



ESTRATEGIA, MARKETING Y COMUNICACIÓN PARA DESPACHOS PROFESIONALES

EL MÓDELO CANVAS

Cataluña es uno de los lugares de Europa con mayor concentración de despachos profesionales, y si se reparte toda la población sólo toca a unos 300 clientes potenciales para cada abogado. Por el contrario, Cataluña dispone de un ratio elevadísimo de pymes y micropymes que suponen una importante oportunidad de negocio en el mundo de los despachos profesionales.

En este contexto, los despachos profesionales (abogados, economistas, arquitectos...) han empezado a desarrollar en los últimos años política de dirección estratégica, marketing y comunicación y nuevas formas de relación comercial con sus clientes. Sin embargo, la falta de una estrategia alineada en todo el despacho y la poca experiencia en este campo, debido principalmente a la falta de formación, lleva muchas veces a cometer errores que lastran el desarrollo del proyecto, ya sea por un gasto enfocado de forma errónea o por la consecución de un posicionamiento que no es el adecuado.

Por otro lado, en la era del BigData en la que en los dos últimos años se ha generado más información que en toda la historia de la humanidad, los despachos han de aprender a utilizarla para atraer y fidelizar a los clientes.

Este programa pretende de forma concreta y ejecutiva, y eminentemente práctica, presentando casos de éxito, presentar cómo desarrollar un plan de negocio, utilizando el método Canvas de aplicación actualmente tanto en PYMES como en multinacionales, y cómo crear y ejecutar un plan de marketing y comunicación que sea coherentes con la dimensión y los objetivos del despacho.

Utilizando como punto de partida el Lienzo Canvas, aprenderás a desarrollar una estrategia que enfocará tu despacho profesional hacia el éxito.

Objetivos

- Desarrollar un plan de negocio realista que alinee la estrategia de los diferentes miembros del despacho hacia unos objetivos comunes.
- Formar y profundizar en el planteamiento estratégico del marketing y la comunicación a medio y largo plazo para el desarrollo del negocio. En especial, definir la estrategia y los objetivos de marketing del despacho
- Formar al profesional en técnicas de marketing y comunicación para que sea capaz de optimizar la gestión de clientes y las acciones promocionales



- Formar al profesional en herramientas de comunicación específica para despachos profesionales.
- Medir la rentabilidad y la productividad del despacho, con especial énfasis en su gestión financiera.
- Proporcionar las claves para las mejoras de los procesos y la presentación de los servicios profesionales.
- Aprovechar las nuevas herramientas en la red para ganar y fidelizar clientes a través de internet.

Duración

24 horas lectivas (seis tardes de 16:00 a 21:00 h)

Programa

Primera sesión:

Claves para el desarrollo del plan de negocio del despacho

Reflexión estratégica: qué somos y a dónde vamos

Cómo desarrollar nuestro modelo de negocio a través del Lienzo Canvas

Detección y potenciación de las áreas donde generamos valor. En qué somos mejores que los despachos de la competencia?

El desarrollo del plan estratégico de la empresa: la utilización de los mapas mentales.

Segunda sesión:

El cliente, atracción y fidelización

Quién es nuestro cliente

Cómo conocer y llegar al cliente en el mundo del *big data*

Como nos relacionamos con nuestro cliente

Estrategias de captación

Estrategias de fidelización

Tercera sesión

La definición de nuestra propuesta de valor

En qué somos innovadores

Qué servicios ofrecemos.

Cómo los definimos en función de nuestros clientes



Qué canales utilizamos para llegar a nuestros clientes
Qué actividades y recursos clave ofrecemos
Determinación de la fuentes económicas de nuestra idea de negocio
Identificación de los activos y recursos clave en el engranaje empresarial

Cuarta sesión:

La comunicación como herramienta de gestión

La importancia de la comunicación interna
La comunicación externa para llegar a nuestro cliente potencial
Los valores de nuestra marca
Cómo aparecer en los medios
¿Cuándo he de contratar una agencia?
Como mejorar la efectividad de la gestión a través de la comunicación

Quinta sesión:

La gestión estratégica on line del despacho

Nuestra página web.
Cómo mejorar nuestro posicionamiento SEO.
Cuando debemos invertir en posicionamiento SEM
Las redes sociales: en cuáles debo estar
Cómo gestionar las redes sociales: *Hotsuite*
El inbound marketing: de la captación a la atracción del cliente

Sexta sesión:

Caso práctico

Aplicación directa del modelo Canvas a nuestro despacho profesional.
Desarrollo del modelo
Análisis de cada caso

Solicitar más información sobre el curso enviando un correo a
info@comunicacionjuridica.com