



Entrevista con David Muro

Responsable de Marketing y Desarrollo de Negocio de Ceca Magán
Abogados

“El Marketing Jurídico es la senda que tiene que seguir un bufete de Abogados si quiere sobrevivir a día de hoy.”

Licenciado en Administración y Dirección de Empresas y Derecho por la UAM, Técnico en Marketing y en RRHH. Desarrolló gran parte de su carrera profesional en empresas multinacionales de I sector del automóvil como Renault o ALD Automotive. Hace seis años decidió dar un giro a su vida profesional y se incorporó a Ceca Magán Abogados para crear el Departamento de Marketing



- Usted es responsable de Marketing y desarrollo de negocio de un despacho de prestigio. ¿Qué entiende usted por Marketing Jurídico?

Para mi el MJ es la herramienta de comunicación que, a día de hoy, necesita un bufete para llegar a sus clientes Fijos y Potenciales. Un Valor Añadido que permite al Despacho que lo desarrolle crearse una imagen de Marca que le diferencie del resto. En definitiva, es la senda que tiene que seguir un bufete de Abogados si quiere sobrevivir a día de hoy y consolidarse en el Panorama Jurídico Actual.

- Su despacho esta dirigido por un abogado relevante y perteneciente a una generación en la que no se daba valor a este concepto, ¿Cómo ha conseguido que su Director se implique en su proyecto?

He tenido la suerte de contar con un Director, o Socio Fundador, como él prefiere que se le llame, muy abierto en ese sentido, y muy consciente de la necesidad de cambios y de la adecuación a los nuevos tiempos y a modernas técnicas de comunicación. La implicación de Don Esteban Ceca fue total desde un principio. Quizá le sonaba un tanto raro el concepto de “Marketing Jurídico”, sin saber exactamente a que hacía referencia, cosa normal en un abogado de otra generación, pero a medida que hemos desarrollado el Proyecto ha sido el primero en incorporarlo a su día a día, ayudándonos en todo momento a implantar las herramientas de Marketing necesarias para la consecución de los objetivos marcados.

- ¿Cómo se inician y se implantan las técnicas de marketing en un despacho tradicional?

El proyecto se inició con la intención de hacer partícipes a todos los integrantes del Despacho. Al ser un asunto tan novedoso y desconocido por la gran mayoría, resultó fundamental el explicarles los beneficios de aplicar estas técnicas en nuestro día a día en el Despacho.

Poco a poco, las técnicas de Marketing iniciadas de puertas para dentro fueron tomando forma y pudimos ir haciéndolas extensivas al exterior, gracias a la colaboración de las distintas personas que tomaron parte activa en el proyecto, que fueron muchas.

- ¿Cuáles fueron las principales dificultades que tuvo que afrontar?

Al principio era muy difícil conseguir que algunos abogados te concedieran un tiempo considerable a la semana para explicarles en que consistía el Marketing Jurídico, y poder comentarles lo que se esperaba de ellos en este sentido. No eran capaces de imaginar resultados tangibles y eso imposibilitaba bastante su motivación. Eso, unido a la esencia tradicional que primaba en el Despacho hizo muy complicado el captar su atención.

- ¿Entienden los abogados de los despachos el concepto de marketing?, ¿Cómo se motiva a los abogados para conseguir su implicación?

Ahora sí lo entienden, y de qué manera. Una vez que han visto resultados, entienden perfectamente que la actividad jurídica de un Despacho de Abogados ha de ir

forzosamente unida a una actividad de marketing. Que no sólo vale con hacer bien las cosas, sino que hay que contar que esas cosas se hacen así de bien.

La motivación viene por sí sola, los abogados de Ceca Magán Abogados perciben los cambios, ven que nuestra Imagen de Marca se ha visto potenciada y por ende su propia imagen. A día de hoy ven los resultados tangibles de la aplicación del Marketing Jurídico.

**- ¿Es importante para Ceca Magán Abogados el perfil comercial de sus abogados?
¿Se tiene en cuenta a la hora de seleccionar al candidato?**

Es fundamental, de nada sirve un candidato con unas aptitudes sobresalientes para el ejercicio de la abogacía si no tiene ese valor comercial añadido. En Ceca Magán Abogados se valora muchísimo. Es un “feeling” que hay que tener a la hora de tratar al cliente, de mimarle, de fidelizarle.

Necesitamos gente que dé la cara, dinámica, proactiva, y que se involucren con nuestro Proyecto en todos los sentidos, y todo eso pasa por saber cuidar nuestro mayor valor, que, por supuesto, son nuestros clientes.

- ¿Que respondería a aquellos que piensan que hacer Marketing no es propio de los abogados?

Que están totalmente equivocados. Para mí ese pensamiento quedó obsoleto hace mucho tiempo. Cuando el Marketing apenas sí existía y ni de lejos se podía relacionar el Derecho con ninguna forma de publicidad. Ahora todo ha cambiado, pienso que no hay mejor persona en un Despacho que el propio abogado para llevar a cabo el Marketing Jurídico. Hay que adaptarse a los nuevos tiempos y hay que saber ver que si un abogado no utiliza estas herramientas, su competencia puede que lo haga, ganándole terreno en el Mercado Jurídico.

- ¿Cuales son las herramientas de Marketing más importantes para ustedes?

Para contestarte a esta pregunta, me gustaría decir que hay que tener en cuenta que sin calidad jurídica es muy difícil hacer Marketing y que dé los resultados esperados. Con lo que uno de los procesos fundamentales, previo a la aplicación de estas herramientas, es el sentar las bases técnicas del Despacho.

Una vez asegurado lo anterior, lo más importante es el posicionamiento en el Mercado, saber hacia donde va un Despacho, qué quiere ser, cuál es su clientela, esto que parece tan fácil de discernir es tremendamente complicado.

A partir de ahí realizamos el plan de Marketing, basándonos sobre todo en un tipo de comunicación fluida entre todos los integrantes del Despacho, para poder posteriormente saber comunicar al exterior.

La imagen de marca es fundamental, elementos como la web corporativa, herramientas de información como nuestra revista, e-cards, etc, los consideramos esenciales. Igualmente, los protocolos de actuación comercial han de ir siempre en la misma línea.

- Ustedes han creado un departamento de comunicación ¿Cómo valoran la importancia de la comunicación para los abogados?

Es fundamental el crear cauces sólidos de comunicación en un Despacho de Abogados. De una parte la Comunicación Externa, crear los soportes adecuados para llegar al

público objetivo y que sean conocedores de los logros del Despacho, de nuestro día a día. Por otro lado está la Comunicación Interna, como paso previo a la adecuada implantación de las técnicas de Marketing de las que hablaba antes. Cada Departamento ha de saber lo que se hace en el resto, han de ser partícipes de las decisiones que se toman en el Despacho. Los integrantes del Despacho de esta forma se sienten parte activa del mismo y de la consecución de los objetivos logrados.

- Su cargo también hace referencia al desarrollo de negocio, ¿cual es el modelo de Ceca Magán abogados?

Cuando se creó el Departamento de Marketing y Desarrollo de Negocio, nuestro modelo se basaba en la consecución de nuevas líneas de actuación jurídicas y su profesionalización, consiguiendo así un crecimiento consolidado.

A día de hoy, y una vez conseguido ese objetivo, al potenciar todos nuestros Departamentos Jurídicos, tanto en calidad, como en cantidad de letrados, nuestra estrategia de desarrollo de Negocio se basa en la construcción de sinergias con entidades, empresas y Despachos con los que poder colaborar, complementando intereses mutuos.

De esta forma, la idea del Despacho es encontrar diversas fórmulas de “best friend”, tanto en territorio nacional como fuera de España, consiguiendo así cubrir cualquier tipo de necesidad que se le pueda crear a nuestras empresas cliente, allá donde surjan.

Las Ponencias, cursos, desayunos de trabajo, Client Meetings, etc juegan también un papel muy importante en nuestro modelo de desarrollo.

Debemos estar presentes en el día a día de nuestros clientes, fortaleciendo así la confianza que depositan en nosotros, esa es la base de nuestro desarrollo.

- ¿Cómo compite un despacho como el suyo con los grandes despachos nacionales e internacionales?

Sabiendo exactamente cuál es nuestro posicionamiento en el Mercado y generando un Valor Añadido a nuestros clientes, basado en la unión entre la artesanía en el Derecho y el trato personalizado a nuestros clientes sin distinción, con las modernas técnicas de Marketing Jurídico y el dinamismo que las nuevas generaciones van imprimiendo a nuestro Bufete.

El resultado de esta mezcla es la consecución de óptimos resultados con una relación calidad precio muy por encima de la que tienen las Fábricas Jurídicas con las que competimos.

- Ustedes pertenecen a una red internacional de abogados, CICERO, ¿están capacitados los despachos españoles para competir en el mercado internacional?

Han de estarlo si quieren sobrevivir a la competencia imperante en el Mercado Jurídico Actual.

La situación económica actual provoca una creciente “migración” de intereses empresariales a otros países y las empresas necesitan ir de la mano de un Despacho de Abogados de Garantías en estos países, y ahí es donde los bufetes han de saber competir.

Nosotros tenemos la suerte de haber sido escogidos como único Despacho Español para pertenecer a la Red Internacional CICERO, lo que nos permite poder ofrecer a nuestros

clientes las garantías jurídicas necesarias en cualquier país en el que necesiten Asesoramiento Jurídico, simplificando trámites innecesarios para el cliente y colaborando con los mejores abogados a nivel internacional.

La Globalización impera a día de hoy, y los Despachos de Abogados, como las empresas de cualquier sector, necesitan traspasar fronteras y estar presentes en todo el mundo.

- ¿Qué oportunidades ofrece la crisis económica a un despacho como el suyo?

Estamos cansados ya de escuchar la misma noticia en todos los medios de comunicación, sí, estamos en crisis y de momento, por desgracia para España, no se atisba la luz de la recuperación.

En Ceca Magán Abogados no nos quedamos de brazos cruzados ante ella, y procuramos ser pescadores ante un río revuelto, ¿cómo?, estando preparados desde un punto de vista empresarial, y aplicando con más fuerza que nunca nuestras herramientas en materia de Marketing, Recursos Humanos y gestión empresarial. A partir de aquí las oportunidades que se nos ofrecen son muchas, teniendo en cuenta que los Despachos basados en estructuras débiles se están viendo abocados a la desaparición por no poder adaptarse a la situación, y que un gran número de empresas acude a nosotros con grandes inconvenientes en materia laboral y mercantil, derivados de esta situación.

- ¿Cuales son los objetivos de su despacho para el 2010?

Seguir creciendo controladamente. Ceca Magán Abogados se ha marcado el objetivo de continuar con la línea ascendente de estos últimos años, sin descuidar bajo ningún concepto la esencia artesanal que define al Despacho.

Mantener y hacer cada vez más fuerte nuestra imagen de marca, seguir fidelizando a nuestra clientela y potenciar las distintas ramas del Derecho que ofrecemos son los objetivos cualitativos marcados para el año que viene.

En definitiva, mantener los principios que han hecho de Ceca Magán Abogados uno de los bufetes de referencia en el panorama jurídico actual.