



INDICE

Prólogo	7
Introducción	9
Capítulo 1: ¿Por qué eligen los clientes un despacho u otro?	13
Capítulo 2: Un plan estratégico para tu despacho en ocho fases	21
FASE 1: ¿Qué eres, qué quieres ser?	22
FASE 2: ¿Qué ventajas competitivas tienes?	27
FASE 3: ¿A quién vas a dirigirte?	30
FASE 4: ¿Qué valor añadido vas a aportar a tus clientes?	33
FASE 5: Especialidades - servicios a ofrecer - innovación	39
FASE 6: Tu imagen de marca	42
FASE 7: Tu mensaje. ¿Qué, a quién, cómo? Plan de comunicación On y Off. Comunicación Interna	47
FASE 8: Organízate. Plan de acciones comerciales	87
Capítulo 3: Ponte manos a la obra	121
Agradecimientos	125