

REDES SOCIAIS PARA ADVOGADOS

PORTAL
DA
MARI

SOBRE

A MARI



Formada em Jornalismo pelo Centro Universitário Toledo (Araçatuba-SP) e especialista em Marketing pela USP/Esalq, sempre fui apaixonada pelo universo digital.

Durante a minha carreira como jornalista, atuei na parte digital de jornais e revistas. Em 2015, fiz minha a minha transição para o marketing após ser desafiada por um antigo chefe a fazer o rebranding da marca. De lá para cá já atuei como social media, copywriter e estrategista de conteúdo de diferentes marcas.

Hoje, além desse trabalho também atuo como consultora de marketing no Portal da Mari e educadora na Comunidade Cosmos. Um espaço em que ensino mulheres empreendedoras um universo de marketing real e possível.



ALGUMAS EMPRESAS QUE JÁ ATENDI NA ÁREA DE MARKETING

CentralAr.com

2015–2017

Principais destaques: atuação no rebranding da marca e na reestruturação do setor de marketing e mídias sociais da empresa.



2017–2018

Principais destaques: cobertura de feiras e eventos. Participação ativa em lives e cursos para os clientes.



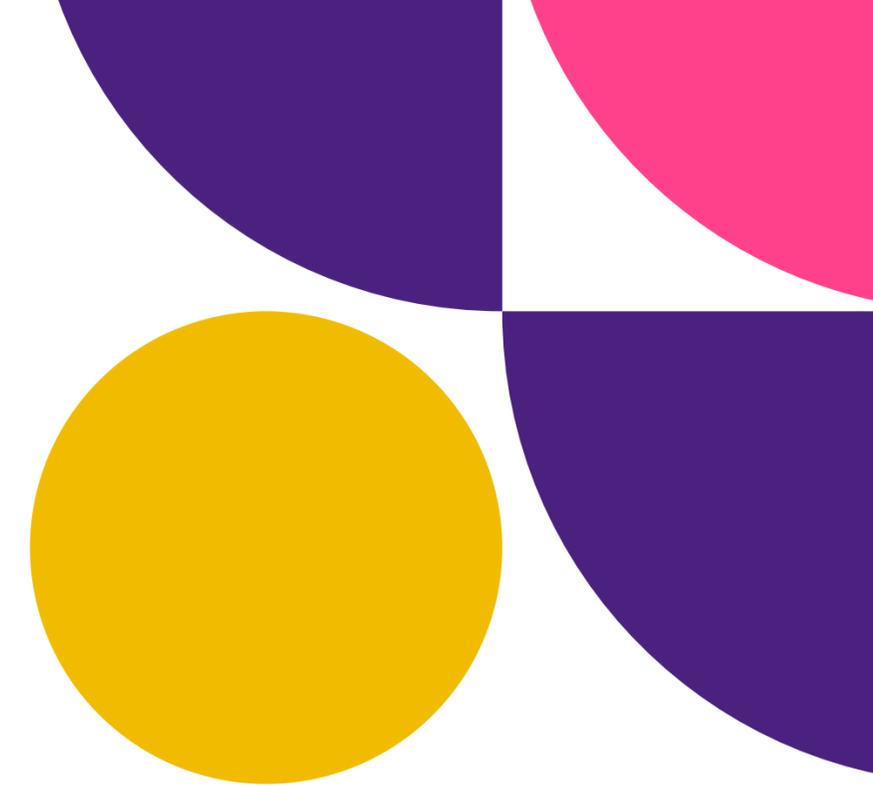
2018–2019

Principais destaques: atuação como Social Media em parceria com a agência Zimmermann Pro de Campinas. Além da atuação em redes sociais, também participava da cobertura de eventos.



2019–2020

Principais destaques: atuação como Social Media, cobertura de eventos em parcerias com chefs, visitas a clientes para a criação de conteúdo para stories e criação de conteúdo para blog.



AVON

No começo de 2021, eu fui contratada pela antiga agência Wunderman Thompson para fazer a cobertura do BBB21 para a marca Avon. Nessa época, eu era responsável por assistir ao programa e criar conteúdos em tempo real sobre o que estava acontecendo.

Depois disso, passei a atuar como copywriter de Always On da marca, criando textos para redes sociais e campanhas. Em junho do ano passado fui promovida à Supervisora de Conteúdo (Social Media) e desde então, atuo desenvolvendo estratégias de conteúdo para as redes sociais, presença digital e consistência do tom de voz da marca em seus principais canais.

[VEJA MEU PORTFÓLIO AQUI](#)



AVON

AGENDA

- 1** O NOVO CENÁRIO DA ADVOCACIA DIGITAL
 - 2** A COMUNICAÇÃO É A BASE DE TUDO
 - 3** COMO USAR O INSTAGRAM DA MELHOR MANEIRA
 - 4** COMO CRIAR BONS CONTEÚDOS
 - 5** É PRECISO ESTAR EM OUTROS CANAIS!
-

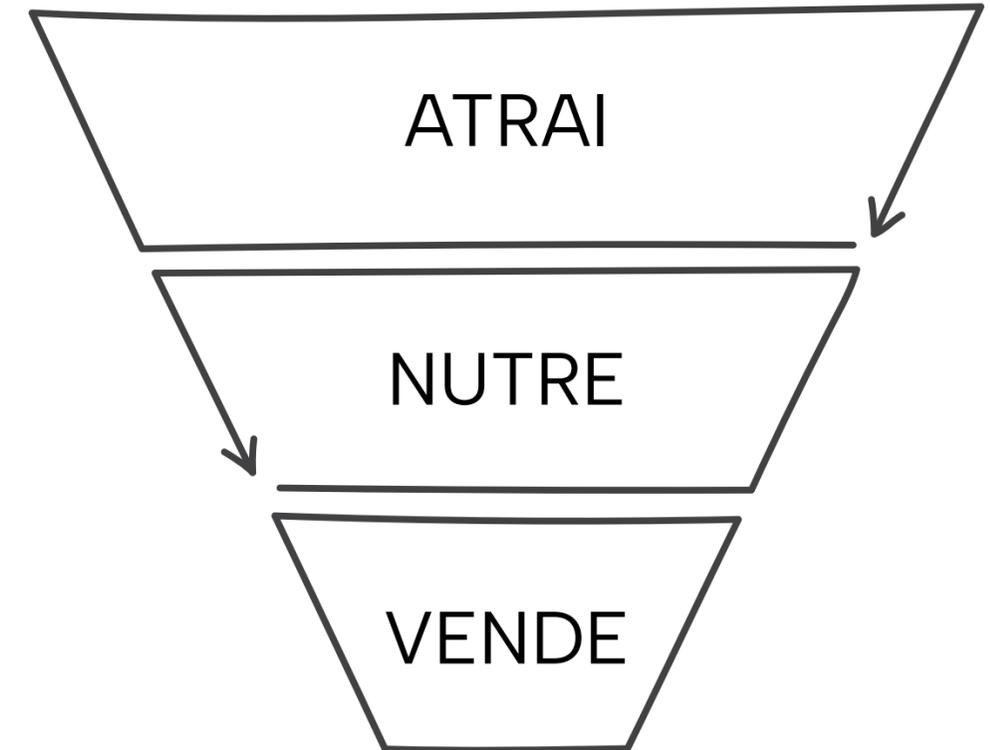
O novo cenário da advocacia digital



🕒 comportamento na internet

A forma como as pessoas contratam serviços jurídicos mudou. Hoje, antes de procurar um advogado, o potencial cliente:

- Pesquisa no Google.
- Avalia perfis no Instagram.
- Lê avaliações e conteúdos informativos.



Agora o cenário é outro

A forma como as pessoas contratam serviços jurídicos mudou. Hoje, antes de procurar um advogado, o potencial cliente:

- Pesquisa no Google.
- Avalia perfis no Instagram.
- Lê avaliações e conteúdos informativos.



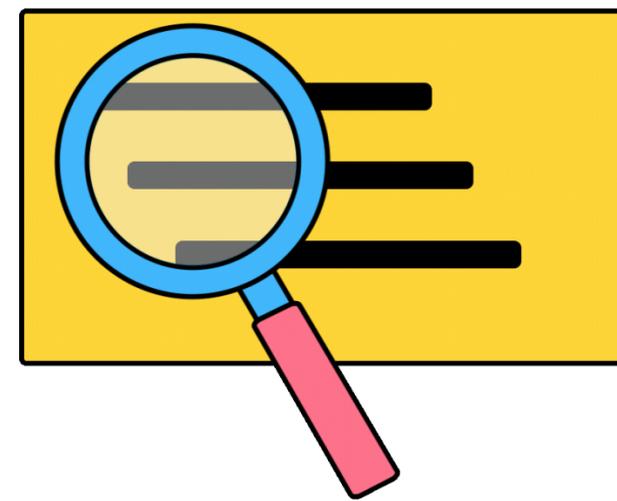
Isso é influenciado por 4 comportamentos



STREAMING



SCROLLING



SEARCHING



SHOPPING

**A comunicação é
a base de tudo**

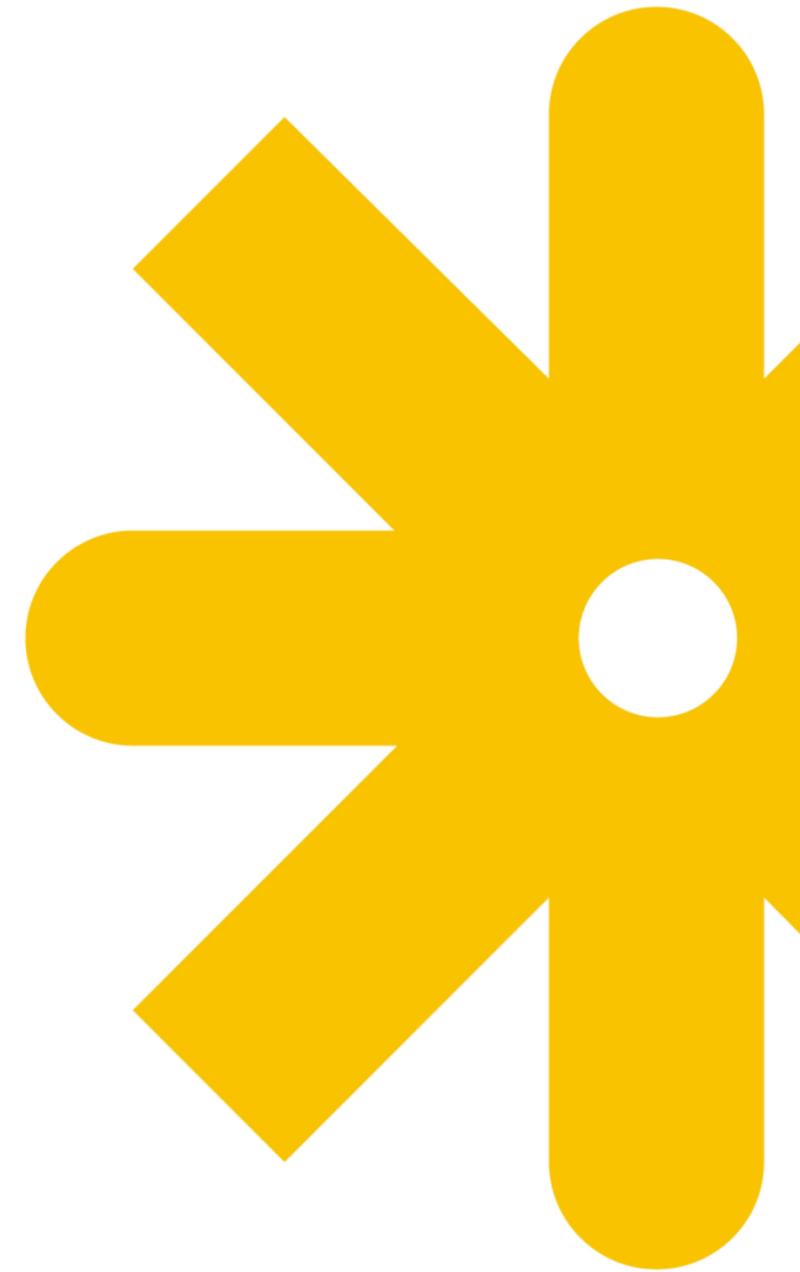


Conhecer o seu cliente é essencial

- Não adianta publicar termos super técnicos
- O bom conteúdo é aquele que a pessoa se identifica;
- Por isso, você precisa entender as dores, dúvidas e linguagem do seu público: isso guia tudo.

Como fazer isso?

Durante a conversa com os seus clientes, faça perguntas que são importantes para criar o seu perfil de clientes.





marIA | perfil de cliente

Por MARINA MIGLIORUCCI &

Mapeie a sua persona com facilidade e tenha insights de conteúdo sem revelar fontes internas.

Quero Começar

Pergunte alguma coisa



Perfil Demográfico da Persona

Característica	Descrição
Nome simbólico	Juliana
Idade	30 a 40 anos
Gênero	Feminino
Estado civil	Em sua maioria, casadas ou em união estável
Filhos	Sim, muitas com filhos (de várias idades)
Localização	Predominância em Jaú (SP) e Araçatuba
Classe social	Classe C (algumas B e D)
Formação	Variada – técnicas, superior e autodidatas (várias têm cursos extras)
Profissão	Empreendedoras autônomas (moda, beleza, doces, acessórios, serviços)

Perfil Psicográfico

Aspectos	Descrição
Rotina	Agitada, conciliando trabalho, casa e filhos. Muitas trabalham sozinhas.
Estilo de vida	Buscam liberdade financeira e emocional, desejam flexibilidade e realização pessoal
Hobbies/interesses	Música, conteúdo criativo, autoajuda, espiritualidade, organização, autoestima
Redes Sociais	Instagram, WhatsApp, Facebook e TikTok
Referências	Pessoas reais, conteúdo com humor, verdade e leveza (como você ✨)

🙄 Principais Dores

- Falta de **constância** na criação de conteúdo.
- Dificuldade com **tecnologia** e ferramentas de marketing.
- Não têm clareza de **público-alvo** e estratégia de vendas.
- **Medo de se expor** e aparecer nos stories.
- Sentem-se **sozinhas** e sobrecarregadas no negócio.

🧠 Desejos e Sonhos

- Viver do próprio negócio com estabilidade 💰
- Ser referência e reconhecida no que faz ✨
- Crescer com uma **marca forte e autêntica**
- Ajudar outras pessoas com seu serviço/produto (ex: elevar autoestima, promover bem-estar)
- Ter uma **comunidade fiel** e apaixonada ❤️

🧠 Objeções e Travamentos

- “Não tenho tempo pra fazer curso agora”
- “Não consigo investir no momento”
- “Já sei o suficiente sobre marketing”
- “Tenho medo de não conseguir colocar em prática”
- “Já fiz cursos que não me ajudaram”

🔑 Gatilhos para mudança

- Sentimento de **estagnação profissional**
- Querer dar uma vida melhor para os filhos
- Cansada de trabalhar demais e não ter retorno
- Desejo de pertencer a algo maior (comunidade)

Se comunicar de forma clara é essencial...

A maioria das pessoas sente medo, insegurança ou vergonha ao lidar com temas jurídicos

- ✗ Evite mensagens vagas
- ✗ Evite mensagens muito técnicas
- ✗ Evite frases muito prontas
- ✗ Evite artes muito duras e próximas de um roteiro.

>> ao adotar uma linguagem clara e sem juridiquês, você aproxima e gera confiança.

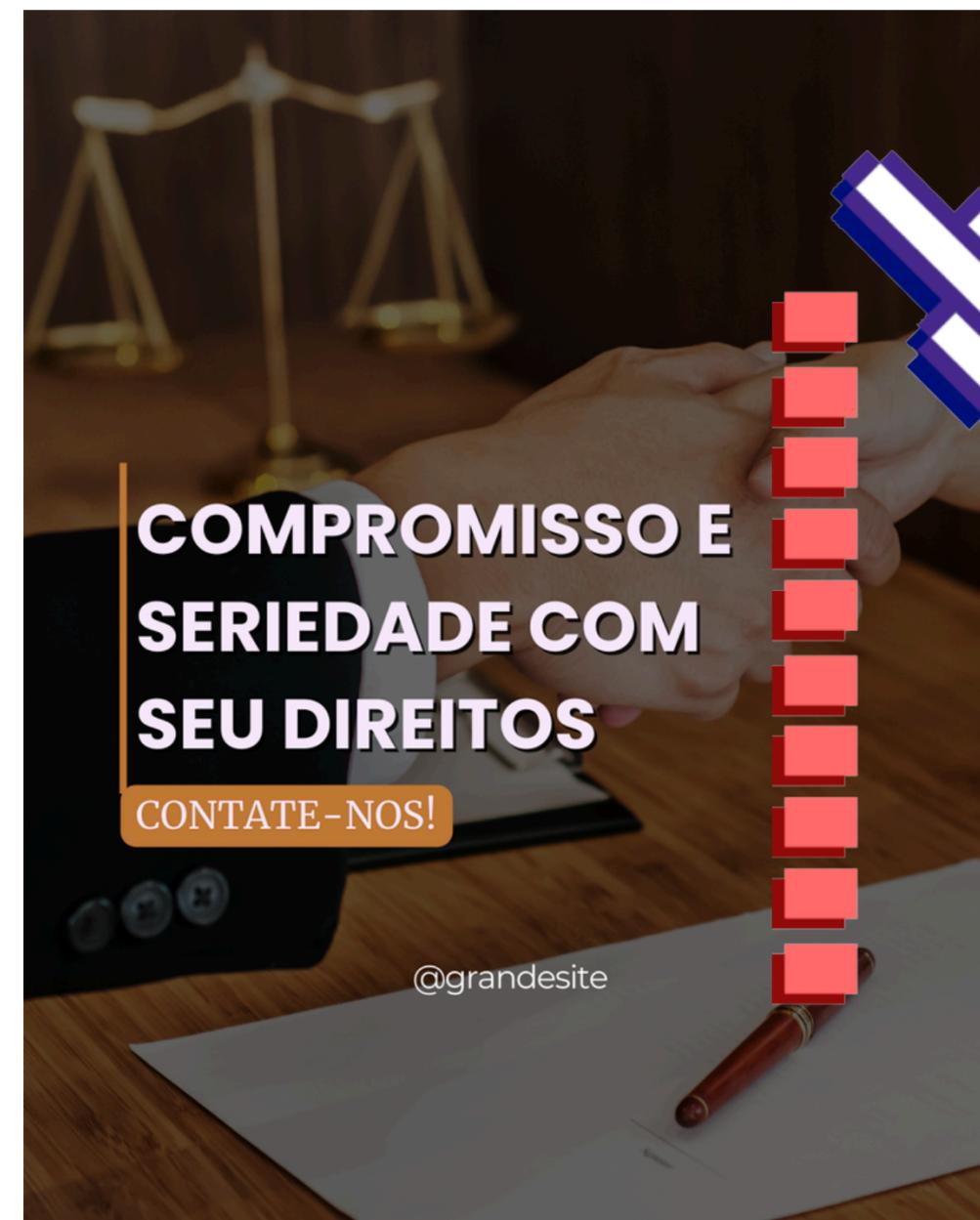


Se comunicar de forma clara é essencial...

A maioria das pessoas sente medo, insegurança ou vergonha ao lidar com temas jurídicos

- ✗ Evite mensagens vagas
- ✗ Evite mensagens muito técnicas
- ✗ Evite frases muito prontas
- ✗ Evite artes muito duras e próximas de um roteiro.

>> ao adotar uma linguagem clara e sem juridiquês, você aproxima e gera confiança.



Se comunicar de forma clara é essencial...

Isso não significa que você tem que falar igual a Dra. Shimano, de um jeito super informal. É por isso que extremamente importante saber também se posicionar.

- ✓ Entender porque você faz o que você faz;
- ✓ Entender a personalidade da sua marca;
- ✓ Entender qual sua linguagem, tom de voz e palavras-chave.

★ Universo de Marca

● Sobre a Marca 6

💰 Estrutura financeira

🔑 Parcerias-Chave

💖 Essência de Valor e Proposta da Marca

✍️ Linguagem Verbal e Visual

📊 Benchmarking & Swot

🎯 Objetivos

Como usar o Instagram da melhor maneira



O QUE É O ALGORITMO?

Sequência lógica de instruções para ranquear informações.

Este algoritmo é também uma machine learning, ou seja, ele vai se aperfeiçoando conforme aprende/entende o que você gosta de ver mais.

No caso do Instagram, ele não tem só um algoritmo, ele tem vários!





Informações sobre a publicação

Seu histórico de interação

Tempo que as pessoas passam no post

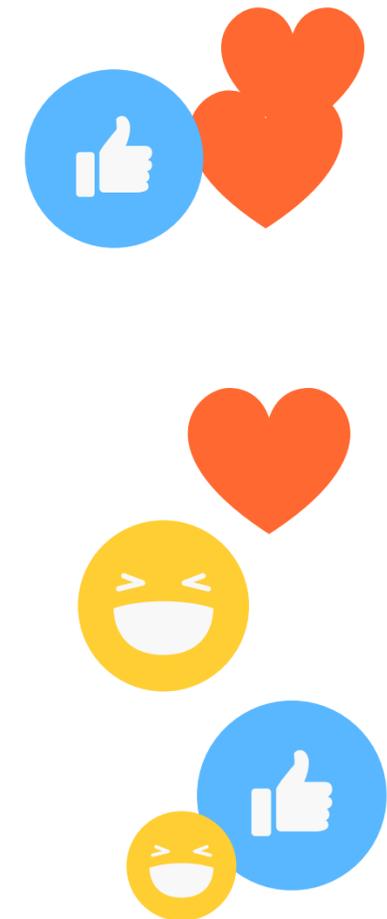
Sua atividade

Informações sobre a pessoa que publicou

Informações sobre o vídeo

5 FATORES-CHAVE NA ENTREGA DO INSTAGRAM

- Recência;
- Engajamento;
- Afinidade;
- Interesses;
- Como a pessoa usa o Instagram.



portaldamari ▾ ●



Compartilhe
uma nota

Marina Migliorucci ✨ Marketing Real
e Possível ela/dela

740 5.294 3.240
publicações seguidores seguindo



🌟 dia a dia de uma especialista em marketing
👉 aprenda comigo na [@cosmos.comunidade](https://www.cosmos.comunidade.com.br)
🌌 mentoria e projetos de marketing para marcas

↓ Saiba mais
Ver tradução

🔗 www.portaldamari.com.br/m... e outros 3 links

@portaldamari 🔍 daily da mari ✨

Painel profissional

Novas ferramentas já estão disponíveis.

Editar

Compartilhar p...

Contato



Novo



marIA



Cosmos



Comece aqui



Palestra

SOBRE O PERFIL

- Foto do perfil: Clara, profissional e fácil de reconhecer.
- Nome: Destaque seu nicho ou o que você faz.
- Bio: Explique claramente o que você oferece e a transformação que entrega.
- Destaques: Categorize em tópicos que reforcem sua autoridade e facilitem a navegação.

@ E NOME

@

- ✓ Se possível palavras-chave do seu nicho
- ✓ Evite nomes complicados ou difíceis de escrever
- ✓ Se possível, coloque seu nome pessoal junto ao que você faz
- ✓ O mesmo em todas as redes

NOME

- ✓ Precisa ter uma palavra-chave do que você faz.
- ✓ Não coloque hashtags

portaldamari ▾ ●



Marina Migliorucci ✨ Marketing Real e Possível ela/dela

740 publicações 5.294 seguidores 3.240 seguindo

🌟 dia a dia de uma especialista em marketing
🍷 aprenda comigo na [@cosmos.comunidade](#)
🪐 mentoria e projetos de marketing para marcas

↓ Saiba mais

Ver tradução

[www.portaldamari.com.br/m...](#) e outros 3 links

@ portaldamari 🔍 daily da mari ✨

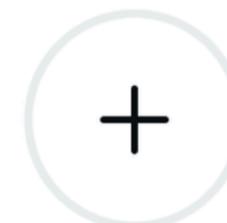
Painel profissional

Novas ferramentas já estão disponíveis.

Editar

Compartilhar p...

Contato



Novo



marIA



Cosmos



Comece aqui



Palestra

DESTAQUES

PRODUTOS

Sobre Você

- História da marca, valores, missão.

Contato

- Número do WhatsApp
- Telefone
- Endereço
- Horário de trabalho

Dúvidas Frequentes

- Perguntas comuns sobre o seu trabalho

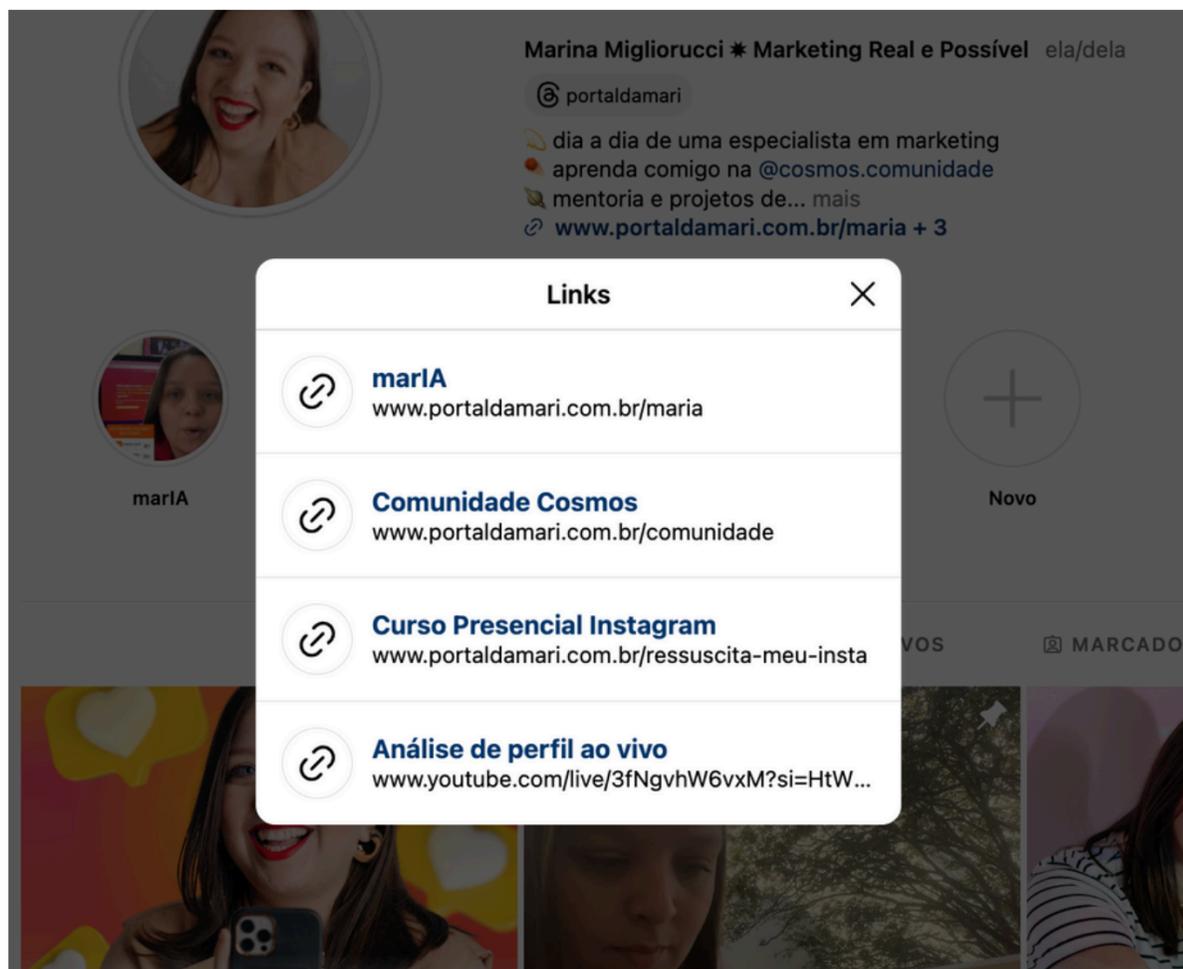
Bastidores

- Dia a dia

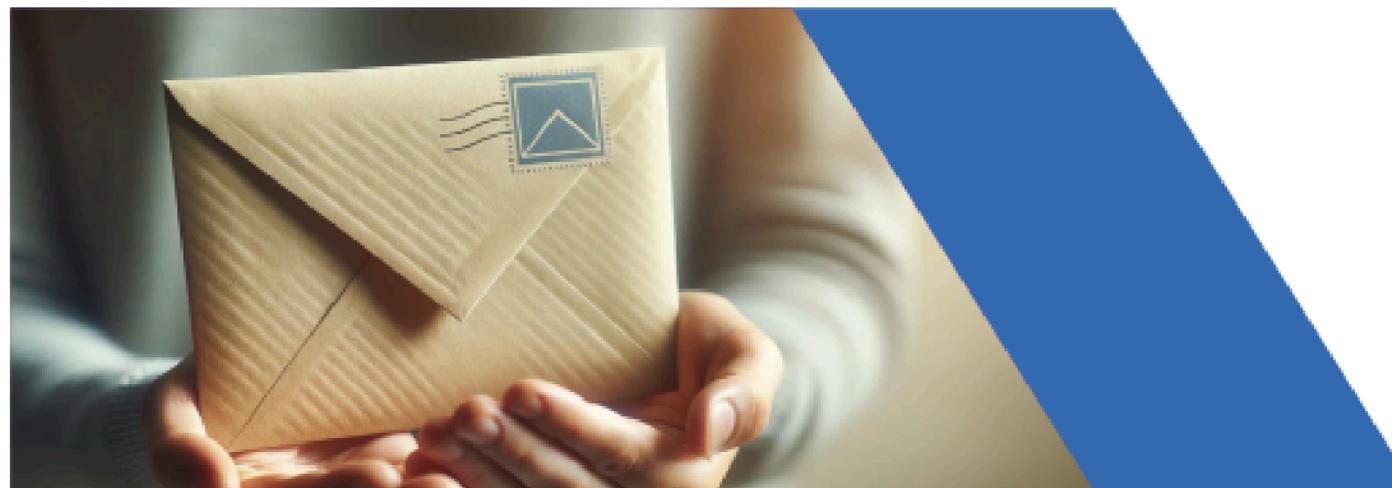
LINKS

Sempre fique atenta para ver se o seu link está funcionando.

WhatsApp: <https://wa.me/5514NUMERODOTELEFONE>



10. É POSSÍVEL o uso de link para acesso ao WhatsApp do advogado(a) ou do seu escritório nas redes sociais?



SIM. Expressamente o § 3º do art. 4º do Provimento n. 205/2021 do **CFOAB**, **ADMITE O USO DE LINK** para aplicativos de mensagens instantâneas em publicidade informativa veiculada pela internet, mantendo-se, ainda, o dever de sobriedade e discrição, e desde que não se preste à captação de clientela.

TRABALHE A SUA MARCA PESSOAL

The image shows two Instagram profiles side-by-side. The left profile is for Marina Migliorucci, a marketing expert. The right profile is for the 'cosmos.comunidade' community. Below the profiles is a grid of six Instagram posts related to her work and the community.

Marina Migliorucci * Marketing Real e Possível ela/dela
774 posts | 5.447 seguidores | 3.408 seguindo

No que você está pensa...
dia a dia de uma especialista em mkt conteúdo com I.A
aprenda comigo na @cosmos.comunidade
mentoria e projetos de marketing para marcas
Ver tradução
www.portaldamari.com.br/m... e outros 2 links
@portaldamari daily da mari ✨ Mais 1

Painel profissional
189,6 mil visualizações nos últimos 30 dias.

Editar | Compartilhar p... | Contato

Novo | marIA | Cosmos | Comece aqui | Palestra

cosmos.comunidade
Cosmos | Marketing Real e Possível para Empreendedoras
11 posts | 189 seguidores | 1 seguindo

Clube de Empresárias que querem aprender marketing
Marketing, conteúdo e empreendedorismo
Novas aulas e materiais sempre
Por @portaldamari
Ver tradução
www.portaldamari.com.br/comunidade

Seguido por outras 101 pessoas que você conhece

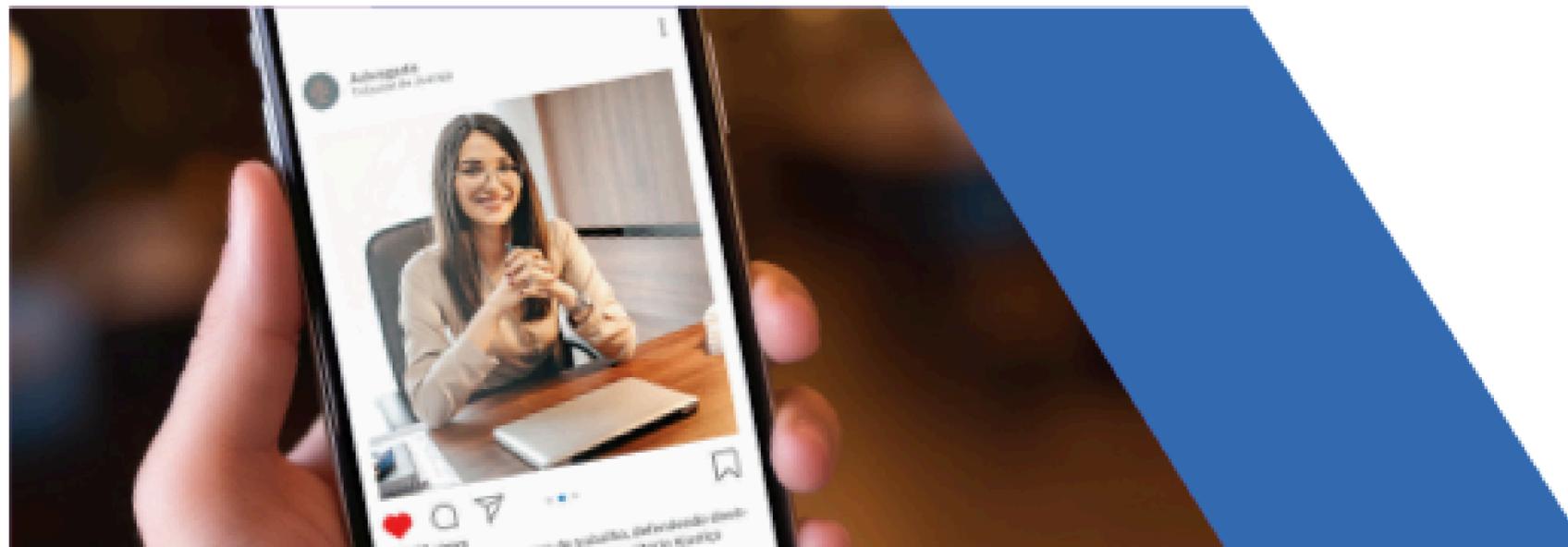
Seguindo v | Mensagem | +p

Quem Guia | Sobre a Co... | Comece aqui

Grid of posts:
1. Curso Instagram para negócios (Facilitadora: Marina Migliorucci)
2. Crie comigo conteúdos para uma semana usando a marIA
3. Quem é a mari (video call)
4. Tudo o que você precisa saber sobre a comunidade COSMOS
5. Comunidade COSMOS logo
6. Marina celebrating with confetti

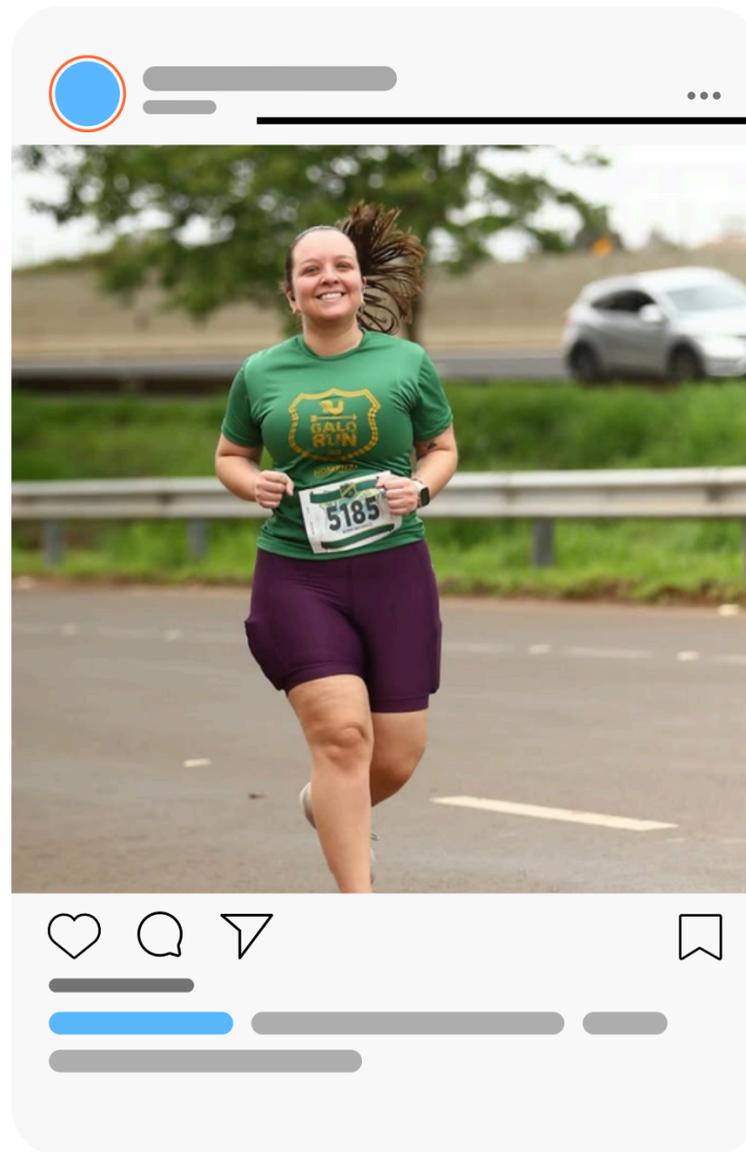
COMO FAZER ISSO NA PRÁTICA?

05. É PERMITIDO fazer SELFIE ou VÍDEO durante a atuação profissional do advogado(a)?



SIM. É PERMITIDA a divulgação de imagem, vídeo ou áudio contendo atuação profissional, inclusive em audiências e sustentações orais, em processos judiciais ou extrajudiciais, **NÃO ALCANÇADOS POR SEGREDO DE JUSTIÇA**, desde que **RESPEITADOS O SIGILO E A DIGNIDADE PROFISSIONAL**, sendo vedada a referência ou menção a decisões judiciais e resultados de qualquer natureza obtidos em procedimentos que patrocina ou participa de alguma forma, ressalvada a hipótese de manifestação espontânea em caso coberto pela mídia, nos termos do art. 4º, § 2º, Provimento n. 205/2021 do CFOAB. Ainda, devem ser respeitadas as regras de **SOBRIEDADE E DISCRIÇÃO**, não denotando propósito de captação de clientela ou de mercantilização da atividade da advocacia.

O QUE TODO POST PRECISA TER



→ **Localização**

→ **Imagem ou vídeo**

→ **Legenda e Hashtags**

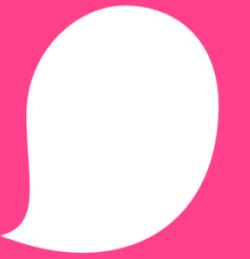
Como criar bons conteúdos



MKT DE CONTEÚDO

DESPERTA IDENTIFICAÇÃO COM A SUA MARCA E GERA A SEGURANÇA NECESSÁRIA PARA QUE O CLIENTE COMPRE O QUE VOCÊ VENDE.

MKT DE CONTEÚDO



MICHELIN - 1900

Edouard e André Michelin assumiram a Michelin em 1889. A empresa fabricava apenas pastilhas para freio. Mas, depois de ver uma oportunidade de negócio, eles começaram a criar pneus para equipar as carrugagens e tornar as viagens mais confortáveis e silenciosas. Em 1895, com a criação do automóvel, eles apresentaram para o mundo o Éclair, um carro idealizado e fabricado pela Michelin. Como fazer esse negócio ser rentável se só existiam 3 mil carros?

Em 1900, para impulsionar a troca mais rápida dos pneus, eles passaram a distribuir gratuitamente o Guia Michelin.

- Eventos;
- Fax;
- Mala direta;
- Telefone;
- TV;
- Rádio;
- Jornal;
- Outdoor;
- Revista;
- Boletim Informativo.



- Novas redes sociais e era de ouro das blogueiras;

* 1990

* 2000

Popularização da internet e dos blogs

* 2010

CONEXÃO

CRIAR IDENTIFICAÇÃO EMOCIONAL E FORTALECER O VÍNCULO COM O PÚBLICO.

COMO FAZER:

- CONTE HISTÓRIAS REAIS (SUAS OU DOS SEUS CLIENTES).
- MOSTRE BASTIDORES, VULNERABILIDADES, DILEMAS E CONQUISTAS.
- USE FRASES COMO: "POSSO SER HONESTA COM VOCÊ?", "JÁ SE SENTIU ASSIM TAMBÉM?"

EXEMPLO: VOCÊ JÁ TEVE SEU NOME SUJO POR UMA DÍVIDA QUE NEM ERA SUA?

EDUCAÇÃO

GERAR AUTORIDADE, CLAREZA E VALOR. ENSINAR ALGO ÚTIL, PRÁTICO OU TRANSFORMADOR.

COMO FAZER:

- DICAS APLICÁVEIS, TUTORIAIS, BASTIDORES DO SEU MÉTODO.
- DESMISTIFICAR ALGO TÉCNICO DO SEU NICHU.
- USE TÍTULOS COM: "COMO FAZER", "X PASSOS PARA", "VOCÊ SABIA QUE...?"

EXEMPLO: 3 MITOS SOBRE GUARDA COMPARTILHADA QUE TE FAZEM TOMAR DECISÕES ERRADAS

PROMOÇÃO

CONVERTER. MOSTRAR O VALOR DA SUA OFERTA, COM PROVAS E CLAREZA.

COMO FAZER:

- DEPOIMENTOS, ANTES E DEPOIS, DIFERENCIAIS DA SUA SOLUÇÃO.
- CTA'S DIRETAS E ELEGANTES.
- USE FRASES COMO: "AGORA É A SUA VEZ.", "ESSA OPORTUNIDADE É PRA QUEM QUER SAIR DO LUGAR."

EXEMPLO: VOCÊ SABE O QUE OBSERVAR ANTES DE ENTRAR COM UM PROCESSO?

BÔNUS

O ÓBVIO
PRECISA
SER DITO

**NÃO COMECE SEU
VÍDEO COM OI TUDO
BEM E NEM SE
APRESENTANDO E
FALANDO SUAS
QUALIFICAÇÕES.**

**É PRECISO ESTAR
EM OUTROS CANAIS**

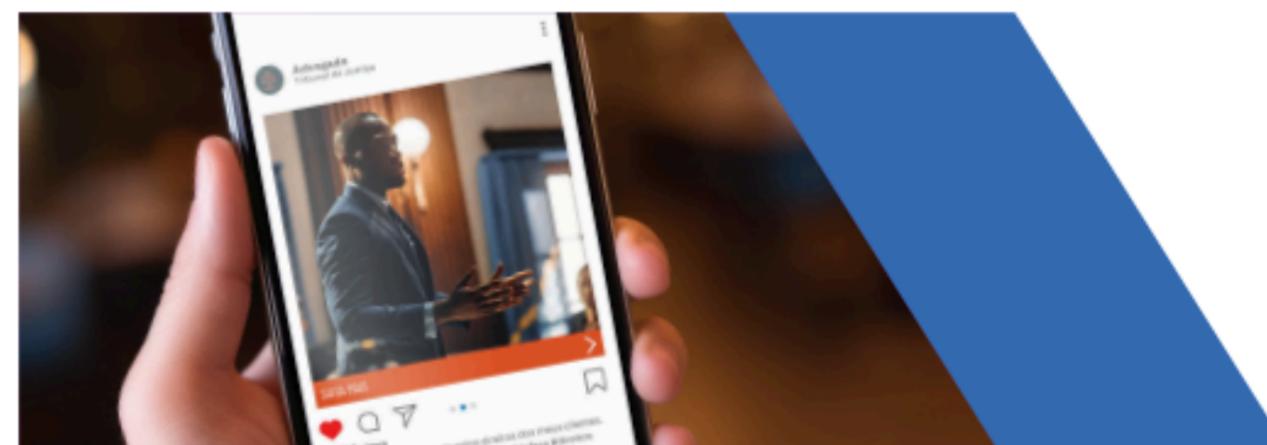


O que acontece se eu construir uma casa em um terreno alugado?

TER UM SITE É FUNDAMENTAL!

- ✓ Crie um blog para se posicionar organicamente;
- ✓ Gerar mais autoridade e confiança para os clientes;
- ✓ Ter o seu contato acessível caso fique sem as redes sociais.

02. É PERMITIDO o uso da caixa SAIBA MAIS para clicar e ir direto para página do advogado ou seu WhatsApp?



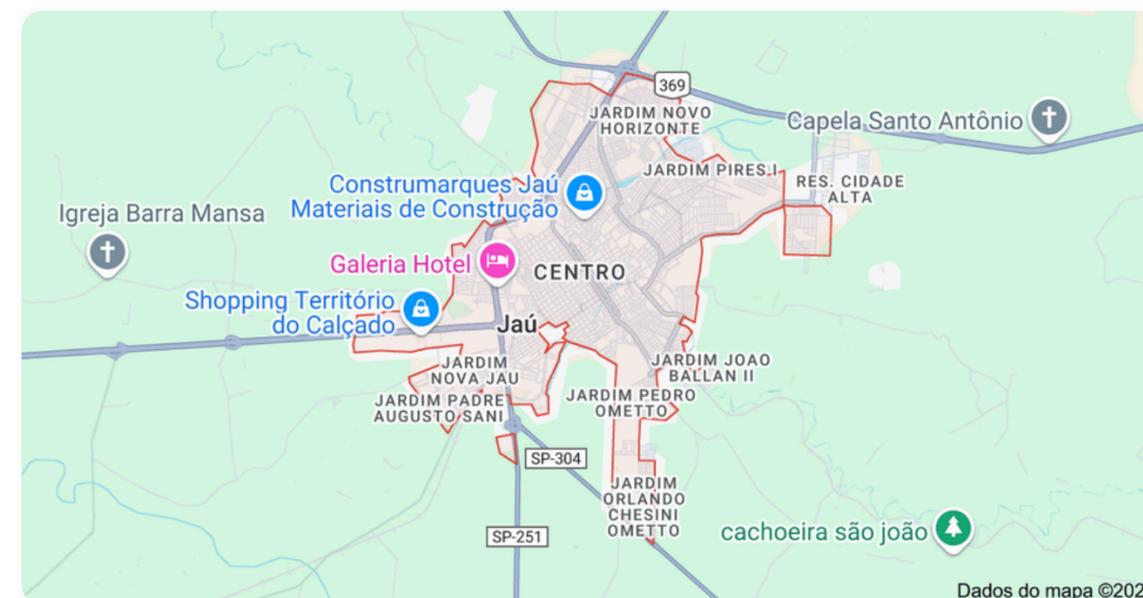
SIM, desde que o link "SAIBA MAIS" ou similares redirecione ao site do escritório ou aos seus meios de contato autorizados pelo Código de Ética.

IMPORTANTE – SÃO VEDADAS as **CHAMADAS PARA AÇÃO, (LITIGÂNCIA)** ou à **CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS**, nos termos do § único do art. 46 do Código de Ética e Disciplina da OAB c/c art. 3º, V, do Provimento n. 205/2021. Logo, não há óbice na disponibilização dos dados de contato do escritório, nos termos do art. 4º, §3º do Provimento em referência.

Tem que ter um perfil no Google!

- ✓ Todas as informações atualizadas sobre o seu negócio;
- ✓ Depoimentos de clientes;
- ✓ Conteúdos que são chave para que a pessoa escolha por você.

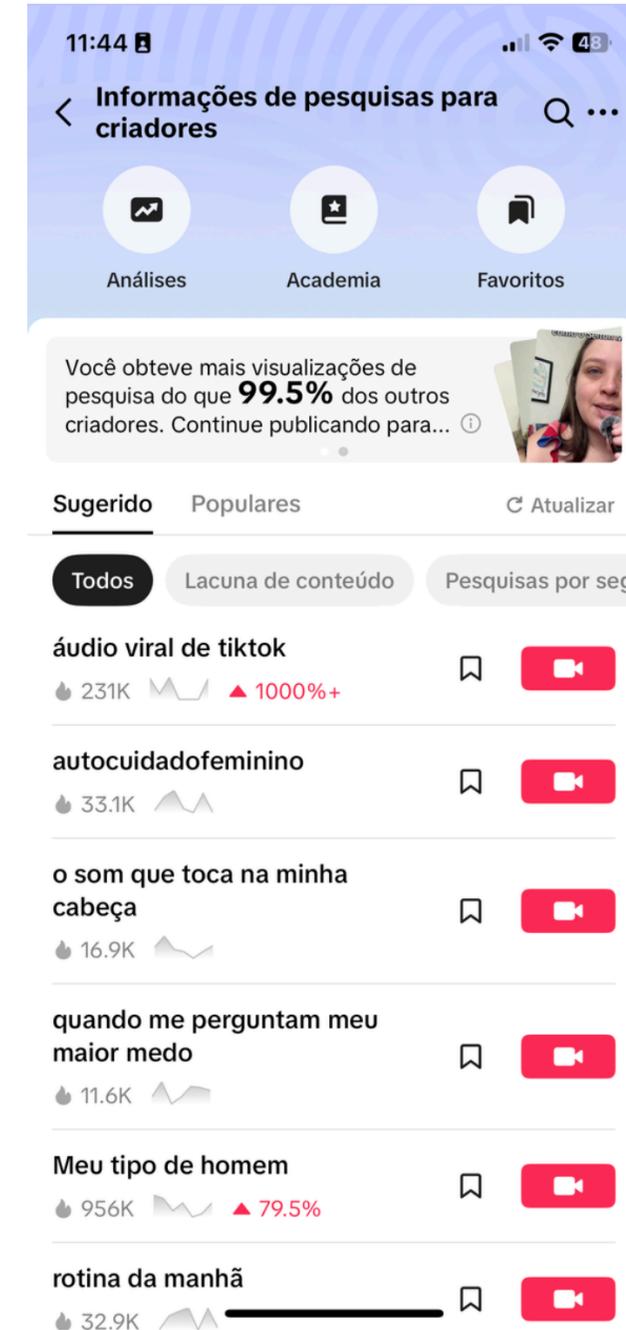
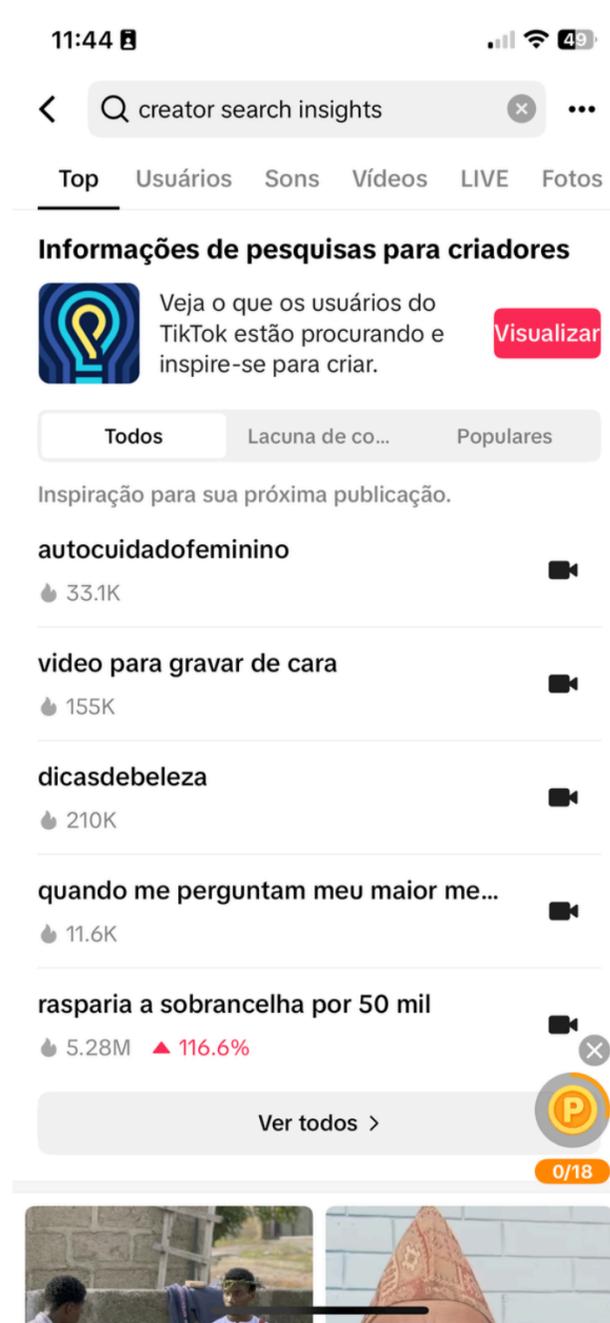
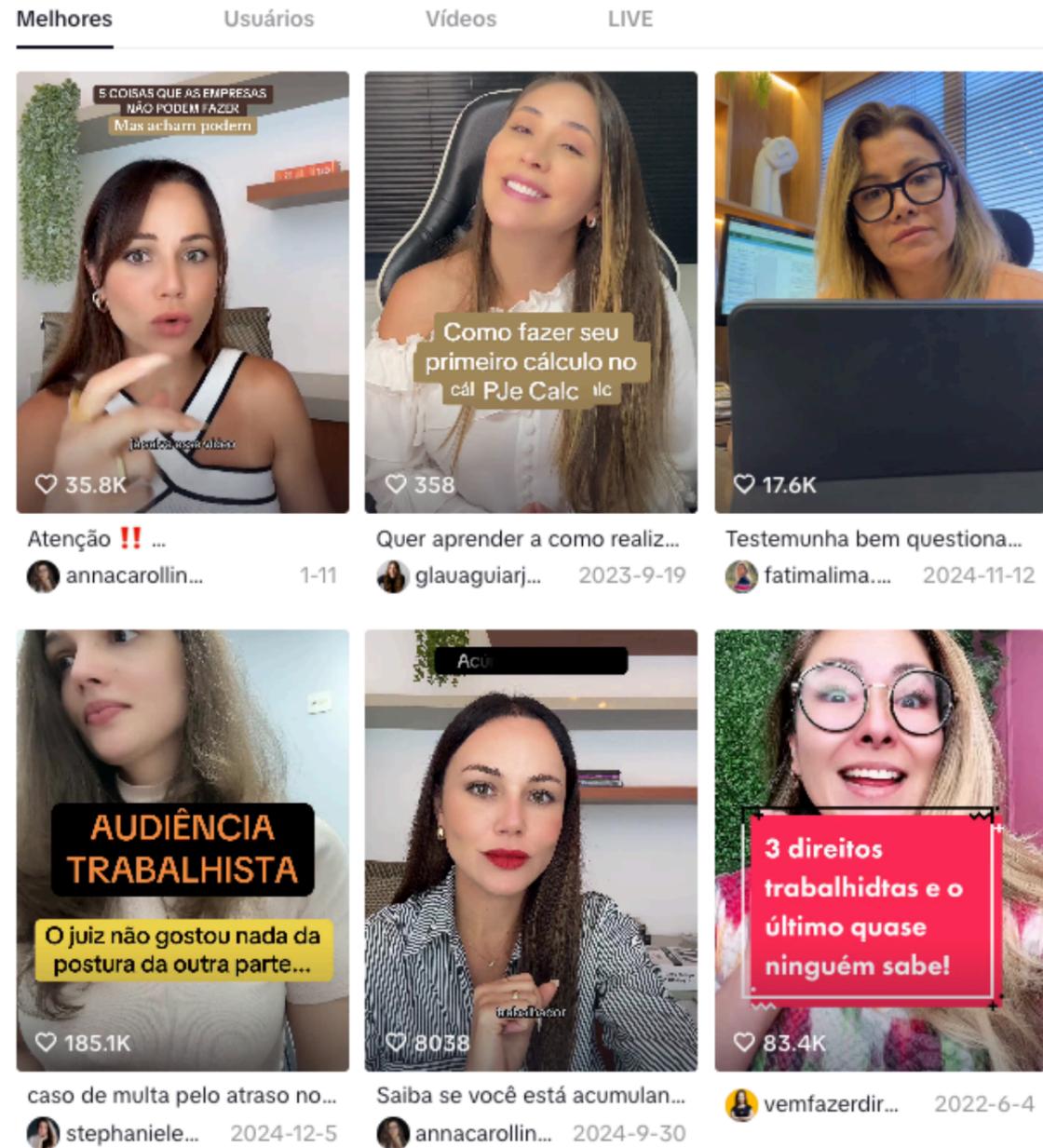
Todas Maps Imagens Vídeos Notícias Shopping Web : Mais



14. É POSSÍVEL o uso do GOOGLE ADS?

SIM, desde que as palavras selecionadas estejam em consonância com os ditames éticos, sendo proibido o uso de anúncios ostensivos em plataformas de vídeo.

Tem que ter TikTok...



Até porque o Google recomenda vídeo agora...

Google

advogado jau

Todas Videos Maps Imagens Notícias Shopping Videos cu



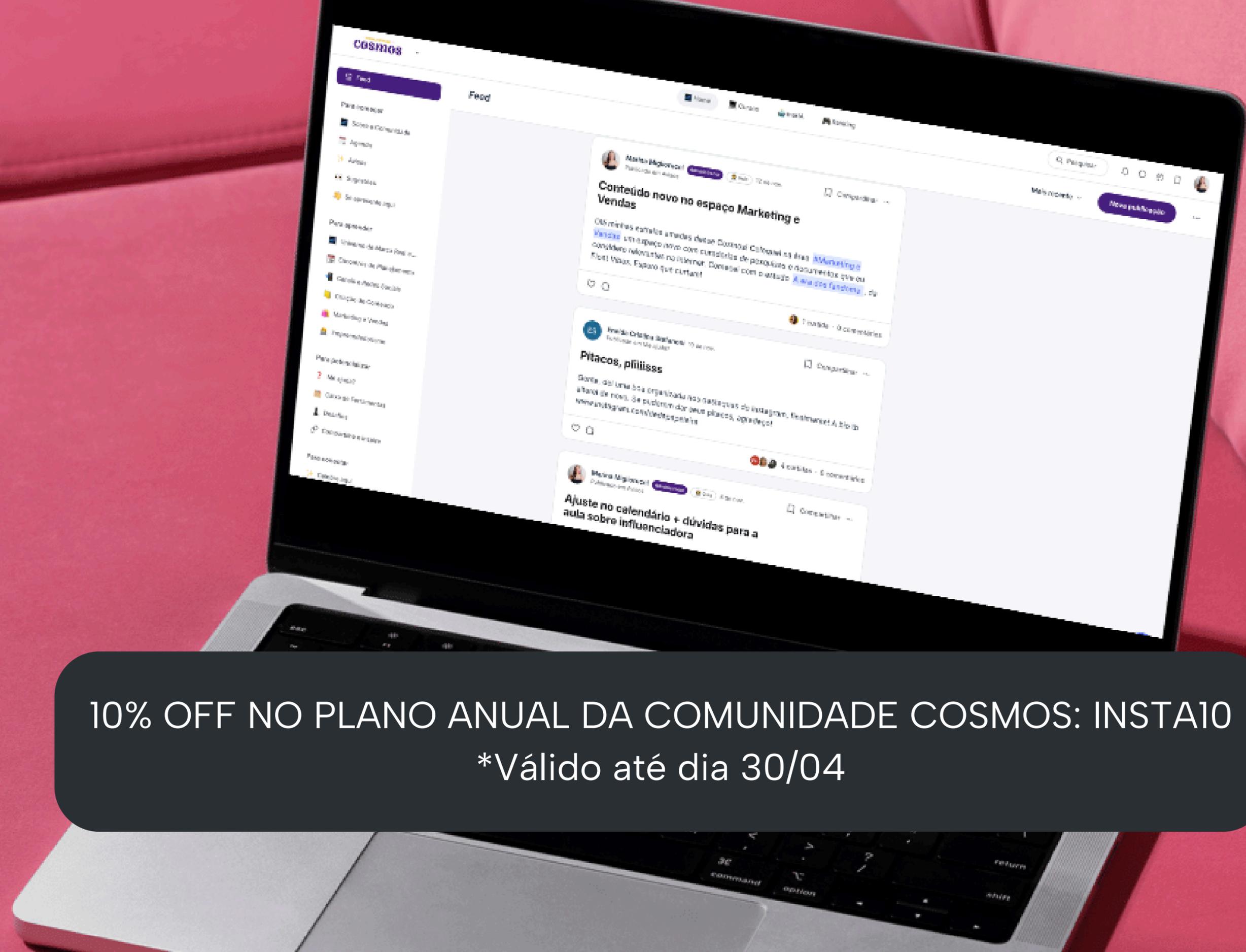
E não se esqueça do LinkedIn...

- ✓ Foto atualizada;
- ✓ Relacionamento com potenciais clientes;
- ✓ Conteúdos semanais para gerar autoridade e relevância.

antes de acabar...

**BAIXE A APRESENTAÇÃO
E OS BÔNUS AQUI:**





10% OFF NO PLANO ANUAL DA COMUNIDADE COSMOS: INSTA10
*Válido até dia 30/04



marIA | roteiro para stories

Por MARINA MIGLIORUCCI 

Roteiros estratégicos e criativos para stories com ganchos inovadores e interatividade.

Me dê um roteiro para me conectar e engajar com me...

Me dê um roteiro para lançar um produto

Me dê um roteiro para vender um produto

Me dê um calendário de roteiros para uma...

10% OFF NA MARIA ROTEIRO DE STORIES: INSTA10
***Válido até dia 20/04**





marIA | Análise de Perfil

Por MARINA MIGLIORUCCI &

Bio estratégica + análise de resultados

Começar análise

Pergunte alguma coisa



10% OFF NA MARIA ANALISE DE PERFIL: INSTA10
*Válido até dia 20/04



marIA | conteúdo real e possível

Por MARINA MIGLIORUCCI &

Estrategista criativo que transforma conteúdos com ousadia e storytelling de impacto.

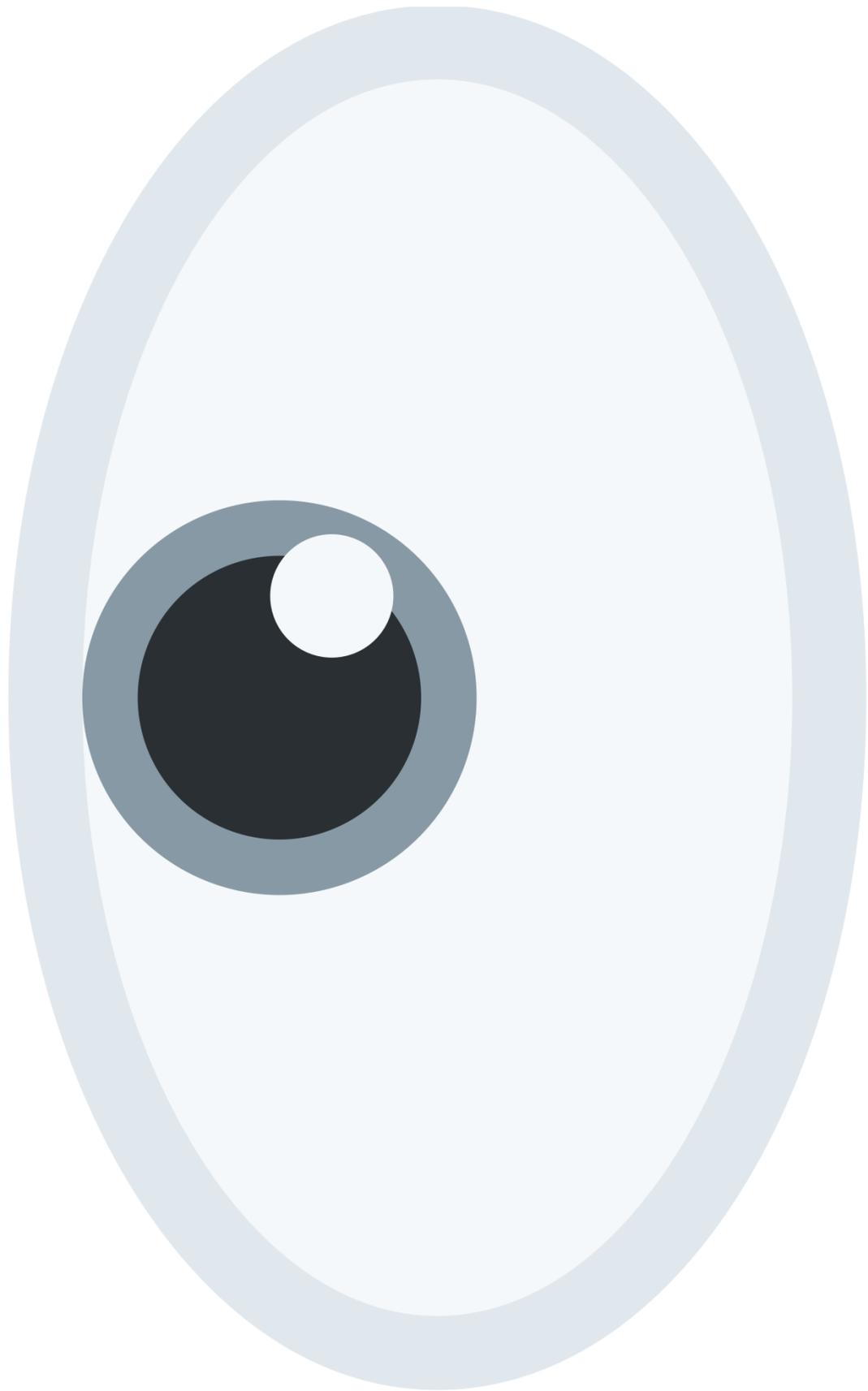
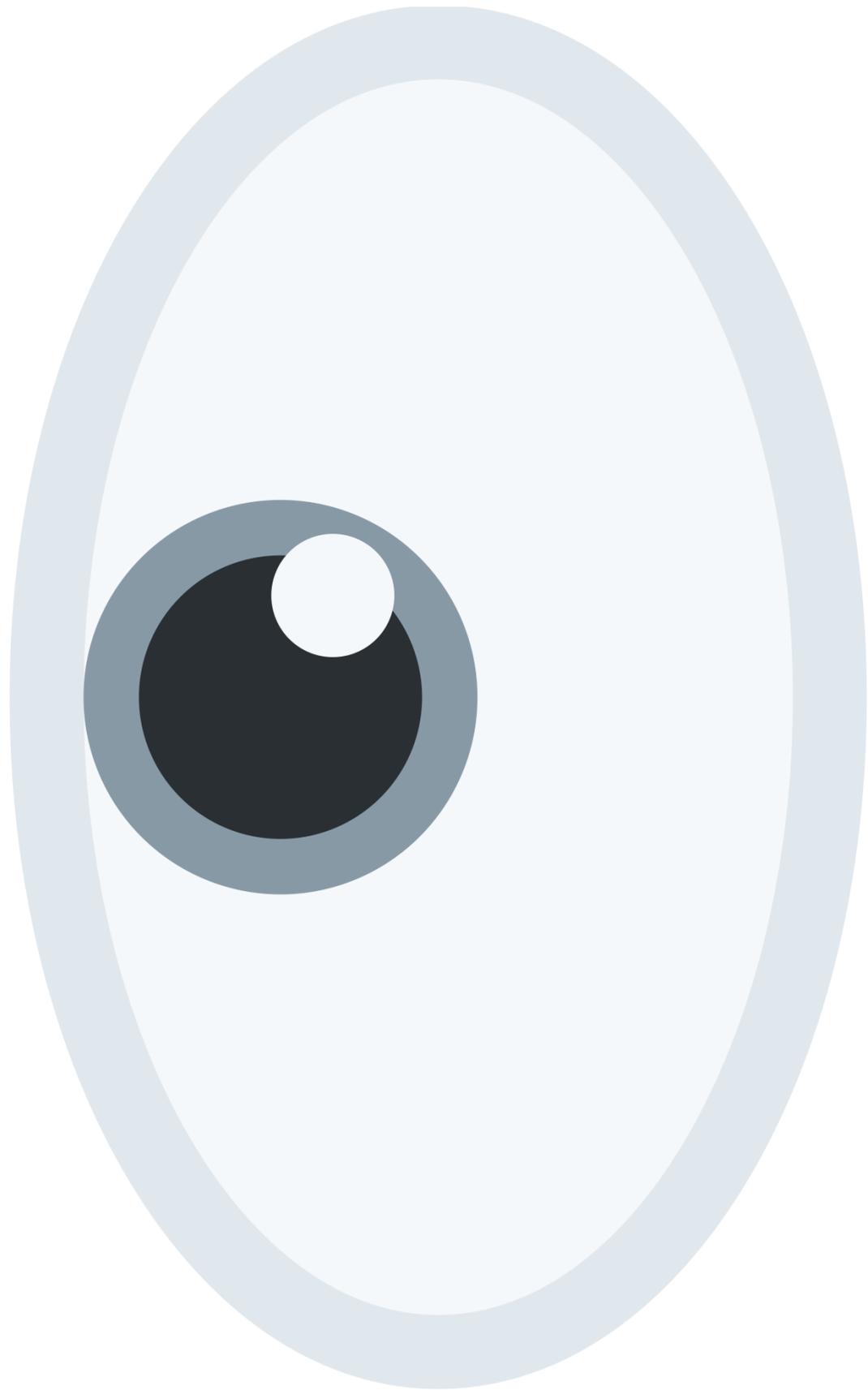
Quero criar
um calendário
de conteúdo

Quero criar
um post

Analise o
meu conteúdo

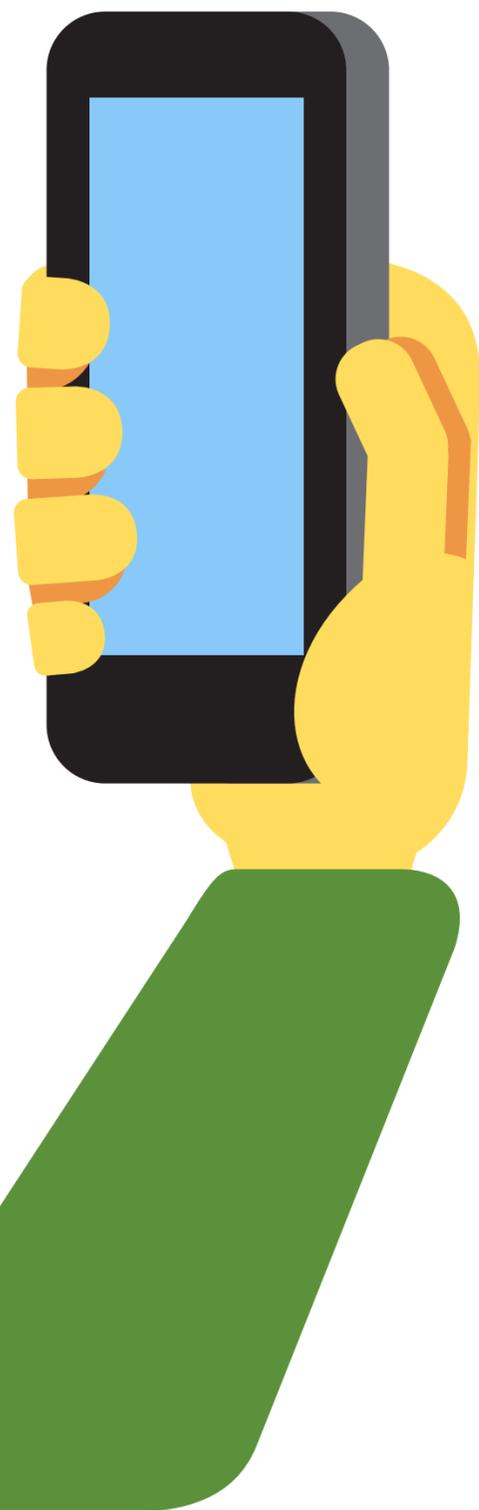
Me ajude a tirar
uma ideia do papel

10% OFF NA MARIA PLANEJAMENTO E CONTEÚDO: INSTA10
*Válido até dia 20/04



**TEMOS
TEMPO?**





**QUAL MUDANÇA VOCÊ
VAI FAZER NAS SUAS
REDES SOCIAIS
A PARTIR DESSA AULA?**



**TRÊS
APRENDIZADOS
QUE VOCÊ
TEVE HOJE?**

obrigada!