CEGEI TALKS

#3

Daniel Farias
MODERADOR

Ary Raghiant Neto
ADVOGADO CONVIDADO

Rodrigo Bertozzi
CONSULTOR CONVIDADO

MARKETING JURÍDICO E O NOVO PROVIMENTO

O Provimento nº 94/2000 que trata da publicidade na advocacia, com mais de vinte anos de existência, contém conceitos abstratos, dificultam a interpretação e aplicação prática dos Tribunais de Ética e Disciplina do país. Há muito, precisa de uma reformulação ao novo cenário exponencial de desenvolvimento tecnológico e na forma da advocacia se comunicar com a sociedade ou clientes. Nesse cenário, a OAB Nacional colocou esse tema em discussão com toda advocacia do país, para aprovação de nova proposta de Provimento perante o Conselho Federal, com conceitos mais objetivos, rol de condutas vedadas, possibilidade de impulsionamento de postagens, anúncios patrocinados, maior flexibilidade da publicidade em redes sociais, além de outros temas inovadores, como permissão do uso do Google Ads, chatbots, coworkings, além da criação de um Comitê Regulador do Marketing Jurídico. Nunca antes, o Marketing Jurídico esteve tão em evidência na advocacia brasileira.

DESAFIOS

1. Aparente conflito normativo entre o CED e o novo Provimento.
2. Como assegurar maior segurança jurídica entre os TED´s.
3. Como fiscalizar a publicidade em redes sociais e plataformas digitais.
4. Conceito de captação indevida de clientes traz a expressão "independentemente do resultado obtido"; como encarar as plataformas digitais de relacionamento entre advocacia e público, que não participam dos resultados.
5. Redação amplamente restritiva contida no § 1º, art. 5º que impede a "efetivação de qualquer outra despesa" para aparição em anuários e premiações.

MELHORES PRÁTICAS

1. 8 (oito) "Ps" do Marketing Jurídico, por Rodrigo Bertozzi: praça (geolocalização), posicionamento, preço (honorários), publicidade, propaganda, produção (entrega do serviço), pessoas envolvidas e pesquisa jurídica.
2. Indicação de clientes ainda permanece como a melhor fonte de captação de outros clientes.
3. Fazer a comunicação, publicidade e propaganda, permitidas pela legislação e interpretações dos Tribunais de Ética e Disciplina do país.
4. Identidade visual e digital; personal branding; como estratégias de marketing de conteúdo jurídico.
5. Eventos sociais; inbound marketing; eventos jurídicos.

TENDÊNCIAS

1. Maior ênfase das questões principiológicas do CED, publicidade moderada, discreta e informativa.
2. Maior flexibilização da publicidade em redes sociais.
3. Maior evidência do Marketing de conteúdo jurídico, independente do meio de comunicação escolhido para a publicidade.
4 Maior rigidez e fiscalização no combate a publicidade mercantilista que vise a captação indevida de clientes.
5. Reforma permanente e periódica do Provimento através de Comitê Regulador.

FONTES DE ESTUDO

1 Lei n. º 8906 de 4 de julho de 1994, dispõe sobre o Estatuto da Advocacia e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) – Código de Ética e Disciplina da OAB – Provimento nº 94/2000, dispõe sobre a publicidade, a propaganda e a informação da advocacia
2. Bertozzi, Rodrigo. Marketing Jurídico Essencial: Estratégias, Ideias e Inovações para a Construção de Marcas Jurídicas de Sucesso. Curitiba: Juruá Editora, 2006
3. Bertozzi, Rodrigo. Advocacia: As Leis do Relacionamento com o Cliente Pessoa Física, Sindical e Empresarial. Curitiba: Juruá Editora, 2007
4. Bertozzi, Rodrigo e Bucco, Renata. Marketing Jurídico: o poder das novas mídias & inteligência artificial. Curitiba: Juruá Editora, 2017
5. Pacheco, Juliana. Marketing estratégico para advogados: fácil, ético e eficaz / Juliana Pacheco. Curitiba: Juruá, 2019.

"AQUELE MODELO TRADICIONAL DO ADVOGADO QUE FICAVA NO ESCRITÓRIO E O CLIENTE VINHA ACABOU"
(Ary Raghiant)

"SE CONSTRUIRMOS A ESTRATÉGIA SOBRE O CONCEITO DE MÚLTIPLOS CANAIS NÃO APENAS É POSSÍVEL ESTABELECER UMA MARCA JURÍDICA FORTE, COMO CRIAR UMA BASE CONSTANTE DE CLIENTES ALINHADOS COM OS PRINCÍPIOS ÉTICOS!"
(Rodrigo Bertozzi)

OAB NACIONAL | CEGEI

EVENTO TRANSMITIDO NO DIA **15 DE ABRIL DE 2021**
NO CANAL YOUTUBE OAB NACIONAL

ASSISTA O CEGEI TALKS #3