



Luis Romero Santos

Socio director de Luis Romero Abogados y doctor en Derecho Penal.



Consejos para abogados altamente efectivos: diseña un plan de marketing

I.- ¿Qué es un plan de marketing para un abogado?

Es el documento que recoge cómo un bufete pretende alcanzar sus **objetivos de ventas** y que facilita y coordina las acciones de marketing.

Es la hoja de ruta a medida de nuestro bufete, un mapa ¿Qué debemos hacer en cada momento para cumplir nuestros objetivos?

El plan **suele ser de duración anual** y se adaptará a nuestras necesidades, con lo cual habrá que revisarlo periódicamente en función de los resultados.

II.- Ventajas del plan de marketing

1.- Conseguir clientes

Sin clientes no hay bufete, pues éstos son los que nos pagan los honorarios que nos permiten cubrir todos los gastos de nuestra empresa y obtener unos beneficios.

Por supuesto, siempre tendremos clientes sin acciones de marketing, pero **un buen plan nos ayudará a conseguir más clientes y casos**. Pocos abogados podrán decir que no necesitan más clientes, ya que aunque tengan suficientes, éstos podrían marcharse a la competencia. Por otra parte, siempre podremos tener mejores

clientes que los actuales y que estén dispuestos a pagar mejores honorarios.

"Un buen plan nos ayudará a conseguir más clientes y casos" (Foto: E&J)

2.- Crear relaciones

El plan de marketing nos permite **establecer relaciones con nuestro m ...**

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |