13/06/2022

ECONOMIST&JURIST

Redacción

La comunicación y el marketing de los despachos de abogados, a examen

Aunque todavía hay algún que otro abogado cuya única estrategia para aumentar su cartera de clientes se limita a compartir su **tarjeta de visita o presentación** con ese conocido de un familiar que está en trámite de divorcio o con esa compañera de trabajo de su pareja que necesita de asesoramiento legal tras sufrir un accidente de tráfico, la realidad es que, tras la llegada del siglo XXI, la transformación digital, la superespecialización y las **nuevas formas de hacer publicidad** fueron los ingredientes perfectos para que aparecieran las primeras agencias o consultoras de marketing jurídico, comunicación y desarrollo de negocio en el sector jurídico-legal.

Así pues, en términos generales podríamos decir que, en la actualidad, detrás de cada despacho de abogados, ya sea unipersonal, mediano, nacional o internacional, existe un equipo concreto especializado en el ámbito de la comunicación y el marketing que, entre otros extremos, dirige la relación de la firma con los medios y agencias de co

...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |