

Jovem advocacia: você precisa de um nicho para chamar de seu

É certa a compreensão de que a advocacia raramente consegue se estabelecer atendendo a todos os tipos de demanda, em todas as áreas do direito, apelidada de "clínica geral". É uma prática que se sustenta nos primeiros anos, quando o profissional ainda não pode limitar seu atendimento e sequer escolheu ou delimitou nichos. Nos inícios, nos quais realmente dedicar-se exclusivamente a um nicho oferece grandes oportunidades.



A advocacia de nicho tem uma série de vantagens: a) você

cria autoridade naquele segmento, e passa a ser conhecido em sua região de atuação como "o melhor profissional" da área; b) essa autoridade te permite valorizar mais o seu trabalho, em termos de valor dos honorários, pois as pessoas preferem pagar mais por um profissional reconhecidamente qualificado; c) você passa a se especializar mais naquele ramo, fazendo pós-graduações e outros cursos, pois tem plena convicção de que esse investimento terá retorno em respostas positivas na sua atuação; d) muitas vezes você chega a criar quase que uma "exclusividade" para aquele tipo de demanda, e quanto mais o nicho é específico, menos concorrentes você tem; e) você passa a ser indicado por seus próprios colegas de profissão; f) você pode direcionar, de modo muito específico, o seu marketing jurídico, o que resulta em maior resposta com menos investimento. Vamos lá, é tudo de bom, não é?

Mas o que muitos jovens me perguntam é: como escolher meu nicho?

Na minha experiência de 26 anos de advocacia, não só já fui uma jovem advogada como também acompanhei e ainda acompanho muitos advogados e advogadas nessa jornada.



Muitas vezes não é você que escolhe o seu nicho: é ele que te escolhe. Você está atendendo de tudo um pouco, tem um resultado positivo em uma determinada ação, seu cliente te indica para amigos, outros resultados acontecem, mais indicações surgem e, quando você menos espera, a vida te conduziu. Aí é o momento no qual você adota aquele nicho e começa a realmente se especializar nele.

Isso não quer dizer que você não possa escolher seu nicho. Atualmente, com regras mais abertas em relação à publicidade na advocacia, essa escolha ficou mais fácil.

De toda forma, ficam aqui algumas dicas preciosas para ajudar você a encontrar seu nicho:

1) Quando estamos atendendo um pouco de tudo, acabamos sendo absorvidos pela correria e perdemos algumas oportunidades que estão bem pertinho de nós. Perto mesmo, quase dentro de casa. A primeira dica que eu trago sobre se encontrar na profissão é essa: *comece com os mais próximos*. Claro que não é possível sobreviver apenas de pequenas ações para amigos e familiares, mas essa é uma forma de começar a criar sua reputação e se estabelecer em um segmento. Quer um exemplo? Todos nós temos um amigo ou familiar que já enfrentou problemas com prestação de serviços de tevê e internet ou com cartões de crédito e financiamentos. Primeiro você faz uma pequena ação para um, que comenta com o outro, que passa a informação adiante e aí está: já está atuando com o Direito do Consumidor.

2) Não olhe para o cliente como um indivíduo, *olhe para o problema*. Cada vez que eu atendia um cliente e ele me contava o problema dele, eu já começava a imaginar quantas pessoas poderiam estar passando exatamente por aquela mesma situação. Advogo para servidores públicos, então, quando um servidor sentava-se à mesa e me contava, por exemplo, que sua gratificação foi retirada do benefício previdenciário por doença, reduzindo-lhe o salário, eu já determinava em minha mente que o instituto previdenciário certamente deveria estar fazendo isso em todos os casos idênticos. Portanto, sempre olhe de uma maneira macro para o problema enfrentado pelo seu cliente, olhe para as possíveis ramificações em situações parecidas, pois ali pode estar seu nicho.

3) Muitos nichos estão rodopiando ao seu redor sem que você mesmo se dê conta, e por isso é de fundamental importância: *fique sempre de olho nas novidades*. Da mesma forma que você tira um tempinho para olhar suas redes sociais, todo dia tire um tempinho para ler as notícias de sites jurídicos (como esse). São ótimas fontes de referência sobre novos tipos de demandas e novas teses que estão sendo ajuizadas, e o que isso significa? Abertura de novos mercados e oportunidades para quem está por dentro do que acontece na Justiça.



4) *Preste atenção nos novos conflitos.* Conforme o mundo evolui, novos tipos de conflitos aparecem, originados nas relações das pessoas. Você está ouvindo falar deles e nem se deu conta de que podem ser o seu nicho. Percebi isso, sorridente, quando soube de uma ação judicial ingressada em favor de uma pessoa que foi excluída de um grupo de WhatsApp, e me dei conta da quantidade e tipos diferentes de conflitos que se originam em serviços de mensageria. Abra a sua mente: novas modalidades de serviços, novos tipos de relações, novas tecnologias, novas profissões, novas formas de se fazer as coisas vão gerar novos problemas. Se concentre neles e descobrirá novos nichos. Apontando dois exemplos: a) diante do avanço dos campeonatos de jogos virtuais, há advogados que adotaram o *game* como nicho, e passaram a ofertar um serviço direcionado a licenciamento de jogos, contas banidas, contas hackeadas, impugnação a resultado de campeonato, defesa contra acusação de uso de softwares de trapaça etc.; b) a pandemia apresentou ao mundo as consultas médicas virtuais, e muitos advogados se especializaram nas normas específicas que regem essa forma de prestação de serviços. Então, ao se deparar com uma área em crescente expansão e começar a encontrar alguns casos isolados referente ao tema, é hora de ligar o radar, reservar um tempo para estudo e começar a escrever sobre o assunto. Ao criar conteúdos de forma pioneira, você automaticamente se coloca no posto de referência e toma a dianteira quando aquele cenário que previu, se transforma em realidade.

5) O nicho não precisa ser uma percepção sua, então, porque não? *Preste atenção ao nicho alheio.* É muito comum que, em virtude das diferenças populacionais, novos nichos que já estejam sendo explorados em grandes centros urbanos ainda não tenham chegado aonde você mora, e você pode ser o pioneiro em começar a trabalhar o nicho em seu município ou seu estado. Estar atualizado com as novidades (dica número 3) pode te ajudar muito nessa percepção.

6) *Não tenha pressa na escolha.* Como eu disse no início, muitas vezes a vida nos conduz. Então, você pode abraçar mais de um nicho e ir trabalhando neles até que o número de clientes e de resultados te conduza a adotar um deles como nicho único ou principal.

Está se sentindo mais preparado para escolher um nicho pra chamar de seu? Ótimo, agora tenha em mente que tornar-se uma referência nele demanda duas atitudes muito importantes.

A primeira delas é *investir em especialização* e estudar todas as ramificações da área escolhida. Você precisa realmente estar preparado para se tornar uma referência. Além de doutrina, fique por dentro da jurisprudência sobre o tema, e nas decisões novas, leia o inteiro teor do acórdão ou da sentença, para entender bem qual contexto conduziu a determinados resultados. Muitos sites podem te remeter automaticamente novidades sobre a área que você escolheu, e não pense duas vezes em se cadastrar para receber essas notificações. O [próprio Google tem um mecanismo de alerta](#), e o cadastro é gratuito. Até porque você vai precisar desse conteúdo para o próximo passo.



A segunda atitude importante é criar conteúdo para fazer o seu marketing jurídico e passar a ser conhecido como referência no seu nicho. O Provimento 205/2021 da OAB, sobre o marketing jurídico, ampliou bastante o campo de possibilidades neste sentido. Agora, é possível criar materiais informativos para as mais diversas redes sociais e canais digitais, ampliando de forma considerável o seu alcance e ultrapassando, inclusive, barreiras como o seu local de atuação. Com uma comunicação estratégica e bem direcionada, é possível ganhar destaque nacionalmente em um determinado nicho ou tema.

O marketing de conteúdo vai muito além das postagens que estamos habituados a encontrar nas redes sociais, ele trabalha com uma espécie de teia que combina materiais focados nas ferramentas de busca, como o Google, e cria uma base sólida para quem deseja ser encontrado pelos temas de interesse, não apenas pelo nome. Ter seu próprio site, publicar artigos e vídeos, adquirir palavras-chave nos mecanismos de busca estão entre as atitudes que mais te trarão resultado.

Agora vamos lá! Adote um nicho e caminhe com muita dedicação para se tornar uma referência nele.

Date Created

06/08/2021