01/05/2004

ECONOMIST&JURIST

Redacción

El nombre del despacho de abogados

Si tal vez va a crear una firma de abogados, ¿está dando al nombre la importancia que merece?

La ausencia de estrategia de marketing explícita en la mayoría de despachos de abogados tiene uno de sus reflejos en la inadecuación de los nombres de muchas firmas de abogados. La identidad verbal o nombre de la firma forma parte del proceso de creación de una nueva marca o de reposicionamiento de una ya existente. Para seleccionar un nombre es necesario reflexionar sobre el despacho, su sector, su competencia y sus clientes potenciales.

Una firma debe definir cuál es el concepto de despacho que desea transmitir y las asociaciones con las que espera que los clientes relacionen la marca. Toda firma de abogados tiene una personalidad única que es preciso que se refleje en un **nombre con personalidad**, es decir, distintivo, sencillo y coherente con los valores, la identidad y el carácter del despacho. Reflexionar sobre la elección del nombre adecuado para el despacho es una muestra de la import

...

SUSCRÍBETE para una conversión completa a PDF