

Conferencia: "Peritos, abogados, procuradores y notarios: Cómo diferenciarse, darse a conocer y hacer negocios en el sector legal."

21/11/2013

 #ACPFJDiferenciarse

Organiza:

ASSOCIACIÓ CATALANA DE PERITS JUDICIALS i FORENSES

Ponentes:

Paula Fernández-Ochoa

@pfernandez2010



**+MORE
THAN
LAW**
BUSINESS
DEVELOPMENT

Guillem Recolons

@guillemrecolons

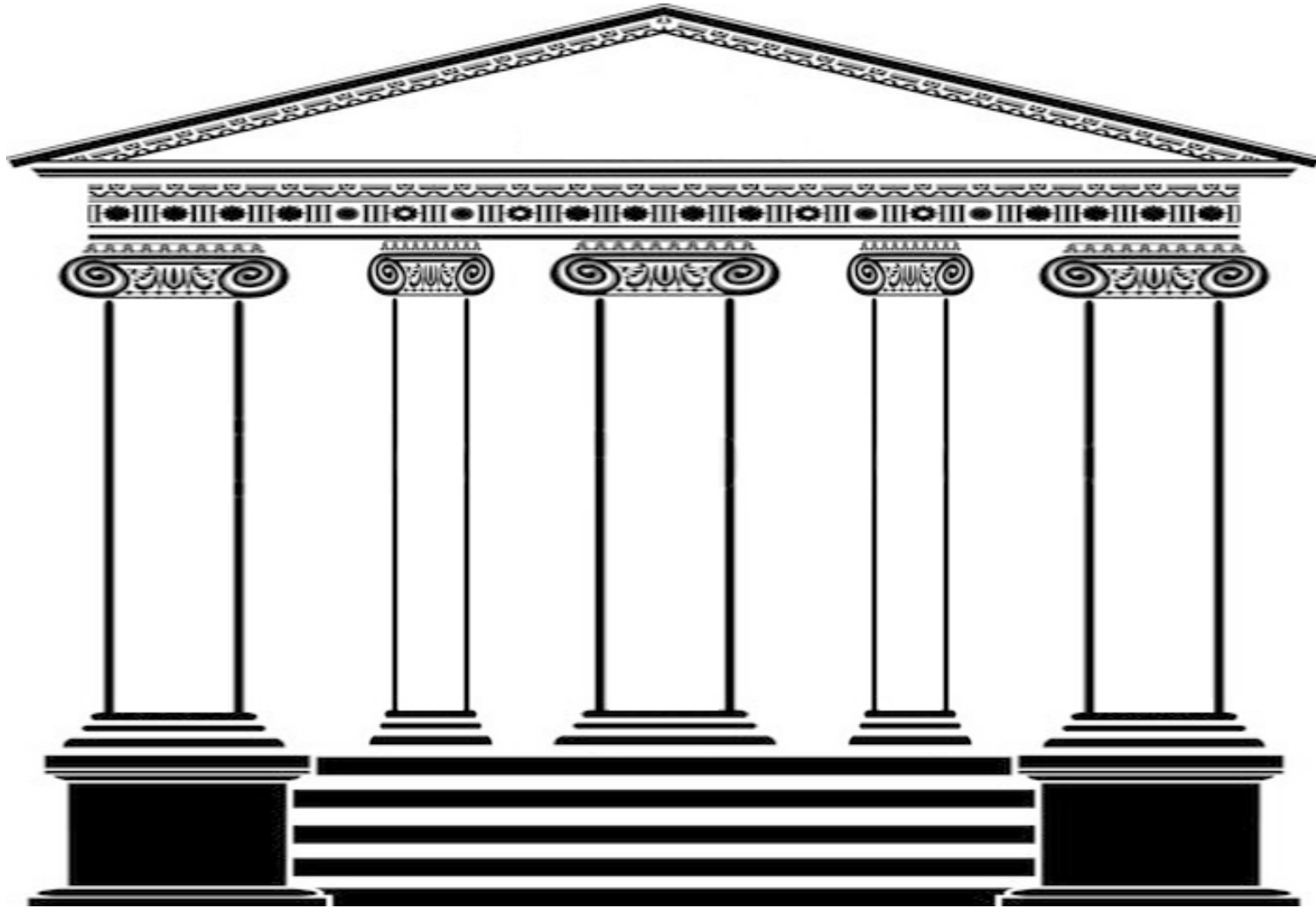


soymimarca
personal branding 360° 

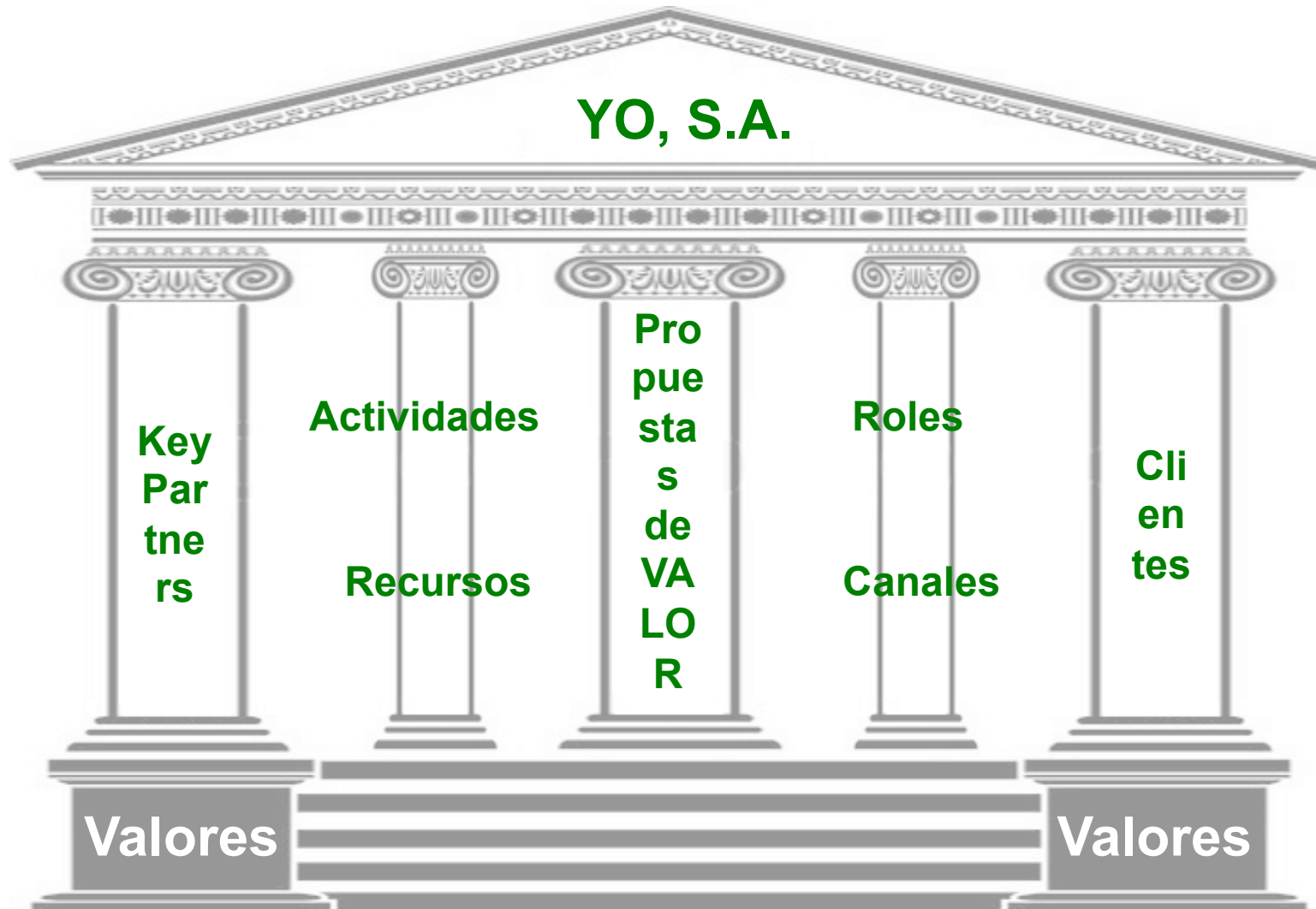
“Hay dos competiciones,
una por ser los mejores
otra por ser los + adecuados”

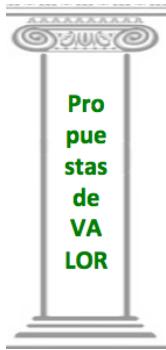
+MORE
THAN
LAW
BUSINESS
DEVELOPMENT

soymimarca 
personal branding 360°



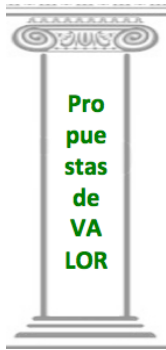
Perits  Judicials
forenses
ASSOCIACIÓ CATALANA





VENTANA DE JOHARI Y MARCA PERSONAL





Pro puestas de VALOR

• La conducta humana tiene una dimensión de racionalidad, y se busca la coherencia interna. Pero el comportamiento no siempre es racional y coherente.

• Se relaciona con los sentimientos referentes a vivencias, lugares y situaciones reales o imaginarias, tanto positivos como negativos.



• Recursos necesarios para facilitar la conducta, minimizando el coste y el esfuerzo.

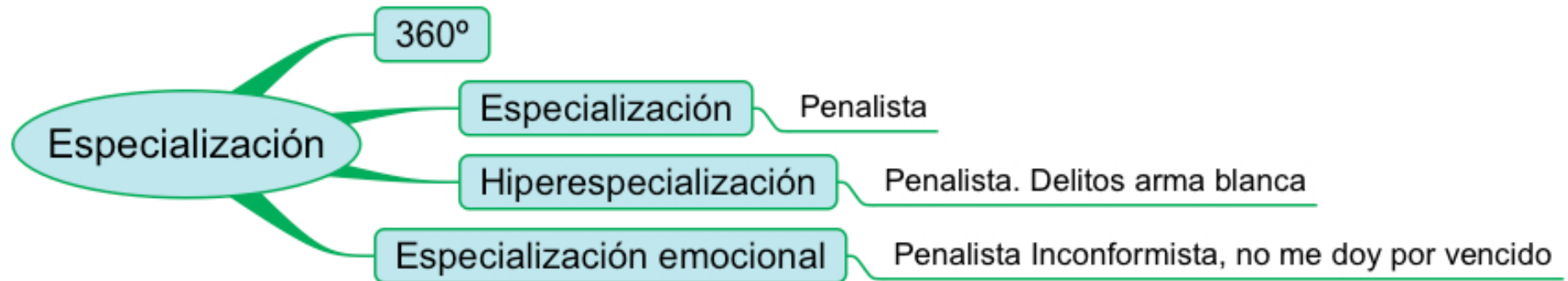
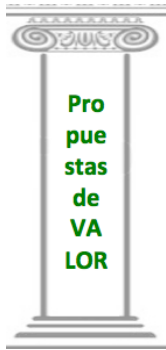
• Deseo de aceptación social y deseo de estar en lo que se considera correcto.

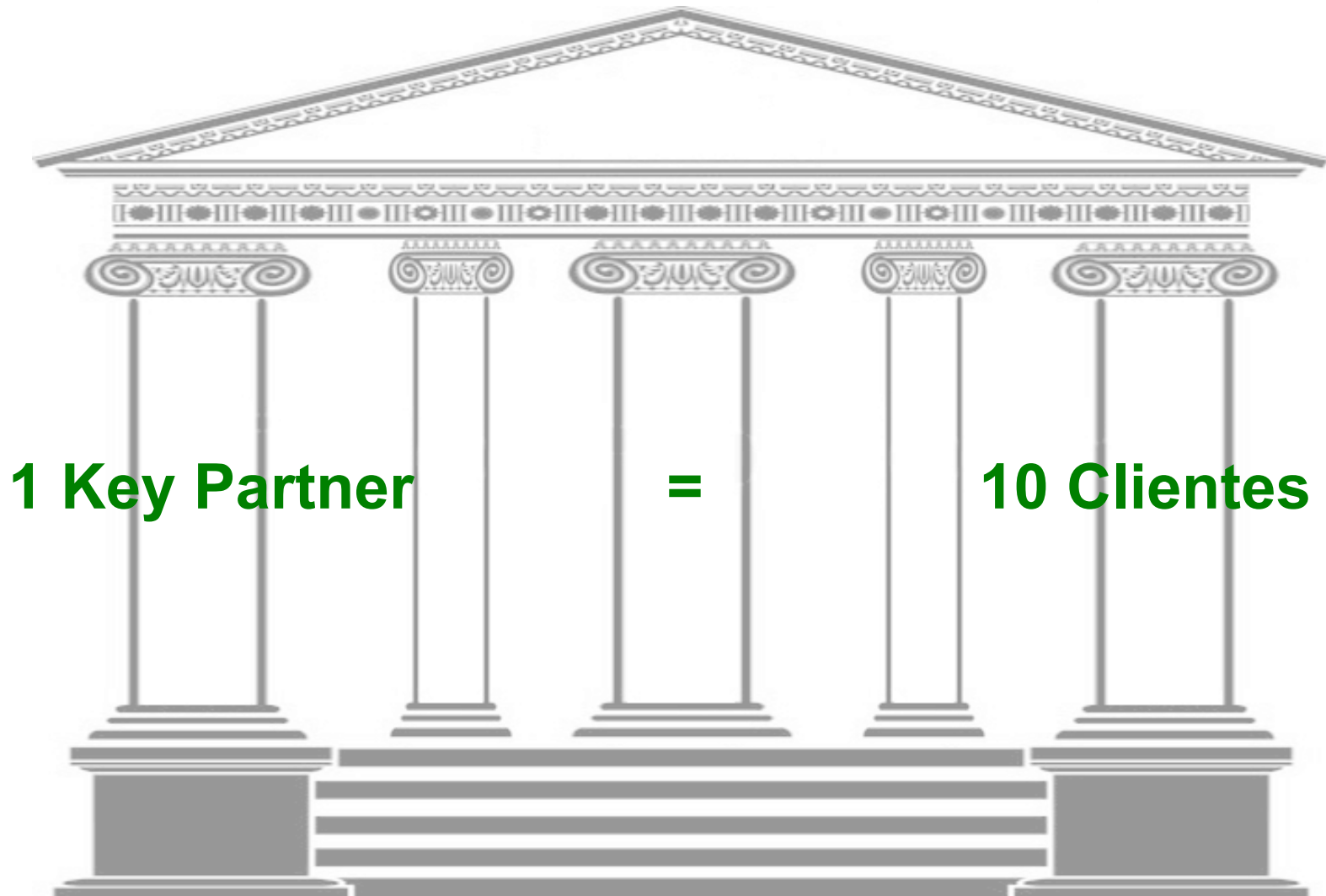
Modelo Teórico de las 4 Esferas (Pol, Vidal i Romeo, 2001).

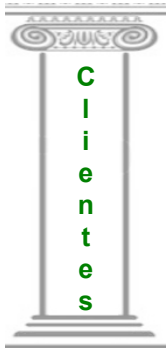
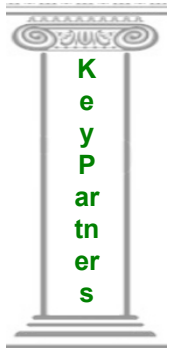
“El poder de las palabras”



Modelo Teórico de las 4 Esferas (Pol, Vidal i Romeo, 2001).







Clientes



Real / Potencial (target)

“Key Partner”



Cliente Satisfecho

Amigos / Familiares

“Comunidad Jurídica”

Asociaciones

Periodistas / Medios

“Influencers”



Actividades
Recursos
Roles

Profesional S.XXI:

- Capacidad Técnica y Especialización
- Formación Empresarial
- Habilidades Comerciales
- Legal Project Management
- Idiomas
- Nuevas tecnologías
- Partner
- Marca personal. Diferenciación



Portada » Jurídico

MARTA CASAS - DIRECTORA JURÍDICA Y VICESECRETARIA GENERAL DE ABERTIS

"El prestigio de un abogado vale más que el del despacho"

Menéame | Twittear 27 | Recomana-ho 5 | +1 | kcy it! | Compartir 6

Más noticias sobre: abertis (mercado continuo), juridico | Añadir alerta

16.07.2013 | Carlos García-León. Siga al autor en

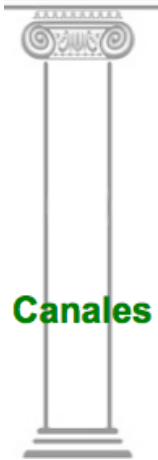
La ejecutiva de Abertis asegura que, a la hora de contratar un bufete externo, pesa más la reputación del profesional, al que sigue si cambia de firma.



En la pared del despacho de Marta Casas (Terrassa, Barcelona, 1959), en la sede de Abertis, luce el premio Aptissimi como mejor asesoría jurídica de España, recibido en 2009. Casas está al frente de la misma, además de ejercer como vicesecretaria general de la compañía.

Además de todos los aspectos de la asesoría corporativa, donde ocho letrados prestan servicios jurídicos al grupo en temas de gobierno corporativo, operaciones de desarrollo y aspectos financieros,





Canales

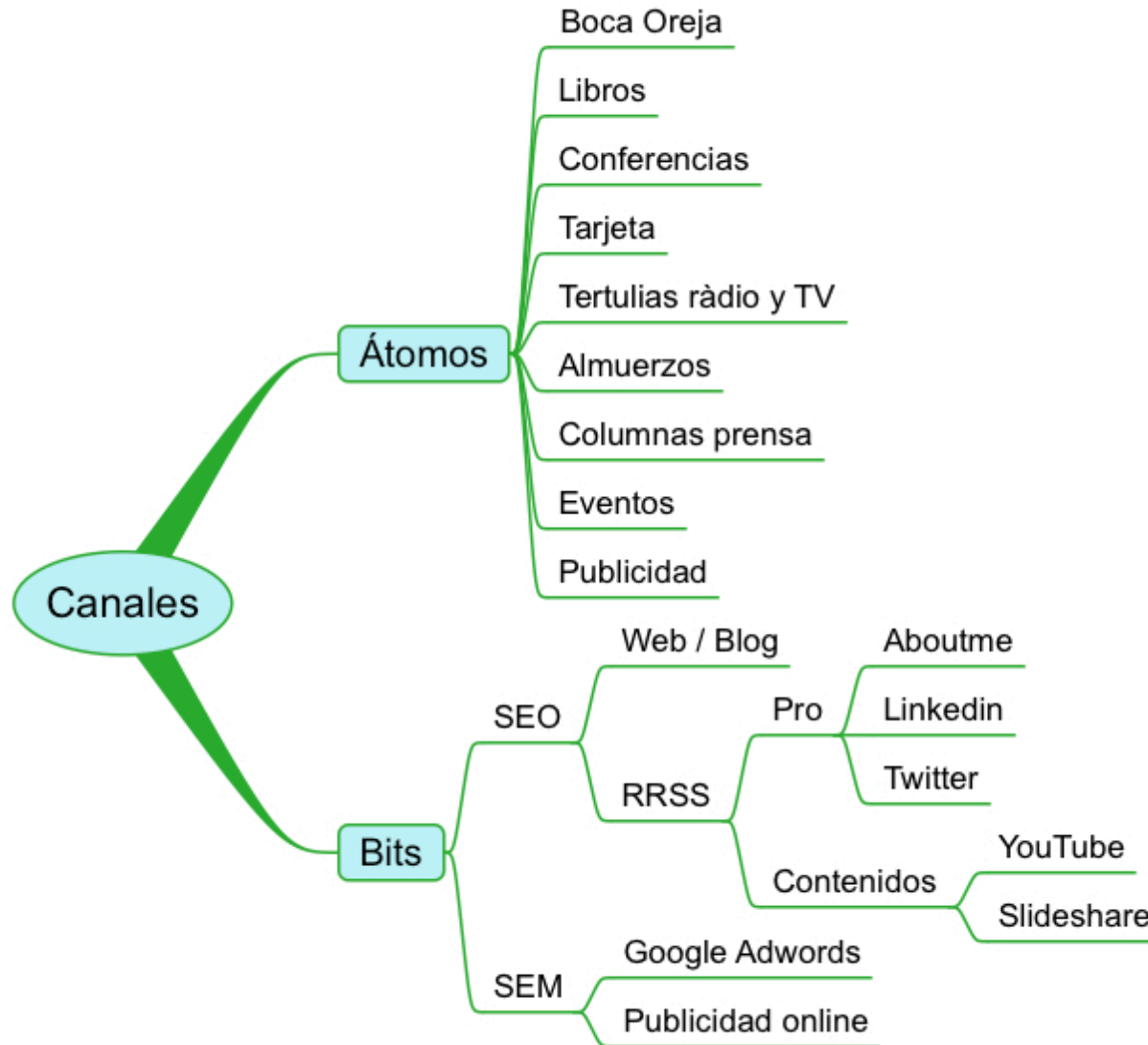
Cambio de paradigma

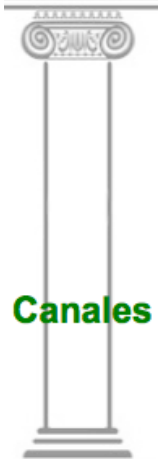
Mercado	Firmas	Profesional	Cliente
<ul style="list-style-type: none">• Coyuntura socio-económica• Competitivo• Globalización• Estandarización de servicios• <u>Era digital</u> (CRM, apps, RRSS, ...)	<ul style="list-style-type: none">• Empresas• Profesionalizando• Tecnología	<ul style="list-style-type: none">• Otras habilidades• Largo plazo• Partner• <u>Marca personal</u>	<ul style="list-style-type: none">• <u>Sofisticación</u>• <u>Exigente</u>• <u>Confianza</u>



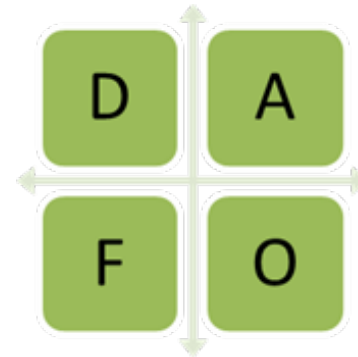
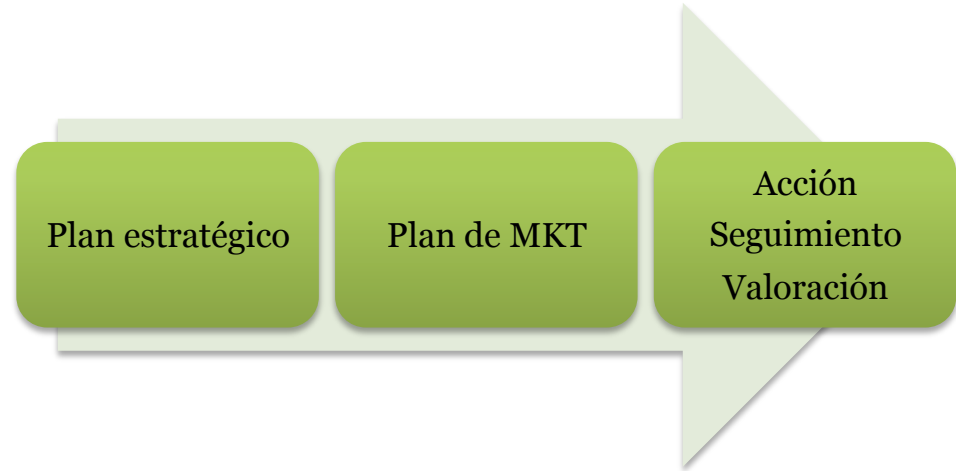


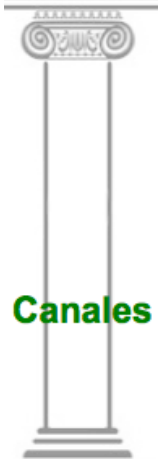
Canales





Canales





Canales

Optimización gestión

- Dirección
- Financiera
- RRHH
- MKT
- Sistemas

Objetivos Desarrollo Negocio

- Mercado geográfico
- Sector Actividad
- Target concreto de cliente
- Especialidad jurídica
- ...

Posicionamiento Notoriedad / Reputación

- Imagen corporativa
- Asocaciones
- Publicaciones
- Eventos
- ...

Tamaño del mercado
Mercado en crecimiento
Margen alto/bajo
Beneficio intangible
Facilidad/dificultad de acceso



Captación & Fidelización

Mensaje de venta / atributos de marca

		Facturación + 50.000 €	Potencial Crecimiento facturación a c/m plazo	Valor estratégico	Resp.	Área trabajada	Oportunidad	(...)
1	CLIENTE 1			X				
2	CLIENTE 2	X		X				
3	CLIENTE 3			X				
4	CLIENTE 4		X					

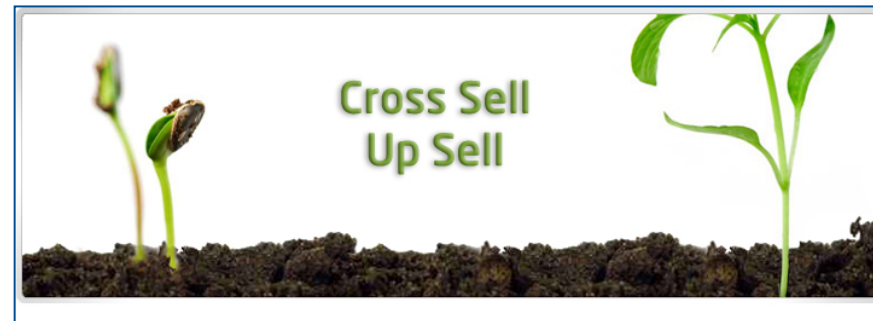
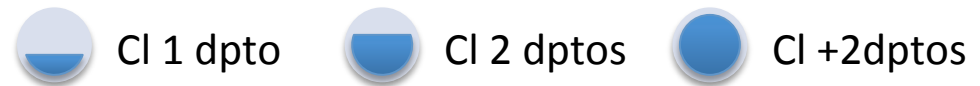
Objetivos	Resp	Ppto	Target Gral	10 Clientes objetivo	Asociaciones	Eventos	Prensa	Otras Acciones	Rltdo
1. Cartera de cliente propia									
VIP, Potencial, venta cruzada, ...									
2. Sector hotelero									
Cadenas hoteleras, Propiedades, ...									
3. Arbitraje									
4. Corporate Compliance									



Venta cruzada

Ejemplo real: 6% de clientes facturación del 31% del total y supone una media de 73.571€/cliente (la media del Despacho es 14.641€/cliente)

- “Full clients” / "lead partner"
- Necesidades. Momentos clave.

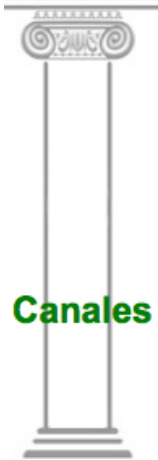


Fidelizar

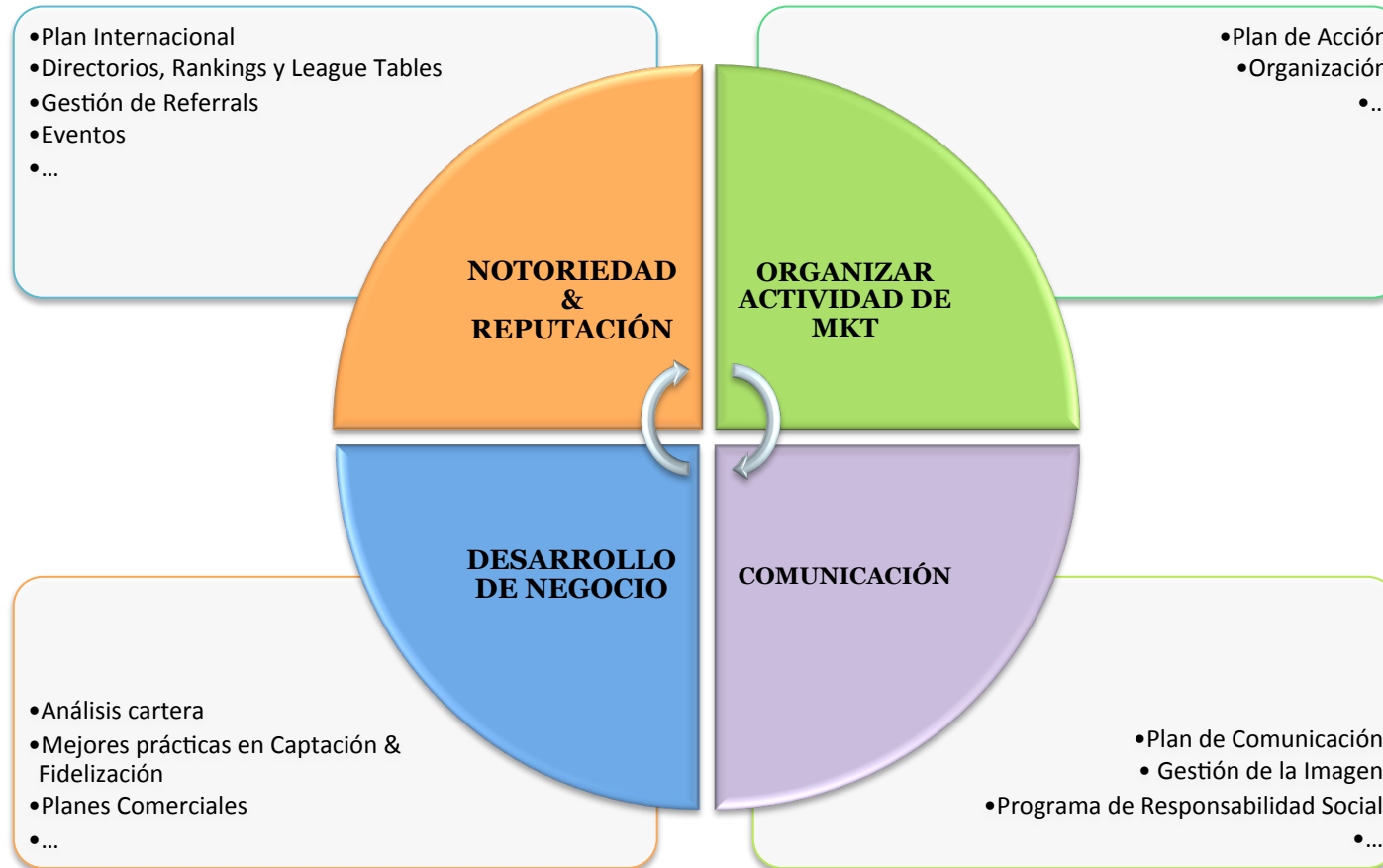
- “Top” / Potenciales
- Eventos, alertas, presentación clientes (...)

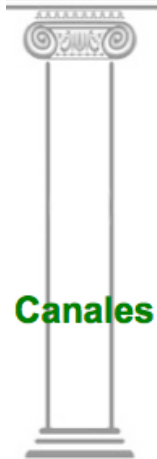


Activación de "clientes dormidos"



Canales





Canales

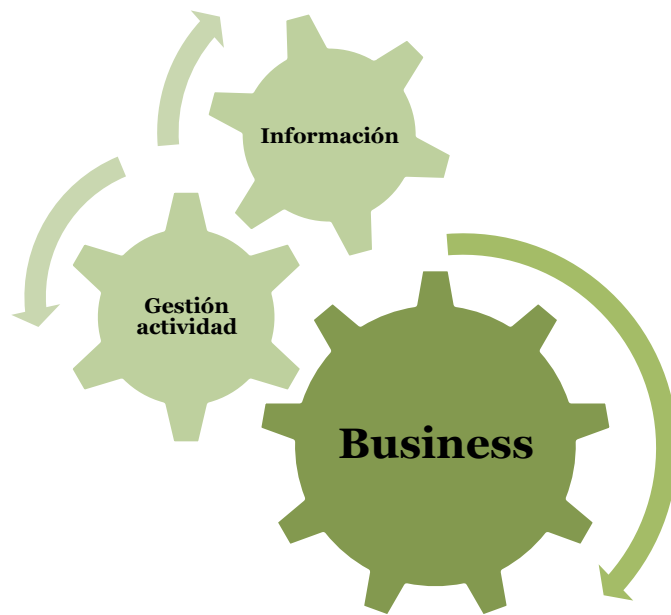


ACCIONES	STATUS	R	INICIO	FIN	PPTO	PPTO REAL	DESVÍO	OBSERV
GESTIÓN MKT								
1. Plan de Acción								
2. Evaluación & Control Informe Seguimiento 1º trim								
2. Organización del departamento Protocolos & Formatos (...)								
2. POSICIONAMIENTO								
1. Plan de comunicación								
2. Gestión de la imagen Imagen Corporativa Redes sociales Propuestas honorarios (...)								
3. DESARROLLO DE NEGOCIO								
1. Análisis cartera								
2. Acciones Captación								
3. Acciones fidelización (...)								
4. NOTORIEDAD Y REPUTACIÓN								
1. Directorios								
2. Rankings								
3. Asociaciones								
4. Eventos Promoción								
5. Publicaciones								
6. (...)								

#ACPJFDiferenciarse



“Saber y hacerlo saber es valer dos veces”





Thank you

Paula Fernández-Ochoa
Consultora Marketing Jurídico
Socia de +MoreThanLaw
paula@morethanlaw.es
[@pfernandez2010](#)



**+MORE
THAN
LAW**
BUSINESS
DEVELOPMENT

Guillem Recolons
Asesor de Marca Personal
Socio de Soymimarca
guillem.recolons@soymimarca.com
[@guillemrecolons](#)



soymimarca 
personal branding 360°

“La sonrisa no quita profesionalidad en el mundo de los negocios”