

Em junho de 2021, o Conselho Federal da OAB aprovou e regulamentou, por meio do provimento 205/2021, a utilização do marketing jurídico com [foco nos meios digitais](#).

Desse modo, o objetivo do texto de hoje consiste em apresentar as principais particularidades do **marketing jurídico**, bem como as permissões e proibições estabelecidas pelo provimento e suas vantagens.

CONCEITO E PRINCIPAIS INFORMAÇÕES



O marketing jurídico é uma técnica estratégica de posicionamento digital para fortalecer a imagem e ampliar os resultados dos(as) advogados(as) no mercado jurídico.

Ou seja, ele consiste em um conjunto de ações que podem ser executadas tanto online quanto offline, mas sempre com o objetivo de promover a imagem daquele(a) profissional da advocacia e **captação de clientela ideal**.

Além disso, o artigo 2º, inciso I, do [provimento 2015/2021](#) também conceitua o termo:

Art. 2º “Para fins deste provimento devem ser observados os seguintes conceitos”:

I - “Marketing jurídico: Especialização do marketing destinada aos profissionais da área jurídica, consistente na utilização de estratégias planejadas para alcançar objetivos do exercício da advocacia”

Desse modo, para que a prática esteja de acordo com a legalidade, é preciso que o(a) advogado(a) observe os termos do provimento juntamente com Código de Ética e Disciplina da OAB.

Assim, é essencial diferenciar a prática do marketing da propaganda em geral, uma vez que a propaganda tem a função apenas de divulgar o trabalho daquele(a) advogado(a).

Já o marketing visa o alcance de outros resultados, além da divulgação do trabalho daquele(a) advogado(a).

RESULTADOS ESPERADOS E VANTAGENS GARANTIDAS

Em primeiro lugar, para que a prática do marketing na área jurídica tenha os resultados esperados e conquiste as vantagens prometidas é preciso que a prática seja estratégica e planejada.

Além disso, [é essencial que todas as práticas do marketing estejam alinhadas aos propósitos daquele\(a\) profissional ou escritório.](#)

Observados os critérios apresentados anteriormente, a utilização do marketing na área jurídica permitirá que aquele(a) advogado(a) obtenha as seguintes vantagens e benefícios:

- construção e fortalecimento da credibilidade da marca e da imagem
- aumento na competitividade de mercado e networking
- conquista de clientes alinhados à expertise do profissional
- construção de melhor relacionamento com os(as) clientes

Vale ressaltar que existem outros benefícios na utilização do marketing na área jurídica. Contudo, estes que foram apresentados se configuram como os mais desejados por quem pratica ou deseja praticar, além de serem possíveis de alcançar com o devido posicionamento estratégico.

Dessa forma, para o alcance desses resultados, é fundamental a observação de quais atitudes e divulgações são permitidas e proibidas em observância ao provimento 205/2021 e o Código de Ética e Disciplina da OAB.

O QUE É PERMITIDO?

De acordo com a legislação, as práticas permitidas no marketing são:

- práticas de **publicidade informativa** dos serviços advocatícios por meio do compartilhamento de matérias jurídicas consultivas e orientativas
- divulgar a participação em eventos e palestras jurídicas
- realização de anúncios e publicação de artigos científicos e conteúdos educacionais
- manter sites e redes sociais com relação à atuação jurídica

O QUE É PROIBIDO?

De acordo com a legislação, as práticas proibidas no marketing são:

- publicações na internet com informações de honorários e oferta de serviços jurídicos
- utilização de telemarketing e anúncios na televisão e rádio
- publicações que violem ou causem danos a direitos de outrem

Concluindo, estas são as principais características do **marketing jurídico**. Compreendeu todo o conteúdo e quer saber mais sobre o universo da advocacia? [Continue acompanhando nosso blog e siga nosso Instagram.](#)