



**septiembre
2012**



Creating value for clients

Lawyerpress

CONTACTO: INFO@LAWYERPRESS.COM / Tel.: 91 858 75 55

Editorial

Lawyerpress ha iniciado grandes cambios y ampliaciones de servicios en los últimos meses. Desde la más recogida en los medios, el lanzamiento de Lawyerpress Televisión, hasta la creación de un Departamento de Formación y la ampliación de nuestros servicios de gestión con Legal Project Management, hemos completado nuestra oferta de servicios profesionales de calidad para ayudar a cualquier despacho de abogados en su labor diaria.

La formación que ha comenzado fuerte con varios cursos sobre Redes Sociales es un departamento altamente cualificado y muy demandado tanto por sus cursos a la carta in-house, como por su programa general, que abarca desde formación en Marketing y Comunicación hasta los cursos de bienestar organizacional.

También hemos empezado a

asesorar en operaciones de fusión o adquisición de despachos y con la asesoría estratégica. Todo ello a un máximo nivel tanto profesional como de discreción.

Nuestra frase de "Creating value for clients" es el lema que todos nuestros colaboradores han interiorizado. Especialmente en unos momentos de crisis o cambio de paradigma económico es importante aportar valor a los clientes. En Lawyerpress queremos aportar cada vez más valor con nuestro trabajo.

Somos hoy por hoy la primera consultora de servicios plenos, y nos enorgullece tener éste concepto anglosajón de consultora, que realiza estudios de mercado (p. ej. nuestros informes sobre marketing Jurídico) y un permanente contacto con el sector a muchos niveles.

El lanzamiento de Lawyerpress Televisión ha sido un reto que finalmente culminó



en el primer medio audiovisual especializado en el sector legal. Su concepto ha llamado la atención de muchos especialistas internacionales y ha encontrado ya el respaldo de un buen número de instituciones y despachos que mantienen un canal corporativo.

Hemos podido ampliar nuestra oferta informativa con los "cuadernos especiales" sobre diferentes temas del derecho y los nuevos blogs de personajes relevantes en el sector.

Seguiremos mejorando y afrontaremos algunos nuevos retos como la paulatina internacionalización de Lawyerpress y de sus servicios de Marketing y Comunicación.

Lawyerpress en las Redes Sociales



2.992

seguidores en @newsjuridicas, la cuenta de Twitter de Lawyerpress



2.560

amigos en la página de facebook.



+ 1.000

contactos en nuestros perfiles de LinkedIn.



60

Nuestra nota en Klout, que nos califica de "broadcaster".

Multitudinaria acogida del sector legal a Lawyerpress TV



Cerca de 150 asistentes, entre los que se encontraban el Presidente de la Audiencia Nacional, magistrados de los Tribunales Supremo y Constitucional, representaciones al más alto nivel de los consejos generales de Abogados, Procuradores, Graduados Sociales, Economistas y Titulados Mercantiles, abogados de las principales firmas, autoridades colegiales como los decanos de Madrid y Málaga, periodistas especializados y, en definitiva, una completa representación legal se congregaron ayer en el salón de actos del Ilustre Colegio de Abogados de Madrid para dar la bienvenida al único canal de televisión del sector legal, Lawyerpress Televisión, una iniciativa promovida por la Editorial Tirant lo Blanch en asociación con Lawyerpress.

Lawyerpress Televisión pretende crear de forma profesional e independiente el espacio de comunicación y divulgación propio del sector legal, de sus profesionales y de sus instituciones. El concepto de televisión participativa con aportación de todos los actores del sector legal combinada por la información independiente y amplia que aporta la propia redacción del medio.

D. Antonio Hernández-Gil, Decano del Colegio de Abogados de Madrid y anfitrión del acto, destacó que por primera vez en sus más 400 años de historia el Colegio acogía la fundación de un medio de constitución. D. Fernando de Rasche, Presidente de la Agrupación de Jóvenes

Abogados y emprendedor-editor, saludó al proyecto puesta en marcha por Tirant lo Blanch y Lawyerpress y lo calificó de gran aportación al sector legal español.

El director de Lawyerpress Televisión explicó el concepto “innovador” de este nuevo medio, augurando que formaría parte del nuevo mapa de la comunicación que nos espera al integrarse cada vez más Internet y la televisión clásica.

Dña. Eugenia Navarro, Profesora de Marketing Jurídico de ESADE, remarcó el papel que puede jugar Lawyerpress Televisión para la generación de marca para los despachos y la oportunidad de visibilidad que brindará la iniciativa para todos las instituciones y empresas del sector.

Todos ellos coincidieron en el enorme valor que para el sector jurídico aporta el nacimiento de un medio de comunicación, especializado, independiente y plural, como es Lawyerpress Televisión.

El presidente de Tirant lo Blanch, Salvador Vives, y el Director-Fundador de Lawyerpress, Hans A. Böck comentaron: “Hemos hecho una apuesta decidida por crear un nuevo medio de comunicación de calidad y rigor. Con el código deontológico de la abogacía como base de su información. Queremos conjuntamente agradecerles a todos los asistentes su presencia y sus buenos deseos para este proyecto.”

El acto fue retransmitido en directo y puede visualizarse en diferido, como sus contenidos del canal a través de <http://www.lawyerpress.tv>.

TeleVisión[®]
lawyerpress



V Jornada de Marketing Jurídico

Por quinto año consecutivo, la consultora de Marketing y Comunicación para el sector legal, Lawyerpress, reunió a los responsables de Marketing y Comunicación de diferentes despachos para debatir sobre la situación del Marketing Jurídico y las herramientas que pueden utilizar los bufetes de abogados para promocionarse en un mercado cada vez más competitivo, donde los responsables de marketing adquieren una importancia creciente dentro de las organizaciones.

El animado debate de más de dos horas y media en la madrileña sede de la Mutualidad de Abogacía se centró en las herramientas más eficaces utilizadas por los despachos, la importancia de formación comercial y de comunicación interna, para concluir analizando la presencia de los bufetes en las redes sociales.

La comunicación de operaciones relevantes, que para los bufetes anglosajones es una herramienta muy utili-



zada ha sido objeto de un debate muy animado con posiciones muy diversas.

Lawyerpress también aprovechó para presentarles la edición 2012 de su Informe de Marketing Jurídico en España, cuya tercera edición recoge las respuestas sobre las actividades de Marketing, Comunicación y Redes Sociales de más de 30 despachos. La tendencia de endurecimiento del mercado perdura y la presión sobre los responsables de desarrollo de negocio en los bufetes aumenta. Muchos despachos además han acometido más actividades con menor presupuesto. El informe será objetivo de una mesa de debate que se celebrará con su presentación oficial en Septiembre en el Ilustre Colegio de abogados de Madrid.

“Como en las ocasiones anteriores ha sido para todos un evento muy útil a la hora de compartir expe-

riencias y reforzarnos en el trabajo que realizamos. Hay que agradecer especialmente a la Mutualidad de la Abogacía que nos haya brindado un marco excepcional para esta mesa redonda entre profesionales del Marketing Jurídico,” resume Carlos Adeva, Jefe de Desarrollo de Negocio de Lawyerpress.

“Tanto la Jornada de Marketing con los profesionales de diferentes despachos, como la elaboración del informe nos proporciona información muy valiosa y quizás única en el sector legal español, que gustosamente compartimos con todo el sector,” comenta Hans A. Böck, director y fundador de Lawyerpress sobre la jornada de marketing jurídico. “Ha sido un gran placer de poder debatir con los profesionales que están al pie del cañón del Marketing Jurídico,” concluye el director de Lawyerpress.



Despachos que participaron en la Jornada:

Adarve, AGM Abogados, Ashurst, Ceca Magan., DAC Beachcroft, DLA Piper., Grupo RLD, Herrero & Asociados., Medina Cuadros., MMMM - Monereo Meyer Marinel-Lo, Mutualidad de Abogacía, Pons Marcas y Patentes, Rivero & Gustafson, Vaciero.

Informe de Marketing Jurídico 2012

Por tercer año consecutivo Lawyerpress® ha realizado su encuesta sobre la coyuntura del Marketing Jurídico en los despachos de abogados con sede en España para elaborar un informe sobre las tendencias en ésta joven disciplina dentro del sector legal.

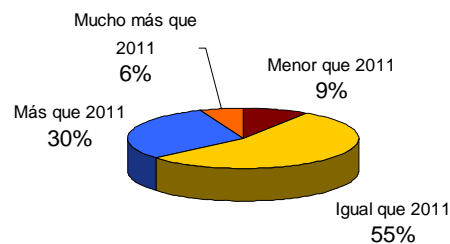
En esta ocasión basamos nuestro estudio sobre las respuestas de 34 despachos de todos los tamaños y de toda la geografía española. La muestra nos per-

mite presentar los resultados con mayor profundidad y un mínimo error estadístico.

Como en el informe del 2011 hemos realizado un cuestionario prácticamente idéntico que nos permite establecer tendencias y confirmar algunas conclusiones ya incluidas el año pasado. En los cuadros más pequeños se encontrará los datos de comparación con el año anterior donde sea posible.

Desde Lawyerpress® queremos agradecer a todos los despachos su colaboración y su franqueza a la hora de contestar. Once despachos incluso se han “atrevido” a dar información sobre sus presupuestos dedicados a la promoción. Agradecemos especialmente éste ejercicio de transparencia que tomamos como una muestra de confianza en la profesionalidad de Lawyerpress®.

Evolución de la inversión en Marketing de los despachos en 2012 comparada con el 2011



La editorial Rasche lanza “Cómprame y ¡Vende!”

Hans A. Böck participa con un capítulo sobre el Marketing Jurídico

La editorial Rasche lanza la próxima semana su libro *Cómprame y ¡Vende!* que recoge los artículos de 20 especialistas en diferentes campos del marketing en España. La editorial comienza así con su sección de Business & Marketing, una cuidada selección de obras que recogen la experiencia y conocimientos de 35 de los profesionales más reconocidos en cada uno de los campos que conforman el panorama del Marketing actual.

El capítulo dedicado al Marketing jurídico corre a cargo del director y fundador de Lawyerpress, Hans A. Böck. “Ha sido para mí un gran reto de escribir en una obra coral con tan ilustres compañeros en disciplinas del marketing mucho más consagradas que el Marketing Jurídico. Pero el libro en todas sus facetas y artículos será muy útil para cualquier profesional,” comenta el director de Lawyerpress.



Creating value for clients

LAWYERPRESS

Lawyerpress Formación



Carlos Adeva

El mundo de la abogacía reclama cada vez más formación en temas muy específicos o de gran actualidad. Lawyerpress® ha creado un departamento específico para cubrir esta demanda con una amplia oferta de cursos. El propósito es ofrecer formación útil para las personas y las organizaciones. Para ello se ha diseñado 5 grandes áreas temáticas: salud laboral, habilidades profesionales, social media, habilidades profesionales,

social media, gestión de despachos y Marketing. "Desde los inicios de Lawyerpress hemos apostado por la formación como valor necesario para el éxito profesional. Nuestra área de formación estaba focalizada y especializada en el marketing jurídico y la comunicación donde nos hemos convertido en referencia del sector legal español," comenta Carlos Adeva el proyecto que él mismo dirige dentro de Lawyerpress. "Durante estos años de experiencia formativa hemos detectado que existen múltiples necesidades en nuestro sector, no solo en materia de gestión empresarial sino también en el desarrollo de las capacida-

des y la búsqueda satisfacción personal," amplia Adeva que compagina su puesto de Jefe de Desarrollo de Negocio con la dirección del departamento. El departamento inicia su andadura con un curso sobre Social Media, que tendrá lugar el jueves 23 de Septiembre en horario de tarde. "En los últimos meses hemos recibido muchas peticiones de cursos y talleres así que decidimos aprovechar la experiencia de Carlos Adeva para crear un departamento que ofrecerá cursos, talleres y programas de coaching a abogados individuales y a las firmas," comenta Hans A. Böck la nueva iniciativa de Lawyerpress®.

Los despachos siguen apostando por la formación

Estudio de Lawyerpress sobre las necesidades formativas de los despachos

El mundo de la abogacía reclama cada vez más formación en temas muy específicos o de gran actualidad. Lawyerpress® ha creado un departamento específico para cubrir esta demanda con una amplia oferta de cursos. El propósito es ofrecer formación útil para las personas y las organizaciones. Para ello se ha diseñado 5 grandes áreas temáticas: salud laboral, habilidades profesionales, social media, gestión de despachos y Marketing.

"Desde los inicios de Lawyerpress hemos apostado por la formación como valor necesario para el éxito profesional. Nuestra área de formación estaba focalizada y especializada en el marketing jurídico y la comunicación donde nos hemos convertido en referencia del sector legal español," comenta Carlos Adeva el proyecto que él mismo dirige dentro de Lawyerpress.

"Durante estos años de experiencia formativa hemos detectado que existen múltiples necesidades en nuestro sector, no solo en materia de gestión empresarial sino también en el desarrollo de las capacidades y la búsqueda satisfacción personal," amplia Adeva que compagina su puesto de Jefe de

Desarrollo de Negocio con la dirección del departamento. El departamento inicia su andadura con un curso sobre Social Media, que tendrá lugar el jueves 23 de Septiembre en horario de tarde.

"En los últimos meses hemos recibido muchas peticiones de cursos y talleres así que decidimos aprovechar la experiencia de Carlos Adeva para crear un departamento que ofrecerá cursos, talleres y programas de coaching a abogados individuales y a las firmas," comenta Hans A. Böck la nueva iniciativa de Lawyerpress®.



El departamento de Formación de Lawyerpress, ha incorporado al coach jurídico y autor de varios libros sobre habilidades profesionales, Julio García Ramírez a sus programas de formación para despachos de abogados. El departamento de formación dirigido por Carlos Adeva cuenta además con un grupo de profesionales de gran prestigio para sus programas.

III Premio Lawyerpress para el ICA Oviedo

Lawyerpress ha entregado el pasado viernes 25 de Mayo su premio anual a la mejor revista colegial a “La venia” del Ilustre Colegio de abogados de Oviedo. El acto de entrega tuvo lugar antes de la cena de gala con motivo de la festividad colegial anual y de San Ivo, patrono de la corporación, que reunió gran parte de la institución en el Hotel Reconquista.

Introducido por el secretario de la Junta de Gobierno del Colegio, Ignacio Cuesta Areces, el director y fundador de Lawyerpress expuso los motivos que habían llevado al jurado a dedicar la tercera edición del premio. Hans A. Böck, destacó “la información, el



diseño y el magnífico soporte gráfico de “La Venia”, además de la calidad de sus entrevistas y colaboraciones” como motivos para el jurado.

El decano del Colegio, Enrique Valdés Joglar, recibió la placa conmemorativa y agradeció a Lawyerpress este premio que

animará al Colegio de Abogados de Oviedo a seguir informando a sus colegiados y darles cabida con sus aportaciones a la revista.

Finalmente Luis Mugueta, director de la revista, también agradeció el premio que destaca la calidad que busca “La venia.”



Lawyerpress ha publicado dos Cuadernos Informativos con la opinión de diferentes despachos sobre la Reforma de la ley Concursal y sobre las consecuencias de la Reforma del Código Penal a un año de su aprobación. Ambas publicaciones han tenido más de 7.000 descargas en formato Pdf.

Creating value for clients



Lawyerpress

Nuestros clientes en los medios



Las boutiques legales enseñan sus músculos

por Hans A. Böck

Hace pocas fechas el diario Expansión descubrió que los despachos medianos y pequeños que forman el 90 % del mercado legal español, se han lanzado a fichar incluso ex altos directivos de los líderes del ranking. No es de sorprender porque las boutiques españolas hace tiempo que enseñan sus músculos. Los Ceca Magan, Olleros, Broseta, Dictum, Iure, RLD, Mijares, González Franco, Adarve, Herrero & Asociados, Blas de Lezo, Lequid, Advisoria, Medina Cuadros, Balms, Cortizo, MLA, Martínez-Echevarria, Montero-Aramburu, L&S, Abdón Pedraja, y un largo etc. hace tiempo que compiten con los grandes. Muchos de los despachos se han labrado una clientela en sus feudos regionales que les ha permitido finalmente dar el salto a Madrid y así competir en el mercado nacional con sus precios más bajos, su atención individualizada y su know-how del derecho especializado, basado en una estructura empresarial que ha crecido de forma orgánica hasta el momento. Pero con el acceso a nuevos clientes más grandes requiere del soporte de profesionales que sepan manejar estas cuentas., y los boutiques se han dado perfecta cuenta de ello. Haberse curtido en los mercados legales más locales, donde la competencia es férrea, ha aportado a muchos boutiques una estabilidad y unos

conocimientos del trato con clientes y habilidades comerciales del que muchos bufetes de la capital carecen. Si a eso se añade que la estructura ha crecido generalmente con relaciones familiares sólidas y luego con incorporaciones laterales, estamos ante el milagro de las boutiques legales en España. Pero a los despachos medianos y pequeños no les basta sólo con la conquista del mercado nacional y poner su pica en Barcelona y Madrid. Mucho de ellos han emprendido el camino de la internacionalización con despachos propios en Portugal, Perú, México, Chile, Brasil o en Europa del Este como en Bulgaria, Rumania o Polonia, en el oriente próximo con Turquía, Dubai e incluso Asia con delegaciones en Indonesia, Singapur o en la mismísima China. Las boutiques han enseñado a los grandes que se puede estar en todo aquellos sitios y ser rentables. La calidad de servicios jurídicos que prestan las boutiques especializadas y el trato más cercano y la facturación más flexible y transparente de los despachos mercantiles más generalistas nos hacen pensar que su cuota de mercado se incrementará en ésta época de crisis que perdurará al menos otros 18 meses. "A río revuelto ganancia de pescadores", y de pescar saben las boutiques mucho.

Creating value for clients



LAWYERPRESS

Nuestros Servicios

Consultoría y Asesoramiento

- Consultoría en Marketing y Comunicación
- Auditoría de estrategia de Marketing
- Auditoría de estrategia de Comunicación
- Creación de Departamento *inhouse* de Comunicación
- Elaboración de estrategias y acciones de Comunicación
- Elaboración de estrategias de Marketing nacionales e internacionales
- Soporte al Departamento de Desarrollo de Negocios
- Comunicación Interna

Comunicación Externa

- Elaborar Carpeta de Prensa
- Diseñar listado de medios
- Crear eventos u oportunidades noticiables
- Redactar Notas de Prensa
- Distribuir Notas de Prensa
- Gestión de colaboraciones en medios
- Gestión de reportajes e entrevistas
- Seguimiento de los medios relevantes
- Análisis de la actuación de la competencia en los medios
- Elaboración de Newsletters
- Revista corporativa
- Diseño de blogs
- Actualización de Web
- Propuesta de eventos
- Organización de eventos (desayunos, jornadas, seminarios, client meetings, conferencias)

Imagen Corporativa

- Diseño Logotipo
- Diseño Papelería
- Auditoría de la Web
- Definición y diseño Web
- Folletos, dípticos o flyers informativos
- Auditoría de la imagen y su posicionamiento

Redes Sociales

- Gestión de redes sociales *inhouse*
- Gestión de redes sociales *B2C*
- Community Management
- Definición de perfiles
- SEO

Gestión de RRHH

- Asesoramiento en Selección de Personal
- Programas de Formación
- Programas de coaching personal y en grupos
- Project Management
- Gestión de Conocimiento

Formación en

- Técnicas de Marketing
- Técnicas de Comunicación
- Liderazgo y motivación
- Bienestar organizacional
- Gestión de equipos
- Gestión de tiempos
- Redes Sociales
- Oratoria
- Negociación
- Técnicas comerciales
- SEO
- Coaching en imagen corporativa y valores
- Portavocía y redacción

Nuestros Medios de Comunicación

Lawyerpress.com

- Inclusión en el mayor Directorio de Bufetes
- Inclusión en directorio de Servicios Auxiliares
- Publicidad a través de banner
- Publicidad a través de patrocinio de secciones, chatrooms, foros o eventos
- Publicidad a través de la Newsletter
- Publireportajes

Lawyerpress TV

- Creación y Gestión de canal corporativo
- Hospedaje de canales corporativos e institucionales
- Emisión en directo de eventos
- Producción de contenidos multimedia
- Perfil de Bufetes
- Grabación de Eventos
- Creación de programas propios