



¿Qué debemos hacer al empezar el curso para fijar los objetivos de nuestro despacho?

Paula Fernández-Ochoa. Socia de +MoreThanLaw.

Consultora y Docente de Marketing Jurídico y Marca Personal&Corporativa

Como en el deporte, el mes de agosto será de “descanso activo”^[1] para comenzar fuertes en septiembre. Los despachos y profesionales se están preparando para que la improvisación o falta de criterio quede a un lado y se dé paso a la **estrategia y planificación** para conseguir los **objetivos corporativos**.

La estrategia de cada Firma y el punto de desarrollo en que se encuentre marcarán que los retos sean unos u otros, así como su grado de intensidad, pero hay **5 grandes desafíos** que van a ser claves en la inversión que se haga en **marketing jurídico**:

- **Modelo de negocio y la estrategia de crecimiento:** En plena revolución de los servicios jurídicos, las firmas se están replanteando sus estructuras (sociaturas, procesos de gestión, etc) y modelos de negocio para afrontar con éxito esta nueva etapa. Para ello, están implementando soluciones con inteligencia artificial, especializando a sus equipos y completándolos con profesionales de otros sectores (matemáticos, ingenieros de procesos y tecnólogos, etc), realizando cambios en el gobierno corporativo ...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |