

GESTÃO JURÍDICA EM TEMPOS DE COVID-19

Realização:



Comissão Especial de
Gestão e Empreendedorismo

Apoio:



Comissão Especial de Gestão,
Empreendedorismo e Inovação

PALAVRA DO PRESIDENTE

Dr. Marco Aurélio de Lima Choy
Presidente da OAB Amazonas

“Mar calmo nunca fez bom marinheiro”. Esse ditado popular, cada vez mais atual, simplifica o momento desafiador que vivemos e o universo de oportunidades que se abrem. Não tenho dúvidas que vivenciamos a maior tragédia da nossa geração. As futuras gerações estudarão o momento atual assim como estudamos nos livros os fenômenos das grandes guerras mundiais.

O cenário é desafiador para todos os seguimentos, em especial, para a Advocacia, cabendo à Seccional Amazonense da Ordem dos Advogados do Brasil, um dos Estados mais atingidos pela Pandemia, de um lado zelar pela saúde dos Advogados e Advogadas, bem como, reafirmar seus compromissos com a Sociedade Amazonense; de outro lado, criar uma ambiência necessária para o exercício da importante missão da Advocacia.

Neste contexto, o trabalho da Comissão Especial de Gestão e Empreendedorismo é fundamental no incentivo ao exercício da Advocacia, na criação de estratégias, em tempos difíceis, permitindo que o/a Advogado/a possa, mesmo num momento de crise, enxergar novos horizontes profissionais.

A advocacia precisa se reinventar, e a cartilha da CEGEI da



OAB/AM vai proporcionar dicas valiosas para esse momento, com o propósito de sairmos melhores que entramos deste período de severa turbulência, que também atingiu a nossa profissão.

A profissionalização do exercício da Advocacia é fundamental, o investimento em Gestão de Escritório, em Empreendedorismo e em Inovação são imperiosos neste momento, iniciativas como a presente Cartilha são importantes para a reinvenção da Advocacia.

A Advocacia do Futuro está sendo construída agora, vamos construir juntos?

OAB - SECCIONAL AMAZONAS

Presidente: Dr. MARCO AURÉLIO DE LIMA CHOY

Vice-Presidente: Dra. GRACE ANNY BENAYON ZAMPERLINI

Secretária-Geral: Dra. DANIELLE AUFIERO MONTEIRO DE PAULA

Secretário-Geral Adjunto: Dr. FRANCISCO MACIEL DO NASCIMENTO

Tesoureiro: Dr. JOSÉ CARLOS VALIM

AGRADECIMENTOS ESPECIAIS

Dr. JOSÉ ALBERTO SIMONETTI RIBEIRO CABRAL - SECRETÁRIO-GERAL DA OAB NACIONAL

Dra. LARA CRISTINA DE ALENCAR SELEM - PRESIDENTE DA CEGEI - OAB NACIONAL

COMISSÃO ESPECIAL DE GESTÃO E EMPREENDEDORISMO

Presidente: Dr. DAVID CUNHA NOVOA

Vice-Presidente: Dr. JOÃO GILSON PEREIRA DA SILVA JUNIOR

Secretária: Dra. HAYLLANNE ABREU FERREIRA

Membros Efetivos:

Dra. BIANCA PRISCILLA ANJOS DE SOUZA

Dr. BRENNO CASEMIRO CÂMARA

Dr. BRUNO MORAES MONTEIRO

Dr. CAIO SILVA ANDRADE

Dr. CL/AILTON COSTA DE OLIVEIRA

Dra. ELIZANETE NASCIMENTO DA CUNHA

Dr. EWERTON BARROSO DE SOUZA

Dra. KAREM LUCIA CORREA DA SILVA RATTMANN

Dra. KARINE SOUZA FLORES

Dra. LÍVIA ROCHA BRITO

Dr. MARCOS VINICIUS DIAS MORAIS

Dra. PRISCILA INOCÊNCIO DOS SANTOS

Dr. RODRIGO DOS SANTOS XAVIER

Dr. RODRIGO BRUNO SANTIAGO CORREIA

Dra. ROZIANE LOPES BRAGA

Dra. SORAYA RUÍZ DA ROCHA

Dra. VERÔNICA BARBOSA DE OLIVEIRA

Membro Consultivo:

Eng. ALLAN ALMEIDA DOS REIS

Menção Honrosa:

Acad. ELAYNE CHRISTINA MEIRELLES DA SILVA

PREFÁCIO

Dra. Lara Cristina de Alencar Selem
Presidente da Comissão Especial de
Gestão, Empreendedorismo e Inovação
da OAB Nacional

Tempos difíceis forjam homens e mulheres mais fortes. É isso que esperamos dos tempos de pandemia, que nos deixe melhores. Melhores como profissionais, melhores como advogados e advogadas, melhores como pessoas.

Num cenário extremamente volátil, incerto, complexo e ambíguo como o que vivemos, quem atua na advocacia precisa, antes de mais nada, “ler o vento” do mundo **VUCA (volatility/volatilidade, uncertainty/incerteza, complexity/complexidade e ambiguity/ambiguidade)**.

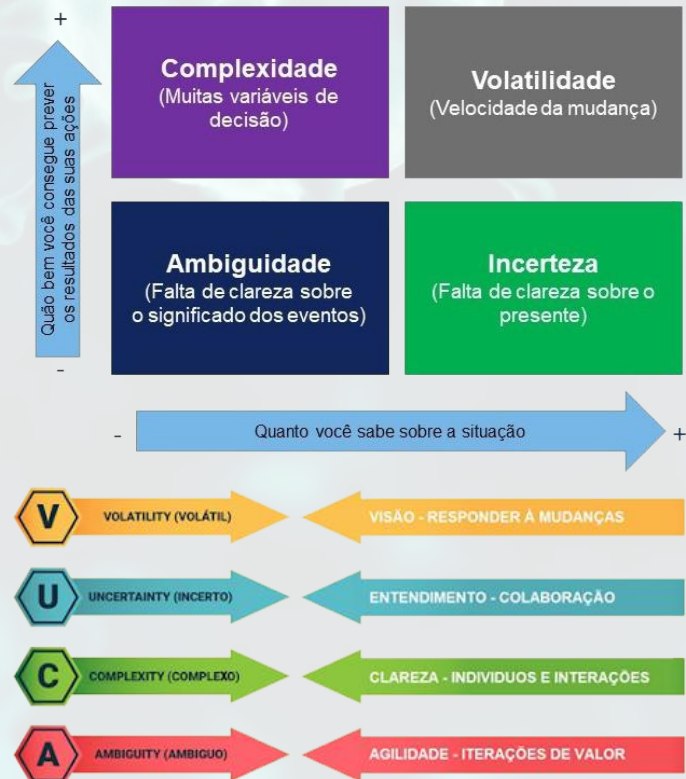
A **volatilidade** caracteriza algo inconstante, que muda com facilidade, quer dizer que a realidade atual tem duração desconhecida e se transforma com muita rapidez, o que torna mais difícil prever cenários futuros. A **incerteza** vem do fato que apesar de termos muita informação disponível para tentar antecipar as mudanças que vão ocorrer, nunca poderemos ter total certeza. Experiências passadas já mostraram que o surgimento de determinados problemas e soluções é muito difícil de prever — tendência que é maior ainda em um cenário em que a tecnologia avança na velocidade da luz.



A dificuldade em prever cenários futuros se deve muito à **complexidade** do mundo atual, e o Covid-19 ampliou essa dificuldade. Ações isoladas, que parecem simples, na realidade fazem parte de um conjunto enorme de variáveis — do mercado e da sociedade em geral — que impactam umas nas outras. Por fim, a **ambiguidade** é a qualidade do que pode ter diferentes sentidos e despertar dúvidas. No sentido do mundo VUCA, está relacionado ao fato de que um contexto complexo pode ser analisado por múltiplos vieses, e não apenas com base em experiências passadas — até porque, muitas vezes, não existem precedentes para tomar como referência.

A análise do ambiente atual, para onde iremos, sozinhos ou coletivamente, é uma investigação que requer olhos apurados, muita informação, conectividade com o presente e o futuro. Essa leitura é o que levará os advogados e advogadas a tomar as melhores decisões sobre os rumos de suas sociedades de advogados, sobre as novas teses que criarão, sobre as novas ideias que poderão mudar o mundo de seus clientes.

O MUNDO VUCA



A obra que ora prefaciamos, lê o vento do mundo VUCA em tempos de Covid-19. Aliás, os ventos. Ventos jurídicos que apontam para a necessidade de adaptação ao trabalho em home office, para uma nova forma de se comunicar com clientes, equipe e mercado, para a atenção a metas e produtividade, para o uso de sistemas e aplicativos que permitam manter o foco e controlar os prazos que estão sobre nossas mesas.

São ventos com forças, velocidades e direções opostas. Ventos que trazem chuvas e que as levam embora. Ventos agitados que definem os rumos da economia moderna, e dizem como será nosso comportamento nas relações de trabalho.

A contribuição da Comissão Especial de Gestão e Empreendedorismo da OAB Amazonas num momento tão delicado de nossa história será extraordinariamente útil não somente aos advogados do Norte do nosso país, mas para toda a classe jurídica. Parabéns todos os envolvidos: a diretoria da OAB/AM capitaneada por Marco Aurélio de Lima Choy, o Secretário-Geral da OAB Nacional José Alberto Simonetti, a diretoria e membros da CEGE liderada por David Cunha Novoa e, em especial, os autores da obra: Livia Rocha Brito, João Gilson P. da S. Junior, Ewerton Barroso de Souza, Priscila Inocêncio dos Santos e Caio Silva Andrade.

Que ao final, sejamos mais fortes! Avanti!!

Curitiba (PR), 12/05/2020.

Lara Selem

ÍNDICE

Palavra do Presidente	02
Prefácio	04
Índice	06
Introdução	07
Home Office	09
Marketing Jurídico	12
Controle de Prazos	19
Aplicativos	21
Metas & Produtividade	30

INTRODUÇÃO

Dr. David Cunha Novoa
Presidente da Comissão Especial
de Gestão e Empreendedorismo da
OAB AMAZONAS e
Secretário-Geral da Comissão Especial de
Gestão, Empreendedorismo e Inovação
da OAB Nacional

"Planejamento não lida com decisões futuras, mas com um futuro de decisões presentes", dizia Peter Drucker, aclamado pai da Administração Moderna.

Quem poderia adivinhar que, em pleno Século XXI, viveríamos um flagelo como aquele que ora se impõe à Humanidade? Todos os dias, desde que se disseminou a pandemia, somos surpreendidos com notícias que nos entristecem, emudecem, assustam... e desafiam.

De plano, enquanto escrevo estas parcas palavras, devo registrar que ainda não há tratamentos comprovadamente eficazes contra a Covid-19, nem tampouco uma vacina que já esteja pronta. Com mecanismos ainda não decifrados na íntegra, esta perigosa doença é daqueles eventos inesperados que rendem páginas e páginas no livro do tempo. Sua triste passagem pelo mundo dos Homens parece ainda não ter fim, o que nos leva a uma



série de dúvidas e reflexões as mais diversas.

Pessoalmente, guardo o sentimento de luto pelas vidas que já partiram; o de gratidão pelos profissionais que estão na linha de frente do combate à doença; o de Esperança de que todos conseguiremos vencê-la; e o de angústia pelas suas mazelas - inclusive as secundárias e não menos importantes, como as que maculam a economia e a subsistência de todos nós.

Empresas, autônomos, profissionais liberais, empregados e empregadores... Entre a cruz e a espada, muitas pessoas carecem de um norte sobre o que pode ser feito. Nesta

pequena cartilha, de iniciativa dos membros da **Comissão Especial de Gestão e Empreendedorismo da OAB Amazonas**, voltamos os nossos olhos à árdua missão de gerar e difundir conhecimento acerca de possíveis soluções para as circunstâncias temporárias que advogados e advogadas enfrentam.

Confusão nos prazos processuais, prospecção e atendimento de clientes, manutenção da produtividade, trabalho em regime de *home office* (em que pese muitos discordarem do termo, dada a filosofia que ele carrega consigo, preferindo usar *trabalho remoto*), finanças, combate à procrastinação, etc...

Várias são as novas condições com as quais estamos lidando no exercício da nossa profissão. Se antes do surto a advocacia já impunha desafios inúmeros, agora salta aos olhos a urgente necessidade de se adotar medidas excepcionais que permitam a continuidade das nossas atividades - e, igualmente, do nosso sustento.

A presente cartilha traz textos de autoria de alguns membros da comissão já mencionada abordando aspectos práticos desta *"advocacia em tempos de Covid-19"*. Não há receita de bolo para vencer as dificuldades, mas há métodos e práticas que, uma vez empregadas, permitem ao profissional (ou ao escritório) desenhar soluções, estabelecer objetivos e metas, gerir melhor as suas finanças e, quem sabe, buscar e enxergar novas oportunidades durante e após a pandemia.

O que não podemos fazer, sob nenhuma hipótese, é submetemos o nosso futuro aos ventos da sorte. Essa

crise exige determinação, responsabilidade, proatividade e muita - mas MUITA - persistência.

Determinação para não se deixar abater pelos problemas. Em maior ou menor grau, todos caímos com a Covid. O importante é que consigamos levantar, não importa quantas quedas tomemos.

Responsabilidade com a sociedade, com o nosso futuro, com as nossas famílias, com as pessoas que dependem de nós, com os nossos clientes e com os nossos colegas, sócios, associados, empregados e parceiros.

Proatividade para colocar em prática o que for necessário e **persistência** para corrigir eventuais erros que surjam no curso desta aprendizagem forçada. Sim - **aprendizagem**, pois todos estamos aprendendo a viver com tudo isso.

Iniciei o texto com uma frase de Peter Drucker e irei terminá-lo com outra: *"Mais arriscado que mudar é continuar fazendo a mesma coisa"*. A mudança nos está sendo imposta. A advocacia de antes já não existe e a jornada à frente é hercúlea.

A você, nobre colega que está lendo este texto, registro a minha mais profunda admiração e aproveitamento para fazer um convite: apesar das dificuldades, sigamos juntos tentando fazer da nossa profissão uma advocacia cada vez melhor, e da nossa instituição uma Ordem dos Advogados do Brasil cada vez mais forte. Vamos juntos?

David Novoa

HOME OFFICE

Dra. Lívia Rocha Brito
Membro Efetivo da Comissão Especial
de Gestão e Empreendedorismo
da OAB Amazonas

Diante da pandemia do Covid-19, e pensando sempre no bem-estar e saúde da população, muitos foram obrigados a mudar drástica e repentinamente a sua forma de trabalho. A adoção do *home office* deixou de ser opção e virou regra.

Dentre os diversos desafios que esse novo cenário trouxe, um deles é como gerir seu escritório e sua equipe à distância. Reunimos aqui algumas dicas que podem te ajudar:

MUDE O MINDSET

Lembre-se que, do dia para a noite, toda a sua equipe viu-se obrigada a mudar a sua forma de trabalho, sem nenhuma preparação prévia adequada.

Não há como se exigir que a mesma rotina e os mesmos procedimentos sejam adotados. Ainda que alguns se sintam confortáveis com o trabalho remoto, a grande maioria vai precisar de um período de adaptação. Afinal, trabalhar de casa oferece muitas distrações.



Para que ocorra essa mudança de mindset, o gestor jurídico deverá:

· **1. Estabelecer a direção que sua equipe deve seguir.** Deixar claro o que se espera de cada um e orientar a sua equipe como ela deve proceder trará segurança e afastará possíveis interferências na execução do trabalho;

· **2. Entender a realidade de cada colaborador de sua equipe.** Alguns profissionais terão mais dificuldades nesse processo de adaptação. Cabe ao gestor estar atento e auxiliar individualmente naquilo que for necessário;

· **3. Focar em resultados.** Você não deve esperar que todos estejam on-line e disponíveis a partir das 8h da manhã e durante todo o dia. Para evitar frustrações e pressões desnecessárias nesse momento, opte por focar nos resultados esperados; e

· **4. Se fazer cada vez mais presente.** Com a distância física, a presença virtual tem que ser cada vez maior para que os ajustes sejam realizados.

FORNEÇA AS FERRAMENTAS ADEQUADAS

A primeira regra do home office é ter um local adequado para o trabalho com as ferramentas necessárias para a execução de suas atividades.

* Liste todos os instrumentos essenciais (computador, periféricos, Internet, token, etc...);

* Garanta que todos os seus colaboradores os possuam;

* Esteja atento para as necessidades individuais. Uma cadeira inadequada pode prejudicar o trabalho. Então, porque não permitir que o seu colaborador leve a cadeira do escritório para casa?



ESTABELEÇA A NOVA ROTINA

Com o trabalho remoto, uma nova rotina deve ser criada. Para tanto, alguns pontos obrigatórios devem ser definidos pelo gestor:

* Procedimentos de atendimento; de cumprimento de prazo; de feedback, dentre outros.

* Canais de comunicação. Quais serão os canais de

de comunicação oficiais? Telefone para urgências? WhatsApp para contato rápido? Zoom para reuniões? E a periodicidade das comunicações? Formalize as ferramentas e a forma como serão utilizadas

* Defina metas e resultados esperados

* Acompanhe os resultados. O ideal, se possível, é acompanhar os resultados semanalmente para então realizar a calibragem das metas ainda no início da fase de adaptação.



ADAPTABILIDADE

Seja Flexível. Todos estão enfrentando uma situação incomum para o qual ninguém foi preparado. É possível que as rotinas estabelecidas precisem ser adaptadas de forma rápida e constante, de acordo com a realidade de cada colaborador.

CUIDE DA SAÚDE MENTAL

Por fim, cuide da saúde da sua equipe. Esteja presente. Mostre como cada um é importante. Mais do que nunca precisamos de apoio e inteligência emocional para superar tantas adversidades.



MARKETING JURÍDICO

Dr. João Gilson P. da S.. Junior
Vice-Presidente da Comissão Especial
de Gestão e Empreendedorismo
da OAB Amazonas

O marketing jurídico é uma das etapas mais importantes para o sucesso dos escritórios de advocacia, principalmente em tempos de Covid-19. Estratégias bem pensadas e executadas possibilitam alcançar excelentes resultados na atração e consequente fidelização de clientes.

Esse tema, que é relativamente novo no mundo jurídico, vem ganhando cada vez mais destaque. Qual a importância do marketing jurídico para os escritórios de advocacia? Como fazer? Por onde começar? Como arranjar tempo para isso? Bem, é importante inicialmente entender o que é marketing jurídico para avançar nas estratégias, senão vejamos.

O QUE É MARKETING JURÍDICO?

Marketing jurídico é o nome dado à técnica para fortalecer a imagem de advogados e bancas no meio digital sem ferir o Código de Ética e Disciplina da OAB. O método é bastante utilizado para conquistar novos clientes e destacar os diferenciais competitivos frente à



concorrência.

A prática do marketing jurídico precede de planejamento e estratégia. Para que os resultados sejam mais efetivos, as ações devem estar alinhadas aos objetivos do escritório.

POR QUE MARKETING JURÍDICO É IMPORTANTE?

A internet mudou a forma como fazemos negócio e essas mudanças chegaram à advocacia - principalmente agora, em meio à pandemia. O marketing jurídico é um exemplo disso. A técnica expande o alcance do escritório e permite entregar valor aos possíveis clientes antes mesmo de fechar negócio. Além desses, existem outros benefícios, a saber:

1. Ampliar os negócios: o boca a boca ainda é uma prática muito comum na aquisição de clientes na advocacia, mas está longe de ser a única e talvez não seja a melhor para o seu escritório.

2. O marketing jurídico permite que você atinja mais pessoas e conquiste um público mais propenso a fechar negócio: os seus possíveis clientes já vão conhecer minimamente a sua área e foco de atuação e entender como você e seu escritório se comunicam. Acertando na estratégia, você atrai o perfil de pessoas mais adequado ao modelo de trabalho que você e seu escritório praticam. Então vale a pena investir na construção de um bom marketing jurídico.

3. Relacionamento: marketing é relacionamento! E um bom relacionamento é a maneira mais eficaz de fidelizar clientes. Colocar em prática ações de marketing jurídico aproxima a sua marca do seu público de interesse e transforma clientes em admiradores do seu trabalho.

Para atingir todo o potencial de um bom marketing jurídico, é preciso dedicar tempo e pensamento estratégico no planejamento e na execução.

Metas

Investir em marketing jurídico é uma forma de acelerar as metas de crescimento do escritório. A partir de um planejamento estratégico para escritórios de advocacia baseado nos objetivos gerais do negócio é possível colocar em prática ações rotineiras que aproximam você do sucesso desejado.



Quanto maior for o alinhamento dos objetivos de negócio e do marketing jurídico, mais possível eles se tornam de serem alcançados.

Competitividade

Um bom atestado de sucesso da aplicação de marketing jurídico é quando o seu público prefere confiar no seu trabalho do que se arriscar na hora de contratar um advogado. Quanto mais você trabalha estrategicamente a sua imagem e a do seu escritório, melhor é a sua reputação entre seus clientes e concorrentes.

Por onde começar?

A teoria é muito importante, mas é com a prática que os resultados acontecem. A seguir, algumas dicas para começar o seu marketing jurídico.

Fixação de metas

Antes de partir para a ação, é fundamental reservar um momento para traçar os objetivos do seu marketing jurídico. Que resultados você quer atingir e em quanto tempo? Para mapear esses números, se baseie nas metas financeiras e de crescimento do escritório.

Diluir as metas anuais em ciclos menores pode ajudar no acompanhamento e no engajamento da equipe. Conquistar 16 novos clientes por mês parece bem mais possível do que fechar 200 novos negócios em um ano, certo?

Público-alvo

Quanto mais informações você souber sobre o seu público-alvo, mais fácil vai ser definir a estratégia ideal para alcançá-lo. Comece analisando as informações dos seus clientes atuais e busque por padrões.

Que tipo de emprego eles possuem? Quais atividades eles fazem depois do trabalho e aos fins de semana? Seus clientes se comunicam mais por ligações ou mensagens no Whatsapp? Qual o estado civil deles? Eles possuem filhos? Quantos e de qual idade? Eles usam computador com frequência? Como eles consomem notícias e informações?

Responder essas perguntas ajuda a traçar o perfil das pessoas mais propensas a fechar negócio com o seu escritório. Esses dados vão ser muito úteis para escolher como, onde e quando aplicar o marketing jurídico.

Canais

Site, blog, perfil em todas as redes sociais e tempo para advogar e atender com qualidade. Mas a realidade é que nem todos os canais disponíveis vão atrair os seus clientes e o seu tempo deve ser ocupado com sabedoria. Por isso, analise o seu público e escolha os canais que eles mais utilizam.

Ações

Você entende seus objetivos, conhece o seu público e sabe em quais canais vai atuar. Agora, é preciso destacar as atividades sazonais e rotineiras, definir responsabilidades e fixar os prazos para a execução das

tarefas. Para o marketing jurídico, constância importa. Levar isso em consideração é de suma importância para o seu planejamento.

As principais estratégias

Com as informações acima, você certamente vai conseguir traçar um plano básico para o seu marketing jurídico. Mas nós temos certeza que você quer ir além do óbvio e extrair o máximo de benefícios da sua prática diária. Seguem algumas dicas de marketing jurídico para aperfeiçoar a sua estratégia:

Área de atuação

O seu negócio precisa ter um foco. Caso contrário, a sua estratégia vai ser a sorte. E contar com a sorte não nos parece muito estratégico! O primeiro passo para estabelecer o foco do seu marketing jurídico é escolher uma região de atuação. O segundo é comunicá-la em seus canais.

Se a atuação do seu escritório possui uma limitação geográfica, é importante delimitar também a região dos clientes que você deseja atender. Dessa forma é mais fácil saber como atraí-los, entender o comportamento deles e atender ao que eles precisam.

Direcionamento à principal atividade

O Direito possui várias ramificações e áreas de especialização. Se você começou atendendo várias áreas para criar a sua carteira de clientes, considere repensar a

sua divulgação. Se você tem interesse em segmentar sua atuação, busque abordar temas relativos à área que você quer desenvolver o seu negócio. Não fique bom no que você não quer continuar fazendo.

Foque os seus esforços de estudo e marketing jurídico no seu carro-chefe. Essa estratégia certamente vai ser muito eficaz para atrair os clientes que você deseja atender. E se você quer se posicionar como full service, trabalhe a imagem do seu escritório para que o seu cliente perceba a capacidade da sua equipe em resolver diferentes tipos de problemas. Trabalhe conteúdos de qualidade para cada uma das frentes!

O site como vitrine do escritório

O endereço online oficial do seu escritório é o ambiente ideal para compartilhar informações sobre a sua área de atuação, os seus métodos de trabalho, seus valores morais e mostrar para o cliente como você e sua equipe estão qualificados e preparados para atendê-lo da melhor forma possível. Afinal, um bom site para advogados abre portas para que o cliente inicie um relacionamento duradouro com o seu escritório.



Invista em um site responsivo (adaptável aos diferentes tipos de tela), um bom design e em técnicas de SEO – do inglês Search Engine Optimization, nacionalmente conhecido como Otimização de Sites. Tudo isso vai facilitar o encontro do seu trabalho pelos seus clientes potenciais.

Aparência

O marketing jurídico é uma excelente ferramenta para trabalhar a sua reputação e a do seu escritório. Mas tudo pode ir por água abaixo caso a experiência presencial do seu cliente em potencial for completamente diferente da que ele experimentou online. Portanto, é fundamental que o seu marketing na internet seja reflexo das ações diárias do seu escritório. Não esqueça que mais lucrativo do que atrair novos clientes é fidelizar os que você já conquistou.

Busque utilizar a mesma linguagem online e offline e nunca subestime o poder do treinamento da sua equipe. Investir em qualidade em cada etapa do seu trabalho é dar mais um passo à frente da concorrência

Marketing jurídico de conteúdo

A principal moeda de troca no marketing jurídico de conteúdo é o conhecimento. Cada vez mais, escritórios e advogados autônomos veem no compartilhamento de conteúdos em blogs e redes sociais uma estratégia eficiente para atrair clientes mais qualificados (pessoas mais propensas a fechar negócio).

Para se diferenciar da concorrência, é fundamental investir em conteúdo de qualidade e abordar assuntos com profundidade. É claro que sempre lembrando que o cliente não é jurista e, por isso, precisa que a linguagem técnica seja traduzida.

Para produzir um conteúdo jurídico de qualidade, é preciso definir os objetivos que quer alcançar com a estratégia. O que você pretende conquistar com a sua estratégia de marketing jurídico de conteúdo?

O fator relevância também é muito importante para que o seu marketing jurídico de conteúdo traga resultados. Use o seu conhecimento para educar seu cliente sobre o seu nicho de mercado. Leve ao seu público informações úteis e importantes. Aproveite esses espaços para demonstrar o seu interesse em ajudar as pessoas.

Além do cuidado com a linguagem, um detalhe importantíssimo para engajar seus leitores, estabelecer e respeitar a periodicidade de publicação também deve estar no seu radar na hora de construir o seu planejamento de conteúdo.



Dicas para acertar no marketing jurídico de conteúdo:

Construa conteúdos respondendo dúvidas reais do seu público-alvo;

Mapeie grupos e comunidades online para divulgar seus conteúdos;

Faça estudos de casos para exemplificar ao seu público como o seu escritório resolveu o problema apresentado;

Estude e aplique técnicas de SEO nos seus conteúdos. Isso vai fazer com que seu material apareça nas primeiras páginas do Google;

Responda comentários e mensagens privadas. Lembre-se: marketing jurídico é relacionamento; e

Produza conteúdos específicos para cada rede social.

Marketing jurídico digital

Marketing jurídico digital, marketing jurídico na internet ou só marketing digital. Na prática, todos esses termos significam a mesma coisa e dão nome às estratégias e ações de marketing jurídico aplicadas na internet.

Mas, indo um pouco mais fundo na teoria, podemos usar as aspas do professor Philip Kotler, considerado por muitos o pai do Marketing. Segundo ele, o marketing é “o processo social por meio do qual pessoas e grupos satisfazem desejos e necessidades com a criação,

oferta e livre negociação de produtos e serviços de valor com os outros”.

Como já falamos anteriormente, é possível fazer marketing jurídico digital utilizando canais como blog, redes sociais e site. Para ajudar você com a prática, vamos dar algumas dicas para a aplicação do seu marketing nas principais redes sociais.

Facebook

As páginas profissionais do Facebook são ótimas para divulgar os conteúdos do seu blog, fazer lives (transmissão ao vivo de imagem e som) sobre temas relacionado ao seu trabalho e interagir com seus seguidores. Além disso, também é um local para marcar presença online e estabelecer um contato direto com potenciais clientes e parceiros.

Uma ferramenta interessante para você explorar por lá são as avaliações. Por meio delas, seus seguidores podem dar notas de 1 a 5 estrelas e escrever comentários ou depoimentos sobre os produtos e serviços do seu escritório. É um ótimo sistema de indicação e uma vitrine para quem vai conhecer a marca do seu escritório nessa rede social.



facebook®

LinkedIn

O LinkedIn é oficialmente uma rede social para interações profissionais. Por isso, o papo por lá é um pouco mais sério. Além de funcionar para distribuição de conteúdo do seu blog, o LinkedIn incentiva que você crie conteúdos exclusivos para a rede.

Além disso, é ideal para compartilhar reconhecimentos importantes, conquistas marcantes, prêmios, participação em eventos e vários outros conteúdos relevantes sobre a atuação do seu escritório. Também é um local muito interessante para acompanhar profissionais que você admira e fazer networking.

Instagram

O queridinho do momento vai muito além de documentação do dia a dia em fotos e stories. O Instagram é, sim, uma rede social mais descontraída e visual, mas isso não quer dizer que não dê para desenvolver um bom marketing jurídico para ela.

Você pode, por exemplo, divulgar drops de dicas práticas, compartilhar frases de incentivo, utilizar o stories para fazer lives ou responder perguntas frequentes. Essa é a rede social para aproveitar o melhor que a sua criatividade é capaz de produzir!

Deu para perceber que, se respeitadas as devidas restrições, você pode criar excelentes estratégias de Marketing Jurídico que vão promover o seu trabalho e diferenciar o seu escritório de advocacia dos demais.

Use seu conhecimento, seu bom senso e sua ética profissional e torne-se referência na sua área de atuação!

LinkedIn



Instagram

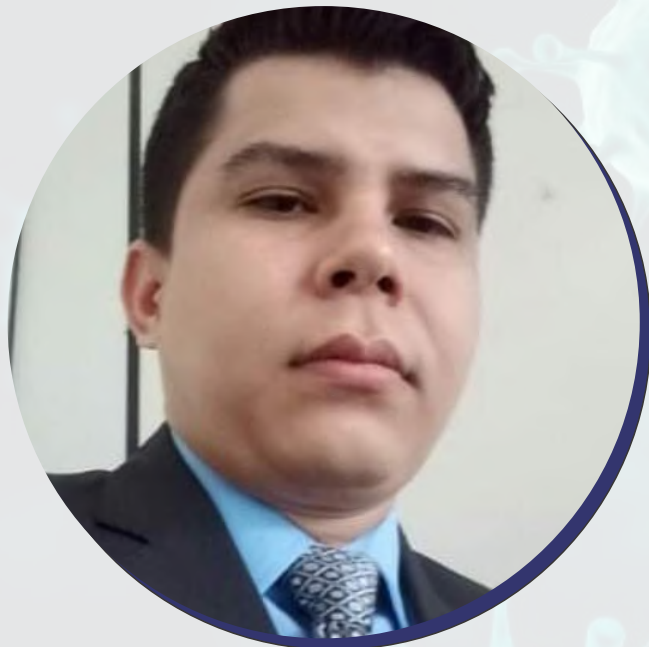


CONTROLE DE PRAZOS

Dr. Ewerton Barroso de Souza
Membro Efetivo da Comissão Especial
de Gestão e Empreendedorismo
da OAB Amazonas

É de fundamental importância registrar a importância da atividade da advocacia para com a sociedade em defesa dos direitos de todos, buscando o equilíbrio na balança da Justiça, como bem preceitua a Constituição Federal de 1988. Diante da excepcionalidade que vivemos, o Judiciário tem buscado inúmeras formas de mitigar os efeitos da pandemia a fim de adequar o seu funcionamento à nova realidade. Do mesmo modo, a advocacia

É de conhecimento de toda a classe de advogados do Estado do Amazonas que no dia 11 de março de 2020 houve a declaração pública de pandemia em relação ao novo Coronavírus pela Organização Mundial da Saúde – OMS, por conseguinte levando à suspensão de várias atividades. Neste contexto, o Conselho Nacional de Justiça estabeleceu regime de Plantão Extraordinário para uniformizar o funcionamento dos serviços judiciários com o objetivo de prevenir o contágio pelo novo Coronavírus – Covid-19 -, e garantir o acesso à justiça neste período emergencial.



Neste cenário, a Covid-19 paralisou toda a sociedade, acarretou a perda de muitas vidas, acossou a liberdade de ir e vir e nos levou ao distanciamento/isolamento social - que nos impede o relacionamento com entes queridos, amigos próximos e colegas de trabalho.

Diante do exposto, torna-se decisiva a procura de alternativas para a prática advocatícia. O advogado com seus processos já em andamento, ou aqueles elaborados em tempo de quarentena, deve estar muito atento ao andamento dos prazos, levando-se em conta que os trabalhos estão em *home office*.

Com essa conjuntura, os prazos processuais

foram suspensos até o dia 04/05, e magistrados e servidores seguiram trabalhando de forma remota, com a realização de diversos atos processuais normalmente.

O mais recente posicionamento do CNJ estabeleceu que os tribunais de todo o país devem manter estrutura física mínima para situações de urgência que demandem a intervenção direta do Poder Judiciário e que não podem ser resolvidos por meio virtual, o que é sensato. Não obstante, audiências, sessões de julgamento, reuniões e despachos devem ser realizados de maneira exclusivamente virtual nesse período, além da possível suspensão de prazos em locais onde ocorra o chamado *lockdown*, demandando atenção redobrada.

Atualmente, mais de 80% dos processos judiciais em todo o país já estão digitalizados, sendo que os atos processuais são realizados em ambiente virtual. Por isso, segundo o CNJ, foi suspenso o atendimento presencial de partes, advogados e interessados, que deverá ser realizado remotamente pelos meios tecnológicos disponíveis.

Se há dúvidas na contagem de algum prazo a ser cumprido em razão das Resoluções do CNJ ou de outras normas, nas mais diversas instituições (judiciais ou administrativas), procure se certificar dos termos finais com outros colegas e com os próprios servidores. Por precaução, cumpra o prazo o quanto antes.

Fique atento(a) às intimações, aos despachos, decisões e atos ordinatórios. Como bem diz o ditado popular, “é melhor prevenir do que remediar”.

Por fim, nesse momento delicado, mesmo desconhecendo a necessidade e as diversas limitações que muitos advogados encontram, torna-se efetivamente necessário que se busque manter a organização dos seus processos em andamento e a atenção para com o que neles ocorre durante a pandemia.



CNJ CONSELHO
NACIONAL
DE JUSTIÇA

Resolução 318 do CNJ
Prazos suspensos



APLICATIVOS

Dra. Priscila Inocência dos Santos
Membro Efetivo da Comissão Especial
de Gestão e Empreendedorismo
da OAB Amazonas

Em tempos de Covid-19, face às restrições que a pandemia nos impôs, é imperativo que lancemos mão do uso de alguns aplicativos disponíveis no mercado e que facilitam o nosso dia-a-dia na advocacia. Vamos analisar de um por um.

WHATSAPP BUSINESS

O WhatsApp já era uma ferramenta extremamente importante na advocacia, no entanto, após o início da quarentena se tornou indispensável, sendo talvez a maior ferramenta de comunicação do advogado com seus clientes.

Além das mensagens de texto que podem ser utilizadas para informar o cliente da situação processual, a facilidade e agilidade do envio de documentos se tornou um outro grande atrativo ao uso do WhatsApp como ferramenta essencial nesta quarentena.

Além de todas as facilidades que esta ferramenta trás, existe uma função ainda pouco utilizada: é o



WhatsApp Business, que dá uma cara mais profissional ao contato advogado-cliente, podendo ser instalado simultaneamente no mesmo aparelho com o WhatsApp comum.

Além disso, o WhatsApp Business possui outras funções que não estão disponíveis na versão pessoal, algumas delas bem interessantes para a advocacia, tais como mensagens de ausência e saudação, respostas rápidas, etiquetas para organizar conversas e um botão pra começar conversas em links disponibilizados em outras plataformas.

MENSAGEM DE AUSÊNCIA E MENSAGEM DE SAUDAÇÃO



Esse recurso permite criar mensagens para WhatsApp Business que são enviadas automaticamente para os clientes, evitando que fiquem esperando por uma resposta e se sintam ignorados.

É possível criar mensagens de saudação, para dar boas-vindas e agradecer pelo contato, e ainda de ausência, ideais para serem enviadas fora do expediente e nos fins de semana.

O advogado pode personalizar as mensagens como quiser, adequando o texto ao seu público e à identidade da marca, e ainda escolher os horários em que serão enviadas.

RESPOSTAS RÁPIDAS

As respostas rápidas são úteis para agilizar a conversa com os clientes.



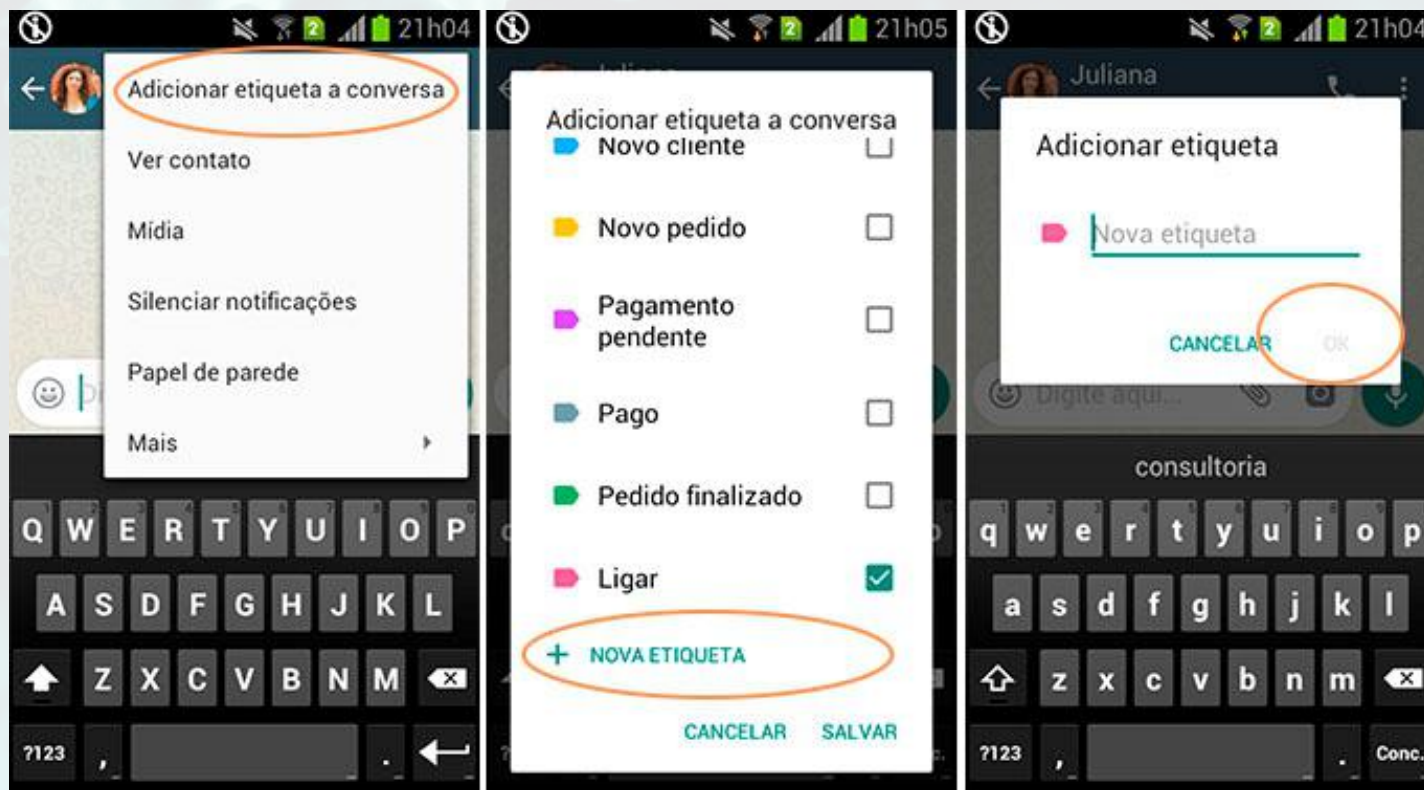
O advogado pode criar mensagens prontas que podem ser acionadas no chat a partir de comandos do teclado.

É possível, por exemplo, registrar mensagens diferentes com informações de documentos necessário para cada tipo de processo ou serviço, e enviá-la para um contato digitando apenas um atalho, como “/inventário”, na conversa — o texto completo surgirá na tela para que você o envie rapidamente. Assim, não é preciso digitar uma lista de documentos cada vez que precisar.

ETIQUETAS PARA ORGANIZAR CONVERSAS

Usuários do WhatsApp Business podem organizar as conversas com os clientes usando etiquetas coloridas.

Desta forma, é possível categorizar mensagens de clientes novos ou clientes mais antigos, ou por tipos de serviços que estão sendo prestados, assim como identificar os contatos mais rapidamente, permitindo realizar uma triagem mais eficiente de conversas.



O advogado pode criar etiquetas com os temas que desejar, de acordo com as demandas do seu escritório.

ZOOM MEETINGS

O Zoom Meetings é uma plataforma de videoconferências algo que se tornou de suma importância para advocacia durante a quarentena, mas já era amplamente utilizada para quem já fazia o home office.

A plataforma possui diversas funcionalidades, como compartilhamento de tela, gravação de webinars, acesso via telefone e upload de reuniões na nuvem.

Seja para o fechamento de novos negócios e reuniões internas ou para manter o relacionamento geral com os clientes, as chamadas de vídeo vêm para ajudar.



zoom meetings



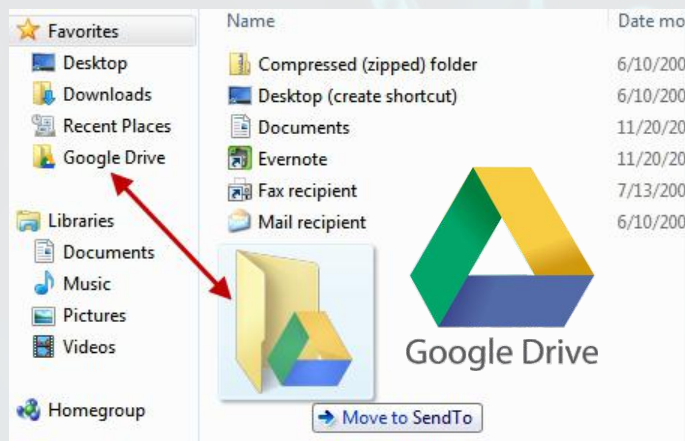
GOOGLE DRIVE

O serviço de armazenamento em nuvem do Google também é indispensável para um escritório de advocacia.

Nele, documentos de interesse de toda a equipe podem ser salvos em uma pasta online que todos poderão acessar.

Se o documento for de interesse apenas de alguns membros da equipe, pode ser compartilhado apenas com essas pessoas, mantendo a privacidade das informações.

E o mais bacana: com o BackUp and Sync, também do Google, o Google Drive fica integrado como uma pasta do seu computador.



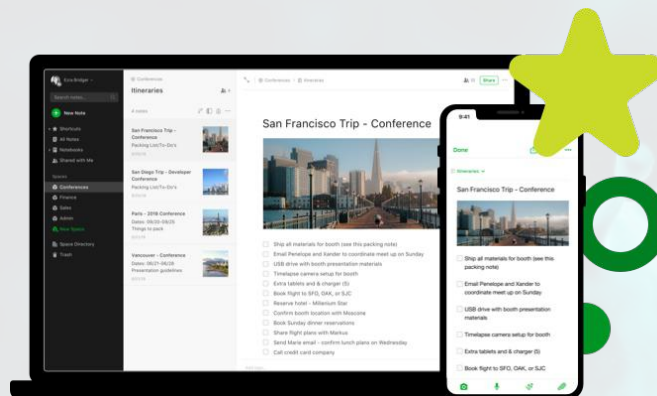
Backup and Sync

DOCUSIGN

O DocuSign é um aplicativo que torna possível ao advogado assinar digitalmente qualquer documento, não importa onde esteja. É só abrir um documento no formato PDF, assinar e enviar.



EVERNOTE



O Evernote é um aplicativo que ajuda as pessoas a anotarem qualquer coisa em qualquer lugar.

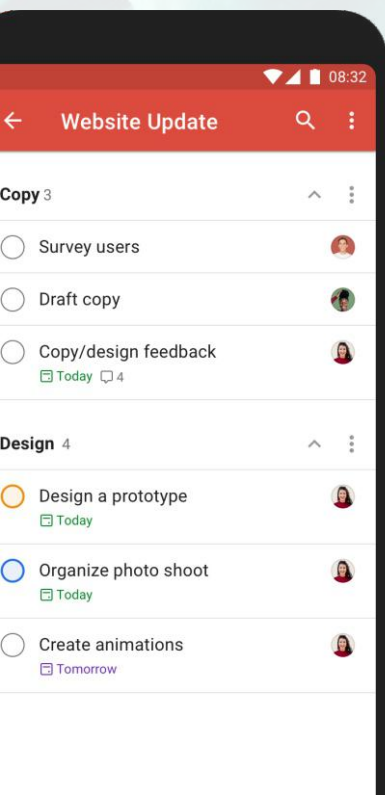
É um dos mais famosos apps da categoria, e permite adicionar notas, imagens, áudio, capturas de tela e mais.

Tudo isso de forma fácil e integrada com a versão desktop, caso você precise acessar as notas em outro dispositivo.

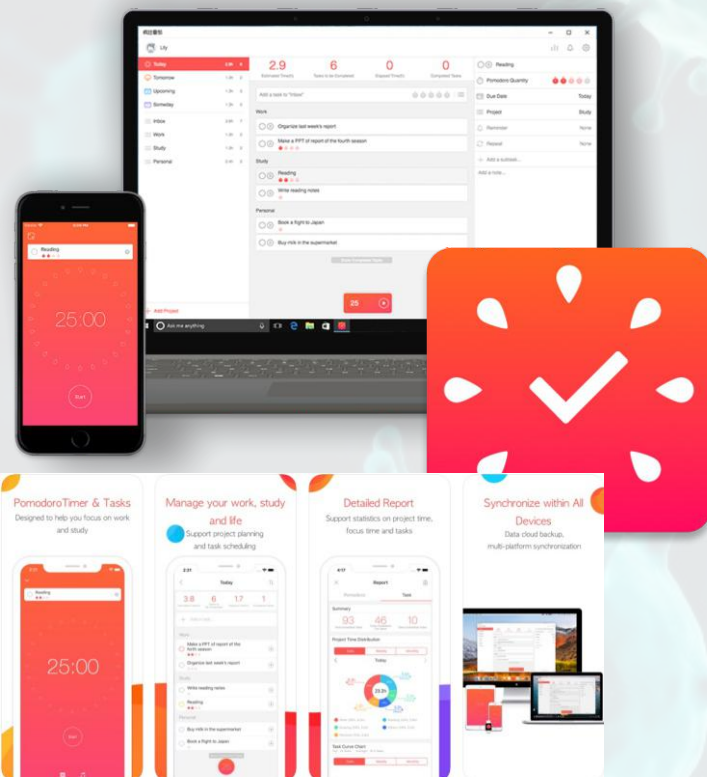
TODOIST

O Todoist é um aplicativo pensado justamente na criação de lista de tarefas, com o objetivo de ajudar o usuário a ter mais organização e melhorar sua produtividade.

Clean e fácil de usar, o app permite que você adicione tarefas (pontuais ou recorrentes) e até mesmo hábitos que você gostaria de seguir. É possível ainda separar as tarefas em datas ou por projetos. Para completar, o aplicativo ainda exibe gráficos com o seu desempenho e envia notificações por e-mail no caso de atrasos.



FOCUS TO-DO



O Focus To-Do é um app que ele se baseia no famoso método pomodoro para ajudar o usuário a ter mais produtividade, otimizando seu tempo.

O Método Pomodoro consiste em ciclos alternados de trabalho e descanso, para contribuir com a agilidade mental.

GUIABOLSO

O Guiabolso se integra com os cartões de crédito e contas bancárias de modo que as finanças possam ser administradas em uma plataforma centralizada.

A comparação de índice financeiro com outras pessoas de mesmo perfil ajuda a ter um parâmetro da média de despesas e de organização dos usuários.

Além disso, também é possível contratar empréstimos e comparar taxas no próprio aplicativo, o que é ideal para quem precisa de um dinheiro extra.



MOBILLS



Neste app de controle financeiro, o destaque é a sincronização dos dados na nuvem, os quais podem ser acessados por todas as plataformas disponíveis (Android, iOS e Web).

É possível adicionar contas, despesas, cartões, empréstimos e outras fontes e também exportar relatórios em PDF ou Excel.

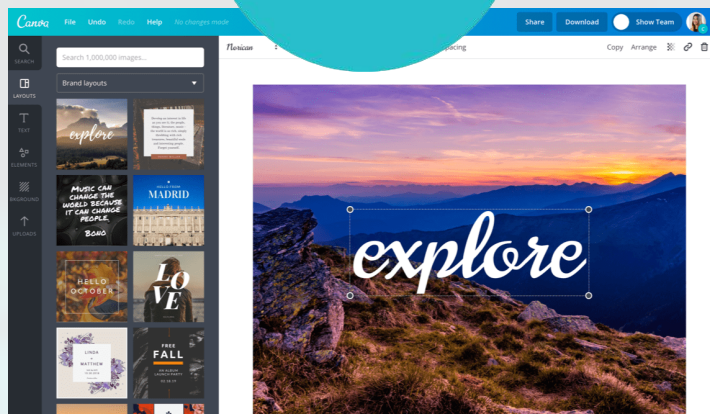
O interessante deste app é o gerenciamento por geolocalização das despesas, o que ajuda os usuários a entenderem onde gastam mais, se é perto de casa, dos fóruns ou em algum centro comercial, por exemplo.

CANVA

Se antes da quarentena a presença on line do advogado já era importante, agora se tornou exencional e junto com isso vem a necessidade de ter um design nas postagens realizadas.

O programa Canva, pode ser utilizado pelo app ou pelo site, tem padrões pré pontos de materiais gráficos aonde o advogado pode preencher com o conteúdo e publicar nas redes que preferir.

Esse app/site economiza não só tempo, mas também dinheiro, pois possui uma versão gratuita.



ASTREA

O software para advogados Astrea tem funções essenciais para escritórios de advocacia. Um exemplo é a possibilidade de delegar, pelo do próprio sistema, atividades relativas aos processos para cada membro da equipe. E acompanhar o andamento delas até a conclusão.

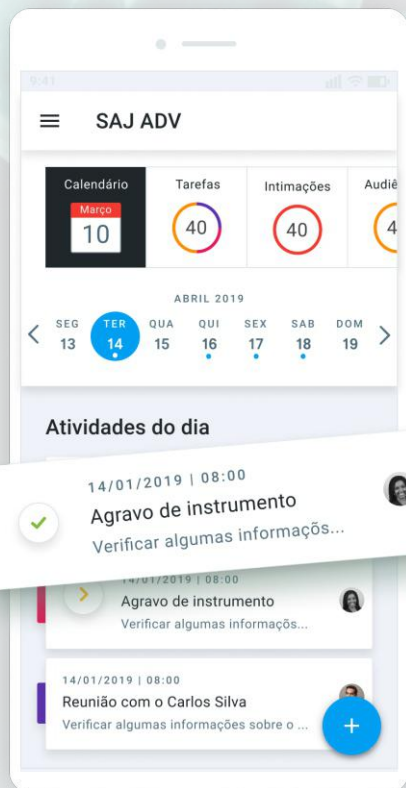
O Astrea faz o rastreamento dos andamentos processuais aos processos cadastrados, bem como a pesquisa nos diários oficiais. Além disso, possui suporte para gestão financeira, incluindo uma calculadora para advogados que cobram honorários por hora trabalhada. É possível colocar processos na nuvem e dar acesso aos clientes aos andamentos processuais. Ele pode ser acessado a qualquer hora, por qualquer dispositivo conectado na internet, pois além do app, também possui acesso pela web.



SAJ ADV

Trata-se da versão mobile do software jurídico, com a vantagem de contar com um visual responsivo, ou seja, que se adapta a qualquer tela, e mais leve, ideal para usar no tablet ou no smartphone.

Como o sistema é hospedado na nuvem, todas as suas informações estão sempre sincronizadas e atualizadas, não importando qual dispositivo você utilize.



PLANILHAS NO EXCEL

Apesar do excelente trabalho realizados pelas plataformas de gestão financeira, algumas pessoas não abandonam a boa e velha planilha no excel, programa indispensável na advocacia, portanto segue link para baixar o modelo de planilha fornecido pelo app SajAdv.

<https://materiais.sajadv.com.br/fluxo-caixa-advogados>



SAJ ADV

Acesse a planilha grátis aqui!
Basta preencher o formulário abaixo:

Nome completo

Email*

Telefone*

Quanto processos ativos possui em seu escritório?*

Selecione

Você é sócio do escritório? *

Selecione

Qual é o número de colaboradores em seu escritório? *

Selecione

Gostaria de uma demonstração de um Software Jurídico sem compromisso?*

☐ Não, não é o momento.

☐ Sim, quero agendar.

10 + 8 = ?

ACESSAR PLANILHA

Prometemos não utilizar suas informações de contato para enviar qualquer tipo de SPAM.

METAS & PRODUTIVIDADE

Dr. Caio Silva Andrade
Membro Efetivo da Comissão Especial
de Gestão e Empreendedorismo
da OAB Amazonas

Em razão da pandemia, é imprescindível que tenhamos consciência da importância de se colocar em prática boas condutas para a criação de metas e ferramentas de contribuam para produtividade do advogado em home office/durante período de quarentena.

METAS & OBJETIVOS

Mesmo nessa época de reclusão, onde a quarentena se revele como um limitador e as paredes de seu home office se igualem a fronteira, sua postura diante disso revela muito sobre você e seu profissional, um pouco de como seu cliente te vê.

A boa notícia é que dá para evitar a dura sensação de não ter chegado a lugar nenhum quando tudo isso passar. Estabelecer metas e objetivos, depois, progredir até conquistá-los é a solução. Mas atenção! Objetivo é definido como o **propósito de se realizar alguma coisa**, é o mapa de onde ser quer chegar. Por outro lado, a meta é a representação deste objetivo em informações, dados e prazos.



Por exemplo:

Objetivo – Mais processos ativos no escritório;

Meta – Aumentar em 15% o número de demandas cíveis, da especialidade imobiliária, até o final do primeiro semestre de 2020.

Não é garantia que o objetivo seja atingido com a mera execução de metas, mas não as ter te coloca numa situação bem mais complicada. Diante disso, o melhor mesmo é ter metas alinhadas com os seus objetivos.

MÉTODOS.M.A.R.T.

Um acrônimo de Specific, Measurable, Achievable, Relevant e Time-based, vai te ajudar a definir as metas de forma prática.

Specific (seja específico)

Ao escrever suas metas seja pontual, específico, em rodeios. Os precisar estar nítidos para você e evite as frases abrangentes: “Quero ser o advogado mais procurado para assuntos de direito imobiliário.”

Seja criterioso e relacione períodos (“em um mês...”, “no final de julho...”, “por 15 dias fazer...”), percentuais, abrangências e nichos (“no bairro X”, “na cidade tal”, “para pessoas entre Y e Z anos de idade”), inclusive os possíveis valores para investimento (“R\$100,00/semana”, “30% do lucro”, “Tantos salários mínimos por projeto”...). Deixe seu objetivo tangível.

Measurable (crie objetivos mensuráveis)

Uma meta mensurável é aquela que você efetivamente pode acompanhar, através da medição de resultados. Isso ajuda a manter o foco e entender o seu desempenho.

Por exemplo, se você quer melhorar o marketing digital do escritório: qual o perfil do cliente que mais me procura hoje e sobre o que? Como posso medir o nível de satisfação dos meus clientes?

Achievable (crie objetivos atingíveis, alcançáveis)

Aqui é hora de ser realista e deixar os projetos descompensados de lado, afinal, querer conquistar o ajuizamento de mil reclamações trabalhistas, em 1 hora de trabalho, com uma equipe de 3 colaboradores, é algo que, convenhamos, está um tanto inalcançável. Portanto, ser realista é crucial para não evitar as frustrações.

Relevant (crie relevância)

A meta que você pensa em traçar tem relação, vai agregar valor ou está alinhada ao seu negócio? E vai fazer diferença real no seu crescimento? Isso é importante, sobretudo em um momento como esse, em que você está limitado em muitas atividades de rotina.

Time-based (estabeleça prazos)

É sobre o tempo que você estabeleceu para o alcance da. Não ter prazos visuais facilita a procrastinação dos envolvidos no projeto, resultando em desgastes mentais. Caso não tenha atingido no prazo, vale rever os erros e refazer a meta, e não se sinta culpado por isso.





ESTABELEÇA SUAS METAS EM 5 PASSOS

1. Estabeleça o objetivo: definir o objetivo te ajudará no comprometimento. Anote e revise constantemente, com fácil visualização não apenas para você, mas para toda a equipe. Use o Trello ou o Evernote, mas vale também o bom e velho post it, flipchart, quadro branco e as canetinhas coloridas.

2. Planeje as metas: as metas precisam estar alinhadas com as coisas que você realmente pretende com seu escritório. Dê o valor devido às metas e deixa a conquista palpável, além de te ensinar sobre produtividade.

3. Crie um indicador: sempre que perceber que está perdendo o controle, pare e volte em direção aos seus objetivos. Crie alguns indicadores de desempenho. Dicas:

Business Intelligence e SmartSheet.

4. Execute: sonhe, mas seja prático! Não se envolva em muitas tarefas e acabe usando isso como desculpa para procrastinar. Dica: apegue-se apenas às ideias nas quais você verdadeiramente poderá empenhar com o time.

5. Avalie e revise: as vezes você vai errar, mas dê atenção naquilo que deu certo, isso te deixará motivado a continuar o projeto.

PRODUTIVIDADE x PROCRASTINAÇÃO

Algumas situações fazem com que adiemos mais e mais nossas tarefas, consequentemente, o cumprimento das metas e alcance do objetivo acabam em segundo plano. Além da famosa preguiça ou do “não saber o que fazer”, existem outras razões para procrastinar.

a) Não saber fazer e como fazer: de fato, o inusitado tende a nos imobilizar, piora a surpresa é negativa. Invista alguns minutos do seu precioso tempo para entender a tarefa, mapear as possíveis soluções da forma correta. Ao invés de fazer tudo, que tal dividir a tarefa em blocos menores e mais simples? Essa dica é válida para as tarefas complexas e desgastantes.

b) Queremos logo os benefícios: estamos mal acostumados com a velocidade e exigimos rapidez em tudo, logo a momentos de procrastinação. A vontade de querer resultados imediatos geralmente confronta a vontade pela dedicação e esforço proporcional. Para obter resultados é preciso paciência, com ação.

c) Estamos inseguros e confusos: passamos mais tempo decidindo o que tem que fazer do que efetivamente fazendo. Procrastinar fugindo da decisão, não decidindo nada, é ilusão! A tendência é sofrer com o medo de decidir por algo que não dê pra voltar, por isso, a melhor forma de tomar uma decisão é optando por algo que seja possível reavaliar.

d) Não existe consequência para o agora: não é só no trabalho ou nos seus projetos que a procrastinação atrapalha. Se deixado de lado e não levado a sério, esse mal pode afetar sua vida pessoal assim como sua saúde e seu relacionamento com outras pessoas.

O CICLO DA PROCRASTINAÇÃO DE RICK WARREN

1. Fase da Esperança – “Dessa vez começarei mais cedo!”
2. Fase da Baixa Tensão – “Eu preciso começar agora!”
3. Fase da Culpa Incidiosa – “Eu deveria ter começado mais cedo!”
4. Fase da Culpa Incidiosa – “Eu deveria ter começado mais cedo!”
5. Fase da Segurança Falsa – “Ainda tenho tempo para fazer isso.”
6. Fase da Culpa Incidiosa – “Eu deveria ter começado mais cedo!”
7. Fase do Desespero – “O que tem de errado comigo?!”
8. Fase do Sofrimento Intenso – “Eu não aguento mais!”
9. Fase do Descaso – “Vou fazer de qualquer jeito.”
10. Fase do Círculo Vicioso – “Da próxima vez eu começo mais cedo”.



QUAL O SEU PERFIL PROCRASTINADOR?

O Desperado - Aquele procrastinador que prefere se desesperar a fazer o que precisa. É como se ele travasse e não conseguisse fazer nada a não ser pensar no quão ferrado ele está.

O Criador de listas – Até que é um tipo de procrastinador bem intencionado. Ele até tenta se organizar, mas nunca vai além daquela lista inicial.

O Perdido no Tempo - É aquele procrastinador que não tem noção nenhuma do tempo, ou pelo menos ignora completamente quando o assunto é evitar fazer algo que ele não quer.

O Digital Influencer – É aquele procrastinador viciado nas redes sociais. Ele sabe que tem trabalho a ser feito, mas dar uma olhadinha rápida no Instagram antes de começar é uma necessidade.

O Delegador de tarefas – Esse tenta empurrar o serviço para os outros, mas quase nunca consegue. E quando não consegue, ele tende a deixar pra última hora e se desespera quando chega o prazo final.

O Senhor do amanhã – É o perfil mais comum de procrastinador. Ele sempre arranja uma desculpa para não fazer o que precisa ser feito. Algumas das desculpas são até plausíveis, mas não deixam de ser uma forma de empurrar com a barriga suas obrigações. Seu lema é “por que fazer hoje o que pode ser feito amanhã?”

SABOTADORES DA PRODUTIVIDADE

Medo – Atua como um paralisador, impedindo que você realize o que precisa, e geralmente está ligado ao medo das consequências que serão obtidas pelos resultados da execução. Um dos maiores medos está ligado a aceitação social, pois temos medo de sermos julgados e criticados por um possível fracasso.

Crenças Limitantes - São coisas que acreditamos de forma inabalável e determinam nossas ações. As crenças

fortalecedoras nos colocam em ação, já as limitantes nos estagnam. Cuidado com o "Isso não é pra mim" ou "Eu não consigo fazer".

Ganhos em segundo plano - São os ganhos secundários, aqueles prazeres e benefícios que temos ao ficar como estamos e onde estamos. O exemplo aqui é quando você deixa de fazer aquela tarefa importante do seu trabalho ou da sua vida para ver as mensagens do celular. Você tem um ganho secundário e momentâneo enquanto está envolvido em outras conversas.

TÉCNICA POMODORO

Sendo objetivo, existem algumas formas de se tornar mais produtivo e menos procrastinador. Uma delas é através da técnica pomodoro.

Francesco Cirillo, na década de 1980, estava com dificuldades para se concentrar em seus estudos da faculdade. Certo dia, na cozinha de casa, observando um cronômetro em forma de tomate (pomodoro, em italiano), decidiu que iria concentrar-se em determinada atividade por 10 minutos e assim surgiu a técnica pomodoro, que foi sendo aprimorada com o passar dos anos.

A técnica pomodoro é um sistema de organização do tempo em que você tem um controle de impedimentos, planejamento de tarefas e acompanha métricas e resultados da sua produtividade através de uma divisão entre tempo de execução da tarefa e descanso.

O método é muito simples. Confira a seguir:

TÉCNICA POMODORO

10 15 20 25

PASSO A PASSO

1

Escolha as tarefas a serem executadas.

2

Ajuste o cronômetro para 25 minutos.

3

Escolha uma das tarefas e trabalhe nela sem interrupções.

4

Quando o despertador tocar, faça uma pausa de 5 minutos.

5

Risque a tarefa da sua lista depois que terminá-la.

6

Retome o trabalho depois da pausa por mais um “pomodoro”.

7

A cada quatro “pomodoros”, faça uma pausa mais longa: 30 minutos.

APLICATIVOS

Sabemos da dificuldade de manter o foco quando estamos com um monte de aba aberta, várias notícias e mensagens no WhatsApp. Para que você pare de procrastinar, é preciso controlar tudo isso. Aqui vai uma lista de ferramentas e aplicativos que vão te ajudar bastante nesse processo:

StayFocusd

Com o StayFocusd, para o Google Chrome, você define quanto tempo por dia quer perder na internet (Facebook, por exemplo); quando este tempo se esgota, ele bloqueia o acesso a todos os sites (você pode personalizar, se quer que bloqueie todos, ou se quer que haja uma lista de exceções, entre outras opções – o app é bastante flexível) e te mostra uma carinhosa mensagem: “shouldn't you be working?” (você não deveria está trabalhando?). <http://www.stayfocusd.com/>

Cold Turkey

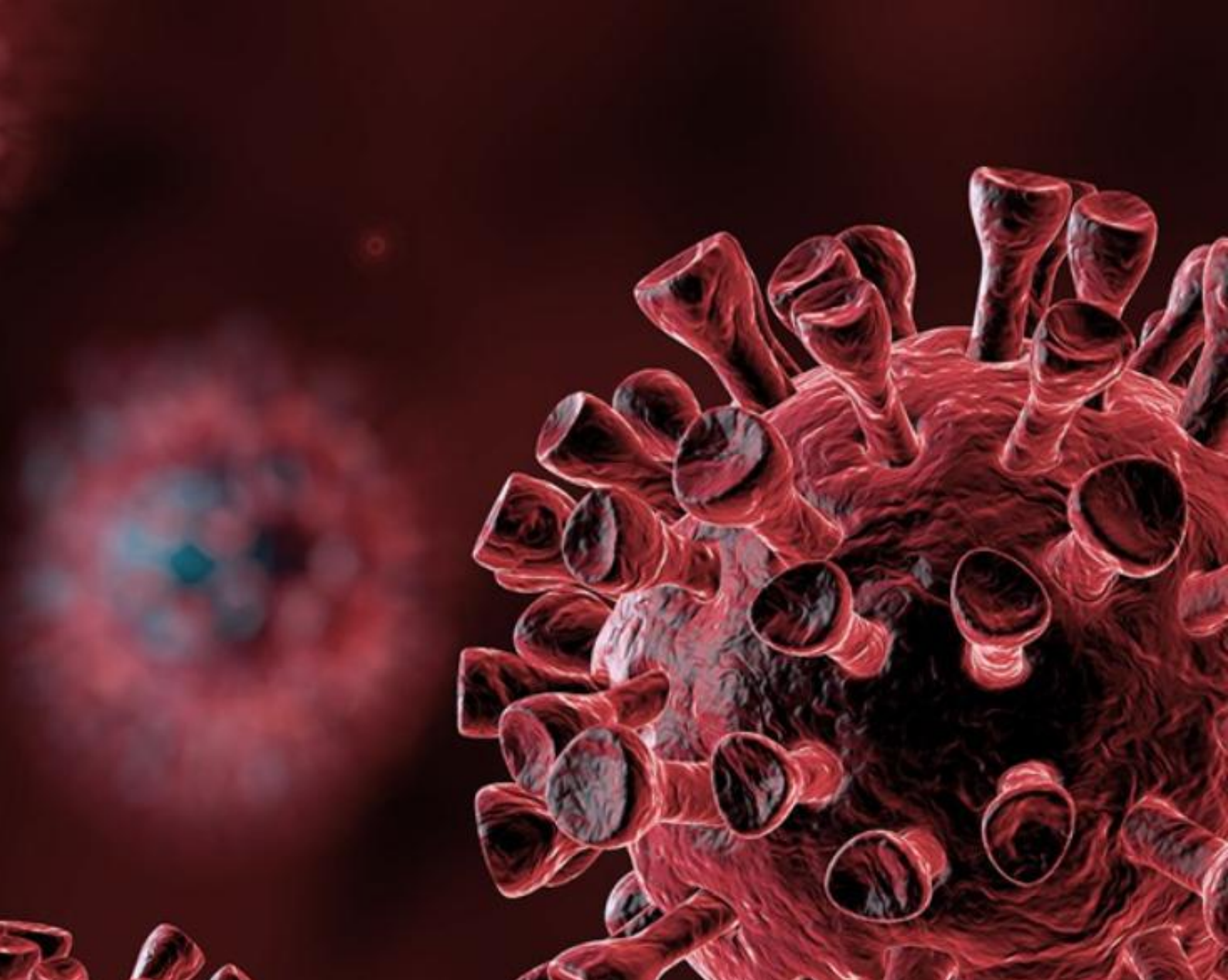
Baixe o programa no computador (apenas para PC), escolha quais sites quer bloquear e por quanto tempo e pronto. Depois que você der o enter, não é possível parar ou fechar o programa de nenhuma maneira. Tem as versões free e paga. <https://getcoldturkey.com/>

Self Control

Versão para Mac. Depois de instalar e configurar o tempo de block dos sites, não pode ser desfeito. <https://selfcontrolapp.com/>

Keep Me Out

Você coloca a URL do site que quer acessar menos e configura o tempo mínimo que você pode voltar a usá-lo. Pra tirar o block, é só deletar o bookmark. <http://keepmeout.com/en/>



Realização:



Comissão Especial de
Gestão e Empreendedorismo

Apoio:



Comissão Especial de Gestão,
Empreendedorismo e Inovação