

COMO CONSTRUIR SEU ESCRITÓRIO DE ADVOCACIA HOME OFFICE LUCRATIVO

- DO ZERO, SEM 💰, SEM 👨‍👩‍👧, E TRABALHANDO NA PRAIA 🚀



Como Construir seu Escritório de Advocacia Home Office Lucrativo – do Zero, sem 💰, sem 🧑🏻‍💼, e Trabalhando na Praia 🚀

*“Meu escritório é na praia, eu tô sempre na área
Mas eu não sou da tua laia não. Meu escritório é na praia,
eu tô sempre na área. Mas eu não sou daquela laia não
Então deixe viver, deixe ficar. Deixe estar como está
Deixe viver, deixe ficar. Deixe estar como está”*

Zóio de Lula - Canção de Charlie Brown Jr. · 1999



Antes de tudo, deixa eu me apresentar e explicar meu propósito com a obra. Quero que essa leitura seja uma conversa real entre colegas advogados — ou futuros colegas — que sonham em prosperar na advocacia. Você verá com muita frequência uma mudança abrupta em temáticas, isso se dá por causa do meu TDAH.

Sei que nem todo mundo é apaixonado pela profissão, mas quase todos aceitariam viver de forma mais leve, longe da CLT e podendo trabalhar de...

Qualquer lugar do **mundo**.



Parece um sonho extremamente distante, mas se você escolheu direito. Saiba que é plenamente possível.

Meu nome é **Igor Guimarães Feliciano**, 25 anos. Tenho exatos 1 ano e seis meses de OAB ativa e **nenhum padrinho na advocacia**. O único advogado da família foi meu avô; ele partiu quando eu tinha quatro anos — e, sim, eu gosto de acreditar que ele está vendo tudo e torcendo por mim.

Em **2024**, a minha conta bancária marcava cerca de **R\$ 200**. Só isso. O que me segurava em pé era saber que a **carteira vermelha** recém-conquistada ainda me daria muito dinheiro.

Além da certeza teimosa de que dali eu iria construir alguma coisa grande. Eu não herdei dinheiro, sobrenome ou carteira de clientes. Herdei **vontade**.

Toda vez que eu lembrava da carteira no meu bolso, eu pensava: *ninguém vai me entregar um futuro pronto*. É estudo, tentativa, erro, ajuste e mais uma tentativa. Foi assim que comecei — do zero, com pouco dinheiro e nenhum atalho — transformando cada dia em um passo real, sem desculpa e sem glamour.



Comecei minha vida Pós-OAB **como copywriter**. Aprendi a escrever de verdade. **Escrever a verdade nua e crua**. E na advocacia isso muda o jogo: não é só “saber peticionar”, é **comunicar** — com o juiz, com a parte contrária, com o cliente e com você mesmo.

É por isso que **marketing e copywriting** são essenciais para quem está começando: posicionam, dão clareza e **abrem portas (marketing e copy boa é dinheiro!!!!)**. E, sim, **estão escassos** entre muitos colegas.



A maioria escreve para o processo; poucos escrevem para **gente**. Quem domina essa ponte cresce mais rápido.

Desse choque entre prática jurídica e comunicação nasceu o que chamo de uma boa **copy jurídica**: **copy persuasiva + técnica jurídica aplicada**. Não é enfeite. É engenharia de decisão. Tutela, por natureza, **precisa convencer**. Aprendi isso com o Dr. **Luiz Rocha** (juiz aposentado, hoje advogado de sucesso): **a petição que funciona conversa com todos os envolvidos e é ENXUTA, OBJETIVA, DIRETA, o juiz não tem tempo para choro.**

Fala com o juiz (organiza fato, prova e direito em linha reta), **fala** com a parte contrária (antecipa objeções e já as desmonta) e fala com você/cliente (deixa claro o porquê, o como e o que pedir). Quando a **HARDCOPY** entra, a sensação é de **massacre unilateral**: o raciocínio fica tão amarrado que até o adversário entende que brigar ali é ruim negócio. Ético, técnico e **irresistível**.

Se o que você escreve:

- Um leigo entende.
- O juiz encontrar o problema e a melhor solução rapidamente.
- Responde outras perguntas que ainda não foram feitas.

Significa que você tem uma boa copy.

Lembram que eu falei sobre TDAH? Pois é, já estou falando sobre conteúdo sem nem antes falar de mim.

Bom, hoje sou sócio-fundador da **Pinheiro & Guimarães Advogados, Procurador Municipal da Ilha de Itamaracá**, fundador da agência de marketing **MKTWAVE** 🌊 e, acima de tudo, um sonhador — mas daqueles que não param até realizar.

Eis a parte chata do livro: **a carteira da OAB foi só o primeiro passo.**

O advogado que não tem atitude empreendedora fica pelo caminho. Quem aprende a investir em tráfego pago (impulsionar, meta ads, Google ads), automatizar sua operação (agente i.a, delegar, etc) e executar com excelência está fadado ao **sucesso**.

Porque é simples: **lead bom + operação organizada = dinheiro certo**.
O que falta para muitos é apenas direcionamento e planejamento.

O meu convite é direto: **largue a mentalidade tradicional e embarque na revolução digital da advocacia**.

Aqui você vai encontrar um passo a passo real: vendas, automação, parcerias, conteúdo e muito mais. Vou te mostrar como eu e minha equipe usamos **inteligência artificial, redes sociais e marketing** para captar clientes sem depender de escritório físico ou de parentes bem sucedidos.

Este material traz **dicas práticas** — para aplicar **amanhã** mesmo —, prompts de IA, exemplos de campanhas publicitárias e, no final, um plano de ação para você começar: montar sua página de captura, preparar um anúncio e disparar a primeira mensagem automática.

Mentalidade Empreendedora e Virada de Chave

Mudar de vida começa na cabeça. Advogado que só reclama de falta de cliente está vendo o jogo errado. A advocacia moderna exige **confiança, ação e criatividade**.

Não basta saber escrever uma petição; você precisa aprender a **vender soluções** e se esforçar muito para fazer o cliente acreditar que você é capaz...



Saia da estaca zero



A advocacia **tradicional** tinha força no boca a boca e na presença física. Hoje, o jogo é outro: você atende **de qualquer lugar** (casa, coworking, praia) e alcança gente do **Brasil inteiro** com:

tráfego pago e
gestão de marketing pessoal.

A chave é simples: **toda comunicação vale ouro.**

Vendas são tão essenciais quanto técnica

Ofereça **soluções** para dores reais (não “serviços genéricos”).

Delegue à IA o que é rotina: triagens, respostas iniciais, organização de documentos e redação.

Defina filtros no seu atendimento de IA: por exemplo, só prosseguir se o lead for elegível, e coloque condições de elegibilidade para ele, exemplo 2: em casos de bloqueio judicial eu cobro **3 a 5 mil reais** por processo, se o cliente está com apenas **uma** de suas contas bloqueada e com **menos de um salário mínimo... DESCARTA.** Ele não tem dinheiro para te pagar e ainda existe a chance de você ser xingado.

Assim, você descarta contatos **desqualificado** e foca no que vale a pena.

AQUI VAI O OURO PARA QUEM ESTÁ COMEÇANDO (essa é fantástica para quem é do consultivo trabalhista e tributário como eu) - **MAIS UMA DO...OURO DO TDAH:**



DICA PRÁTICA PARA CONSEGUIR CAIXA RÁPIDO, EU APLICO ISSO ATÉ HOJE QUANDO PRECISO FAZER DINHEIRO RÁPIDO.

(Pretendo fazer um treinamento sobre esses fechamentos, me cobrem)

Ligações frias nas áreas tributárias: Ligar para pequenos negócios locais ou antigos contatos oferecendo serviços de consultoria financeira, isso te abre portas para analisar situações financeiras de pequenas empresas e fechar

negócios que vão te render uma mensalidade extremamente satisfatória, mas saiba que:

Eu fechei o meu primeiro cliente com ligação fria depois de 50 ligações mal sucedidas, mas até **hoje** ele me dá **dinheiro**...

É simples e eficaz para descobrir demandas e gerar confiança sem investimento alto.

Segue um tutorial para ajudar vocês a procurar empresas com dívidas tributárias/trabalhistas: entre no site <https://www.listadevedores.pgfn.gov.br>, ele já abre no sistema de busca com diversos filtros que podem ser utilizados, o que te permite afunilar suas buscas para as teses que deseja:

CPF/CNPJ

Nome

UF

Todas

ATIVIDADE ECONÔMICA (CNAE)

Seção

Todas

DÍVIDA

Natureza da dívida

Todas

Faixa de valores (R\$)

Valor mínimo

0,00

Valor máximo

0,00

Minha recomendação é que vocês busquem empresas de todos os gêneros colocando o valor máximo de R\$ 500.000,00 de dívidas, ou seja, uma empresa pequena, no entanto com dinheiro suficiente para te pagar todos os meses uma bagatela de **500,00 / 1.000,00 / 1.500,00 / 2.000,00** reais.

Depois é só clicar em exportar a tabela e você terá um excel completo com uma mina de ouro para prospectar.

Playbook rápido: prospecção consultivo tributário via PGFN (revisto)

1. **Acesse:** <https://www.listadevedores.pgfn.gov.br>
2. **Filtre** por UF, natureza do débito e situação do crédito.
3. **Faixa-alvo:** empresas com **até R\$ 500.000,00** em dívidas (porte menor, dor real e capacidade de pagar mensalidade).
4. **Exporte** a lista e gere seu **Excel** de prospecção.
5. **Enriqueça a base (CNPJ)**
 - Consulte o **Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica** (Receita Federal):
situação cadastral, porte, CNAE, endereço, QSA (sócios/administradores).
 - Isso te dá contexto de operação, quem decide e onde abordar.
6. **Mapeie processos**
 - Pesquise o **CNPJ** nos **distribuidores** do **TJ** do estado, no **TRF** correspondente e, quando couber, nos sistemas eletrônicos (PJe/eproc/e-SAJ).
 - Verifique **execuções fiscais em curso**, penhoras, protestos e eventuais **parcelamentos**/acordos vigentes.
 - Resultado: você chega na conversa sabendo **o tamanho do problema**, o **grau de urgência** e o **melhor caminho** (transação, parcelamento, defesa, revisão).

7. Classifique oportunidades

- **Quente:** execução fiscal ajuizada / risco imediato (bloqueios, restrições).
- **Morna:** dívida ativa sem execução / espaço para **transação tributária**.
- **Fria:** passivo baixo e estável / educar e plantar semente (conteúdo + follow-up).

8. Monte a oferta como consultor jurídico-financeiro

- **Diagnóstico fiscal** (gratuito e rápido).
- **Plano de regularização:** transação/parcelamento, cronograma de caixa, **impacto no fluxo** e **CND** como meta.
- **Mensalidade** sugerida conforme complexidade: **R\$ 500 / R\$ 1.000 / R\$ 1.500 / R\$ 2.000**.

9. Planilha-modelo (colunas úteis)

- CNPJ | Razão Social | UF | Valor consolidado (PGFN) | Situação (CDA/parcelado) | CNAE | Porte | QSA (nome/contato) | Processos (TJ/TRF) | Fase | Risco (alto/médio/baixo) | Próximo passo | Status/Follow-up.

10. Roteiro de abordagem (tributário, consultivo e ético)

- **Abertura:** "Oi, [Nome], tudo bem? Falo com o responsável financeiro da [Empresa]? Sou o Igor, consultor financeiro. Levantei **informações públicas** sobre a situação fiscal da empresa e posso oferecer **um diagnóstico sem custo** para reduzir risco e **organizar o caixa**."

- **Valor em 15 min:** “Eu te mostro cenários de **transação/parcelamento**, impacto no fluxo de caixa e como a empresa pode **voltar a emitir CND**.”
- **Agenda:** “Pode ser amanhã às 9h ou 14h? Envio a lista mínima de documentos no WhatsApp.”

Por que isso funciona?

Você não “vende milagre”. Você chega com **informação concreta**, fala a língua do **caixa** e apresenta um **plano executável**. Isso te posiciona como **consultor jurídico-financeiro** — e não como mais um vendedor de ação.

Resumo em uma linha:

PGFN → Excel → CNPJ (Receita) → Processos (TJ/TRF) → Classificação de risco → **Oferta consultiva**.

Chegue sabendo **quem é, o que tem, o que dói e como resolver** — e vender fica consequência.

Técnica excelente + filtro inteligente + prospecção ativa e passiva = caixa previsível.

O resto é **ritmo**: comunicar todo dia, ajustar a oferta e **executar**.

- **Equipe enxuta, sem custos fixos:** No início, tenha só você e talvez um estagiário remoto.

Use IA e automações para suprir estrutura. Imagine ter uma assistente virtual (por exemplo, um chatbot) coletando informações 24h: ela **qualifica leads e agenda reuniões** sem tomar seu tempo.

E isso tudo através de uma automação com n8n (papo de programador) acoplado com o Chatgpt que através de prompts coordenados ele atenderá seu lead, qualificará ele e te enviará um invite no google agenda/email marcando uma reunião mais minuciosa.

Por óbvio que, ao qualificar o lead, a obrigação agora é sua de fechar o negócio e é por isso que você deve entender de vendas e estudar muito o tema da demanda.

- **Ecossistema de referências - Capacitar indicadores é igual comprar dividendos:** Cada caso atendido bem vira uma fonte de renda infinita. A estratégia é **criar uma rede de indicações:** outros **advogados, influenciadores do direito** e **clientes satisfeitos** indicarão novos clientes para você.

Cultive esse ecossistema de parceiros e indicadores. (Por exemplo: toda semana marque um encontro para networking; participe de lives e podcasts; Crie conteúdo; Publique artigos; Esteja presente em eventos e congressos; Instigue amizades promissoras da faculdade; **incentive indicações!** – tudo isso paga dividendos na forma de novos casos.)

Montando um Escritório 100% Digital com Menos de R\$100

Acorde para a nova atual realidade: você não precisa de endereço físico caro, veja eu:

Meu **endereço fiscal** do escritório é em Boa Viagem - Recife/PE, eu trabalho como Procurador em uma ilha (Itamaracá), e moro em um terceiro ponto completamente diferente dos citados. Ou seja...

Hoje você pode **trabalhar na areia da praia** tomando um **raspa-raspa**.



Com **R\$100** iniciais dá pra montar tudo.

Pense comigo: sem aluguel, sem contas altas de luz e água, seu único custo fixo inicial pode ser **a internet**, um domínio simples e ferramentas online.

Na prática:

- **Ambiente virtual completo:** Crie um site simples (lembre: domínio próprio transmite profissionalismo) e perfis em redes sociais. Exemplos reais de escritórios pelo Brasil já provam: tudo pode ser gerido na nuvem, veja o meu pinheiroequimaraes.com.br.

- **Pandemia acelerou a tendência:** Em 2020 vimos que quem se adaptou venceu. Advogados passaram a assistir audiências por Zoom, assinar contratos digitalmente e atender via WhatsApp. Não volte para o passado: abrace isso como vantagem. E a I.A combinada com uma operação inteligente, esqueça! É a fórmula secreta para viver bem.

- **Redes Sociais e Marketing Digital:** Tenha presença em **Instagram, LinkedIn e até TikTok**. Produza conteúdo que mostre seu conhecimento jurídico e sua personalidade. Use e-mail marketing (inclusive estou lutando para criar

minha newsletter em breve está no ar) para nutrir contatos antigos e atuais (por exemplo, newsletter mensal com dicas úteis). Quanto mais você expõe valor gratuitamente, mais pessoas chegam até você naturalmente – e isso sem gastar muito.

- **Anúncios modestos:** Se decidir investir em tráfego pago, Google e redes permitem começar com R\$11–50 por dia. Mas você precisa entender isso:

Demanda + gatilhos/dor do lead + criativo perfeito + wpp business + agente I.a + operação = \$\$\$\$\$\$\$\$\$\$.

Equipamentos Mínimos: O Essencial para Começar

Nada de equipamento de luxo: o básico vale muito. Para ter um escritório home office funcional, invista em: - Um **notebook comum**. Para começar, o modelo intermediário atende chamadas de vídeo, processa documentos e roda softwares gratuitos.

- Um **smartphone confiável**. A maioria dos contatos e redes sociais roda pelo celular. Fones de ouvido com microfone (R\$50–100) resolvem reuniões e vídeos sem ruído.

- Um **suporte para celular ou notebook** (um tripé simples ou base dobrável) para firmar seu dispositivo nas gravações e videochamadas.

- Aplicativos básicos gratuitos ou baratos: **Canva** (para criar artes profissionais sem designer), **CapCut** (edição de vídeo fácil), **CamScanner** (digitalização rápida de documentos), além de portais jurídicos como **Jusfy** e **Jusbrasil** para pesquisa de jurisprudência. Ferramentas de gestão simples, como Google Sheets (Excel online), organizam planilhas de prazos e finanças. Com esses gastos, você não ultrapassa R\$100 iniciais e já está pronto para operar.

Com esse kit minimalista, você começa a atender clientes, gravar vídeos explicativos e gerir contratos eletronicamente.

CRM dos baixa renda: Notion, Trello e Planilhas

Se você é criativo e gosta do simples, esses sistemas são ótimos e você precisa de um sistema para não se afogar em prazos e tarefas. Ferramentas gratuitas são suas aliadas:

- **Trello:** um gerenciador de projetos com quadros (boards) e cartões que você personaliza. Use para acompanhar processos: crie colunas como "A Fazer", "Em Andamento" e "Concluído". Arraste cada caso pelo fluxo, colocando informações de audiências, documentos pendentes e responsáveis. É visual e simples.

**Posso fazer um vídeo sobre
como estruturar e organizar plataformas como essa,
já usei de tudo.**

Inclusive fiz grandes layouts no notion e Trello.

- **Planilhas Online (Excel/Google Sheets):** registre dados de clientes e finanças. Já existem templates gratuitos para advogados: eles ajudam a calcular honorários, controlar recebimentos e organizar casos (veja planilha-produtiva.com). Um campo para cada fase do processo, outro para gastos, tudo à mão. (Nunca subestime um excel feito por i.a)

- **Notion:** um "canivete suíço" digital. Use-o como banco de dados do escritório: cadastre clientes, mantenha modelos de petições e contratos, monte seu próprio calendário jurídico. Por exemplo, crie uma página de modelo de consulta inicial e duplique para cada cliente.

- **Plataformas Jurídicas (Jusfy, etc.):** destaque especial para o Jusfy – ele conecta advogados a clientes que precisam de orientação, funcionando como um marketplace jurídico. Vale explorar e cadastrar seus serviços. Além disso, ele tem diversas funções de buscar no CPF e CNPJ, fora cálculos trabalhistas, previdenciários, etc...

- **IA como assistente:** lembre-se: tudo isso de informação (clientes, casos, contatos) também fica disponível para sua IA (ChatGPT, Gemini, etc.). Se você alimentar essas ferramentas com notas bem organizadas, elas podem gerenciar rotinas repetitivas pra você (respostas automáticas, lembretes de prazos). Em resumo, mantenha seu sistema enxuto: alta produtividade com baixo custo.

O objetivo é: nunca perder um prazo ou dado importante. Com esses recursos, seu escritório fica organizado, profissional e leve, mesmo que você seja um. Valorize cada detalhe – o tempo economizado será investido no que gera dinheiro (captar clientes e atender casos).

Atendimento Moderno: WhatsApp Business e Comunidades Online

Atenda seus clientes onde eles estão: no WhatsApp, com um toque profissional. O **WhatsApp Business** é gratuito e traz funções de escritório:

- **Perfil Comercial:** Antes de escrever a bio, decide **o objetivo:** quem você quer atingir e o que quer que essa pessoa faça agora. O perfil pode ser **segmentado** (ex.: tributário para MEI) ou **híbrido** (enquanto valida demandas).

Em todos os casos: **profissional**, mas falando a língua do povo.

Olha meu caso: Procurador, sócio da PG e autor na MKTWAVE; falo de bloqueio judicial, IPTU, operações. Minha audiência mistura **PF's, PJ's e colegas** — então ajusto o **CTA** conforme o post.

Se não tem nicho fechado, deixa **amplo e cativante**, mas com **benefício claro + próximo passo**.

Segue algumas variações do meu:

LinkedIn (headline)

Advogado | Procurador em Itamaracá | Sócio na Pinheiro & Guimarães | Resolvo **tributos, bloqueios e contratos** com operação **100% digital** | Sócio na **MKTWAVE**

Instagram (bio)

Igor Guimarães • Advogado

Bloqueio judicial • Tributos para PJ's • Conteúdo que resolve

Atendimento online | Contrato digital |  link na bio

WhatsApp Business (segmentado PJ – tributário)

Regularização **tributária** para **PJ's**: diagnóstico, **transação/parcelamento**, recuperação de crédito e **CND**.

É isso: objetivo → promessa simples → linguagem humana → CTA. Sem firula.

- Mensagens Automáticas: programe respostas de ausência (por exemplo, "Olá! Recebemos sua mensagem. Estaremos de volta em X horas.") e mensagens de saudação. Isso passa cara de escritório grande.

- Etiquetas de conversa: crie rótulos como "Novo Cliente", "Consulta Agendada" ou "Em Andamento". Mantenha tudo organizado no chat.

- Catálogo de Serviços: você pode descrever seus serviços legais (p.ex., "Ação de Cobrança", "Revisão de Benefício") com imagens, facilitando a seleção do cliente.

Seja ágil nas respostas: o cliente espera comunicação instantânea. Atender via chat e voz no WhatsApp é prático e grátis, e ele já vai acostumado com você nesse ambiente.

OURO DO TDAH:

Exemplo de fluxo inteligente: Em nosso escritório, usamos vídeos e automação juntos. Imagine: gravamos um vídeo esclarecendo um tema comum (como *bloqueio judicial de salário*). Investimos em tráfego pago para esse vídeo, direcionando quem assiste ao nosso WhatsApp Business. No chat, um "agente virtual" (implementado com a ferramenta n8n + GPT) faz

perguntas chave para qualificar o caso. Se o lead for qualificado, ele agenda automaticamente uma reunião no Google Agenda, informando data e hora. Todos na equipe (eu, estagiária etc.) vemos esse agendamento no Trello, com resumo do caso. Então, fazemos o atendimento humano: abordamos o cliente com empatia, escuta ativa e uma solução clara. Fechamos apenas o que for realista, sempre de forma transparente. Esse processo totalmente automatizado até a reunião já otimiza nosso tempo e leva clientes prontos para comprar.

Além do WhatsApp, você pode criar **comunidades online**: grupos no Discord ou Telegram, por exemplo. Monte um canal de discussões sobre direito do consumidor ou um servidor do Discord para tirar dúvidas jurídicas rápidas. Isso aumenta a proximidade com seu público. Porém, como dica principal: foque em profissionalizar o WhatsApp Business e atender com excelência. Cada conversa bem resolvida vira confiança – e confiança vira indicação.

Automação Inteligente: ChatGPT, Machine Learning e Ferramentas Jurídicas

Se você ainda digita tudo manualmente, está perdendo tempo (e dinheiro). Use **ChatGPT e outras IAs** como assistentes jurídicos. Elas conseguem: - **Redigir minutas simples**: peça para gerar um rascunho de petição, contrato ou e-mail. Exemplo de prompt (que até mostro no final): “Escreva um e-mail de fechamento para um cliente que teve revisão de mensalidade aprovada.” O ChatGPT devolve um texto bem estruturado – revise rapidamente e está pronto.

- **Resumir documentos e julgados**: envie um acórdão extenso e pergunte pelos pontos principais. A IA traz um resumo objetivo em segundos.

- **Criar conteúdo de marketing**: peça posts para Instagram, scripts de vídeo explicativos ou artigos de blog sobre seu nicho. Por exemplo, “Crie 5 ideias de post para Instagram sobre direitos do trabalhador doméstico.” Vai poupar horas de brainstorming.

- **Aprender constantemente (machine learning)**: treine e refine modelos.

Por exemplo, você pode usar o GPT-5, o JusIA e o Gemini para pesquisar jurisprudências, redação, etc.

Mas atenção: **você continua sendo advogado**, não delegue o entendimento jurídico inteiro para a IA. A melhor receita: **pesquise primeiro**. Use o Jusbrasil e o Jusla para garimpar jurisprudência relevante sobre seu tema. Anote principais argumentos e fundamentos jurídicos em um documento. Depois, forneça tudo isso à IA com um prompt bem detalhado. Exemplos de técnicas de prompt: - Especifique o contexto: área do direito (previdenciário, consumidor, trabalhista, etc.), ano, estado, tipo de ação.

- Forneça documentos de suporte: contratos, leis aplicáveis, seu roteiro de petição.

- Peça para seguir seu tom e estrutura: "Use linguagem clara, enfática e focada na solução do cliente."

A IA é uma **máquina redatora** e organizadora de ideias. Ela não substitui sua visão jurídica: ela acelera o processo. Você continua dono do conteúdo e da estratégia. Enquanto ela esboça textos e coleta dados, você investe energia no que realmente importa: preparar a estratégia do caso e relacionar-se com o cliente.

Exemplos de Prompts de IA e Criativos de Campanha

- **Prompt ChatGPT:** "Como especialista em direito do consumidor, crie um roteiro de vídeo de 30 segundos para Instagram explicando o que fazer ao encontrar cobranças indevidas no cartão de crédito, com tom acessível e CTA para consulta."
- **Prompt Gemini:** "Você é um advogado digital experiente. Escreva uma postagem para o LinkedIn sobre as vantagens de um escritório 100% online, mencionando ferramentas de automação e convidando mentoria de Igor Guimarães."
- **Exemplo de criativo (anúncio no Instagram):** Imagem de um advogado em home office segurando um contrato digital, com texto sobreposto: "Seu advogado de confiança morando no seu bolso? Descubra como faturar sem sair de casa." CTA: "Baixe nosso checklist gratuito."

- **Exemplo de campanha em vídeo (Facebook Ads):**

Cena 1 (0-5s): você tomando café no escritório em casa.

Cena 2 (5-15s): close no celular mostrando conta bancária bloqueada.

Narração: "Sabia que bancos podem bloquear sua conta judicialmente? (Texto: 'Limite legal 30%')"

Cena 3 (15-25s): mudança para tela com você explicando soluções e exibindo selo "Advogado". Conclusão: "Clique aqui para agendar uma consulta grátis sobre bloqueios judiciais."

- **Ideia de oferta:** E-book gratuito "5 passos para abrir seu escritório digital com R\$100" (lead magnet) promovido em anúncios segmentados para novos advogados nas redes sociais.

Esses são apenas exemplos iniciais. Use-os como inspiração: adapte os prompts ao seu nicho e teste diferentes criativos. O segredo do marketing digital é **testar, medir e otimizar** cada peça.

Um prompt de brinde para começar a construir ideias de petições no chatgpt, gemini e jusia.

Prompt Avançado para Geração de Petições Jurídicas

Atue como um assistente virtual jurídico especializado no sistema legal brasileiro, capaz de elaborar petições **extremamente detalhadas, corretas e bem fundamentadas**. Siga **rigorosamente** as instruções abaixo para **qualquer área do Direito** solicitada (civil, penal, trabalhista, administrativo, etc.):

- **Adaptabilidade à Área do Direito:** Esteja preparado para lidar com **qualquer ramo jurídico** conforme indicado pelo usuário. Ajuste a terminologia, os fundamentos legais e o estilo do texto de acordo com a área (por exemplo, use linguagem técnica de Direito Penal em questões penais, cite a CLT em matéria trabalhista, etc.).
- **Pesquisa de Jurisprudência Real e Fontes Confiáveis:** Realize **buscas automáticas e precisas** por **jurisprudências reais e atualizadas** relevantes ao

caso, utilizando **fontes confiáveis e verificáveis** (sites oficiais de tribunais, repositórios públicos de jurisprudência, Jusbrasil, Conjur, etc.). Inclua na petição somente jurisprudências **verdadeiras**, com citação completa: tribunal (ex: STF, STJ, TST, TJ local), número do processo ou recurso, data do julgamento, nome do relator (se disponível) **e**, sempre que possível, um **link ou referência** para a fonte oficial. *Nunca* invente ou altere conteúdo de julgados – se não encontrar jurisprudência específica, deixe um **marcador claro** para inserção posterior (ex.: “[Jurisprudência relevante a ser inserida]”).

- **Estrutura Tradicional da Petição:** Organize a petição em seções **claras e padronizadas**, seguindo o modelo tradicional do judiciário brasileiro. Utilize como títulos das seções os termos consagrados, em **letras maiúsculas e em negrito**, por exemplo: **DOS FATOS, DO DIREITO, DA JURISPRUDÊNCIA APLICÁVEL, DOS PEDIDOS e REQUERIMENTOS FINAIS**. Cada seção deve conter o conteúdo apropriado, conforme descrito a seguir:

1. **DOS FATOS:** Apresente uma narrativa objetiva e detalhada dos fatos pertinentes. Descreva cronologicamente os eventos ou circunstâncias do caso, destacando pontos-chave que justifiquem os pedidos. Seja claro e coerente, evitando opiniões pessoais – foque apenas no que ocorreu, nos envolvidos, datas, locais e consequências relevantes.
2. **DO DIREITO:** Exponha os fundamentos jurídicos que embasam os pedidos. Faça a subsunção dos fatos às normas aplicáveis: cite **artigos de lei, dispositivos constitucionais ou regulamentares** pertinentes, mencionando o diploma legal (Código, Lei, etc.) e o número/ano. Explique de forma articulada **como cada norma se aplica** aos fatos narrados. Mantenha rigor técnico e clareza, podendo dividir em subtópicos se houver diferentes teses jurídicas.
3. **DA JURISPRUDÊNCIA APLICÁVEL:** Apresente **precedentes judiciais** que deem suporte à tese defendida. Para cada ponto jurídico controverso ou relevante, busque decisões de Cortes superiores ou tribunais locais que **fortaleçam a argumentação**. Resuma o entendimento do tribunal e, se adequado, transcreva trechos relevantes entre aspas. Atribua

corretamente a fonte de cada citação jurisprudencial (tribunal, órgão julgador, número do processo, data, etc.) e inclua **referências ou links** confiáveis. (Ex.: “Conforme entendimento do E. STF: ‘...’ (STF, RE 123456, Rel. Min. Fulano de Tal, julgado em DD/MM/AAAA, DJe de DD/MM/AAAA).”). Garanta que **toda jurisprudência citada seja real**. Se não tiver acesso a um caso específico, indique onde deverá ser inserida posteriormente uma decisão pertinente, sem inventar conteúdo.

4. **DOS PEDIDOS:** Liste de forma **clara e objetiva** todos os pedidos dirigidos ao juízo. Cada pedido deve vir em item separado (eventualmente numerados), abrangendo tudo o que o autor da ação deseja obter. Por exemplo: condenação do réu em obrigações de fazer/não fazer ou pagar quantia X, dano moral de valor Y, tutela antecipada ou liminar (se for o caso), citação do réu, justiça gratuita, etc. Redija os pedidos usando verbos no presente do subjuntivo (ex.: “requer que seja JULGADA PROCEDENTE a ação para condenar o Réu em...”). Assegure que os pedidos sejam compatíveis com os fatos e fundamentos expostos.
 5. **REQUERIMENTOS FINAIS:** Inclua os requerimentos de praxe que encerram a petição, respeitando a formalidade jurídica. Por exemplo: a) requer a citação/intimação do réu ou interessados; b) proteste pela produção de todas as provas em direito admitidas (especificando, se necessário, provas testemunhais, documentais, periciais); c) se pertinente, peça a concessão de benefícios legais (justiça gratuita, prioridade processual, etc.); d) indique o valor da causa (no caso de petição inicial); e) apresente a conclusão formal (“Nestes Termos, Pede Deferimento.”). Mantenha um tom respeitoso e assertivo até o final.
- **Formatação e Estilo Jurídico Brasileiro:** Siga as convenções formais da redação forense no Brasil:
 1. Escreva em **português do Brasil**, utilizando a norma culta e vocabulário jurídico apropriado.

2. Mantenha um **tom impessoal, objetivo e respeitoso**. Prefira terceira pessoa para se referir às partes (ex.: "o Autor", "a Requerente", "o Réu") e tratamento formal ao juízo (ex.: "Excelentíssimo Senhor Doutor Juiz de Direito..." no endereçamento inicial, se aplicável).
 3. Use **parágrafos curtos**, tratando **uma ideia por parágrafo**, para facilitar a leitura. Obedeça à ordem lógica (geralmente cronológica nos fatos e sequencial nos argumentos).
 4. **Negrite** ou utilize CAIXA ALTA para destacar títulos de seções ou pontos extremamente importantes, conforme o padrão jurídico (evite uso excessivo de destaque para não poluir o texto).
 5. Siga, na medida do possível, as normas técnicas **ABNT** e orientações da OAB/tribunais para formatação: fonte legível (Times New Roman ou Arial 12pt para corpo de texto), espaçamento 1,5 entre linhas, alinhamento justificado. Embora o assistente de IA gere apenas o texto bruto, atente para formatação textual básica, como marcação de citações longas (podem ser recuadas ou em bloco separado) e uso de itálico para termos em língua estrangeira, se houver.
 6. **Citações legais ou doutrinárias:** caso cite doutrina (opiniões de juristas) ou trechos de leis, faça-o preferencialmente em notas de rodapé ou entre parênteses no corpo do texto, seguindo estilo acadêmico-jurídico ABNT. Exemplo: "(NOME DO AUTOR, Obra, edição, página)" ou "(Art. 5º, Constituição Federal)".
- **Processo de Redação Rigoroso (Passo a Passo):** Ao redigir a petição, siga este método para garantir qualidade e completude:
 1. **Coleta de Informações do Caso:** Assegure-se de obter todos os detalhes relevantes. Utilize as informações fornecidas pelo usuário sobre o caso (fatos, partes, documentos, pretensão) e, se algo importante estiver faltando, **solicite esclarecimentos adicionais** antes de prosseguir. Compreenda profundamente a situação fática e identifique os pontos

jurídicos controvertidos.

2. **Análise Jurídica e Estratégica:** Estude quais são as possíveis causas de pedir e fundamentos legais aplicáveis aos fatos. Considere **alternativas de estratégia jurídica** (por exemplo, diferentes enquadramentos legais, pedidos cumulativos, tutelas de urgência) e avalie os **riscos e benefícios** de cada abordagem. Escolha as teses mais robustas e adequadas ao objetivo do cliente/usuário.
3. **Esqueleto da Petição:** Elabore um **roteiro estruturado** antes de redigir o texto final. Liste todos os tópicos e subitens que a petição irá conter (conforme a estrutura já mencionada: fatos, direito, jurisprudência, pedidos, etc.), garantindo que nenhum elemento importante fique de fora. Defina a ordem em que os argumentos serão apresentados para ter **coerência e persuasão**.
4. **Redação Detalhada de Cada Tópico:** Desenvolva cada seção conforme planejado:
 - Na seção **Dos Fatos**, narre os eventos de forma **detalhada e organizada**, mas sem prolixidade desnecessária. Inclua referências a provas documentais ou circunstanciais mencionadas (ex.: “conforme comprovado pelo documento X anexo...”).
 - Em **Do Direito**, apresente cada fundamento legal em **parágrafo próprio** ou subseção, se houver múltiplos fundamentos diferentes. Após citar um artigo de lei, explique imediatamente sua aplicação aos fatos do caso concreto.
 - Em **Da Jurisprudência Aplicável**, para cada argumento jurídico principal, associe pelo menos um precedente relevante que sustente aquela tese. Se o caso permitir, use jurisprudência dos tribunais **superiores** (STF/STJ) para questões federais ou de unificação de entendimento, e dos **tribunais regionais/estaduais** para questões locais ou específicas. Certifique-se de que as

decisões citadas realmente guardam **semelhança fática ou jurídica** com o caso em questão, justificando por que o entendimento delas deve ser aplicado.

- Na parte **Dos Pedidos**, formule cada pedido de maneira **completa** (indicando o quê, contra quem, em que termos) e juridicamente **precisa**. Verifique a correspondência de cada pedido com o que foi exposto nos fatos e no direito (princípio da congruência).
- Em **Requerimentos Finais**, inclua **todos os elementos complementares** necessários (ex.: "Requer a citação do Réu no endereço tal...", "Dá-se à causa o valor de R\$ X, para fins de alçada.", "Protesta provar o alegado por todos os meios de prova em direito admitidos..."). Mantenha a formalidade até o encerramento.

5. **Revisão e Aperfeiçoamento:** Ao concluir o rascunho da petição, faça uma **revisão completa**. Verifique ortografia, gramática, coerência lógica e correção jurídica. **Confirme todas as citações legislativas e jurisprudenciais**, assegurando que os números de lei/artigo e detalhes dos casos estão corretos. Se identificar pontos fracos ou lacunas na argumentação, destaque sugestões de melhoria (por exemplo, apontar necessidade de incluir um documento mencionado mas não juntado, reforçar determinada fundamentação legal, etc.). **Evite redundâncias** e torne o texto o mais claro e direto possível, sem perder a profundidade necessária.

- **Proibição de Conteúdo Fictício: Não** crie nem inclua leis, artigos, doutrinas ou julgados **inexistentes**. Todo fundamento legal ou jurisprudencial deve ser **autêntico e verificável**. Se o usuário mencionar uma lei que não existe ou usar um número de processo fictício, alerte sobre a potencial invalidade ao invés de simplesmente usar. A confiabilidade das informações jurídicas é primordial.
- **Linguagem e Apresentação:** Mantenha sempre a **linguagem formal** e **precisão técnica**. Evite adjetivações exageradas, linguagem emotiva ou qualquer

conteúdo alheio ao âmbito jurídico do caso. Seja **imparcial na exposição**, limitando-se a defender os interesses do cliente dentro da lei. Estruture visualmente o texto para fácil leitura: utilize tópicos e subtópicos, travessão ou numeração nos itens de pedidos, e destaque visual moderado para partes importantes. Lembre-se que a petição deve causar boa impressão profissional, portanto **clareza, objetividade e concisão** são tão importantes quanto a abrangência e profundidade.

Após seguir todos os passos acima e **conferir que as diretrizes foram atendidas**, gere o texto final da petição, devidamente estruturado e formatado conforme instruído. Entregue uma petição **completa**, pronta para uso por um advogado (bastando ajustes mínimos, como dados específicos do caso).

Importante: Se for pertinente, apresente ao final algumas **sugestões de melhoria ou observações** (em separado do corpo principal da petição, como comentários adicionais ao advogado que for utilizá-la). Essas sugestões podem incluir, por exemplo, recomendações de anexar documentos específicos, alertas sobre pontos que exigem confirmação factual, ou ideias para reforçar ainda mais a argumentação.

Com essas instruções, o sistema (IA) deverá **seguir fielmente todas as diretrizes jurídicas acima** e elaborar petições de alta qualidade, detalhadas, consistentes e corretamente embasadas, sem necessidade de correções jurídicas substanciais por parte do usuário. Boa redação!

Tráfego Pago com Baixo Orçamento

Pense em tráfego pago como um turbo. Com um investimento pequeno, você surge para quem procura advogado. Algumas dicas: - **Google Ads:** crie campanhas regionais focadas em palavras-chave específicas (por exemplo, "advogado direito do consumidor São Paulo").

Até R\$20 por dia pode colocar seu escritório nos resultados de busca. Selecione áreas de atuação por ticket: casos de **baixo custo** (ex.: LOAS,

pequenas causas consumeristas) usam palavras-chave menos concorridas; demandas de **médio a alto custo** (ex.: defesas contratuais, trabalhistas, tributárias) podem usar termos mais amplos.

- **Facebook/Instagram Ads:** estabeleça públicos semelhantes baseados em clientes atuais. Aproxime anúncios de texto curtos e imagens que despertem emoção. Por exemplo, anúncio de devolução de IPTU: foto de uma conta de IPTU com sinal de "x" vermelho e texto "Paguei IPTU errado? Aprenda a reaver". Direcione para uma página de cadastro.

- **Segmentação afiada:** use localização, interesses do lead e comportamentos de quem sente essa dor, para não desperdiçar cliques.

- **Análise de métricas:** mesmo um pequeno investimento digital traz dados preciosos. Monitore CPC, CTR e taxa de conversão (quantos clientes entram em contato). Ajuste criativos e públicos com base nos resultados.

Em outras palavras, diferente de folhetos ou revistas, o marketing digital paga só pela audiência que interessa, mensura os resultados em tempo real e traz clientes em potencial rapidamente. (Contextualize casos: por exemplo, use anúncios para atrair vítimas de bloqueio judicial irregular ou quem teve revisão de mensalidade negada.) Quanto melhor você segmenta (por caso e perfil), menor o custo e maior o retorno.

Funil Simplificado para Captar Clientes

Com tráfego e conteúdo rodando, monte um funil simples de marketing:

- **Topo do funil (atrair):** publique conteúdo gratuito para ganhar visibilidade. Pode ser posts em redes, vídeos no YouTube ou lives no Instagram sobre temas do seu nicho (por exemplo, "*5 direitos do consumidor que todo idoso tem*"). Isso aumenta seu alcance e mostra sua autoridade.

- **Meio do funil (engajar):** ofereça algo de valor em troca de contato. O clássico é um e-book ou checklist. Ex: "Baixe grátis nosso checklist de

documentos para entrar com ação trabalhista". O visitante troca e-mail ou WhatsApp pelo material. Esse lead agora fez um pequeno compromisso.

- **Fundo do funil (converter):** nutra esses contatos com informações úteis. Envie mensagens no WhatsApp ou e-mail com dicas adicionais e lembretes de consulta. Faça vídeos personalizados ou ofereça uma mini-consulta grátis para quem mostrou interesse. Por fim, conduza ao agendamento de consulta paga ou fechamento de contrato.

Um funil bem desenhado **guia desconhecidos até virarem clientes (ou um lead na newsletter)**. Automação ajuda muito: ao receber um lead (contato), programe envios automáticos de WhatsApp com informações úteis, mas também anote a hora de ligar para dar um toque humano. Simplificando: transforme desconhecidos em contatos (e depois em clientes) com passos claros e automações simples.

Vejamos alguns anúncios bem sucedidos que fiz:

anuncio bloqueio - melhor	Edições não publicadas	223	R\$ 2,24	R\$ 500,00	R\$ 499,80
Editar	Duplicar	Gráficos	Fixar	...	
Instagram post: 🚨 CONTA BLOQUEADA INDEVI...		177	R\$ 2,82	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Editar	Duplicar	Gráficos	Fixar	...	
Instagram post: 🚨 CONTA BLOQUEADA INDEVI...		49	R\$ 3,59	R\$ 200,00	R\$ 176,03
Instagram post: 🚨 CONTA BLOQUEADA INDEVI...		49	R\$ 3,59	R\$ 200,00	R\$ 176,03
Editar	Duplicar	Gráficos	Fixar	...	
IPTU		23	R\$ 6,68	Usando o orçam...	R\$ 153,60
Editar	Duplicar	Gráficos	Fixar	...	
Publicação do Instagram: Antes de tentar resolver...		18	R\$ 3,05	R\$ 55,00	R\$ 54,96
Editar	Duplicar	Gráficos	Fixar	...	
☒ Post do Instagram: A negativação é uma desonra...		26	R\$ 2,12	R\$ 55,00	R\$ 54,99
☒ Post do Instagram: Muita gente paga IPTU atrasad...		152	R\$ 3,06	R\$ 465,00	R\$ 464,99

Tráfego pago na prática (meu case)

Nas campanhas da tela acima (bloqueio judicial e IPTU) investi **menos de R\$ 2.000** e gerei **500+ conversas no WhatsApp**.

Conversa = pessoa que clicou no anúncio e **iniciou chat**.

O **custo por conversa** variou entre **R\$ 2 e R\$ 7** (média ~R\$ 3-4).

Essas demandas têm **ticket de honorários** entre **R\$ 3 mil e R\$ 15 mil**.

Ou seja: **1 único contrato de R\$ 3.000** paga o mês inteiro de anúncios. Acima disso, é lucro.

Payback (cenários rápidos)

- Fechou **1** caso de R\$ 3.000 → **paga** o tráfego (< R\$ 2.000).
- Fechou **2** casos de R\$ 5.000 → **R\$ 10.000** de receita → ROI forte.
- Fechou **5** casos de R\$ 3.000 (1% de 500 conversas) → **R\$ 15.000** de receita.

Não existe “campanha milagrosa”. Existe **funil organizado**. Em todos os meus testes, **sempre houve fechamento cobrindo o gasto**, porque eu tratava o anúncio como **parte do processo** (e não como fim).

Como replicar (passo a passo enxuto)

1) Criativo que dói na hora certa

Vídeo 15-30s, dor → prova → próximo passo.

Ex.: “Bloqueio judicial indevido: o que fazer agora? (print do app) → 3 passos → ‘Fale comigo no WhatsApp’.”

2) Copy sem juriquês

Título direto + benefício + CTA.

“Conta bloqueada? Veja se o seu caso permite desbloqueio e como agir nas próximas 24h. Me chame no WhatsApp.”

3) Segmentação simples

- **Geolocalização** (sua cidade/estado).

- Interesses relacionados (bancos, finanças) e **remarketing** de quem engajou seus vídeos/posts.
- Orçamento inicial **R\$ 20–50/dia**.

4) SLA de resposta

Anúncio gera **chat**. Responda em **até 15 minutos** no horário comercial. Use **WhatsApp Business** com saudação, etiquetas e **mensagens rápidas**.

5) Qualificação em 4 perguntas

Bloqueio judicial (exemplo):

1. Valor/percentual bloqueado?
2. Origem (bancária/execução)?
3. Renda e contas afetadas?
4. Consegue documentos em 24–48h?
Se **não** atende aos critérios mínimos → **nutrir** (conteúdo/consultoria). Se **sim** → **agenda**.

6) Oferta clara

Consulta explicativa + **honorários definidos** (ex.: R\$ 3–5k) + **contrato digital**. Nada de prometer resultado: explique **cenários e riscos**.

7) Otimize semanalmente

- Mate anúncios com **CPC** e **Custo por conversa** acima da média.
- Duplique o criativo ganhador.
- Alinhe copy do anúncio com **primeira mensagem** do WhatsApp (mesma promessa).

8) Controle

Planilha com: origem do lead, custo, status, motivo de perda e **taxa de fechamento**. Sem isso, você “acha” que dá certo — e não **sabe**.

Pulo do gato (para PJ/tributário)

Depois que gerar a conversa, **pesquise o CNPJ** (Receita) e **processos** (TJ/TRF). Você chega com **diagnóstico real** e vende como **consultor jurídico-financeiro**, não como “vendedor de ação”.

Resumo em uma linha

R\$ 2.000 → 500 conversas → 1–5 contratos (R\$ 3–15k) = campanha paga + caixa previsível.

O anúncio só funciona de verdade quando o **pós-clique** está redondo.

Conteúdo de Autoridade: LinkedIn e Instagram

Nem todo marketing precisa ser pago. Conteúdo orgânico é ouro para sua reputação:

- **Instagram:** poste regularmente vídeos curtos (Reels ou TikTok) e posts explicativos. Use séries de **dicas práticas** (por exemplo, #DicaJurídica do dia) e faça enquetes ou caixas de perguntas nos Stories para engajar. Mostre seu lado humano: faça vídeos falando de assuntos simples enquanto mostra o escritório em casa ou um hobby. Isso gera proximidade. Ao usar legendas claras e criativas, você atrai seguidores e constrói confiança. Lembre-se de **impulsionar posts estratégicos** quando tiver um conhecimento-chave: para quem critica pagar, saiba que gastar R\$10–20 para mostrar um post em sua rede de seguidores (e alguns além) é muito eficiente — você promove sua marca e capta leads ao mesmo tempo.

- **LinkedIn:** ideal para quem quer clientes corporativos ou uma força muito bem consolidada do que seria uma amizade profissional.

A minha dica para quem usa o LinkedIn é ser verdadeiro, real, falar o que vive.

Se você falar o que vive, alguém vai se identificar. Se conecta com pessoas. As entende.

O LinkedIn é porta de entrada para grandes parcerias. Mas diria que tem que dominar a copy específica do LinkedIn.

Posso falar sobre isso posteriormente.

- **Ecossistema de conteúdo:** vá além. Grave vídeos no YouTube dando aulas rápidas de lei; organize webinars ou lives no Instagram sobre temas quentes (divulgação gratuita mesmo). Publique **e-books** (como este!) ou whitepapers no seu site. Crie podcasts ou participe dos de outros advogados. Cada conteúdo novo amplia sua presença.

Em suma: use Instagram para alcance amplo e branding pessoal. Use LinkedIn para autoridade profissional. Sempre repita: **ensine, compartilhe e crie comunidade**. Assim, você humaniza a marca e se destaca como referência jurídica em mídias sociais. Quando surgir um caso, o cliente já te “conhece” pelas redes.

Crescendo com Parcerias 50/50 e 70/30 (sem CLT)

Quando seu fluxo de casos cresce, vem as famosas: **parcerias jurídicas**.

Como funciona: - Contrate advogados associados por **participação nos honorários** (sem vínculo CLT).

Os modelos comuns são dividir 50/50 ou 70/30. Por exemplo, quem você como escritório que captou e trabalha em conjunto desde o início vai receber 50% do valor e quem executa as outras funções do caso fica com 50%. Se você é quem prospecta e gerencia todo o processo, fica com metade; o associado que trabalhou com as outras demandas recebe a outra metade. Se for 70/30, deixe claro que só você vai trabalhar e ele vai receber apenas 30% ou até 20% pela indicação, vejamos um modelo 50/50:

- **Formalize tudo por escrito:** deixe claro no papel quem faz qual parte do serviço e como o valor será dividido. Assim, evita dores de cabeça e mantém a motivação em alta: ambos ganham justo pelo esforço, segue modelo para vocês usarem:

CONTRATO DE ASSOCIADO

CONTRATANTE: (nome completo, nacionalidade, estado civil, profissão), inscrito(a) na OAB/XX sob o número XXXX, com endereço profissional em (endereço completo), telefone (telefone), e-mail (e-mail).

CONTRATADO/ASSOCIADO: (nome completo, nacionalidade, estado civil, profissão), inscrito(a) na OAB/XX sob o número XXXX, com endereço profissional em (endereço completo), telefone (telefone), e-mail (e-mail).

CLÁUSULA 1ª - DO OBJETO Este contrato tem como objeto a formalização da associação do Contratado ao escritório, para acompanhamento de processos judiciais e prestação de serviços jurídicos tanto no âmbito judicial quanto no extrajudicial, de acordo com a área de especialização do Contratado.

Parágrafo único: O Contratado atuará nas demandas específicas que lhe forem encaminhadas pelo Contratante, mantendo independência técnica e autonomia na execução dos serviços.

CLÁUSULA 2ª - DA INDEPENDÊNCIA E RELAÇÃO ENTRE AS PARTES Não há vínculo empregatício entre as partes. O Contratado atuará de forma autônoma, sem subordinação ou controle de jornada, nos termos do Estatuto da Advocacia (Lei nº 8.906/94).

Parágrafo único: O Contratado poderá firmar parcerias com terceiros, desde que não haja conflito de interesses e que tal situação seja informada ao Contratante.

CLÁUSULA 3ª - DAS RESPONSABILIDADES DO CONTRATADO Cabe ao Contratado:

- a) Acompanhar os processos judiciais até o trânsito em julgado e arquivamento, incluindo a elaboração de peças e recursos;
- b) Representar o Contratante em audiências e diligências necessárias;
- c) Manter sigilo absoluto sobre as informações e documentos dos clientes do escritório;
- d) Prestar contas de todos os atos praticados em nome do escritório sempre que solicitado.

CLÁUSULA 4ª - DOS HONORÁRIOS Os honorários recebidos em decorrência das demandas encaminhadas serão divididos igualmente entre as partes, sendo 50% (cinquenta por cento) para o Contratante e 50% (cinquenta por cento) para o Contratado.

Parágrafo 1º: O cliente realizará o pagamento em conta indicada pelo Contratante, que se compromete a repassar a parte do Contratado em até 5 (cinco) dias úteis **após o recebimento.**

Parágrafo 2º: As partes deverão manter uma planilha de controle para registrar os honorários recebidos e a divisão correspondente.

CLÁUSULA 5ª - DAS DESPESAS As despesas necessárias para a execução dos serviços, como custas processuais e emolumentos, serão de responsabilidade do Contratante, salvo aquelas realizadas pelo Contratado mediante prévia autorização.

CLÁUSULA 6ª - DA VIGÊNCIA E RESCISÃO Este contrato tem vigência por prazo indeterminado, podendo ser rescindido por qualquer das partes mediante notificação escrita com antecedência mínima de **10 (dez) dias.**

Parágrafo único: Em caso de rescisão, o Contratado terá direito aos honorários devidos pelas atividades já realizadas até a data de seu desligamento.

CLÁUSULA 7ª - DO FORO Fica eleito o Foro da Comarca de Recife/PE para dirimir quaisquer controvérsias oriundas deste contrato, priorizando-se a solução amigável e sem prejuízo para ambas as partes.

Por estarem de pleno acordo, as partes assinam o presente contrato em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Local, [data].

CONTRATANTE:

(nome completo)

OAB/XX nº XXXX

CONTRATADO/ASSOCIADO:

(nome completo)

OAB/XX nº XXXX

TESTEMUNHAS:

1.

Nome:

RG:

2.

Nome:

RG:

- **Comunique e centralize:** organize a equipe via Trello ou Discord. Quem chamou o caso (você) marca no Trello o processo e concede ao associado acesso às pastas no Drive. O associado é "chefão" da execução, mas você continua no comando geral, acompanhando tudo (prazos, indicadores, metas) sem perder a visão do negócio.

- **Ecossistema de indicações:** faça parcerias com advogados de outras áreas (familiares, empresariais, penais, etc.). Se essa rede está funcionando, eles vão indicar casos que não dominam para você, e você indica os que não faz para eles. Isso multiplica suas fontes de renda.

- **Networking e Oratória:** cresça não apenas online. Participe de eventos, palestras e associações. Aperfeiçoe sua oratória — todo advogado de sucesso sabe falar em público. Reserve um tempinho toda semana para tomar café ou almoçar com colegas influentes; isso gera parcerias e insights. Lembre-se: cada novo contato é um possível novo cliente ou um bom parceiro.

Com parcerias bem estruturadas, seu escritório age como um **hub inteligente de advogados**. Você escalona sua capacidade de atendimento sem custos fixos, mantendo a agilidade de um autônomo e criando um time unido pelo sucesso mútuo.

Imagem de advogada planejando estratégias jurídicas, ilustrando como diversos temas (familiar, consumidor, financeiro) podem ser integrados em um escritório digital.

Teses Jurídicas de Entrada (exemplos)

Focar em áreas com alta demanda e baixo investimento inicial é o segredo para os primeiros resultados. Exemplos de teses rentáveis:

- **Direito do Consumidor:** negativação indevida no SPC/Serasa (recuperação de nome), cobranças erradas no cartão ou empréstimos bancários. Esses casos são rápidos de entender e populares, podendo receber até **10 mil reais de danos morais**.

- **Execução Fiscal/Previdenciário:** bloqueio judicial irregular de salário ou benefícios, ações para restituir descontos indevidos do INSS ou planos de saúde (liminares contra cortes). São garantias para cliente e honorários fixos. **Eu, particularmente, cobro 3 mil por processo, se for mais de 3, cobro 2/2.5 mil por cada um.**

- **Pequenas Causas e Família:** revisão de contratos de aluguel, locação simples, separação amigável ou pensão alimentícia básica. Clientes percebem facilmente valor nesses serviços.

- **Outros nichos em ascensão:** causas trabalhistas de baixa complexidade, direito tributário como revisão de IPTU ou recuperação de créditos (Simples Nacional, MEI), gestão de passivos trabalhistas e tributário, etc.

- **Criativos e campanhas:** tudo isso exige uma boa comunicação. Por exemplo, para negativação indevida você pode criar um criativo de vídeo onde aparece um cliente surpreso vendo seu CPF limpo no Serasa, com legenda "Não fique mais um dia negativado por erro de banco! Saiba como limpar seu nome." No anúncio, use prompt de IA: *"Crie um roteiro de anúncio de 15s explicando, de forma simples, como um advogado pode ajudar quem foi negativado injustamente. Use uma linguagem acessível e destaque a oferta de consulta inicial."* Assim seus criativos falam a mesma linguagem do cliente.

- **A ética:** lembre-se de respeitar o Código de Ética OAB: nada de prometer garantias ou autopromoção exagerada. Foque na solução do problema do cliente. Uma boa dica: publique casos de sucesso (sem expor dados privados) para mostrar resultados reais.

Com essas teses de entrada, você enche a agenda e ainda ganha experiência em diferentes áreas. Adapte os prompts e criativos ao seu nicho específico: exiba seus conhecimentos e mostre que você resolve problemas reais, rápido.

Gestão de Clientes, Assinatura Digital e Formalização

Hora de centralizar e formalizar tudo de forma 100% digital:

- **Sistema de gestão:** use um CRM simples ou planilha para registrar cada contato, demanda, prazo. Cadastre nome, telefone, e-mail (isso é muito importante - email tem valor para fins de notificação em caso de sumiço do cliente), etapa do processo, valor do contrato etc. Assim você não deixa ninguém “cair no esquecimento” e pode acompanhar resultados financeiros.

- **Assinatura eletrônica:** envie contratos e procurações por WhatsApp ou e-mail usando plataformas como **ZapSign**, **DocuSign** ou **Adobe Sign**. Essas ferramentas permitem que o cliente assine direto no celular. No Brasil, é garantido a validade jurídica a diversos tipos de assinatura eletrônica. A assinatura digital (por certificado ICP-Brasil) continua necessária em alguns processos (petições iniciais e recursos em certos tribunais eletrônicos), mas para a maioria dos contratos civis o e-mail e app bastam.

- **Formalização ágil:** após a assinatura, use um gerador de procuração online (como o site oficial da OAB) e envie para homologação eletrônica. Você economiza tempo de ida ao cartório e garante segurança jurídica. E acima de tudo, não deixa o cliente esperando na melhor parte da nossa venda, que é a assinatura do contrato.

- **Integração de ferramentas:** muitas plataformas se comunicam. Por exemplo, ZapSign pode criar um PDF assinado que você já carrega no seu Drive vinculado ao Trello do cliente. Automatize notificações (por exemplo: “Contrato assinado por [nome] em [data]”).

O resultado? Atendimento mais profissional, rápido e sem papelada. E o cliente sente confiança: um processo que antes demandava ida ao escritório e procuração física, agora flui pelo app do celular. Isso faz seu escritório parecer high-tech e deixa sua receita previsível. Afinal, cada fluxo está controlado no sistema.

Marca, Reputação e Previsibilidade

Toda essa estratégia alimenta sua **marca pessoal**. Lembre-se:

- **Consistência de imagem:** cuide bem das redes sociais e site com fotos profissionais e design limpo. Uma identidade visual consistente transmite credibilidade (cores do logo, um slogan marcante, tipografia uniforme).

- **Autoridade pelo conteúdo:** publicar artigos, vídeos educativos e opiniões bem fundamentadas posiciona você como especialista. Não seja só “mais um” no feed; adicione valor à discussão jurídica.

- **Humanize sua marca:** compartilhe desafios do dia a dia (com cuidado ético) e histórias de sucesso (mesmo que só venha testemunho sincero do cliente). Mostrar os bastidores e o lado humano aproxima o público.

- **Interaja com reputação:** responda comentários e mensagens no LinkedIn e no Instagram, seja cortês em avaliações online e resolva críticas rapidamente. Cada boa interação reforça sua reputação.

- **Planejamento de resultados:** com marca forte, os resultados são mais previsíveis. Você passa a saber aproximadamente quantos leads vêm por mês de cada canal (Instagram, LinkedIn, anúncios). Ajuste metas: por exemplo, “captar 5 leads qualificados por semana” ou “garantir 2 contratos via inbound marketing”.

Seguindo esse caminho, seu escritório deixa de ser um tiro no escuro. Você se torna referência: quando surgir um caso, o cliente já te “conhece” pelas redes. O boca a boca vira automático e cada investimento digital gera retorno certo.

Conclusão e Próximos Passos

Você chegou até aqui – parabéns! Agora é hora de **agir**. Com a mentalidade correta e as ferramentas certas, é perfeitamente possível criar um escritório lucrativo do zero e chegar a faturar de R\$3.000 a R\$5.000 por mês, ou muito mais. Não deixe nada para depois:

1. **Coloque em prática:** automatize tudo que puder (respostas automáticas, agendamento, petições básicas).
2. **Esteja presente nas redes:** publique posts, faça parcerias e converse com possíveis clientes todos os dias.
3. **Invista inteligentemente:** cada real economizado em aluguel vá para aquisição de clientes e automação.

Você já tem tudo para sair do zero e colocar a máquina pra rodar. Agora é a parte que separa quem **lê** de quem **executa**.

Quero te oferecer uma **consultoria inicial gratuita** para desenharmos, juntos, seu primeiro plano de 30 dias. Sem custo, sem promessa mágica — só método e ação.

O que vamos alinhar nessa conversa

- Seu objetivo e o **posicionamento** que conversa com quem paga.
- **Perfil e funil:** bio que converte, roteiro de atendimento e qualificação em 4 perguntas.
- **Tráfego pago** de baixo orçamento (criativo, copy, segmentação e rotina de otimização).
- **IA no dia a dia:** prompts, automações simples e modelos de HARDCOPY para acelerar peça e decisão.
- Operação enxuta: **Notion/Trello**, contratos digitais e parcerias **50/50 / 70/30**.

Como agendar

Me chama por um desses canais de comunicação:

- Whatsapp: (81) 99748-8087
- Instagram: [@igorg.f](https://www.instagram.com/igorg.f)

- Ou no **LinkedIn**: [Igor Guimarães Feliciano](#)
- Ou pelo site do escritório: pinheiroeguimaraes.com.br

Envie a palavra **MENTORIA** e um resumo do seu momento (onde está, onde quer chegar e em quanto tempo). Eu ou alguém do meu time responde com os próximos passos e horários disponíveis.

Se este e-book te ajudou, compartilhe com um colega. Quanto mais gente executando com método, mais forte fica a nossa classe.

Nos vemos do outro lado — trabalhando de onde quiser, com previsibilidade e lucro.