



¿Marketing Solo?

Desde hace años, los despachos venimos observando la proliferación de proveedores de “marketing” para despachos de abogados, incluso parece que existe cierta aceptación del término “marketing jurídico”, como indicador de una específica disciplina de marketing o de una especificidad de la misma para un determinado sector. Sin ánimo de faltar a nadie, en mi paso por dos escuelas de negocios y de mis periplos por Estados Unidos (donde la disciplina de gestión de despachos está avanzadísima), jamás oí hablar de un marketing específico para abogados como tal, como tampoco lo hay para zapateros ni para restaurantes que también tienen sus propias especificidades y no por ello hay marketing de restaurantes ni de zapateros. El marketing desde hace años es marketing y ya está.

Y más aún, el marketing por si solo no va a resolver ninguno de los problemas de los despachos de abogados, ni de ninguna otra empresa, el marketing esta encuadrado dentro de la gestión de un empresa como otras áreas, (1

...