03/11/2014

ECONOMIST&JURIST

David Muro Fernández de Arróyave

Socio en Gericó, Muro & Asociados. Marketing, comunicación y desarrollo de negocio para abogados.

Cómo acercarme a mi target: Herramientas de marketing y acciones comerciales en los despachos de abogados

Por David Muro Fernández de Arróyave. Responsable del Dpto. de Desarrollo de Negocio de CECA MAGAN ABOGADOS

INTRODUCCION

A través de las herramientas que el marketing me proporciona, que cada vez son más, le facilitaré la venta al **equipo comercial**, que en el caso de los despachos no son otros que **los abogados**.

Si en un bufete de abogados no se contempla al equipo de letrados como profesionales de la venta, aunque sea sólo en parte, se está cayendo en un craso error de consecuencias catastróficas.

A nadie se le escapa que, en la mayoría de bufetes, el **progreso en un plan de carreras va a depender**, en gran medida, **de la capacidad de generación de clientela** que tenga el abogado, pero, ¿hasta qué punto se forma a los abogados para que adquieran habilidades y técnicas comerciales y de fidelización?

Creo que la "venta" que ha de realizar un abogado va mucho más allá de una mera llamada de contacto en frío a un número determinado de empresas, o de realizar una espiral de contactos para ver a qué ...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |