



Ana Sánchez Blázquez

Redacción E&J



El método de diseño de documentos legales que los clientes agradecen a sus abogados

La manera en la que los abogados se comunican con los clientes y potenciales clientes es tan importante como el contenido en sí. Y cada vez son más los abogados que tienen en cuenta que cuanto más claros, comprensibles y visualmente atractivos sean los documentos, mejor fluirá el caso. Por ello, hace no mucho surgió el **concepto de *Legal Design Thinking***, una metodología que combina derecho, experiencia del cliente (UX) y diseño para que los informes, contratos y, en general, todas las comunicaciones jurídicas, resulten más atractivas y amigables para el cliente.

Aunque el derecho siempre se ha encasillado como una profesión seria, tradicional y compleja, el *Legal Design Thinking* ha llegado para romper con esta idea y cambiar el lenguaje denso, las estructuras rígidas y los formatos poco accesibles por documentos más amenos y sencillos. Esta tendencia apuesta por el **uso de resúmenes visuales al inicio de documentos largos, de tipografías claras**, de un lenguaje sencillo y de diagramas de f

...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |