



Cómo mejorar tu perfil de abogado a través del marketing legal

Por Lucía Sicre. Directora de Sicre Comunicación*

** Agencia especializada en marketing para abogados*

Es fácil entender que la abogacía se haya adentrado en Internet con cierto retraso con respecto a otros sectores. **Hasta 2001 los abogados no podían utilizar la publicidad para ofrecer sus servicios, y hasta 1995 estaba prohibido incluso informar de forma objetiva sobre su actividad.** Todo ello conlleva inevitablemente una visión tradicionalmente negativa acerca de la publicidad y la comunicación. La profesión ha permanecido -primero por imperativo legal y después por temor o desconocimiento- de espaldas al mundo de la comunicación, por considerarse una práctica poco adecuada teniendo en cuenta la función social y los principios éticos y deontológicos que la envuelven.

Afortunadamente, las cosas han cambiado. Y ello gracias a la generalización de una idea clave: **comunicar lo que uno sabe hacer no solo es perfectamente ético, sino que además es necesario**

para darse

...

SUSCRÍBETE >

para una conversión completa a PDF |