



Nuevas tendencias en materia de marketing y comunicación en los despachos de abogados

Los despachos necesitan llegar a su público objetivo, y comienzan a tomar conciencia de los beneficios que conlleva la adaptación de este tipo de técnicas en su día a día. La diferenciación no es un valor añadido a día de hoy si no una obligación para aquellos bufetes que quieran participar de un mercado cada vez más convulso y competitivo.

INTRODUCCIÓN

Vivimos una época de fusiones, integraciones, compras de carteras y movimientos societarios entre despachos, que hacen crecer sus estructuras buscando una oferta integral de servicios legales de cara a ampliar su cuota de mercado, y el despacho que juegue el papel de mero observador, esperando a que los clientes lleguen al despacho, lo va a tener muy difícil para sobrevivir.

Ante esta situación, se antoja fundamental la planificación de una estrategia empresarial que ayude a crear y consolidar la marca del despacho, una identidad propia que le haga sobresalir de la competencia, potenciando sus ventajas competitivas frente a la competencia. Para ello es fundamental tomar conciencia de la necesidad del cambio.

No obstante, por muchas acciones de marketing, comunicación o ventas que se acometan, si los abogados responsables del despacho no son conscientes de esa necesidad de cambiar y adaptarse a los nuevos hábitos de compra de servicios legales, a las nuevas herramientas on line a su alcance o a la necesidad de organizar el despacho como una em ...