



La comunicación y el marketing de los despachos de abogados, a examen

Aunque todavía hay algún que otro abogado cuya única estrategia para aumentar su cartera de clientes se limita a compartir su **tarjeta de visita o presentación** con ese conocido de un familiar que está en trámite de divorcio o con esa compañera de trabajo de su pareja que necesita de asesoramiento legal tras sufrir un accidente de tráfico, la realidad es que, tras la llegada del siglo XXI, la transformación digital, la superespecialización y las **nuevas formas de hacer publicidad** fueron los ingredientes perfectos para que aparecieran las primeras agencias o consultoras de marketing jurídico, comunicación y desarrollo de negocio en el sector jurídico-legal.

Así pues, en términos generales podríamos decir que, en la actualidad, detrás de cada despacho de abogados, ya sea unipersonal, mediano, nacional o internacional, existe un equipo concreto especializado en el ámbito de la comunicación y el marketing que, entre otros extremos, dirige la relación de la firma con los medios y agencias de comunicación, **posicionan al despacho en rankings legales**, diseñan e implementan planes estratégicos para captar nuevos clientes y exploran nuevas oportunidades de negocio.

Bajo tal escenario, *Economist & Jurist* ha contactado con **seis consultoras** con presencia en el sector legal para que la comunidad jurídica sea conocedora de su labor, revele cuáles son sus principales clien ...