

CURSO DE INBOUND MARKETING PARA ABOGADOS Y TÉCNICAS PARA CAPTAR CLIENTES

May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

E&J Economist & Jurist
SCHOOL

INFORMACIÓN GENERAL

A través de este curso el alumno, partiendo de una introducción que recoge los aspectos básicos del marketing de servicios, conocerá las diversas acciones existentes tanto para fidelidad como para captar clientes, conocimientos que se exponen de forma eminentemente práctica.

Cada una de las acciones comerciales, tanto a nivel on Line como marketing tradicional, se trata en profundidad y de forma práctica, de manera que el alumno puede implementarlas en su actividad de manera inmediata.

DETALLES DEL PROGRAMA



Online



114 horas
acreditadas

OBJETIVOS

1. Conocer las acciones de marketing operativo más efectivas en el sector de la abogacía.
2. Saber diferenciar las acciones de marketing en función de los medios a emplear (tradicionales u on line).
3. Disponer de conocimientos prácticos para su implementación inmediata.



PROGRAMA ACADÉMICO

Los contenidos del programa académico están adaptados a las necesidades propias de los despachos de profesionales o departamentos de empresas vinculados al mundo legal, para dar una formación especializada y de actualidad a las funciones propias del sector.

CAPTACIÓN Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES EN LOS DESPACHOS DE ABOGADOS: ACCIONES DE MARKETING

BLOQUE 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING TÁCTICO

MÓDULO 1: LOS SERVICIOS DEL ABOGADO.

- _ Los servicios del abogado o el reto de tangibilizar lo intangible.
- _ Factores que influyen en la contratación de los servicios.
- _ Cualidades del abogado comercial.
- _ Contratación de comerciales

MÓDULO 2: EL MARKETING TÁCTICO.

- _ Recursos y herramientas de ventas.
- _ ¿Cómo elegir la herramienta correcta?
- _ Establecer objetivos de venta.
- _ Medición de objetivos de venta.

MÓDULO 3: LA CULTURA DEL DESPACHO Y SU INFLUENCIA EN EL MARKETING.

- _ La cultura de atención al cliente.
- _ El triángulo del marketing.
- _ La importancia del cliente interno.

BLOQUE 2: LAS ACCIONES DE MARKETING ON LINE

MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN AL MARKETING ON LINE.

- _ Breve introducción al Marketing on line.
- _ Redes Sociales: Seleccionar las redes más acordes a nuestro target.
 - _ Facebook
 - _ Twitter
 - _ LinkedIn
 - _ YouTube
 - _ Instagram



MÓDULO 2:
LAS REDES SOCIALES (I)

- _ Facebook
- _ Instagram

MÓDULO 3:
LAS REDES SOCIALES (II)

- _ Twitter
- _ LinkedIn
- _ YouTube

MÓDULO 4:
CÓMO ACTUAR EN LAS REDES SOCIALES.

- _ Crear calendarios de contenidos.
- _ Monitorización

MÓDULO 5:
LA PÁGINA WEB.

- _ Web:
 - _ Cómo podemos a través de nuestra web facilitar el proceso de compra:
 - _ Qué debe tener una web para ayudar a la compra.
 - _ Apartados específicos para los productos/promociones /servicios a promocionar.
- _ SEO / SEO Loc
- _ Chat a tiempo real / WhatsApp al.

MÓDULO 6:
EL BLOG Y EL CHAT.

- _ Blog: contenidos que nos ayudan a generar confianza con el cliente.

MÓDULO 7:
MARKETING DE EXPERIENCIAS.

- _ Marketing de experiencias aplicado a despachos.

MÓDULO 8:
OTROS MEDIOS DIGITALES.

- _ Motores de búsqueda y directorios.
- _ Newstgroup, grupos o foros de discusión
- _ Boletines y revistas electrónicas especializadas.
- _ E-mail Marketing. Newsletters/MailChimp

BLOQUE 3:
LAS ACCIONES DE MARKETING TRADICIONAL

MÓDULO 1:
INTRODUCCIÓN AL MARKETING TRADICIONAL

- _ Breve introducción al Marketing on line.
- _ Elementos Imagen Corporativa.
 - _ Imagen corporativa: papelería, carpetas, tarjetas, etc.
 - _ Creación de dossiers: genéricos y específicos para cada servicio / producto
 - _ Folletos específicos, fichas técnicas, etc.

MÓDULO 2:
ACCIONES DE MARKETING TRADICIONAL (I)

- _ Marketing directo
- _ Patrocinios
- _ Networking



MÓDULO 3:

ACCIONES DE MARKETING TRADICIONAL (II)

- _ Formación / ponencias / eventos: impartir / asistir.
- _ Acciones eventos corporativos: organización de desayunos de empresa,...

MÓDULO 4:

ACCIONES DE MARKETING TRADICIONAL (III)

- _ Radio
- _ TV
- _ Publicidad exterior: mupis, vallas, banderolas
- _ Buzoneo

MÓDULO 5:

ACCIONES DE MARKETING TRADICIONAL (IV)

- _ Puerta fría
- _ Almuerzo de empresa
- _ Encuestas

MÓDULO 6:

ACCIONES DE MARKETING TRADICIONAL (V)

- _ Llamadas
- _ Inversión en directorios
- _ Compra de espacios en medios de comunicación
- _ Entrevistas

BLOQUE 4:**ACCIONES DE FIDELIZACIÓN AL CLIENTE****MÓDULO 1:**

EL PROCESO DE FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE Y LOS MEDIOS DE FIDELIZACIÓN (I).

- _ Elementos a tener en cuenta para la fidelización del cliente.
- _ La capacidad técnica.
- _ La información.
- _ La accesibilidad.
- _ La capacidad de respuesta.

MÓDULO 2:

LOS MEDIOS DE FIDELIZACIÓN (II)

- _ La Responsabilidad.
- _ La honestidad.
- _ El interés por el cliente.
- _ El servicio prestado por el despacho.
- _ La deontología.

MÓDULO 3:

LAS HERRAMIENTAS PARA LA FIDELIZACIÓN.

- _ Protocolo de actuación con el cliente.
- _ La carta de bienvenida.
- _ Encuesta de satisfacción del cliente.
- _ Encuesta ayúdanos a conocerte.
- _ La hoja de encargo.



CLAUSTRO ACADÉMICO

DIRECCIÓN DEL PROGRAMA

ÓSCAR FERNÁNDEZ LEÓN

Licenciado en derecho por la Universidad de Sevilla, es abogado en ejercicio desde 1986 y pertenece al Ilustre Colegio de Abogados de Sevilla.

Socio Director del despacho LEONOLARTE FIRMA DE ABOGADOS, compagina la actividad de dirección del despacho con su ejercicio profesional.

Especializado en habilidades profesionales del abogado.

Formador, conferenciante y profesor universitario del Máster de la Abogacía en diversas Universidades.

CARMEN JIMÉNEZ MILLÁN

Responsable del Branding y Comunicación Digital de Leonolarte Abogados.

Diseño de Estrategia de Comunicación y Comercial. Ejecución y medición.



ESTRUCTURA Y METODOLOGÍA

En cada clase se facilitan unos materiales técnicos -temas de estudio- actualizados y depurados, que el alumno deberá estudiar con detenimiento y sobre los que realizará un test con preguntas especialmente elegidas para ayudar al alumno a detectar y asimilar los aspectos claves de la materia.

El alumno cuenta con un material completo, actualizado y organizado que puede consultar en cualquier momento. Además de la ayuda de un tutor personal que se encarga de solucionarle cualquier duda que pudiese surgirle.

PROFESORADO ACTIVO

Nuestros profesores imparten las clases incluyendo materiales y ejercicios, ofrecen tutorías, elaboran y corrigen exámenes y evalúan la nota final.





EL ALUMNO ES EL PROTAGONISTA

Nuestro método online es totalmente compatible con tu vida laboral. Imprime tu propio ritmo de estudio, elige cuando comenzar y terminar.

Mediante este estudio práctico el alumno aprenderá a manejarse combinando teoría y práctica, con un material formativo siempre actualizado, a través de un método accesible, ordenado y completo, adaptado a la enseñanza executive, este programa forma a los más preparados profesionales en el ámbito, proporcionándoles, además, la red de contactos profesionales más importante, tanto en la esfera pública como privada.



UNA GRAN PLATAFORMA ONLINE

Contamos con una plataforma online multimedia, sencilla e intuitiva con pizarra virtual, contenidos en PDF, vídeos, foros, test y debates.



CLASES: DONDE Y CUANDO TU QUIERAS

En Economist & Jurist School todas las clases quedan grabadas y guardadas en la plataforma para que las puedas visualizar cuando y desde donde quieras.

INFORMACIÓN ADICIONAL

TITULACIÓN

Tras completar con éxito el programa, el alumno obtiene la titulación en Curso en especialización de administrador de fincas and real state management emitida por Economist & Jurist.

BOLSA DE TRABAJO

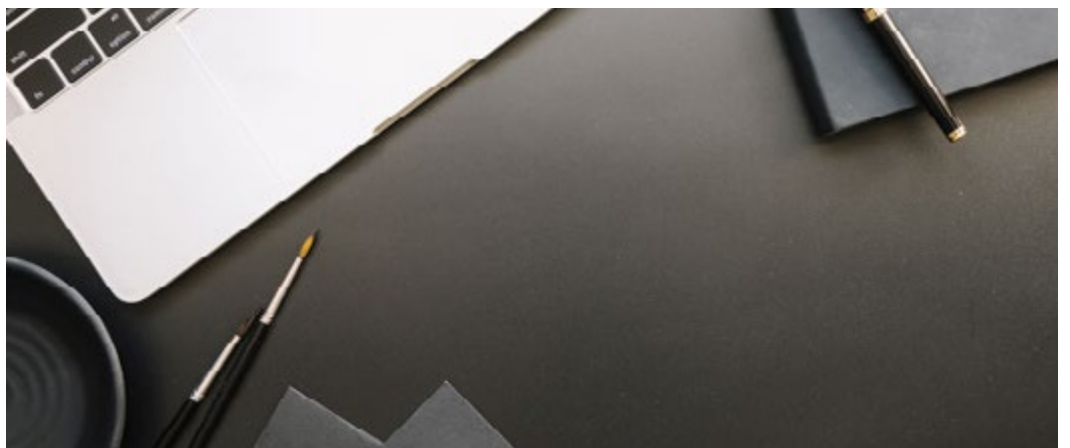
Para facilitar a alumnos y antiguos alumnos su incorporación al mundo laboral o su reubicación en el mismo, de acuerdo al nuevo nivel adquirido tras estudiar con nosotros, Economist & Jurist ofrece la incorporación a nuestra bolsa de trabajo.

BASES DE DATOS ECONOMIST & JURIST

Economist & Jurist nace a partir de la revista Economist&Jurist, por esto, los alumnos de esta escuela podrán acceder a las herramientas de trabajo del Grupo Difusión Jurídica, como la base de datos Casosreales.es (con miles de casos reales, sentencias, formularios, resoluciones, artículos...), la revista jurídica líder en el sector Economist&Jurist y a una biblioteca virtual con miles de libros a disposición de los alumnos en cualquier momento.

BECAS

En función del fondo para becas que terceros (personas físicas o jurídica, de carácter privado o público) pongan a disposición de los alumnos del Economist & Jurist, estos podrán optar a la obtención de una beca que sufrague de forma parcial el coste del Máster o curso en el que estén matriculados. La adjudicación de las mismas atenderá a criterios de mérito y necesidad económica, mediante la evaluación conjunta y ponderada de los documentos que el alumno facilite al departamento de becas.



CONTACTO

DIRECCIÓN

C/ Rosa de Lima nº1
Oficina 101 28290
Las Matas Madrid

TELÉFONO

+34 911 930 056

EMAIL

info@economistschool.es

