



## Manual para elaborar tu propio plan de Marketing

Por Ivan Cavero De la Peña  
Lima, Noviembre de 2006

Este manual lo he elaborado teniendo en cuenta los efectos que el Marketing Legal y el Business Development pueden generar en tu PracticaLegal. Mi objetivo no es que estudies marketing. Por el contrario, lo que trato de hacer con este documento es que tu mismo hagas Marketing a través de un Plan, y además, que éste lo puedas implementar fácilmente en tu Práctica diaria.

Lo que te pido es que este plan lo escribas, para que tu o toda tú firma lo pueda implementar. Si no escribes el plan, simplemente quedará como un buen pensamiento o un buen deseo, pero no será un plan de marketing, y simplemente tu trabajo no servirá.

### Los pasos previos

Algunos consejos con relación al Plan que vas a redactar:

- Debe de tener metas específicas, tales como “Saldré a almorzar cada dos semanas con alguna persona que pueda significar una fuente de generación de negocios legales”
- Tiene que ser simple, tal como una lista de las cosas que tienes que hacer, y siempre deberás llevarlo contigo en el bolso o tenerlo frente a ti.
- No importa quien haya escrito el plan. Lo principal es que sea fácil de seguir y monitorear.
- Tienes que revisarlo continuamente para observar si lo estás cumpliendo

La parte más difícil al escribir un plan de marketing es decidir por donde empezar. Por eso, antes de ponerte a escribir el plan, te aconsejo que tomes como regla lo siguiente: **EL 80% DE TU TIEMPO DEBES PASARLO TRABAJANDO EN LA CONSTRUCCION DE RELACIONES, MIENTRAS QUE EL OTRO 20% TRABAJANDO EN OBTENER REPUTACION.**

Además, para este plan tus objetivos del marketing siempre serán: 1) Obtener visibilidad; 2) Crear una imagen; 3) Obtener fuentes que te generen negocios legales; 4) Ofrecer nuevos servicios a tus actuales clientes; y, 5) Obtener nuevos clientes.

Finalmente, antes de decidir qué actividades tienes que realizar para obtener nuevos negocios, necesitarás responderte lo siguiente: DONDE HAS ESTADO y DONDE ESTAS AHORA. Además, durante todo el próximo mes, deberás tomarte un tiempo para responder a las preguntas que figuran a continuación y escribir tus respuestas.

### Preguntas que Tienes que responder

Sobre tu actual nivel de experiencia

- ¿Cuáles son las áreas de práctica de tu firma legal?
- ¿Existen otras áreas en donde tengas conocimientos y experiencia?
- ¿Cuáles son tus fortalezas y tus debilidades?
- ¿En qué área de la práctica legal has tenido tu último éxito?
- ¿Te sientes cómodo con el área legal que ejerces?
- ¿Existen otras áreas de práctica que has considerado ejercer?
- ¿Existen áreas de tu práctica legal que has considerado dejar de ejercer?
- ¿Existen áreas de tu práctica legal que ya no son rentables económicamente?
- ¿Existen áreas de tu práctica legal que ya están demasiado explotadas en el mercado?

¿Cuáles son tus necesidades?

1. ¿Cuáles son tus metas financieras?
2. ¿Qué cantidad de ingresos deseas generar?
3. ¿Te será posible generar trabajo legal adicional para lograr tus metas financieras y mantener un gran nivel de calidad y servicio?
4. ¿Generar más trabajo implicará contratar más personal?
5. En los próximos cinco años ¿Qué tipo de práctica legal te gustaría ejercer?
6. En los próximos cinco años ¿Quieres trabajar más o menos tiempo?

¿Quiénes son tus actuales clientes?

¿Qué tipo de clientes tienes actualmente? Clasifícalos en grupos por áreas de práctica, edades, domicilio y ocupación.

1. ¿Hay algún cliente por quien has trabajado más que otros?
2. ¿Cuáles son los clientes que mayores ganancias te han reportado?
3. ¿Cuáles son los clientes que menores ganancias te han reportado?
4. ¿Cuáles son las áreas de práctica que tienen mayores y menores ganancias?
5. ¿Qué clientes te han referido nuevos clientes? ¿Qué clientes nunca te han referido algún cliente y por qué?
6. ¿Qué clientes te han contratado por la variedad de tus servicios?
7. ¿Qué forma utilizaron tus clientes para poder contactarte?
8. ¿Por qué tus actuales clientes te eligieron como abogado en lugar de otros abogados?
9. ¿Con cuáles clientes has disfrutado trabajar? ¿Y con cuáles no? ¿Por qué?
10. ¿Recientemente has perdido algún cliente? Si tu respuesta es afirmativa. ¿Sabes la razón?

## Otros temas de interés

1. ¿Cómo eres visto en el mercado?
2. ¿Quién es tu actual competencia?
3. Si piensas desarrollar una nueva área de práctica, te has preguntado si ¿Existen otros abogados quienes también la realizan?
4. ¿Existe la posibilidad que abras otra oficina en algún lugar diferente de donde se encuentra tu oficina principal?
5. ¿Cómo quieres que sea tu firma legal? y ¿Qué tipo de clientes te gustaría obtener? Enumera una lista de las cualidades de los clientes que te gustaría tener o especifica los clientes que te gustaría tener.
6. ¿Existe alguna persona que te haya referido clientes aún cuando ésta no haya sido tu cliente? Si tu respuesta es sí, ¿Qué persona te ha referido la mayor cantidad de clientes?
7. ¿Has referido trabajo legal a otros colegas quienes, a su vez, nunca te han referido clientes? Si tu respuesta es sí, ¿Por qué lo ha hecho?
8. ¿En qué organización consideras que tienes participación activa? ¿De cuál organización consideras que has recibido algún negocio? ¿De cuál organización consideras que has obtenido las mejores relaciones públicas?

Enumera 12 actividades en las que hayas participado el año pasado, que hayan tenido el propósito de generar visibilidad de tu firma legal o a ti como Abogado, y que te hayan reportado algún tipo de negocio.

Tómate tu tiempo para responder a todas las preguntas de este manual. Se realista y práctico con toda la información que plasmes en el papel. No te mientas a ti mismo. Cuando tengas todo completo, comparte esta información con todo el equipo de tu Oficina. Así cada uno sabrá como afrontar el futuro de la firma.

Un gran saludo,

Ivan Cavero  
PracticaLegal: Sólo Marketing Legal  
[www.practicalegal.blogs.com](http://www.practicalegal.blogs.com)

Este documento sólo tiene fines informativos y educativos, y de ninguna forma constituye una respuesta a una consulta legal o de negocios. Siendo de entera responsabilidad del usuario su aplicación y las consecuencias que de este deriven