01/11/2009

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Marketing: la importancia del despacho.¿Es coherente la imagen de su despacho con los valores que desea trasmitir al cliente?

Soy clienta habitual de varios despachos de abogados y, hace poco, tuve la necesidad de contratar los servicios a uno de ellos en Barcelona.

Una vez más, quedé sorprendida al comprobar que, siendo éstos muy jóvenes, el ambiente de sus oficinas era de una estética y un gusto tradicional por lo clásico, idéntico a los de otras provincias e, incluso, país y de generaciones muy distintas. ¿Cuántos clientes como yo se habrían sentido envueltos por ese ambiente en el que lo clásico, aún transmitiendo valores de seriedad y solvencia, estaba muy próximo a un tono aburrido y tedioso?

Los valores de eficacia y dinamismo, vinculados con una estética más acorde a la era digital en la que vivimos, brillaban por su ausencia. Incluso, me sorprendió que no hubieran definido un concepto de despacho que mostrara claramente el carácter diferenciador de su empresa ni los valores de las personas que trabajan en ella.

Mi percepción hacia su marca se vio condicionada desde el primer momento en que accedí al ves

...

SUSCRÍBETE para una conversión completa a PDF