



# SEMINARIO MARKETING PARA ABOGADOS



## CONTENIDO TEMÁTICO

### **Módulo 1:** CONCEPTOS FUNDAMENTALES

Se centrará en la definición y comprensión de múltiples conceptos referentes al marketing como lo son: necesidades, deseo, demanda, venta, servicio, posicionamiento, satisfacción, entre otros. Así mismo, se detallarán las partes de una cadena de suministro, canales de venta, clasificación de mercados y concepto de marca. Adicionalmente, se revisará la evolución que ha tenido el marketing en la historia a través de conceptos como comercialización y estudio de mercado.

### **Módulo 3:** TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA INDUSTRIA LEGAL ALOR DIGITAL

Se centra en el entendimiento del impacto del Internet y nuevos mecanismos tecnológicos en la industria legal. Canales digitales, Search Engine Optimization, Search Engine Marketing, Adwords, Backlink, redes sociales; herramientas que se exploran en el módulo desde la práctica.

### **Módulo 2:** LA INDUSTRIA LEGAL ACTUAL

Se enfoca en la comprensión del mercado legal actual, se revisarán los principales jugadores y actores en el mercado, así como sus ofertas de valor. También se revisarán los principales servicios ofertados, tendencias en el mercado y se identificarán los referentes internacionales en la industria en términos de innovación y prácticas disruptivas según los ranking de Financial Times.

### **Módulo 4:** IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS DE CONSUMO Y SEGMENTOS DE MERCADO

Los ejes centrales de este módulo son el entendimiento de un proceso de decisión de compra y la teoría conductual de decisión. A partir de ellos se explicará desde una perspectiva psicológica conceptos como percepción, aprendizaje, emociones y memoria. Una vez revisados, se realizará el empalme de los mismos con el marketing en momentos de consumo de servicios. El módulo desarrolla en profundidad el concepto de segmentación, público objetivo, comunicación tarjetada, grupos de interés y customización.



### **Módulo 5:** HERRAMIENTAS PARA AUMENTAR LA EFECTIVIDAD DE LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA FIRMA

La sesión se enfoca en definir las diferentes etapas de un servicio jurídico y las herramientas comerciales que se deben usar en cada una de ellas. Pricing, definición de cronograma, costeo de actividades, definición del alcance, definición de recursos, son los conceptos que se interiorizan en este módulo.

### **Módulo 6:** DESARROLLO DEL PLAN DE MERCADEO

El módulo se centra en la integración de los módulos anteriores a través de la implementación de la planificación estratégica que se debe realizar en las firmas para la construcción de un plan de marketing. Cómo determinar objetivos, indicadores, matriz DOFA, matriz MEFE, MEFI; además se revisan los aspectos clave de un plan de marketing (precio, plaza, producto, promoción).