20/03/2023

ECONOMIST&JURIST

Luis Romero Santos

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

El abogado debe saber venderse ¡Diferénciate de los demás!

Cada abogado y cada firma de abogados debe saber comunicar a la sociedad que prestan unos determinados servicios de modo que puedan conocerlos sus potenciales clientes. **Sin clientes no hay honorarios** y sin honorarios no hay bufete.

Cuando un abogado comienza solo o asociado a otros abogados, cuando una firma legal inicia sus actividades, habrán elegido su especialidad o especialidades jurídicas, de modo que el mercado sepa quiénes son. No solamente eso, desde luego, sino que **deberán haber diseñado una identidad corporativa** con la que darse a conocer a través de su página web, redes sociales, SEO, SEM, etc.

Todavía hay muchos **abogados que aseguran que no necesitan vender sus servicios**. Debemos felicitarlos por ello y respetar su decisión. Sin embargo, yo creo encontrarme entre la mayoría de los abogados y desde el primer día que cursé mi alta en el colegio de abogados, entendí que debía darme a conocer como abogado así como mis especialidades.

Sin clientes no hay honorarios y sin honorario

...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |