



*ADPO - Escritórios e departamentos jurídicos: novas perspectivas para o desenvolvimento de relacionamentos bem-sucedidos*

## ***Ações de marketing dos escritórios e seus resultados junto a clientes atuais e potenciais***

05/08/2008

**Marco Antonio P. Gonçalves**

[goncalves@marketingjuridico.com.br](mailto:goncalves@marketingjuridico.com.br)

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## **Marco Antonio P. Gonçalves**



- **Administrador especializado em gestão e marketing para advogados e escritórios.**
- Oito anos de experiência no segmento de serviços profissionais e 10 anos no segmento de TI.
- Autor do pioneiro blog **marketingLEGAL**.
- Coordenador do grupo de debates **Marketing Jurídico Brasil**, com mais de 500 membros.
- Membro atuante da Legal Marketing Association.
- Pós-graduado em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

2

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

*(...) a única via para o crescimento rentável talvez seja a capacidade da empresa de transformar a clientela num departamento de marketing de fato.*

– Frederick Reichheld, especialista em lealdade

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

3

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## **Advocacia em tempos de marketing**

- Advogados de escritórios precisam:
  - Escrever artigos;
  - Marcar presença na internet;
  - Palestrar;
  - Prospectar novos clientes;
  - Patrocinar eventos;
  - Marcar presença na mídia;
  - Fazer networking;
  - Relacionar-se com clientes;
  - Promover eventos;
  - Etc.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

4

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Marketing jurídico...

- Marketing jurídico...
- Muito se fala atualmente sobre marketing jurídico.
- Quais **ações** efetivamente trazem **resultados** para os escritórios de advocacia...

... junto aos clientes atuais e potenciais?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

5

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Algumas considerações

- Nem todos os escritórios têm **condições financeiras** de desenvolver o amplo leque de atividades do marketing jurídico.
- Independente das condições (porte), o **tempo é um recurso escasso** para todos.
- Quais práticas de marketing devem ser priorizadas pelos escritórios?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

6

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Desafio de muitos escritórios

- Preciso conseguir clientes...
- Meu tempo é curto...
- Meu bolso também!

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

7

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Ações e resultados

- Antes de identificar as ações bem-sucedidas de marketing, quais são os resultados desejados pelos escritórios?
- E pelos clientes?
- **A relação é de troca e deve ser equilibrada.**

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

8

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## A relação de troca segundo o cliente

*Escritórios são uma parte integrante de quase todos os aspectos de nosso negócio. A DuPont investe muito nos escritórios que nos representam. Eu quero exclusividade e lealdade. Estamos dispostos a retribuir a lealdade na mesma intensidade.*

– Thomas Sager, Chief Litigation Officer, DuPont

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

9

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## A equação dos negócios

- Normalmente fazemos negócios e, a partir daí, talvez sejam desenvolvidos relacionamentos:



- O foco único e exclusivo na venda é o que caracteriza o conceito de **mercantilização**.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

10

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## A equação dos relacionamentos

- Alternativa que prioriza os interesses da outra parte e, posteriormente, o **equilíbrio de interesses**:



- É essencial resgatar o lado pessoal, de confiança, da advocacia.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

11

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## Afinal, o que é marketing jurídico?

*Marketing jurídico é o desenvolvimento de relacionamentos duradouros e mutuamente proveitosos com clientes, clientes em potencial e o mercado, com vistas à geração de oportunidades.*

– Marco Antonio P. Gonçalves

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

12

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## Resumindo...

- Marketing jurídico envolve relacionamentos e geração de oportunidades mútuas.

## RELACIONAMENTOS!

- Devemos sempre lembrar que **a advocacia é um negócio de relacionamentos.**

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

13

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## O importante na hora de contratar...

- Segundo o cliente corporativo:
  1. **Agilidade ("responsiveness")**
  2. **Experiência na indústria/ramo de atividade**
  3. Soluções criativas
  4. Honorários
  5. Reputação (o mais importante para os escritórios)
  6. Aconselhamento preventivo
  7. Atuação em várias áreas do Direito
  8. Formas alternativas de cobrança

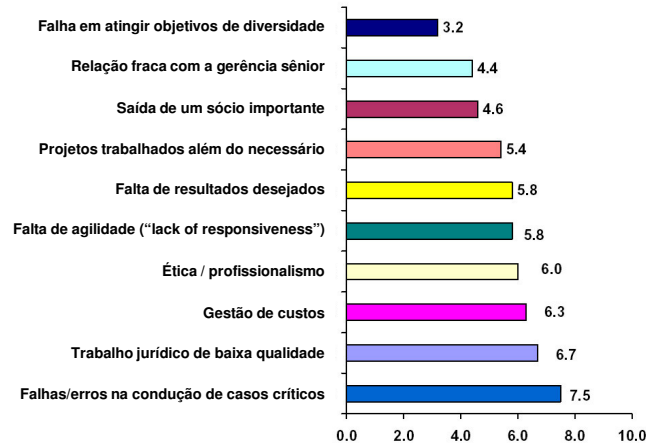
Fonte: 19th Annual Survey of General Counsel, InsideCounsel.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

14

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## ... e as razões para demitir



Fonte: CLO Survey 2008, Altman Weil.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

15

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Atendimento personalizado

- Trecho da matéria "De tanque cheio", publicada no Consultor Jurídico em 12/02/2007:

*Além da especialização, o crescimento vigoroso dos escritórios de médio porte depende ainda de um atendimento personalizado. Esse deve ser o maior chamariz de clientes em 2007. Muitas empresas estão deixando as grandes bancas e correndo atrás das médias, em busca de mais rapidez e um "rostro" com quem possam trocar informações sobre o processo.*

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

16

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Clientes na bagagem

- Trecho da matéria “Mercado aquecido estimula cisões nas grandes bancas de advogados”, publicada no jornal Valor em 10/07/2007:

*José Orlando [do escritório Lobo & de Rizzo] diz que a transição - que levou cinco meses - foi tranqüila, mesmo com clientes de peso sendo levados na bagagem. Segundo Valdo de Rizzo, é comum as relações entre clientes e advogados que os atendem serem pessoais - daí a migração conjunta para outras estruturas.*

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

17

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Com a palavra... o consultor!

*Você precisa ficar mais próximo do que nunca de seus clientes atuais... aqueles que você deseja manter (...) Clientes satisfeitos nunca o deixarão e serão a sua melhor fonte de recomendações. Não é ciência de foguetes. Você apenas tem que investir tempo e dinheiro para fazê-lo.*

– John Remsen, Jr., consultor, The Remsen Group

Fonte: 19th Annual Survey of General Counsel, InsideCounsel.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

18

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Marketing e relacionamentos

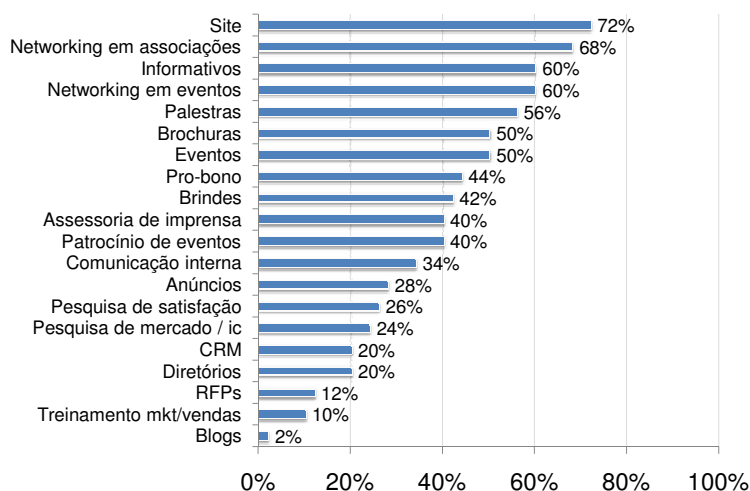
- Considerando o peso dos relacionamentos para os clientes, em quais ações os escritórios devem efetivamente investir?
- **Que ações aprofundam o relacionamento com os clientes atuais?**
- **Que ações trazem novos clientes (e futuros relacionamentos)?**

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

19

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Ferramentas mais usadas



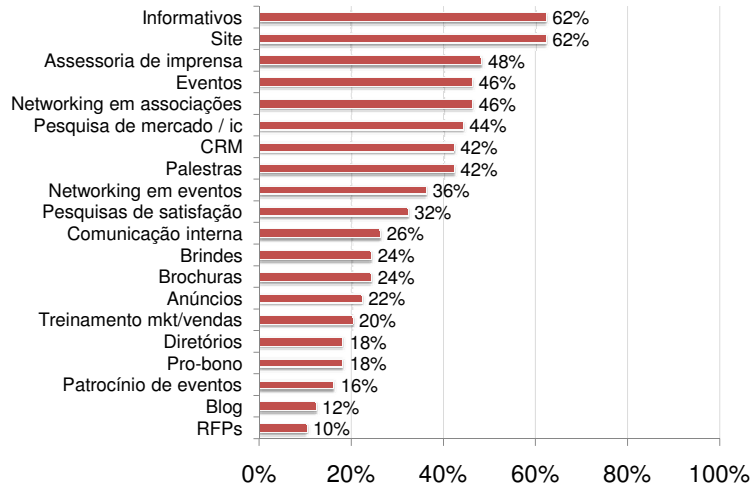
Fonte: O Estado do Marketing Jurídico na América Latina, Legal Marketing Association.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

20

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Ferramentas mais eficazes



Fonte: O Estado do Marketing Jurídico na América Latina, Legal Marketing Association.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

21

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Ações de marketing em xeque

- Ações selecionadas para debate:
  - Envio/entrega de brochuras;
  - Envio/entrega de informativos;
  - Presença em diretórios especializados;
  - Veiculação de anúncios;
  - Presença na internet;
  - Redação e publicação de artigos;
  - Presença na mídia.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

22

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Ações de marketing em xeque

- Mais ações selecionadas para debate:
  - Palestras em eventos;
  - Promoção de eventos;
  - Patrocínio de eventos;
  - Atividades pro-bono;
  - Networking;
  - Criação de equipes multidisciplinares;
  - Abordagem comercial.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

23

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Crítérios básicos de avaliação

- **Investimento de tempo** (baixo  $\leftrightarrow$  alto).
- **Prazo de retorno** (curto  $\leftrightarrow$  longo).
- **Grau de retorno** (baixo  $\leftrightarrow$  alto).
- **Grau de retorno para o cliente** (baixo  $\leftrightarrow$  alto).
- Que outros critérios devem ser considerados?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

24

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## **Envio/entrega de brochuras**

- Para que realmente servem as brochuras dos escritórios?
- Alguém já recebeu alguma brochura cujo conteúdo fosse útil?
- Brochuras genéricas ou especializadas?
- Como seria a brochura ideal?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

25

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## **Envio/entrega de informativos**

- Informativos geram negócios ou apenas lembram o cliente da existência do escritório?
- Informativos genéricos ou segmentados?
- Versão impressa ou por e-mail?
- É possível um informativo chamar a atenção do destinatário no meio da correspondência diária?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

26

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## Com a palavra... o cliente!

*Os escritórios gastam muito tempo com seus materiais de marketing, os quais, francamente, eu não gasto muito tempo examinando. Reputação é importante, mas agilidade faz uma grande diferença.*

– Sterling Miller, VP & General Counsel, Travelocity.com

Fonte: 19th Annual Survey of General Counsel, InsideCounsel.

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

27

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Presença em diretórios especializados

- Aparentam ser muito populares no exterior. São populares também no Brasil?
- A presença de escritórios brasileiros em diretórios estrangeiros atinge clientes potenciais no exterior?
- Algum diretório é digno de menção?
- Versão impressa ou online?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

28

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## **Veiculação de anúncios**

- Anúncios geram negócios ou apenas reforçam a marca do escritório junto ao mercado?
- Algum tipo de anúncio pode trazer resultados?
- Considerando as limitações regulamentares, é possível criar um anúncio com cara de anúncio?
- Qual o melhor veículo para anunciar um escritório?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

29

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## **Presença na internet**

- Mera brochura digital ou algo mais?
- Sites institucionais podem gerar negócios?
- Clientes pesquisam escritórios na internet?
- Blogs são realmente úteis ou não passam de uma tendência do momento?
- Mundos virtuais fazem algum sentido?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

30

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## **Redação e publicação de artigos**

- O investimento de tempo compensa?
- Artigos jurídicos de cunho técnico ou com ênfase em negócios?
- Juridiquês ou linguagem de negócios?
- Publicação em veículos genéricos de grande circulação ou especializados?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

31

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## **Presença na mídia**

- Marcar presença na mídia efetivamente agrega credibilidade?
- Credibilidade atrai novos clientes?
- Vale a pena contratar uma assessoria de imprensa?
- Caderno de negócios ou caderno jurídico?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

32

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## **Palestras em eventos**

- Qual a motivação para palestrar em um evento de terceiros?
- Palestrar no exterior é importante?
- Falar para advogados (potenciais parceiros) ou para potenciais clientes?
- Eventos jurídicos ou de negócios?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

33

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## **Promoção de eventos**

- Eventos podem ser úteis para prospectar novos clientes?
- Promover eventos públicos ou fechados (para clientes)?
- Realizar palestras nas dependências do cliente é importante?
- Eventos via internet merecem consideração?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

34

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## Patrocínio de eventos & cia.

- Mera exposição de marca ou algo mais?
- Vale a pena patrocinar um evento jurídico?
- Vale a pena patrocinar um evento de negócios?
- Vale a pena patrocinar o evento de um cliente?
- Além de eventos, que outros tipos de patrocínio devem ser considerados?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

35

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Marketing e golfe

- Trecho da matéria “Banca busca alternativa para chegar ao cliente”, publicada na Gazeta Mercantil em 26/06/2008:

*Um empresário (...) que participou do evento, garantiu que pretende contratar o Demarest & Almeida para auxiliá-lo a regularizar um empreendimento (...) "A experiência deles nesse esporte chamou minha atenção", contou. "Vários outros colegas (empresários) desse ramo também estão interessados nos serviços do Demarest devido a essa ligação com o golfe", revela.*

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

36

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## **Atividades pro-bono & cia.**

- Investir em pro-bono é um diferencial para o cliente na hora de escolher um escritório?
- Responsabilidade social é importante?
- Investimentos culturais são importantes?
- Diversidade é um tema muito debatido no exterior. Faz diferença para o cliente?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

37

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## **Networking**

- Networking realmente funciona ou é “balela”?
- As pessoas sabem o que fazer com um cartão de visitas?
- Networking em câmaras de comércio ainda faz sentido?
- Onde faz sentido investir em networking?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

38

**W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R**

## Criação de equipes multidisciplinares

- Equipes multidisciplinares são a resposta para melhores relacionamentos com os clientes representativos?
- Essa prática existe no Brasil?
- Advogados conseguem trabalhar em equipe?
- Equipes orientadas a ramos de atividade são uma boa idéia?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

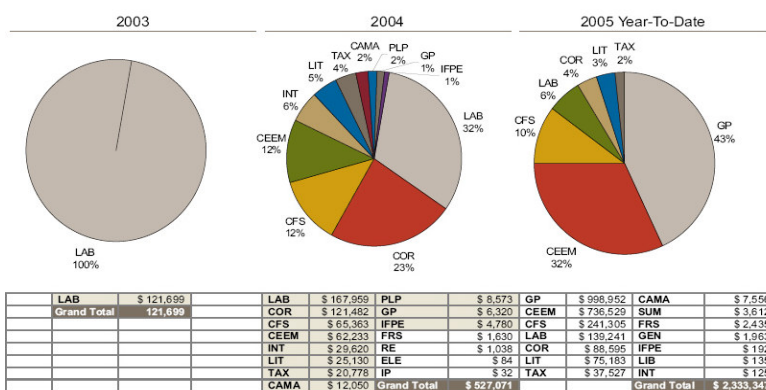
39

WWW.MARKETINGJURIDICO.COM.BR

## “Case” de equipe multidisciplinar

AKIN GUMP  
STRAUSS HAUER & FELD LLP  
Attorneys at Law

### Practice Area Diversity (VOT)



© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

40

WWW.MARKETINGJURIDICO.COM.BR

## Abordagem comercial

- É viável realizar uma abordagem explícita de vendas na advocacia?
- É uma prática aceitável (ética)?
- Como chamar a atenção de alguém que já tem um advogado?
- O que é preciso para convencer um potencial cliente a agendar uma reunião?

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

41

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

## Conclusões

- **O leque de atividades de marketing é bastante amplo e nem todas as ações podem ser consideradas um investimento com retorno garantido.**
- **Maior garantia de retorno reside nas ações de marketing orientadas ao desenvolvimento de relacionamentos.**
- **A advocacia é um negócio de relacionamentos.**

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

42

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R

# Obrigado

**Marco Antonio P. Gonçalves**  
[goncalves@marketingjuridico.com.br](mailto:goncalves@marketingjuridico.com.br)

© Gonçalves & Gonçalves Marketing Jurídico. Todos os direitos reservados.

43

W W W . M A R K E T I N G J U R I D I C O . C O M . B R