



Ángel Escribano

Ángel Escribano, Letrado de Becca Legal

Las ventajas de los pequeños despachos para captar clientes

En la facultad de derecho, recuerdo un profesor que nos repetía con cierta periodicidad la manida frase: “**Solo en Madrid, hay el doble de abogados que en toda Francia**”. Nunca he sabido si ese dato tan escuchado es cierto, pero con el tiempo he podido comprender, que, sin duda, ese profesor se refería a la voraz competencia que existe en el sector de la abogacía y, por ende, la importancia que tiene para todos los despachos la **captación y retención de clientes**.

Durante un tiempo los pequeños despachos, debido a los menores y limitados medios técnicos y económicos con los que contaban, se veían desfavorecidos ante los grandes despachos, ante el reto de la captación de clientes, y aunque ahora parezca mentira, su actividad en tal sentido, se limitaba a los **contactos personales de su titular**, a confiar en su excelencia profesional, esperando la llegada de clientes por el “boca a boca” o en el mejor de los casos, a realizar limitadas campañas de marketing en medios tradicionales, que suponían elevados costes.

Por suerte, con la **irrupción de internet y el posterior proceso de transición digital que este ocasionó**, la situación ha cambiado considerablemente, y si bien algunas de las técnicas tradicionales, como el boca a boca, siguen siendo efectivas, hoy en día todos los pequeños despachos han comprendido la importancia de esta labor de captación, y han tenido la oportuna ...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |