



## Marketing para abogados escépticos [

Pérez Aliseda, David

Editorial Tébar Flores,  
2018

Monografía

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMjEzNTY0MTE>

**Título:** Marketing para abogados escépticos [Recurso electrónico]

**Editorial:** Madrid Editorial Tébar Flores 2018

**Descripción física:** 205 p.

**Mención de serie:** eLibro

**Contenido:** Marketing para abogados escépticos -- Página Legal -- Índice -- Prólogo de Sonia Gumpert -- Introducción -- Las diferentes formas de ser escéptico -- Qué es el marketing? Concepto y definición. Breve consideración histórica. La ciencia del marketing -- Existe el marketing jurídico? -- Marketing estratégico y marketing táctico. La importancia del verbo "conocer" -- La abogacía como vocación y como profesión. El abogado como empresario de su bufete -- Qué es una empresa? Vender, con beneficio, durante el mayor tiempo posible -- Las principales áreas funcionales de una empresa. La función de marketing -- Conceptos fundamentales de la función de marketing -- Análisis de la situación. Análisis PEST, DAFO e intenciones CAME -- Las nuevas variables esenciales de la función de marketing -- El mercado. Clientes, intermediarios, prescriptores y competidores -- La investigación del mercado. Análisis del posicionamiento en relación con la conducta de nuestros clientes potenciales -- Los clientes. Factores que influyen en su comportamiento comprador -- El producto /servicio de los abogados. Prestaciones profesionales. Productos y categorías de hoy y de mañana -- El precio de los servicios de los abogados. Sistemas de fijación -- La acción comercial. Las ventas Queremos tener clientes pero no ser vendedores? -- El proceso de la acción comercial. Etapas y circunstancias (antes, durante y después) -- La comunicación con el mercado. Publicidad, promociones y relaciones públicas -- El pensamiento creativo en el marketing. Innovación global -- Planificando el futuro. Planes de empresa, de marketing, de ventas y programas de acción -- Seguimiento de la actividad y control del plan de marketing -- Marketing directo, relacional y por internet -- El futuro del marketing de los abogados en España La importancia de los colegios de abogados en la profesión. Abogados expertos en marketing

**Detalles del sistema:** Forma de acceso: World Wide Web

**ISBN:** 9788473606424 9788473606301

**Entidades:** ProQuest

## **Baratz Innovación Documental**

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- [informa@baratz.es](mailto:informa@baratz.es)