

Geração de clientes para escritórios de advocacia

12 ações que funcionam dentro das regras da OAB — e as 5 que colocam o registro em risco

Leia antes de tudo: a advocacia não pode fazer captação ativa de clientela — o Provimento 205/2021 do Conselho Federal da OAB e o Código de Ética permitem marketing informativo e presença digital, mas vedam a oferta direta de serviços a quem não pediu. Este guia foi montado nessa fronteira: as ações abaixo geram demanda por autoridade e relacionamento, não por abordagem comercial. Na dúvida sobre um caso concreto, consulte a Comissão de Ética da sua seccional.

1 · Autoridade que atrai (a base de tudo)

- ☐ **Escolha 1–2 nichos e seja conhecido por eles.**
"Advogado empresarial" não posiciona; "reestruturação de dívidas de indústrias" sim. Nicho definido multiplica indicação.
- ☐ **Publique conteúdo informativo com constância.**
Artigos, LinkedIn e newsletter explicando mudanças de lei e riscos do setor-alvo — permitido e incentivado pelo Provimento, desde que sem promessa de resultado.
- ☐ **Transforme dúvidas recorrentes de clientes em conteúdo.**
Cada pergunta que o escritório responde por e-mail é um artigo que atrai quem tem o mesmo problema.
- ☐ **Dê aulas, palestras e webinars para o setor do seu nicho.**
Associações setoriais e sindicatos patronais vivem procurando pauta jurídica — é a vitrine ética mais eficiente que existe.

2 · Inteligência de mercado (onde os dados entram)

- ☐ **Mapeie o universo de empresas do seu nicho.**
Quantas indústrias existem na sua região? De que porte? Com dados cadastrais (CNAE, porte, localização), o escritório dimensiona o mercado e prioriza setores — inteligência, não abordagem.
- ☐ **Monitore eventos societários e setoriais.**
Aberturas, filiais, mudanças de quadro societário e crescimento acelerado indicam demanda jurídica futura (contratos, trabalhista, tributário) — e orientam a pauta do seu conteúdo.
- ☐ **Enriqueça e organize a base de contatos que você JÁ tem.**
Clientes atuais, ex-clientes e contatos de eventos com dados atualizados (empresa, cargo, e-mail).
Relacionamento com quem já se conectou ao escritório não é captação.
- ☐ **Use dados para preparar reuniões e due diligence.**
Chegar à conversa sabendo o quadro societário, o porte e as pendências públicas da empresa transmite senioridade — e encurta a decisão.

3 · Relacionamento que gera indicação

- ☐ **Construa rede com quem atende o mesmo nicho sem competir.**
Contadores, consultorias e bancos de relacionamento são a maior fonte de indicação qualificada da advocacia.
- ☐ **Crie um programa de relacionamento com clientes atuais.**
Cliente bem atendido e bem informado indica — envie alertas jurídicos do setor dele, não propaganda.
- ☐ **Peça a indicação do jeito certo.**
Ao encerrar um caso com resultado reconhecido, pergunte: "quem mais do seu setor enfrenta isso?" — indicação espontânea provocada é lícita e converte.
- ☐ **Meça o funil como uma operação.**
De onde vêm os clientes novos (conteúdo, indicação, evento, rede)? Qual canal converte mais? Sem medir, o esforço se dilui.

4 · O que NÃO fazer (risco ético real)

- ✗ **Cold call / cold mail oferecendo serviços advocatícios.**
Captação ativa de clientela é vedada — o que em outros mercados é cadência, na advocacia é infração ética.
- ✗ **Prometer resultado ou usar caso concreto sem autorização.**
Inclusive em depoimento de cliente e post de rede social.
- ✗ **Anúncio pago apontando para oferta de serviço.**
Publicidade paga é admitida apenas em caráter informativo, com as restrições do Provimento 205/2021.
- ✗ **Comprar lista de potenciais clientes para abordagem direta.**
Dados de mercado servem para inteligência e conteúdo (seção 2) — não para disparo comercial em nome do escritório.
- ✗ **Mercantilizar a comunicação.**
Preço em destaque, "promoção", urgência artificial — a publicidade da advocacia deve ser sóbria e informativa.

Onde a Data Stone entra: nas ações da seção 2 — dimensionar o mercado do nicho, acompanhar o movimento das empresas-alvo e manter a base de contatos existente enriquecida e atualizada. A conta gratuita da Stone Station vem com 25 créditos para testar com o seu nicho (datastone.com.br/precos).

Material do Blog Data Stone — datastone.com.br/blog · Conteúdo informativo; não substitui a consulta ao Código de Ética e Disciplina da OAB, ao Provimento 205/2021 e à Comissão de Ética da sua seccional.