



El Marketing Jurídico

El ejercicio de la abogacía ha cambiado. La profesión se ha masificado, la práctica del derecho se está internacionalizando, han surgido nuevos competidores de otras profesiones, las nuevas tecnologías han acelerado los procesos de gestión en los despachos, hay un número creciente de fusiones y alianzas entre bufetes, etc.

En un mercado jurídico altamente competitivo y con nuevos retos, el abogado necesita cada vez más conocer y utilizar las técnicas de gestión empresarial, y, entre ellas, la disciplina clave, el marketing, como en cualquier empresa de servicios profesionales. Y no hay ninguna duda de que a los ojos de los clientes -cuya percepción, en definitiva, es lo que cuenta- un bufete de abogados es una empresa de servicios, aunque con unas características específicas en la que la relación de confianza entre el abogado y el cliente es básica.

Sin duda, el abogado puede utilizar técnicas de marketing, técnicas respetuosas con la ética y la deontología profesionales, con la dig

...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |