

Marketing

6 de Abril de 2010

¡No recorten el presupuesto de Marketing!

En tiempos en que los recursos económicos de los Despachos escasean, se busca desesperadamente dónde recortar gastos. En esta situación suele surgir la brillante idea "recortamos en nuestro presupuesto de Marketing", si es que en algún momento tuvo un presupuesto asignado e independiente. Por desgracia estamos acostumbrados a ver cómo todavía existen despachos donde el departamento de Marketing no tiene un presupuesto independiente, ni estrategia o posicionamiento definido. Los esfuerzos de promoción se mueven por impulsos más o menos elaborados.



[Carlos Adeva](#),

Responsable de Negocio de Lawyerpress

En estos casos siempre recuerdo una frase de un buen amigo y gran empresario que mantenía la idea de que es **en tiempos difíciles cuando más hay que invertir en marketing**. Es cierto; estamos habituados a que en marketing se invierte cuando todo va bien y sólo nos consume una parte del beneficio sobrante. Cuando todo va bien es fácil invertir, no se esperan grandes resultados, todo funciona por inercia.

¿Qué hacemos en tiempos difíciles?, abandonamos la inversión en marketing, ¡correcto!; entonces, ¿qué vamos a hacer para captar nuevos clientes cuando más los necesitamos y volvemos al boca a boca? Esta **actitud pasiva frente a los problemas genera indefensión**, la persona aprende a creer que está indefensa, que no tiene ningún control sobre la situación en la que se encuentra y que cualquier cosa que haga es inútil. Esta actitud condena el futuro del despacho y más en tiempos de crisis.

Además existe un problema añadido: cómo perciben los clientes el cese de actividades de Marketing; que van a pensar cuando dejen de recibir nuestra interesante newsletter; cuando nuestra web deje de estar actualizada; cuando, en el caso de tener un área de comunicación, nuestros abogados dejen de aparecer en los medios. La primera idea que surge a nuestros clientes es "algo no va bien en mis asesores", pero y, si van más allá: "¿Por qué no les va bien?". Quizá en esta situación se corra el riesgo de crear un problema en la fidelización de los clientes. También hay que reflexionar en que imagen damos al equipo, que seguridad les transmitimos. El riesgo en este caso es claro, la posible fuga de talentos.

Conclusión: hemos perdido posicionamiento, menos capacidad para la captación y fidelización del cliente.

Respecto a la captación de nuevos clientes, ¿es posible conseguir clientes sin una estrategia definida? ¿Cómo me van a conocer? ¿Cómo voy a diferenciarme del resto? ¿Cómo voy a generar oportunidades de



negocio? El boca a boca en nuestra actual situación es insuficiente, y sobre todo, ¿qué control tengo sobre ese boca a boca? ¿Cómo sé lo que mis clientes transmiten sobre mí y mi actual situación?

No podemos abandonarnos a nuestra indefensión, nuestra depresión y permitir que el miedo nos paralice. Hay que luchar, **hay que adoptar una posición activa, creer y vender nuestro proyecto, salir con fuerza al mercado, buscar las oportunidades.**

Debemos reflexionar sobre nuestra **estrategia en tiempos de crisis**, que podemos hacer para cambiar la situación de una manera activa y no adoptar una decisión equivocada y aparentemente más fácil: ¡recortamos en marketing!



Email Marketing Online

Unkompliziert, professionell und effizient. Jetzt kostenlos testen!

www.mailmops.com/Email-Marketing

Field Marketing Experts

Lanzamiento introduccion de marca Equipos de venta y promotores

www.fimmmarketing.com

Do you look professional?

Websites built for social marketers & live in 5 minutes for just \$9/mo

www.magtize.com

Presupuestos

Modelos para usar, copiar o adaptar Muestra gratis

¡Descarga inmediata!

www.plantillasmil.com



Comente este contenido

Usuario

Comentario

enviar

Legal Today le informa que los mensajes están sujetos a moderación

Legal Today no se responsabiliza ni comparte necesariamente las opiniones expresadas por sus lectores

Legal Today excluirá los comentarios contrarios a las leyes españolas, injuriantes y los de indole publicitaria.

[1 Comentarios] Pagina 1 de 1

1

Jaime Sanz.Safe ABOGADOS

2010-04-06 10:05:44

Que razón tienes pero que difícil es hacerlo. www.safeabogados.com