

Guia do Advogado

Como vender mais através de relacionamento por email



**ProJuris
ONE**
SOFTWARE JURÍDICO
PARA ADVOGADOS



**ProJuris
OFFICE**
SOFTWARE JURÍDICO
PARA ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA



**ProJuris
ENTERPRISE**
SOFTWARE JURÍDICO
PARA DEPARTAMENTO JURÍDICO

Índice

Sobre o ProJuris	3
Introdução.....	5
Existem apenas duas formas de um advogado vender seus serviços:.....	5
O dia a dia do advogado.....	7
Desconstruindo e entendendo a mensagem.....	9
Transformando a mensagem em uma mensagem vendedora.....	11
Percebeu a diferença?	11
Você também vai gostar de ler.....	13
Referências	14

Sobre o ProJuris



ProJuris possui quase 3 décadas de história, é o primeiro software jurídico online do Brasil, e é a principal referência em software jurídico do país. Possui versões específicas para advogados, escritórios de advocacia e departamentos jurídicos, com mais de 10 mil clientes utilizando nossas soluções.

Possuímos outros materiais disponíveis em nossa Universidade ProJuris, e temos sempre novidades interessantes. Apareça porque o que é bom precisa ser compartilhado!

<http://www.projuris.com.br/universidade-projuris/>

Introdução



Introdução

Amigos advogados, não é de hoje e nosso [histórico de publicações](#) sobre o tema não nos deixa mentir, temos uma preocupação e necessidade constante em conseguir [adquirir mais clientes para nossos escritórios](#). Para facilitar a aplicação deste material, vamos simplificar o artigo e partir do princípio que nem todos os leitores possuem uma equipe de apoio em seus escritórios, com secretária, estagiários ou qualquer outro apoio, mantendo o material simples e garantindo que mesmo sozinho uma pessoa possa colocá-lo em prática, ok?

Antes de continuarmos, é importante entendermos:

Existem apenas duas formas de um advogado vender seus serviços:

- **Vender seus serviços a novos clientes;**
- **Vender outros serviços para os atuais clientes.**

Existem também diversas formas de melhorar os resultados financeiros de um advogado e/ou escritório, mas hoje em específico vamos falar sobre o aumento de vendas de serviços através da manutenção de relacionamento com seus clientes através de emails a fim de aumentar seu faturamento e/ou rentabilidade, vendendo mais e melhor seus serviços.

De acordo com o [Referral Squirrel](#), a venda de serviços costuma depender de tentativas de contato e acompanhamento constante com os clientes ou futuros clientes, de acordo com os números abaixo:

- 2% das vendas são feitas no primeiro contato;
- 3% das vendas são feitas no segundo contato;
- 5% das vendas são feitas no terceiro contato;
- 10% das vendas são feitas no quarto contato;
- 80% das vendas são feitas no entre o quinto e vigésimo contato.

Com estes dados em mãos, podemos concluir que: **É só mandar mais de 5 emails para as potenciais clientes e esperar que eles comprem seus serviços, correto?**

ERRADO!

O dia a dia do advogado



O dia a dia do advogado

Todos nós já passamos por isso em algum momento de nosso dia a dia:

- Estamos muito ocupados/atarefados;
- Estamos desesperados querendo vender mais rápido;
- Estamos perdidos em como fazer contato com clientes e prospects.

Neste momento acabamos mandando aquele email "padrão" apenas checando como anda seu cliente. Veja se você se identifica com o exemplo de email abaixo:

"Olá Rafael, como vai?"

Escrevo apenas para saber como ficou aquela consultoria jurídica que conversamos anteriormente, algum retorno?

Se você tiver uns minutinhos podemos conversar novamente na semana que vem, que tal?

Me avise se tiver algo que eu possa fazer.

Um abraço.

Dr. José Maria

OAB/SP - 123456"

Você percebe o quão egoísta foi este email? Seu cliente percebeu e vamos explicar:

Tipo do email:

1. Discurso normalmente utilizado por vendedores tentando contato e não advogados interessados na causa do cliente;
2. Uma tentativa desesperada de dizer "Oi, estou aqui e preciso que você compre meus serviços";

Sinônimo:

Preguiça, sonolento, chato e intrusivo.

Desconstruindo e entendendo a mensagem



Desconstruindo e entendendo a mensagem

Vamos desconstruir a mensagem acima para facilitar a sua compreensão de como esta mensagem seria percebida pelos seus clientes ou futuros clientes:

"Olá Rafael, como vai?"

1 - Uma saudação genérica, praticamente sem nenhuma personalização.

"Escrevo apenas para saber como ficou aquela consultoria jurídica que conversamos anteriormente, algum retorno?"

"Você tem um tempinho para podermos conversar na semana que vem, que tal?"

1 - Você admite que só está apenas checando a situação e não tem nada mais a adicionar à conversa. Nada útil nem interessante.

2 - Você está pedindo informações, ao invés de fornece-las como profissional especialista que é.

"Me avise se tiver algo que eu possa fazer."

1 - Você termina o email com uma ação genérica, sem dizer exatamente o que precisa ser feito ou qual a próxima etapa nesta conversa.

Transformando em uma mensagem vendedora



Transformando a mensagem em uma mensagem vendedora

Para que seu relacionamento seja bem sucedido e consiga ser convertido em uma venda é imprescindível que você [melhore a forma como ele está sendo feito](#), e para tal, você precisará atrair e informar seu cliente ou futuro cliente, **ajudando-o a compreender sua mensagem** e dar o próximo passo na compra de seu serviço.

A melhor maneira de fazer isso é dar um "gostinho" de personalização e cuidado a seu email. Sugerimos que você utilize o [google alerts](#) e o [linkedin](#) para encontrar um gancho interessante para sua mensagem, seja ele uma notícia relacionada à temática de seu contato, um grupo de discussão da mesma temática no linkedin ou qualquer outra informação que mostre que **voce se importa com a evolução DELE e não apenas SUA.**

No exemplo abaixo temos esta mesma conversa adaptada, para tornar-se mais relevante:

"Olá Rafael.

Encontrei um artigo sobre "Benefícios da Consultoria Jurídica para empresas de médio e grande pote" no grupo "Consultoria Jurídica" do LinkedIn. Acredito que será bastante útil para você, segue o endereço: <https://www.linkedin.com/groups/consultoria-juridica>

Separei alguns artigos e uma lista de clientes de porte similar ao seu para os quais já forneço consultoria jurídica. As 16 horas é um bom horário para conversarmos amanhã? Vou te mostrar como aumentar sua taxa de retorno e seu lucro efetivo com esta consultoria. Até amanhã!

Dr. José Maria

OAB/SP - 123456"

Percebeu a diferença?

Vamos analisar as diferenças entre um email e outro, novamente desconstruindo a mensagem para facilitar sua compreensão:

"Olá Rafael.

Encontrei um artigo sobre "Benefícios da Consultoria Jurídica para empresas de médio e grande pote" no grupo "Consultoria Jurídica" do LinkedIn. Acredito que será bastante útil para você, segue o endereço: <https://www.linkedin.com/groups/consultoria-juridica>

1 - Abertura personalizada, citando o tema de interesse do contato (consultoria jurídica).

2 - Link para um material de apoio extremamente relevante com a temática (consultoria jurídica).

"Separei alguns artigos e uma lista de clientes de porte similar ao seu para os quais já forneço consultoria jurídica. As 16 horas é um bom horário para conversarmos amanhã? Vou te mostrar como aumentar sua taxa de retorno e seu lucro efetivo com esta consultoria."

1 - Uma razão clara para o contato e apresentação de "próximos passos" para a conversa;

2 - Ligação do serviço com os benefícios que ele oferecerá, focada em ajudar o cliente.

"Até amanhã!"

1 - Instantaneidade da mensagem, obrigando uma resposta seja positiva aceitando o encontro, seja negativa sugerindo outra data.

Você também vai gostar de ler



O guia definitivo para abrir um escritório de advocacia

Entenda o que é necessário para abrir um escritório de advocacia

[Baixar agora](#)



Contratos Eletrônicos e seu benefícios práticos

Supere o paradigma da gestão eletrônica de contratos e usufrua de benefícios que tornarão sua empresa mais ágil neste processo.

[Baixar agora](#)



Marketing Jurídico: O que pode e o que não pode?

Você sempre se perguntou o que pode e o que não pode ser feito coimo ações de comunicação podem ajudar você e seu negócio?

[Baixar agora](#)

Referências

<http://tiagofachini.jusbrasil.com.br/artigos/145965684/melhores-praticas-para-aumentar-a-produtividade-de-seu-escritorio-de-advocacia>

<http://www.slideshare.net/HubSpot/how-to-avoid-sending-selfish-just-checking-in-follow-up-emails>

<http://www.projuris.com.br/o-que-um-software-de-crm-precisa-ter-para-auxiliar-o-trabalho-de-um-advogado/>

Guia do Advogado

Como vender mais através de relacionamento por email

