

O marketing digital refere-se à utilização de técnicas e publicidade para promover produtos ou serviços no meio digital. O objetivo da implementação dessas técnicas é persuadir o público-alvo, convencê-los a adquirir os produtos ou a contratar os serviços anunciados.

Nesse contexto, o marketing digital pode ser utilizado pelos advogados a fim de potencializar os lucros. De um modo geral, o profissional da advocacia se destaca no meio digital por oferecer um conteúdo interessante e de qualidade, principalmente mediante as redes sociais.

Uma das técnicas de marketing permitidas pelo Código de Ética da OAB para os advogados é o Inbound Marketing. Trata-se de uma estratégia em que são empregadas um conjunto de técnicas de marketing utilizadas com a finalidade de impulsionar e atrair possíveis clientes. O advogado poderá fazer isso por produzir e compartilhar conteúdos úteis, interessantes e relevantes, levando em consideração o público-alvo que planeja alcançar. Podem ser abordados também conteúdos atuais.

Relembrando que o conteúdo publicado deve ser meramente informativo. Como visto nas aulas anteriores, o Estatuto da OAB proíbe que o advogado se promova diretamente para os clientes.

O Inbound Marketing possui as seguintes técnicas:

1. Atrair os usuários, mediante a propagação de conteúdos ricos, úteis e interessantes nas redes sociais.
2. Converter os usuários, atraindo-os a serem potenciais clientes.
3. Fechar um negócio, no qual os seguidores se tornaram clientes.
4. Encantar os clientes, por apresentá-los um serviço de qualidade para a prova social.