



El concepto de marketing jurídico

La innovación, la búsqueda de nuevas maneras de hacer las cosas, es la principal ventaja competitiva en el mundo profesional actual, en un mundo de especialistas. La innovación tiene como base la comunicación y la creatividad y es, en un 80 %, una actitud mental. El 20 % restante depende de la capacidad de crear las condiciones necesarias para que la innovación se dé. Por este motivo no todo el mundo consigue ser innovador. En principio, todo abogado y todo bufete es único y debe ser capaz de encontrar qué le hace singular, único, desde el punto de vista del cliente, para atraer a los clientes adecuados.

En 2001, coincidiendo con la creación de MJC Marketing Jurídico Consultores, definí el concepto de marketing jurídico. Hubo reacciones de todo tipo, que resumo en dos: abogados que entendieron que las profesiones deben adaptarse a su tiempo y, sobre todo, a sus clientes, por lo que se debe innovar y adoptar nuevas técnicas de gestión; y profesionales que, por diferentes motivos, vi

...