

---

## Marketing jurídico aumenta carteira de clientes

Advogados têm usado, indiretamente, o marketing jurídico para divulgar seus escritórios e aumentar a carteira de clientes. Os profissionais mais conservadores, no entanto, preferem dispensar esta ferramenta. O pensamento foi sintetizado na palestra *Marketing Jurídico* durante a *Fenalaw — Congresso e Exposição de Administração para Advogados*, que acontece até quinta-feira (17/5), em São Paulo.

Para a advogada **Lara Selem**, do escritório Selem, Bertozzi & Consultores Associados, os advogados precisam perceber que o serviço jurídico tem natureza intelectual e que necessitam do marketing para ressaltar essa capacidade. Segundo ela, a criatividade dos profissionais é um dos fatores mais importantes para se obter sucesso na área.

Ela destacou que articular com pessoas com interesse comum também ajuda a ganhar clientes no mercado. A advogada deixou claro que há vários elementos do marketing que colocam o nome do escritório em evidência, mas o grande segredo está numa base sólida de intelectualidade jurídica.

Uma estratégia de marketing, mesmo sendo boa, não pode ser usada por todos os escritórios, explica a advogada. Ela diz que não é como uma “receita de bolo” que todos seguem e dá certo. Lara Selem defendeu que o escritório, primeiramente, precisa saber qual o tipo de mercado quer atingir.

Como elementos do marketing, ela cita o uso de sites, *blogs* e cartões de visita que podem ajudar a ressaltar o nome do escritório. Lara Selem afirma, também, que o planejamento é essencial. “Ele reduz os erros e aumenta a probabilidade de trabalhar o nome do escritório com coerência e consistência”, disse.

Na opinião do advogado **Rodrigo Bertozzi**, palestrante e sócio do escritório, os profissionais precisam se adaptar a nova era da advocacia. Caso contrário, serão extintos do mercado por não conseguirem acompanhar os clientes. De acordo com ele, muita coisa mudou. Entre elas, a forma de pensar e de lidar com a tecnologia. “O cliente mudou. Ele quer sempre uma resposta rápida e objetiva”, afirmou Bertozzi.

Segundo ele, a incapacidade de gerir novos relacionamentos pode levar um escritório ao fracasso. O advogado destacou que escritórios de sucesso estão esquecendo de planejar o futuro. Bertozzi disse ter medo quando o escritório tem muito sucesso. “O momento mais perigoso é quando tudo vai bem”, complementou.

Ele explicou que a melhor forma de eliminar riscos de mercado é investir no cliente. O que o cliente mais quer, na sua opinião, é estar cercado de conhecimento. Bertozzi advertiu que os advogados precisam criar teses, novos serviços e desenvolver boas idéias para sobreviver no mercado predatório que é o jurídico.

Ele assegurou, ainda, que os escritórios mais antigos que não seguirem a nova era da advocacia serão extintos. Por fim, destacou que é preciso conhecer as tendências, escrever artigos, criar *blogs* e levar o nome do escritório para o maior número de pessoas.

### Date Created

16/05/2007