

Sobre la colección

Capítulo 1. Introducción

Capítulo 2. Una breve introducción al marketing

Capítulo 3. El entorno y la competencia: la información es poder

1. Estudios de mercado
2. Estudios de la competencia
3. Estudios del consumidor

Capítulo 4. El producto o servicio: adaptarlo al consumidor es la clave del éxito

1. Cartera de productos
2. Marca e identidad visual
3. Branding

Capítulo 5. El precio: una forma de segmentar a nuestros clientes y de posicionarnos

1. Estrategias de Marketing

Capítulo 6. Los procesos: la maquinaria interna de nuestro despacho de abogados

1. Funcionamiento interno de la empresa
2. Digitalización
3. Políticas laborales

Capítulo 7. Las personas: la energía que mueve nuestro despacho de abogados

1. Marketing interno
2. Comunicación interna
3. El Plan de Comunicación Interna

Capítulo 8. La distribución: o estar en el momento oportuno y en el lugar adecuado

1. Canales de distribución

Capítulo 9. La promoción: ver y dejarnos ver

1. Comunicación
2. Publicidad
3. Relaciones Públicas
4. Digital. Las redes sociales

Capítulo 10. Mi plan estratégico de marketing: la receta de cocina