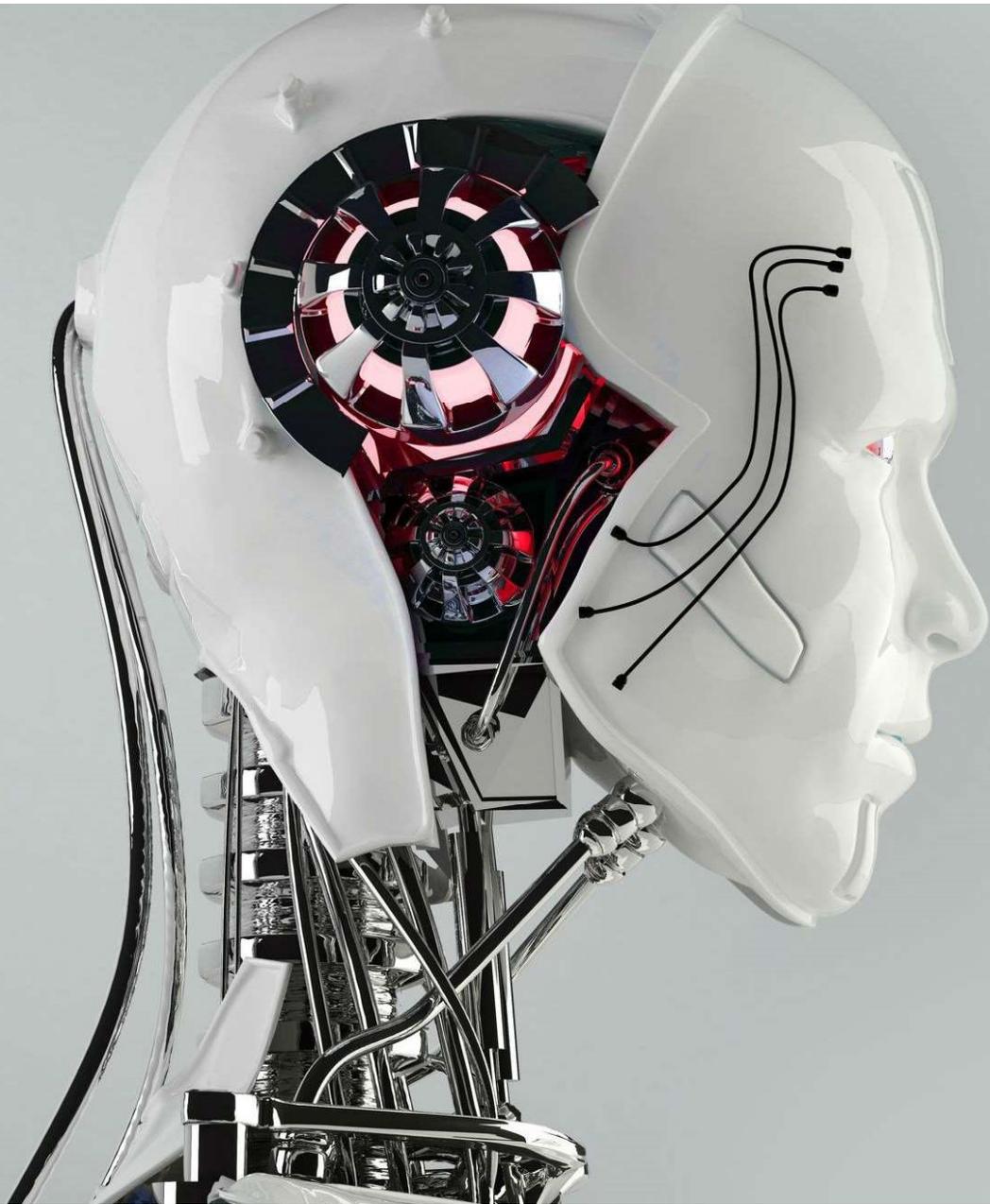


FERRAMENTA DE ANÁLISE DE PERSONALIDADE

**Vender é estudar o perfil dos clientes.** Estudar o perfil dos clientes, encontrar o que necessitam (que eles muitas vezes nem sabem o que é) e criar por meio de teses e ideias os serviços que supram essas necessidades.

<https://www.crystalknows.com/>

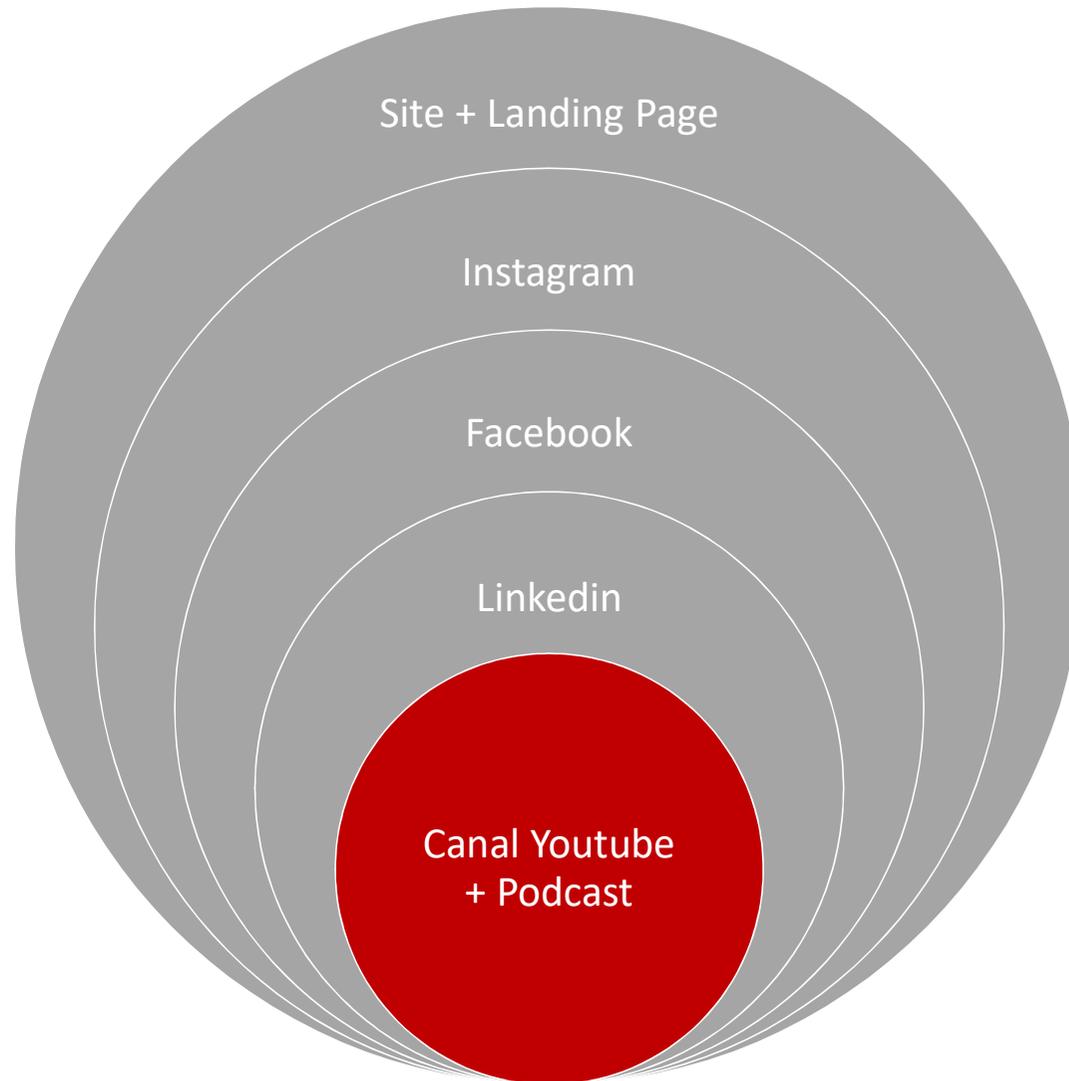




MÍDIAS SOCIAIS

Concentrar no youtube a produção de conteúdo e vídeos como hub de distribuição para as demais redes sociais e o próprio site.

Futuramente sugiro integrar com a estratégia blogs temáticos!



ESTRATÉGIA TEMÁTICO 2024 + 2025



GOOGLE Analiticks - Análise de Dados  
GOOGLE Ads - Campanha Anúncio

Compra de palavras-chave para pesquisa  
potencial de clientes:

**Fui demitido**  
**Quais meus direitos**  
**Como aposentar**  
**Precatório federal , Estadual e**  
**Municipal**  
**Servidor público**  
**Direto Público**  
**Especialista em funcionário público**

Orçamento por campanha  
Orçamento mensal

## MATRIZ FÍSICA E DIGITAL

	NOTAS (1 a 10)	TEMAS EXPLOSIVOS
JURÍDICOS		
SEGMENTO – PERFIL DE CLIENTES		
ACONTECIMENTOS DO DIA A DIA – PRÁTICOS		
CELEBRIDADES – JUSTIÇA – O QUE PODEMOS USAR?		
IDENTIFIQUE 3 CONCORRENTES DIRETOS E INDIRETOS		





WWW.SELEMBERTOZZI.COM.BR



Me adicionem no  
Instagram @RODRIGOBERTOZZI