01/03/2011

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Marketing: Plan de Marketing para un despacho de nueva creación

Por Carlos R. Adeva. Responsable de Desarrollo de Negocio. Lawyerpress.

EN BREVE: "Hemos tomado una decisión trascendente, difícil y de riesgo. ¡Vamos a crear nuestro propio despacho de abogados!

Seguramente hemos estudiado concienzudamente todos los factores que van a intervenir en el proceso, pero ¿hemos dedicado algo de tiempo a diseñar una estrategia de Marketing adecuada?"

En la mayoría de los casos el abogado habrá elaborado un plan de negocio basado en un modelo económico, tendrá clara la organización interna, pero siendo generoso, en el área de marketing como mucho habrá encargado su logotipo y un díptico informativo.

Su estrategia comercial básica será confiar en el boca a boca generado por su cartera de clientes y quizás un modesto buzoneo local o un mailing más o menos estudiado. Habitualmente su criterio en cuanto al marketing es que con los gastos logísticos y técnicos que se afrontan al poner en marcha el proyecto resulta imposible gastar en marketing. Por supuesto consideram

...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |