
Recurso

Febrero 2022

EL DESARROLLO DE MARCA Y SU IMPORTANCIA PARA LOS ABOGADOS

Por
Gustavo Carmona

gustavocarmona.com/recursos-descargables

Objetivo

Entender la importancia del branding como estrategia de posicionamiento y de obtención de nuevos clientes.

El Desarrollo de Marca y su importancia para los Abogados

Introducción

En la actualidad, la competencia en el sector legal es cada vez más evidente debido a la sobre oferta o a la aparición de nuevos servicios más eficientes y a un menor costo. Los abogados en consecuencia deben encontrar formas de diferenciarse en un ambiente de negocios en el que un servicio de calidad a un menor costo ya no es suficiente. Los clientes cada vez son más exigentes y con la sobre oferta de servicios pueden escoger entre las innumerables ofertas que se les presentan.

¿Entonces, qué debe hacer un abogado aparte de dar un buen servicio y a un menor costo para poder diferenciarse en el mercado legal actual? La respuesta es simple: debe construir su marca personal y profesional. Y aquí es donde entra el **branding**.

Definamos entonces que es el **Branding**:

De acuerdo con la Asociación Española de Empresas de Branding, el Branding es la gestión inteligente, estratégica y creativa de todos aquellos elementos diferenciadores de la identidad de una marca (tangibles o intangibles) y que contribuyen a la construcción de una promesa y de una experiencia de marca distintiva, relevante, completa y sostenible en el tiempo”.

Entendamos entonces que el branding no es una marca sino el proceso de gestionarla.

Una marca entonces es la percepción, emoción o sentimiento que tiene un consumidor sobre tu producto o servicio y que te ayuda a diferenciarte de tus competidores.

En el caso de los abogados y las firmas una marca representa tus valores, tu identidad, tu diferenciador y la forma en la que los clientes te perciben.



La importancia del desarrollo de marca

Los prospectos ya no compran productos o servicios, compran **marcas**.

Cuando me preguntan por donde comenzar una estrategia de marketing para un abogado o firma de abogados, mi respuesta es simple: se debe comenzar por el desarrollo de su marca.

La marca profesional de un abogado o firma de abogados, representa el pilar principal que servirá de base para todas las otras estrategias de marketing digital.

Veamos unos ejemplos del porque se debe desarrollar la marca profesional antes que cualquier otro elemento:

- El contenido que se distribuye por medios digitales debe ser congruente con la guía de estilos respecto a colores, tipografía y voz.
- Los perfiles en redes sociales deben estar optimizado de acuerdo a los lineamiento de tu marca y también congruente con la guía de estilos.
- Facebook exige que el arte de la publicidad pagada sea congruente con la landing page a donde se enviará el tráfico. Esto significa que el arte debe concordar con la landing page respecto a colores, tipografía, nombre, etc.

La importancia de una marca radica en lograr un posicionamiento en la mente de tus potenciales clientes e incluso de tus clientes actuales. Con ese posicionamiento lograrás ser un referente en el mercado legal y en consecuencia obtener más clientes.

Solo recuerda, que para lograr ese posicionamiento debes ofrecer un servicio de calidad en base a resultados y con una excelente comunicación con el cliente.



Los prospectos ya no compran
productos o servicios, compran **marcas**.

Objetivos del branding legal

El branding tiene objetivos específicos respecto a la gestión de una marca entre ellos tenemos:

- Ayudar a tu marca personal y profesional a obtener una ventaja competitiva en un mercado con sobre oferta.
- Ayudar a tu marca personal y profesional a diferenciarte en el mercado.
- Lograr que los miembros de tu firma se identifiquen con tus valores y con los de tu firma.
- Aumentar la percepción positiva y por lo tanto tu valor y el de tu firma ante tus clientes.
- Crear una identidad única.
- Posicionar a tu practica legal en el mercado.

La Marca del Empleador (Employer's Branding)

El desarrollo de la marca profesional de un abogado o de una firma, debe incluir una estrategia para atraer al talento indicado.

Definamos que es el desarrollo de marca del empleador aplicado a prestadores de servicios jurídicos.

El desarrollo de marca del empleador jurídico o legal employer branding, es una estrategia que implementan las firmas de abogados y departamentos legales, con el propósito de posicionarse entre los profesionales como un buen lugar para trabajar y tiene como objetivo motivar, retener y mantener el talento que requieren.

El desarrollo de marca del empleador jurídico integra dos áreas funcionales de las firmas: el área de recursos humanos y el área de marketing.

Ventajas del Desarrollo de Marca del Empleador Jurídico

Entre las ventajas del desarrollo de marca del empleador jurídico, podemos mencionar tres, como las más importantes:

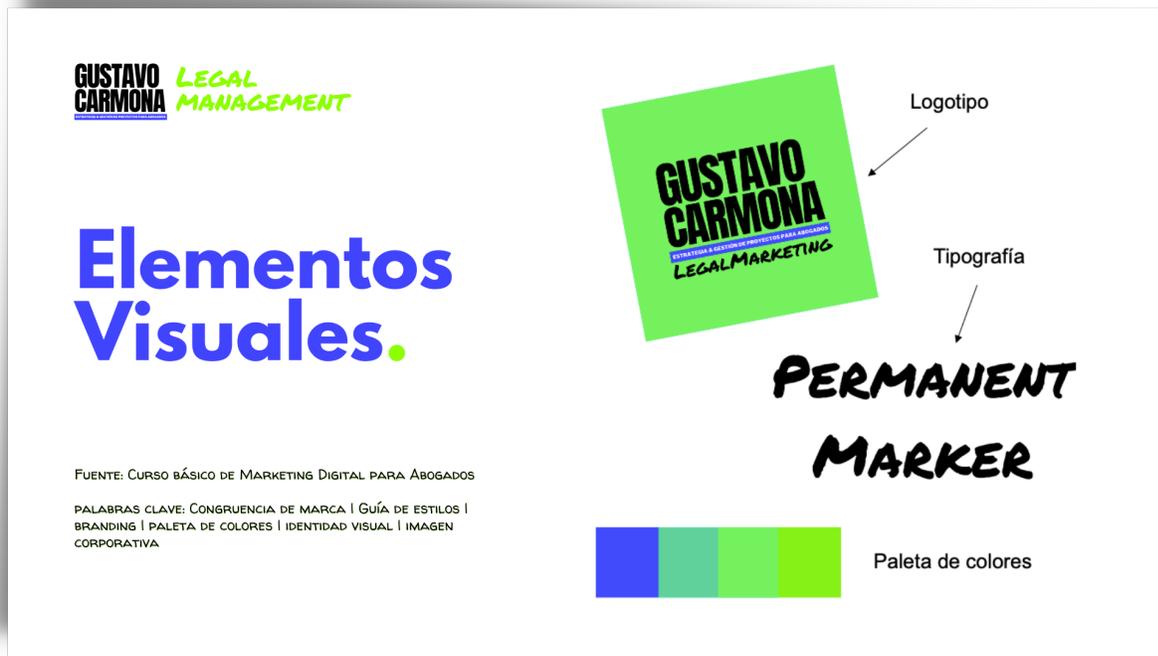
- Aumenta la motivación entre los empleados actuales ya que percibirán a su firma como el mejor lugar para trabajar.
- Facilita llegar a ese talento que la firma o departamento legal necesita.
- La firma ganará posicionamiento en el mercado.

Es importante para que la estrategia de atracción de talento funcione, que el departamento de recursos humanos y marketing trabajen en coordinación y de forma estratégica.

Congruencia de marca

La congruencia de marca es cuando mantienes una identidad visual consistente en todos los aspectos de tus contenidos, imágenes, tipografías y diseños, de manera que tu audiencia pueda identificarte y puedas ganar ese espacio en su mente. La mejor forma de crear esa identidad visual es desarrollando una guía de estilos.

Una guía de estilos contiene todos los aspectos visuales de tu marca y es especialmente útil si contratas a otros profesionales para que realicen la tarea de diseño gráfico y de contenidos para tu práctica.



Consideraciones sobre el branding para abogados

La gestión de tu marca personal y profesional como abogado o el de tu firma, es un proceso largo que debe ir acompañado de otras estrategias de marketing.

Conforme generes contenido de valor a tu audiencia, obtengas casos de éxito, estés muy activo en redes sociales, participes en eventos como ponente o escribas artículos en publicaciones, tu marca personal y profesional va a ir tomando forma y generando ese espacio en la mente de tu público objetivo.

Construir tu marca es una de las herramientas más poderosas que tienes para diferenciarte, obtener reconocimiento y nuevos clientes para tu práctica.

Comunícate conmigo



gc@gustavocarmona.com



+524428760815



www.gustavocarmona.com

¿Quién soy?

Mi nombre es Gustavo Carmona y soy asesor e instructor en gestión de proyectos, mejoramiento de procesos, marketing, ventas, operacionales legales y transformación digital para firmas de abogados y departamentos legales.

Mi trabajo es ayudar a firmas de abogados a lograr la excelencia operativa a través de la gestión de proyectos, el mejoramiento de procesos, la gestión del cambio y la transformación digital.

