



Flávio Leal: Como aumentar o potencial do site de advogados

Nos dias de hoje, ter um *website* não é nenhuma novidade para os escritórios de advocacia. Muito pelo contrário. Atualmente é extremamente fácil encontrar, por exemplo, uma banca de cinco advogados com endereço eletrônico. Em alguns casos, o *website* não é tão profissional e acaba sendo substituído por um blog. No entanto, a firma não deixa de ter a sua “casa” no ambiente virtual.

Contudo, um erro comum dos advogados e agências de publicidade que desenvolvem os *websites* dos escritórios é o de publicar conteúdos sem visão estratégica. Os textos e menus dos sites de escritórios de advocacia são sempre parecidos uns com os outros. Nota-se, inclusive, plágios por parte dos escritórios, onde um copia o conteúdo do outro.

Menus como “quem somos”, “áreas de atuação”, “equipe”, “imprensa”, “trabalhe conosco”, “localização” e “contato” são vistos em quase 100% dos sites. Vemos, no máximo, uma variação na maneira de escrever. Alguns, por exemplo, mudam o nome “contato” para “fale conosco”.

O ideal é que os menus dos sites sejam utilizados de maneira estratégica. Hoje, os textos existentes são pouco explorados. É preciso que o mercado entenda que os advogados corporativos já sabem o que é Direito Tributário, Direito Societário, mercado de capitais, etc. O que eles procuram na internet é um conteúdo que os interesse e que desperte o desejo de contar com os advogados de determinado escritório na resolução dos seus problemas jurídicos.

Os advogados e a agências que desenvolvem websites precisam ter em mente uma estratégia de marketing alinhada de acordo com o objetivo da banca. Antes de começar a escrever o conteúdo do site, é preciso ter algumas respostas, como por exemplo:

- Qual é o seu público-alvo?
- Qual o perfil da empresa que a sua banca deseja atingir? E do profissional?
- Seu escritório é altamente especializado em algum setor/área de atuação?
- O que o público-alvo definido anteriormente busca em um site de escritório de advocacia?
- Qual a localização geográfica do seu *target* primário?

Enfim, na hora de criar um website, o advogado precisa levar em consideração as dicas citadas acima. Aos que já possuem endereço eletrônico, vale a pena considerar estas informações para eventuais mudanças futuras.

Para finalizar, ficam três dicas para ajudar no sucesso de um website jurídico:

- Identifique seu público-alvo com clareza.



– Crie conteúdo relevante.

– Por fim, utilize ferramentas de análise para mensurar resultados (por exemplo, o Google Analytics).

Date Created

02/11/2014