



MAPA DE OPORTUNIDADES EM RIBEIRÃO PRETO/SP PARA O DIREITO **PREVIDENCIÁRIO**

Como o Google pode ajudar
Advogados a conquistar
Clientes e fechar contratos.

NOVEMBRO 2022

Preparado por
UILIAM OLIVEIRA
Consultor de SEO -
Certificado pela
SemRush Academy

SUMÁRIO

03

A Estratégia Definitiva Para
Conquistar Clientes

04

Informações Importantes

05

O Que as Pessoas Buscam
no Google?

10

O Lugar Mais Importante da
Internet é a 1ª Página do
Google!

11

Como Colocar Seu
Escritório na 1ª Página
do Google

12

SEO - A Estratégia Mais
Lucrativa Para o Advogado

13

SEO X Google ADS -
Qual a Melhor Forma de
Aparecer no Google?

15

SEO X Google ADS -
Simulação

A ESTRATÉGIA DEFINITIVA PARA CONQUISTAR MAIS CLIENTES

A Reforma Previdenciária provocou mudanças significativas nas regras da aposentadoria e criou uma série de inseguranças nos brasileiros.

Em paralelo, estamos vivendo a digitalização do Direito enquanto a internet torna-se onipresente na vida das pessoas.

Estes fatores combinados possibilitam que cada vez mais brasileiros estejam dispostos a contratar um Advogado pela Internet para ajudá-lo a conseguir seu benefício previdenciário.

E para onde as pessoas vão quando querem encontrar mais informações sobre um determinado assunto, comprar um produto ou buscar por um profissional?

Para o 



As Redes Sociais são importantes, mas o "**Cliente Quente**", aquele que está procurando ativamente contratar um Advogado, está no **Google**.

INFORMAÇÕES IMPORTANTES

Antes de apresentar as oportunidades que o Google traz para os Advogados de Ribeirão Preto que atuam no Direito Previdenciário, é importante conhecer alguns breves conceitos.



PALAVRA-CHAVE

É a palavra (ou combinação de palavras) digitada pelo usuário ao fazer uma busca no Google. Ex.:

- "advogado previdenciário"
- "quem tem direito a pensão por morte"
- "aposentadoria especial"



RESULTADOS ORGÂNICOS

São os resultados que aparecem no Google logo após os anúncios. Os sites que aparecem no resultado orgânico **NÃO PAGAM** para estar ali. Eles aparecem porque o Google "confia" neles.



CPC - CUSTO POR CLIQUE

Quanto paga o Advogado que ANUNCIA no Google por cada clique que seu anúncio recebe.



VOLUME DE BUSCAS

Quantas buscas mensais em média determinada Palavra-Chave tem todos os meses. **Cada busca é um POTENCIAL Cliente.**



O QUE AS PESSOAS BUSCAM NO GOOGLE?

Veja a seguir quantos Clientes em Potencial estão neste momento buscando por informações sobre os seus Direitos Previdenciário e por um Advogado que possa ajudá-los.

BUSCAS MENSAIS

PALAVRA-CHAVE RAIZ: ADVOGADO PREVIDENCIÁRIO

PALAVRA-CHAVE	BUSCAS MENSAIS	CPC
advogado previdenciário	40	R\$ 7,83
advogado previdenciário ribeirão preto	30	R\$ 4,19
advogado previdenciário em ribeirão preto	20	R\$ 7,56
advogado inss aposentadoria	10	R\$ 3,32
atendimento presencial advogado inss	10	R\$ 2,66
atendimento aposentadoria	10	R\$ 12,54

Existem mais de 1.400 buscas mensais relacionadas a Palavra-Chave "advogado previdenciário"

PALAVRA-CHAVE RAIZ: APOSENTADORIA ESPECIAL

PALAVRA-CHAVE	BUSCAS MENSAIS	CPC
aposentadoria especial	110	R\$ 0,45
aposentadoria especial 2022	20	R\$ 0,45
aposentadoria especial insalubridade	10	R\$ 4,65
aposentadoria especial professor	10	R\$ 0,00
aposentadoria especial enfermagem	10	R\$ 0,83
aposentadoria especial vigilante	10	R\$ 0,94

Existem mais de 2.300 buscas mensais relacionadas a Palavra-Chave "aposentadoria especial"

BUSCAS MENSAIS

PALAVRA-CHAVE RAIZ: APOSENTADORIA POR IDADE

PALAVRA-CHAVE	BUSCAS MENSAIS	CPC
aposentadoria por idade	320	R\$ 0,91
aposentadoria por idade 2022	70	R\$ 0,25
aposentadoria por idade para homem	10	R\$ 0,88
advogado para aposentadoria por idade	10	R\$ 0,00
calculo para aposentadoria por idade	10	R\$ 0,83
aposentadoria por idade homem regra de transição	10	R\$ 9,91

Existem mais de 3.200 buscas mensais relacionadas a Palavra-Chave "aposentadoria por idade"

PALAVRA-CHAVE RAIZ: AUXÍLIO-DOENÇA

PALAVRA-CHAVE	BUSCAS MENSAIS	CPC
auxílio-doença	220	R\$ 1,03
auxílio-doença inss	50	R\$ 0,90
auxílio-doença desempregado	10	R\$ 2.02
auxílio-doença como solicitar	10	R\$ 1,98
auxílio-doença mei	10	R\$ 1,49
auxílio-doença negado	10	R\$ 1,20

Existem mais de 3.700 buscas mensais relacionadas a Palavra-Chave "auxílio-doença"

BUSCAS MENSAIS

PALAVRA-CHAVE RAIZ: SALÁRIO MATERNIDADE

PALAVRA-CHAVE	BUSCAS MENSAIS	CPC
salário maternidade	110	R\$ 2,47
salário maternidade quem tem direito	30	R\$ 2,18
salário maternidade quem tem direito	60	R\$ 2,18
como dar entrada no salário maternidade	10	R\$ 2,05
como funciona o salário maternidade	10	R\$ 0,74
salário maternidade 2022	10	R\$ 2,67

Existem mais de 2.900 buscas mensais relacionadas a Palavra-Chave "aposentadoria por idade"

PALAVRA-CHAVE RAIZ: BPC

PALAVRA-CHAVE	BUSCAS MENSAIS	CPC
bpc	140	R\$ 0,57
bpc loas	90	R\$ 0,44
bpc o que é	170	R\$ 0,18
bpc deficiente	10	R\$ 0,38
bp indeferido o que fazer	10	R\$ 0,43
bpc loas quem tem direito	10	R\$ 0,15

Existem mais de 4.700 buscas mensais relacionadas a Palavra-Chave "auxílio-doença"

**Somente estas
6 Palavras-Chaves
somam mais de **18.000**
buscas mensais**

Existem outras milhares de Palavras-Chaves dentro do Direito Previdenciário: "aposentadoria por invalidez", "pensão por morte", "aposentadoria do dentista", "loas", "auxílio-acidente", "regras de transição", "aposentadoria da mulher"... etc!

Cada uma delas traz um número ainda maior de potenciais Clientes!

**Cada busca é um
potencial Cliente**

O LUGAR MAIS IMPORTANTE DA INTERNET É A 1ª PÁGINA DO GOOGLE

01

No Brasil, **a confiança em resultados orgânicos no Google é 77% maior** do que nos anúncios. (Conversion).

02

Apenas **0,78% dos usuários** que fazem buscas **clicam nos resultados na 2ª página do Google** (Backlinko).

03

Resultados orgânicos levam até **1.000% mais tráfego para sites que as mídias sociais** (IronPaper).

04

35% dos Brasileiros **acreditam que quem ocupa a 1ª página é o líder da área** (Conversion).

05

94% de todos os cliques do Google **são direcionados a resultados orgânicos** (Search Engine Watch).

COMO COLOCAR SEU ESCRITÓRIO NA 1ª PÁGINA DO GOOGLE

A pandemia acelerou o processo de "digitalização" da advocacia. Ter uma presença digital passou a ser uma condição essencial para o sucesso.

Entretanto, criar uma presença digital vai muito além de ter um perfil nas Redes Sociais. Quando pensamos em Internet, **o Google é o melhor lugar para ver e ser visto.**

São 8.5 bilhões de buscas diárias, onde uma parte significativa são por buscas por produtos e serviços (como o seu, por exemplo).

Investir na construção de um site e deixá-lo "escondido" dentro das avenidas do Google não é a melhor estratégia para seu negócio.

Mas como fazer o seu site aparecer no Google e ser capaz de captar todos estes Clientes?

A resposta para esta pergunta é o **SEO!**

O **SEO** é um conjunto de estratégias, ações e execuções que colocarão o seu site nas primeiras posições do Google, atraindo para o seu site todo o potencial as buscas orgânicas.

E por que estar na primeira página do Google é tão importante?



SEO - A ESTRATÉGIA MAIS LUCRATIVA PARA O ADVOGADO



Você consegue atingir mais pessoas através do Google

Utilizando a estratégia de Palavras-Chaves correta, você ganha boas posições e, conseqüentemente, passa a ser encontrado por pessoas que antes não te conheciam. Mais pessoas = Mais Clientes = Mais Faturamento.



SEO é branding

Estar bem posicionado para o seu produto ou serviço te faz ser reconhecido como líder de mercado, como uma autoridade na área, criando mais valor para o seu escritório.



SEO melhora a experiência do Cliente

Performance melhorada, bons conteúdos, construção de autoridade. As melhorias proporcionadas pelo SEO beneficiam seu Cliente de muitas maneiras e elevam o nível de qualidade e atendimento do seu escritório.



É a estratégia de marketing mais lucrativa

Além de permitir que você se posicione como referência em diversas Palavras-Chaves com um único investimento, no longo prazo, a economia em anúncios proporcionada pelo SEO é capaz de custear todo o investimento na estratégia, além de aumentar consideravelmente a prospecção de Clientes de forma passiva e constante. Um site bem posicionado torna-se um Ativo do escritório.

SEO X GOOGLE ADS - QUAL A MELHOR FORMA DE APARECER NO GOOGLE?

As duas formas são legítimas e trarão resultados para o Advogado, mas são estratégias diferentes.

O Google Ads permite que o Advogado "compre" Palavras-Chaves através de um leilão.

Sempre que o usuário buscar pela "Palavra-Chave comprada" o anúncio será exibido, mas o Advogado vai pagar ao Google no momento em que o usuário clicar no anúncio.

A estratégia do Google Ads é de curto prazo. Crie o anúncio, "compre" a Palavra-Chave e apareça em poucos minutos para o Cliente.

- Mas e se o usuário clicar por engano? E se for um concorrente clicando no seu anúncio? Ou se for um estudante de Direito? Ou apenas um curioso? O Advogado pagará pelo clique em todas estas situações.
- E se outros Advogados oferecerem um valor maior pela Palavra-Chave que você "comprou"?
- Se o investimento acaba, o anúncio acaba.
- Considerando que o investimento recomendado é de pelo menos R\$ 20,00 POR DIA para cada Palavra-Chave, um Advogado que busque Clientes para 5 serviços diferentes precisará de R\$ 3.000,00 em investimentos só de anúncios. Sem garantia de retorno.

SEO X GOOGLE ADS - QUAL A MELHOR FORMA DE APARECER NO GOOGLE?

Todas as estatísticas demonstram que os principais resultados são obtidos pelos sites que aparecem organicamente no Google.

Estes sites possuem mais confiança do usuário, mais taxas de clique, maior conversão de usuário/Cliente, maior crescimento de branding e autoridade.

Mas SEO exige tempo.

Isso ocorre porque é necessário construir bons conteúdos e demonstrar ao Google que pode confiar no seu site para exibi-lo ao usuário.

Dependendo do nível de concorrência, alguns resultados podem demorar de 6 a 12 meses para que o site apareça na primeira página para aquela determinada Palavra-Chave.

Entretanto, a boa notícia é que poucos escritórios adotaram o SEO como estratégia de captação de Clientes.

Além disso, é possível posicionar-se dentro do Google para várias Palavras-Chaves ao mesmo tempo com um único esforço.

SIMULAÇÃO

SEO X GOOGLE ADS

Aposentadoria Especial: 3.580 buscas
CPC Médio: R\$ 5,88

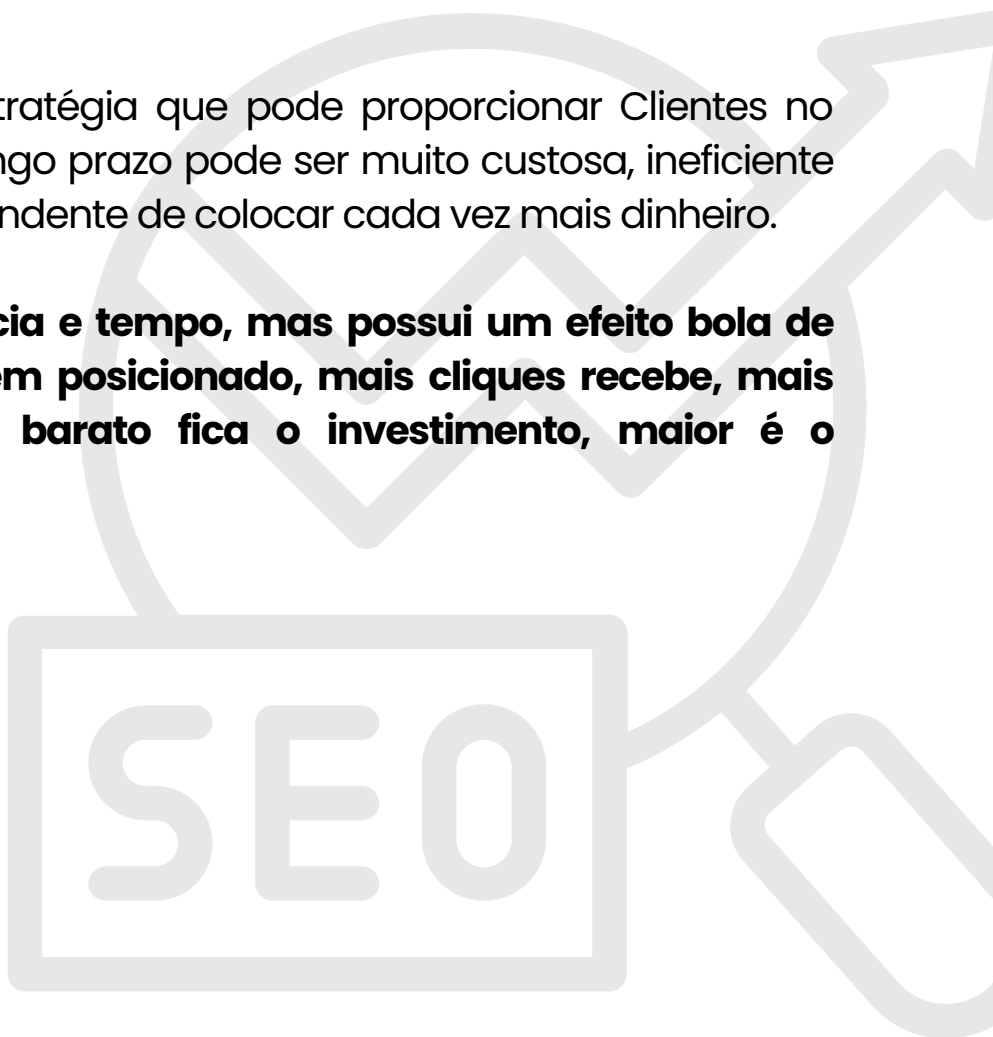
Em média, os sites que ocupam as primeiras 3 posições orgânicas do Google recebem 38% dos cliques.

Isso significa que um site nestas posições pode receber 532 cliques.

Para conseguir este mesmo número de acessos, um Advogado que paga por anúncios precisa investir R\$ 3.128,16 **somente nesta Palavra-Chave.**

Google Ads é uma estratégia que pode proporcionar Clientes no curto prazo, mas no longo prazo pode ser muito custosa, ineficiente e perpetuamente dependente de colocar cada vez mais dinheiro.

SEO demanda paciência e tempo, mas possui um efeito bola de neve: Quanto mais bem posicionado, mais cliques recebe, mais Clientes capta, mais barato fica o investimento, maior é o faturamento




Quer saber mais sobre como colocar seu escritório na primeira página do Google?

Fale com nosso Consultor, **solicite uma análise gratuita do seu site** e escale seu escritório até o topo do Google!



www.agenciatazzo.com.br

tazzo@agenciatazzo.com.br

 **(35) 9-9175-7216**