

Portada > Gestión del despacho > Marketing > Artículos



Marketing

14 de Abril de 2008

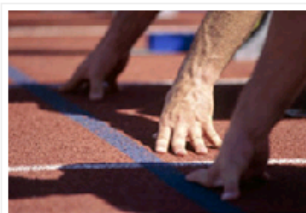
¿Cómo hacer el trabajo de posicionamiento?



Iván Cavero De la Peña
abogado especialista en Marketing Jurídico y Director de www.practicalegal.blogs.com

Uno de los objetivos de Marketing es lograr que los abogados consigan posicionarse en el mercado, he aquí algunas claves que nos evitarán distracciones.

Los Abogados tienen muy poco tiempo para hacer Marketing. Sin embargo, muchas veces sienten interés en escribir artículos o libros, dictar conferencias, etc., confiados en que son buenas prácticas para lograr la exposición de su capacidad profesional. Es cierto que dichas actividades generan exposición, pero si no se enfocan correctamente no generarán lo más importante: *Posicionamiento y menos aún, Trabajo.*



Un error común en los Abogados es no preguntarse lo siguiente antes de hacer cualquier actividad de exposición: ¿Este esfuerzo generará resultados? Cualquier esfuerzo sin dirección siempre termina en el olvido. Es decir, se estará en una palestra un día o dos Y luego ¿Qué? Por el contrario, un trabajo bien enfocado siempre generará resultados en términos de exposición y en la generación de negocios.

A continuación, encontrarás una serie de preguntas que deberás responder antes de realizar cualquier esfuerzo de Marketing. Las respuestas a todas ellas te permitirán conseguir algo importantísimo entre los clientes y potenciales clientes:

POSICIONAMIENTO

¿Cuál es mi audiencia?

De hecho, hay personas interesadas en tu trabajo, pero también existen aquellos que no. En otras palabras, segmenta tu audiencia.

¿Qué mensaje voy a transmitir con este trabajo? Este es el factor de interés del trabajo que vas a exponer. Aquello por lo que tu audiencia va a considerarte como experto.

¿Qué actividad de marketing es la más efectiva? Conferencias, La Internet, Reuniones Sociales, etc. La idea es que tu mensaje llegue al oído de la persona con quien te interesa realizar negocios.

¿Cómo mido el éxito de mi esfuerzo? Esto depende de lo que te propongas. Por ejemplo Escribir un artículo puede generar que dictes una conferencia, el incremento del tráfico de tu Web Site o la consulta de un cliente.

¿Cómo realizaré el seguimiento del resultado de mis actividades de marketing? No tomes conductas pasivas esperando que suceda algo. Lo importante es que emprendas la iniciativa: Conoce a los asistentes de la conferencia que dictaste, envía el artículo que escribiste a quien consideres esté interesado en leerlo, etc. Pero sobre todo, siempre pide opiniones para que generes conversación.

Vote: ☆☆☆☆☆ Resultado: ★★★★★ 110 votos

Compartir: ¿Qué es esto?

Artículos relacionados



Importancia de los blogs y foros en la comunicación legal
4-5-2009



¿Cuánto y cómo invertir en marketing?
4-5-2009

LO + VISTO | LO + VOTADO

Francesc Domínguez
marketing Píldoras de conocimiento crisis
gestión de despacho

- Mi despacho no se come una rosca
- Clientes potenciales: ¿Cómo captar a los adecuados? (III)
- Cuatro indicadores para el éxito
- Cree una hoja de ruta para su Web: ocho consejos para hacerlo con éxito
- Cuidado con los despidos en época de crisis
- "La crisis no la superarán aquellos que se pongan nerviosos"
- Importancia de los blogs y foros en la comunicación legal
- Five Things Managing Partners Should Do To Take Marketing To The Next Level
- ¿Web 2.0? ¡Web 2.0!
- Crisis, concursos de acreedores y despachos de abogados