

**5LAW**

ACELERADORA JURÍDICA

PDAI · OAB/RN  
JOVEM ADVOCACIA · NATAL

# Marketing, Publicidade e Comunicação na Advocacia.

Como se posicionar, captar e atender com a ajuda da IA.

---

**Izauro Gabriel**

Fundador · 5LAW

**01h de palestra**

Perguntas o tempo todo



# Quem sou eu.

**Izauro Gabriel** — Bacharel em Direito e especialista em Marketing Jurídico.

Fundador da **5LAW — Aceleradora Jurídica**.

5 anos ajudando escritórios de advocacia a aumentarem resultados e construírem autoridade digital.

PROVA SOCIAL

Mais de **100 escritórios** confiam na 5LAW em todo o Brasil.

**100+**

escritórios atendidos em todo o país

**10×**

retorno médio gerado sobre o valor investido

**5 anos**

de atuação exclusiva no marketing jurídico

# Vamos combinar?

Nada de formalismo. Quero a participação de vocês.  
Pergunta a qualquer momento — não é palestra pra ouvir em silêncio.

## Daqui 1 hora, você sai daqui com **mapa de decisão**, não curso técnico.

**01** Diferença real entre marketing, publicidade e comunicação

---

**02** Como se posicionar e produzir conteúdo hoje

---

**03** Tráfego pago sem queimar dinheiro

---

**04** Comercial e atendimento — o elo esquecido

---

**05** Como a IA (Claude) muda o jogo hoje

---

**06** Material completo pra levar pra casa

---

PERGUNTA PRA VOCÊS

Quantos de vocês **já abriram o Instagram hoje** pensando “preciso postar algo” — e fecharam sem postar nada?

*Levanta a mão.*

BLOCO 01 · 09 MIN

# Marketing, Publicidade e Comunicação.

Três coisas diferentes. **Misturar custa caro.**

# Marketing — a estratégia.

Marketing é decisão antes de qualquer execução. É a tese da sua causa.

- Decide **PARA QUEM** você vai falar

---

- Decide **O QUE** você vai oferecer

---

- Decide **COMO** você vai se posicionar

---

- Envolve pesquisa, dados, definição de público e funil de vendas

Marketing é a tese. Sem ele, nada mais funciona.

# Publicidade — a execução paga.

É a ponta visível da divulgação. Só funciona quando tem estratégia por trás.

- É o anúncio, o impulsionamento
- Google Ads, Meta Ads, outdoors
- Dentro do marketing, é a parte que o público vê
- Precisa respeitar o **Provimento 205/2021** da OAB

Publicidade é a sustentação oral da sua tese.

# Comunicação — a linguagem.

É como você fala, escreve e aparece. É o que faz o cliente entender — ou não.

- Como você **fala**

---

- Como você **escreve**

---

- Como você **aparece**

---

- Tom de voz, visual, mensagem, clareza

Comunicação é como você redige a petição.

**Marketing é a tese. Publicidade é a sustentação oral.  
Comunicação é como você redige a petição.**

UMA TESE FRACA, NEM A MELHOR ORATÓRIA SALVA

# O erro mais comum do advogado iniciante.

Começar pela publicidade sem ter marketing nem comunicação. Queima dinheiro e não gera cliente.

## PASSO 1

### Paga anúncio

Impulsiona post, coloca Google Ads — sem estratégia, sem definição de público.

## PASSO 2

### Fala para colegas

Linguagem técnica demais, juridiquês. O cliente que ia contratar não entende.

## RESULTADO

### Zero cliente

Dinheiro queimado, frustração e a conclusão errada de que "marketing jurídico não funciona".

# Provimento 205/2021 — a regra do jogo.

O que pode e o que não pode em publicidade na advocacia. Fundamental para qualquer estratégia.

## PODE

- ✓ Informar serviços, áreas de atuação, formação
- ✓ Publicar conteúdo educativo e informativo
- ✓ Anunciar em redes sociais com moderação
- ✓ Divulgar participação em eventos, cursos, palestras
- ✓ Impulsionar publicações respeitando regras éticas

## NÃO PODE

- ✗ Prometer resultado (ganhar causa, êxito garantido)
- ✗ Divulgar valores de honorários em anúncio público
- ✗ Mercantilizar ("promoção", "desconto", "pacote")
- ✗ Comparação direta com outros advogados
- ✗ Caso concreto com identificação do cliente
- ✗ Adjetivos autoelogiosos ("o melhor", "top 1")

# Dúvidas?

BLOCO 02 · 10 MIN

# Posicionamento.

A decisão mais importante antes de **qualquer post**.

# Como o cliente pesquisa um advogado em 2026?

O comportamento mudou. Quem entende esses números decide melhor onde investir tempo e energia.

**91,7%**

usam Google para pesquisar advogado antes de contratar

**30%**

validam em redes sociais (Instagram, TikTok)

**20,5%**

já usam ChatGPT ou IA para escolher profissional

**144M**

brasileiros ativos no Instagram (Jan 2025)

**41%**

já usam TikTok como mecanismo de busca

**64%**

da Geração Z descobre marcas via TikTok/Instagram

Fontes: Comscore, NapoleonCat, Adobe Research, Google Consumer Insights.

O cliente mudou. Hoje ele **pesquisa, compara e valida no digital** — antes mesmo de ligar.

QUEM NÃO APARECE, NÃO É LEMBRADO

## Nicho não limita. **Concentra.**

Muita gente tem medo de escolher nicho porque acha que vai perder cliente. É o contrário: quem não tem nicho perde cliente todo dia.

"Advogado que fala de tudo não é referência em nada. Referência é lembrança. Lembrança é contratação."

*Escolher uma área multiplica sua clareza de comunicação — e a sua capacidade de ser lembrado pelo cliente certo, na hora certa.*

# Os 4 critérios para escolher seu nicho.

## 01 · DEMANDA

### Tem gente procurando?

O problema que você resolve gera buscas frequentes? Existe volume de clientes em potencial?

## 02 · RENTABILIDADE

### O ticket compensa?

O valor médio do caso compensa o esforço de captação e execução? Você consegue viver desse volume?

## 03 · TEMPO DE RETORNO

### Curto, médio ou longo?

Quanto tempo leva da primeira publicação até o primeiro cliente? Você tem fôlego financeiro pra esperar?

## 04 · AFINIDADE

### Você gosta da área?

Atuar em uma área que você não gosta envenena o discurso. O cliente sente. Prefira o que te dá energia.

# Cada nicho tem um **ciclo diferente.**

Escolher o nicho errado para o tempo que você pode esperar é o caminho mais rápido para desistir antes do resultado aparecer.

**1-3 MESES**

**Trabalhista  
Consumidor**

Retorno rápido. Tráfego + conteúdo leve funciona bem para CLT e direito do consumidor.

**3-6 MESES**

**Previdenciário  
Família**

Retorno médio. Exige autoridade construída e conteúdo consistente.

**3-6 MESES**

**Cível  
Imobiliário**

Retorno médio. Mistura de tráfego e conteúdo educativo funciona bem.

**6-12+ MESES**

**Empresarial  
Sucessório · Tributário**

Retorno longo. Exige autoridade, eventos, networking e ticket alto.

# Marca pessoal ou **marca de escritório?**

Duas estratégias com lógicas diferentes. Ambas válidas. A escolha depende do seu momento.

## PESSOA FÍSICA

Dr. Fulano Advocacia

- ✓ Constrói autoridade pessoal
- ✓ Mais fácil de criar conexão
- ✓ Depende de você aparecer
- ✓ Menos escalável a longo prazo

## PESSOA JURÍDICA

Fulano & Advogados

- ✓ Constrói marca institucional
- ✓ Escalável
- ✓ Sai do "depende de você"
- ✓ Exige mais estrutura e tempo

Começando? **Pessoa física**. Escritório estruturado? Comece a transição para institucional em paralelo.

**Foco traz consistência. Consistência traz lembrança.  
Lembrança traz cliente.**

O CAMINHO SEMPRE É ESSE · NA ORDEM

# Dúvidas?

BLOCO 03 · 12 MIN

# Conteúdo.

Não é sobre aparecer. É sobre **ser útil pra quem contrata você.**

# O maior erro **na produção de conteúdo.**

A maioria dos advogados produz conteúdo pensando nos colegas, não no cliente. Resultado: likes de advogados, zero contrato.

- Produzir conteúdo **para colegas de profissão**, não para o cliente
- Escrever de **forma técnica demais** (juridiquês)
- Falar **o que todo mundo já fala** — sem diferencial
- Compartilhar **peças e decisões** que só advogado entende

Se o cliente não entende, não conecta. Se não conecta, não contrata.

# A fórmula **que funciona.**

**DÚVIDA REAL + RESPOSTA CLARA + EXEMPLO APLICADO**

## **EXEMPLO PRÁTICO · DIREITO TRABALHISTA**

**Dúvida real:** "Meu chefe pode me demitir depois da licença-maternidade?"

**Resposta clara:** Não. A CLT garante estabilidade por 5 meses após o parto.

**Exemplo:** A Mariana foi demitida 4 meses depois da licença. Ela pediu reintegração — e a Justiça condenou a empresa a pagar o período estável integral.

# Três tipos, três objetivos.

Todo escritório precisa dos três. Equilibrar é o que constrói presença real — e não apenas aparição pontual.

## TIPO 1

### Visibilidade

**Reels curtos, ganchos fortes, viral.** Serve para atrair desconhecido — alguém que nunca ouviu falar de você descobre seu perfil.

## TIPO 2

### Autoridade

**Carrosséis, posts explicativos, vídeos médios.** Serve para educar — mostrar que você domina o assunto de forma clara.

## TIPO 3

### Conexão

**Stories, bastidor, storytelling.** Serve para humanizar — o cliente vê você como pessoa, não só como profissional.

# Cada formato **tem um papel.**

Misturar objetivos no mesmo formato é o que destrói a estratégia. Cada lugar cumpre uma função específica no funil.

FEED

**Autoridade + Posicionamento**

Onde o cliente futuro descobre você. Precisa parecer profissional, sério, consistente.

STORIES

**Relacionamento + Conexão**

Dia a dia, bastidor, proximidade. Só vê quem já te segue. Humaniza a marca.

REELS

**Alcance + Visibilidade**

Onde você atrai quem ainda não te segue. Precisa de gancho forte nos primeiros 3 segundos.

DIRECT

**Atendimento + Venda**

Onde o cliente te procura. Velocidade de resposta é o que converte — ou perde — o lead.

# O segredo não é criar muito — é criar bem.

A pressão de postar todos os dias é o que destrói a qualidade e te faz desistir. Volume sem clareza é ruído, não estratégia.

3 posts bons por semana  
é melhor do que 10 posts ruins

- **Consistência** vale mais que volume
- **Clareza** vale mais que perfeição
- **Publicar** vale mais que esperar estar 100%

# O bloqueio criativo **acabou.**

Você sente pra gravar um Reels e trava. A IA resolve isso em 2 minutos. Essa é a maior mudança dos últimos 3 anos para quem produz conteúdo.

- **Roteiro de Reels** em 2 minutos
- **Carrossel de 7 slides** sobre qualquer tema
- **Legenda otimizada** para engajamento
- **20 ideias de conteúdo** semanais em segundos
- **Adaptação de jurídiquês** para linguagem do cliente

Agora é o momento da demonstração ao vivo — quem me dá uma dúvida real de cliente?

# Copie e use **hoje mesmo.**

Este é o prompt exato que uso para gerar roteiros de Reels jurídicos. Funciona em Claude, ChatGPT, Gemini — qualquer IA decente.

P R O M P T

"Você é especialista em conteúdo jurídico para Instagram.  
Crie um roteiro de **Reels de 45 segundos** sobre **[TEMA]**, seguindo a estrutura:

1. Gancho nos primeiros 3 segundos (pergunta provocativa ou afirmação impactante)
2. Desenvolvimento claro, sem juridiquês (máximo 4 frases)
3. Exemplo prático aplicado ao dia a dia
4. CTA (call to action) sutil no final

Tom leve, humano, para leigos. Respeite o **Provimento 205/2021** da OAB – nada de promessa de resultado, valores ou mercantilização.

Me entregue: (a) roteiro falado; (b) legenda do post; (c) 3 sugestões de primeira frase para testar."

# Dúvidas?

BLOCO 04 · 07 MIN

# Tráfego Pago.

Acelerador, não solução mágica.

# Antes de botar **um real em anúncio** — responda.

Estas 4 perguntas separam quem queima dinheiro de quem usa tráfego como alavanca real. Sem respostas claras, não anuncie.

## PERGUNTA 01

### Quem é o público?

Demografia, localização, momento de vida. Generalizar é o primeiro erro — "todo mundo" não é público.

## PERGUNTA 02

### Qual é a oferta?

Você oferece o quê exatamente? Reconhecimento de vínculo, revisão de INSS, holding familiar? Quanto mais específico, melhor.

## PERGUNTA 03

### Qual é o objetivo final?

Captar lead? Construir autoridade? Remarketing? Cada objetivo pede um tipo diferente de campanha.

## PERGUNTA 04

### Qual é o caminho até lá?

Tráfego puro? Tráfego + conteúdo? Tráfego + autoridade + eventos? O caminho define o orçamento e o prazo.

# Dois exemplos reais de caminho.

Veja como o mesmo objetivo (mais clientes) pede caminhos completamente diferentes conforme o nicho.

## EXEMPLO 1 · TRABALHISTA

### Trabalhador CLT sem CTPS

**Público:** CLT sem carteira assinada

**Oferta:** Reconhecimento de vínculo

**Objetivo:** Mais clientes

**Caminho:** Tráfego forte + conteúdo leve

Retorno em **3 meses**

## EXEMPLO 2 · EMPRESARIAL

### Empresário médio/alto padrão

**Público:** Empresários com faturamento alto

**Oferta:** Assessoria jurídica mensal

**Objetivo:** Mais clientes

**Marketing sem tráfego é lento. Tráfego sem marketing é desperdício.**

OS DOIS JUNTOS · ESSA É A EQUAÇÃO

# Como o Claude ajuda **no tráfego pago**.

Anúncio é teste constante de hipótese. IA acelera criação, variação e análise — você testa mais em menos tempo.

- Gerar **10 variações de headline** para testar em campanha

---

- Escrever copy de anúncio **dentro do Provimento 205**

---

- Criar **personas detalhadas** do seu público-alvo

---

- Analisar **performance de campanha** e sugerir otimizações

---

- Definir **palavras-chave negativas** para não queimar orçamento

# Dúvidas?

BLOCO 05 · 08 MIN

# Comercial e Atendimento.

Você atrai 100 leads. Se não sabe atender, **vira 0 contrato.**

# Os 4 motivos **mais comuns** de lead perdido.

Atendimento é o ponto mais fraco da maioria dos escritórios. Se não souber, vai continuar vendo o dinheiro do tráfego escorrer.

## MOTIVO 01

### **Demora na resposta**

Lead esperou mais de 1h — já esfriou, já foi buscar outro advogado. A janela de calor é curta.

## MOTIVO 02

### **WhatsApp frio**

Mensagem genérica, copiou e colou. O cliente percebe que é robotizado e desengaja imediatamente.

## MOTIVO 03

### **Reunião sem roteiro**

Advogado fala demais, cliente sai confuso. Sem diagnóstico claro, não tem proposta boa.

## MOTIVO 04

### **Proposta genérica**

Mesmo template pra todo mundo. O cliente que pagou atenção na reunião não vê a própria dor na proposta.

# Do lead ao contrato — o funil comercial.

Toda advocacia que converte bem tem esse processo claro. Sem ele, você improvisa em cada cliente — e improvisado não escala.

ETAPA 01

## Lead

DM, WhatsApp, formulário, indicação

ETAPA 02

## Qualificação

É o cliente certo? Tem o problema que resolvo?

ETAPA 03

## Diagnóstico

Escuta profunda na reunião. Não venda direta.

ETAPA 04

## Proposta

Personalizada, com caso parecido, escopo claro.

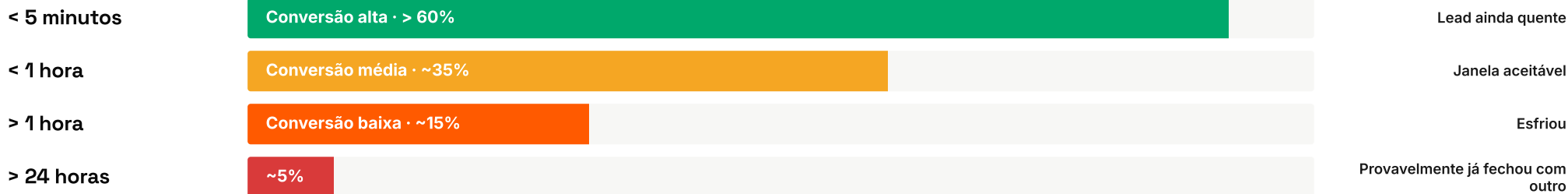
ETAPA 05

## Fechamento

Condução clara, sem empurrão. Contrato assinado.

# Tempo de resposta vs. taxa de conversão.

Se tem uma métrica que separa escritório que converte de escritório que sofre, é esta. E nenhuma vale 100% como velocidade.



# Modelo de primeira resposta no WhatsApp.

Este modelo converte mais do que 80% dos templates genéricos que vejo por aí. Copia, adapta ao seu tom e usa.

Olá **[Nome]**, aqui é o **Dr./Dra. [X]**.

Recebi seu contato sobre **[assunto]**.

Antes de te passar qualquer informação, preciso entender melhor a sua situação — cada caso tem particularidades que mudam completamente a resposta.

Posso te ligar agora, ou prefere que a gente agende uma conversa de **15 minutos** hoje ainda?

Todo cliente bem atendido vira **indicação**. Todo mal atendido vira **depoimento ruim**.

ATENDIMENTO É EXTENSÃO DO MARKETING

# Como o Claude ajuda **no comercial.**

A maior alavanca aqui é consistência. IA padroniza o que cada contato precisa, e libera você para focar no caso em si.

- **Roteiro de qualificação** de lead (5 perguntas certas antes da reunião)

---

- **Modelos de primeira resposta** no WhatsApp, adaptados ao contexto

---

- **Template de proposta** personalizada por tipo de caso

---

- **Simulador de objeções** ("cliente disse X, como respondo?")

---

- **Resumo de reunião** para follow-up no dia seguinte

---

- **Análise de motivo** de perda de lead a cada mês

# Dúvidas?

# Claude — o multiplicador de tudo.

Você não precisa ser um escritório grande pra produzir como um escritório grande. A IA virou o equalizador do jogo.

## CONTEÚDO

Roteiros de Reels, carrosséis, legendas, ideias semanais, adaptação de jurídiquês.

## ANÁLISE JURÍDICA

Resumo de processos longos, análise de jurisprudência, revisão de contratos complexos.

## REDAÇÃO ASSISTIDA

Petições, pareceres, notificações — sempre com revisão humana, nunca sem.

## ATENDIMENTO

Roteiro de qualificação, respostas padrão, templates de proposta, follow-up.

## ORGANIZAÇÃO

Calendário editorial, planejamento semanal, agenda, priorização de tarefas.

## ESTRATÉGIA

Brainstorm, análise de concorrência, definição de ICP, planejamento de campanhas.

# Existem várias IAs. Por que Claude?

Testei todas. Essa é a que uso todo dia na 5LAW, e a que recomendo para contexto jurídico brasileiro. Vale destacar por quê.

- **Qualidade superior** em escrita e raciocínio longo

---

- Lida bem com **documentos extensos** (processos inteiros, contratos grandes)

---

- **Português nativo** de alta qualidade — sem traduzir do inglês

---

- **Janela de contexto de 1 milhão de tokens** (equivalente a milhares de páginas)

---

- **Segurança e privacidade** maiores — Anthropic não treina modelos com seus dados

---

- Excelente para **contexto jurídico brasileiro** e estruturas de peças

CTA · OFERTA EXCLUSIVA

# Ganhe uma semana grátis de Claude Code.

Escaneia agora e começa a testar. É a ferramenta que mudou minha produtividade e a da 5LAW nos últimos meses.

[claude.ai/referral/o\\_sXk9K3bA](https://claude.ai/referral/o_sXk9K3bA)



# Se você lembrar de **só três coisas** hoje...

1

## **Posicionamento é decisão**

Sem posicionamento claro, nada funciona. Nem conteúdo, nem tráfego, nem atendimento. Decida primeiro — depois execute.

2

## **Conteúdo é valor**

Não é exibição de técnica pra colegas. É entrega de valor pra quem pode te contratar. Se o cliente não entende, não conecta.

3

## **Tráfego, comercial e IA aceleram**

Mas só aceleram quem tem estratégia. Sem base, tudo isso é desperdício — só multiplica o barulho.

OFERTA EXCLUSIVA · 10 VAGAS

# 5LAW Kickstart.

O programa de aceleração para o jovem advogado sair do zero. Estratégia 1:1 de 2h + identidade visual + 8 conteúdos + landing page + kit de IA.

R\$ 750 em 10x · Apenas 10 vagas

[kickstart.5law.com.br](https://kickstart.5law.com.br)



**5LAW**

ACELERADORA JURÍDICA

Por uma advocacia mais  
**próspera e de resultados reais.**

5law.com.br · @5law.marketing · Natal · RN · Atuação Nacional