



Marisa Méndez  
Consultora en Gestión de Servicios Profesionales  
www.marisamendez.com

Si desea asistir a la conferencia: “**Gestión de Despachos de Abogados**”  
y al Seminario “**Marketing Jurídico**”, llame al **902 99 61 00**  
para informarse de los **descuentos**

S E M I N A R I O E S P E C I A L I Z A D O

# Marketing Jurídico

Cómo atraer y fidelizar a los clientes de los despachos de abogados



- Seminario que mediante **3 talleres** de trabajo le enseñarán a **ganar clientes y fidelizar a los actuales**
- Contaremos con la participación de **3 abogados** con una **amplia experiencia** en despachos y como **gestores de marketing**

**Formación in - company – Si lo desea este seminario puede ser impartido in company. Consúltenos**

Asociaciones Colaboradoras:



CONSEJO GENERAL de la ABOGACÍA ESPAÑOLA



Foro de Juristas de Empresas



HISP AJURIS

**11 DE MARZO · MADRID**

Sala de Conferencias Recoletos

c/ Pinar, 9 (esq. María de Molina)

28006 Madrid

**25 DE MARZO · BARCELONA**

Foment del Treball Nacional

Vía Laietana, 32

08003 Barcelona

[www.ExpansionConferencias.com](http://www.ExpansionConferencias.com) • 902 99 61 00

# Los expertos



Marisa Méndez

Marisa Méndez desarrolla su actividad como consultora especializada en empresas de servicios profesionales, y ha desplegado una intensa actividad en el sector jurídico. Destaca como ponente en varios foros y conferencias especializadas y es, desde 2002, profesora de marketing de servicios jurídicos de los Másteres Jurídicos del Instituto de Empresa. Es autora del libro "Patrocinio de los Proyectos de Desarrollo Social: Inversión de Futuro" y co-autora de "El Libro Rojo del marketing en las Firmas de Abogados".



Silvia Oliden

Silvia Oliden es licenciada en derecho por la Universidad Europea de Madrid y Master en Urbanismo y Ordenación del Territorio de la Universidad CEU San Pablo (Madrid). Asimismo cursó el programa de Práctica Jurídica de la Universidad Europea de Madrid y diversos cursos especializados en derecho.

Desarrolla una importante labor de investigación en programas de gestión de relación con clientes en Despachos de Abogados.

Destaca su labor como formador in-house de diversos despachos de abogados y es autora de numerosos artículos de opinión especializados en marketing jurídico en diversas publicaciones del sector legal. Colabora en la difusión del marketing jurídico en nuestro país, participando en conferencias y seminarios.

Durante los últimos 3 años ha formado parte del equipo **M&A, marketing para abogados**, y ahora desde su desplazamiento a Palma de Mallorca trabaja como **consultora independiente en Marketing Jurídico** ([www.silviaoliden.com](http://www.silviaoliden.com))

Durante cinco años trabajó como abogada en el área de Derecho Administrativo, Inmobiliario y Urbanismo de **Grupo Lexconsult Abogados** (Madrid), época durante la que se encargó de desarrollar y ejecutar las acciones de marketing para el departamento inmobiliario del despacho, para luego pasar a formar parte de la Asesoría Jurídica del **Grupo Inmobiliario Tremon**.



Gaspar Valverde

Gaspar Valverde es Master in Business Administration (MBA) por el Instituto de Empresa, es Master en Dirección de Marketing y Ventas por la Universidad Europea de Madrid y Curso Superior en Dirección de Empresa Familiar por la Escuela de Negocios San Pablo CEU. Multinational Management Programme en la China European Business School (CEIBS-Beijing, China).

Es Licenciado en Derecho, San Pablo CEU, Madrid y cuenta con el curso de Práctica Jurídica en la Asociación de Jueces Francisco de Vitoria.

Socio de la consultora Copar Consultores desde 2006. Anteriormente desarrolló su carrera como Consultor Senior en M&A – Marketing para Abogados y como Director de Marketing de **Grupo Lexconsult Abogados** hasta 2005.

## Por qué asistir al seminario:

En él encontrará en un solo día todas aquellas herramientas necesarias para provocar o potenciar un cambio en la gestión de su despacho. Conseguirá una metodología para afrontar nuevos proyectos para atraer a nuevos clientes que incrementen su facturación y su rentabilidad.

## Dinámica del seminario:

Este seminario está estructurado en bloques. Cada bloque comienza con una introducción teórica de los aspectos que se trabajarán posteriormente. En cada uno de los talleres se planteará un caso que se discutirá en grupos para plantear después las posibles alternativas.

## A quién va dirigido: *Despachos de Abogados*

- Directores de Comunicación
- Directores de Marketing
- Personal del departamento de Marketing y /o comunicación
- Abogados responsables de Marketing
- Socios Directores

# Marketing Jurídico

## Cómo atraer y fidelizar a los clientes de los despachos de abogados

9.00 Recepción de asistentes y entrega de la documentación

### 9.30 Las Funciones de Marketing en los despachos

- El Marketing en los Despachos y su situación en España
- ¿Es el marketing una ventaja competitiva de los despachos?
- ¿Cuándo hay un exceso de marketing en un despacho?
- Promoción del despacho vs. promoción de los asuntos con los que trabaja la firma, ¿qué tratamiento se debe dar en cada caso?
- Diferencias entre marketing de un despacho y de otras empresas de servicios
- Ventajas e inconvenientes de la obtención de información sobre el posicionamiento de la firma consultando a los clientes. Diferencias con el mundo anglosajón
- ¿Cuál es la estructura más idónea de un departamento de Marketing según el tipo de despacho?

11.30 Café

### 1º Taller de trabajo

#### 11.45 Objetivo prioritario: Fidelizar a los clientes

- ¿Quiénes son clientes de los despachos?
- ¿Cómo clasificarlos?
- ¿Cómo analizarlos?
- ¿Qué buscan en un despacho?
- Clientes actuales vs Clientes potenciales: ventajas de crecer fidelizando
- ¿Fidelizar, retener o recuperar?
- ¿Qué herramientas son válidas para fidelizar clientes?
- ¿Cómo diseñar un Programa de Fidelización efectivo?
- ¿En qué consiste la venta cruzada? ¿Cómo llevarla a cabo?

14.00 Almuerzo

### 2º Taller de trabajo

#### 15.30 La fidelización de clientes y la gerencia del despacho

- La cadena de valor de los servicios jurídicos
- Diferentes cuadros de mando
- El cuadro de mando y la fidelización...
- ¿Cómo “retribuir” a los letrados la captación y venta cruzada que realizan?
- ¿Cómo preparar y presentar los informes de fidelización a la dirección del despacho

### 3º Taller de trabajo

#### 17.30 ¿Cómo empezar a trabajar?

A través de este taller se planteará un supuesto práctico para desarrollar

- Objetivos y estrategias de fidelización
- Segmentación de clientes
- Acciones de fidelización

19.00 Final del Seminario

