

continuada: obligatoriedad o incentivos, Formación para el acceso al turno de oficio, Nuevas tecnologías y formación, La ley de acceso y las Escuelas de Práctica Jurídica, Reglamento de la ley de acceso, Regulación de la especialización del abogado, Apuntes históricos sobre la simulación de juicios, Elaboración de un proyecto formativo, Formación deontológica, Recomendaciones del CCBE en materia de formación, Conferencias grabadas en CD, E-learning, Jornadas de Escuelas de Práctica Jurídica de España, Comentarios sobre algunos libros.

### TEMÁTICAS FUTURAS SOBRE LOS QUE TRATARÁ EL BLOG

Para próximos *post* está previsto seguir comentando libros específicos sobre formación y películas que puedan resultar de utilidad para la formación en deontología, explicar algunas actividades formativas que han dado buen resultado en las Escuelas de Práctica Jurídica, tratar sobre metodología y técnicas de dinámica de grupo, analizar el desarrollo reglamentario de la ley de acceso, abordar la necesaria colaboración entre las Escuelas de Práctica Jurídica, los Colegios de Abogados y las Universidades, tratar sobre la formación universitaria en la licenciatura o grado en derecho, así como divulgar informaciones de contenido afín al *blog*.

En fin, sólo nos queda animaros a participar en este *blog*, a enriquecerlo con vuestras aportaciones, y a convertirlo en un foro de referencia para los apasionados de la formación del abogado. Hagamos buenas las palabras de Séneca: *“háblame para que yo te vea”*. •



**FRANCESC DOMÍNGUEZ**

Responsable del Blog de Marketing Jurídico de [abogados.es](http://abogados.es)

## Y, ¿EL DE MARKETING JURÍDICO?

**T**odo despacho quiere tener a los clientes adecuados. Para conseguirlo hay un requisito: convertirse en el despacho adecuado para el tipo de clientes que queremos tener. Dicho de otra forma, para mejorar su situación, mejore usted primero y rodéese de profesionales que le complementen, que le ayuden a contrarrestar sus puntos débiles.

Por otro lado, fórmese. El conocimiento jurídico es fundamental, por supuesto. Ahora bien, ¿qué peso en la relación con los clientes y con el éxito en el mercado podemos atribuir a factores como la autoestima, el positivismo, la ilusión, la inspiración de confianza, el sentido común, la capacidad de comprender y entender al cliente y su problema o reto, la imaginación, la prudencia, la entrega, la coherencia en la actuación con los valores esenciales de la Abogacía (honestidad, independencia, secreto profesional y ética), la correcta gestión de los colaboradores, la capacidad comunicativa y de gestionar una percepción positiva en el mercado, entre otros?

Sin duda, los segundos factores son más importantes que el conocimiento. Siguiendo el principio de Pareto, probablemente constituyen el 80 % de la capacidad de tener éxito en la profesión. El conocimiento, por tanto, el 20 %.

Paradójicamente, la Abogacía sigue centrando su formación en los conocimientos estrictamente jurídicos. Esa formación era válida para un mercado jurídico como el del pasado, protegido y con poca competencia; no tanto para el actual, hipercompetitivo.

Es necesario que la Abogacía aprenda a competir mejor, sobre la base de sus valores esenciales (honestidad, independencia, secreto profesional y ética profesional). Esos valores construyen la personalidad de la Abogacía, su esencia, y son su ventaja competitiva frente a otras profesiones. La Abogacía debe ayudar al abogado novel a comprenderlos y a actuar en coherencia con los mismos. El futuro de la profesión, tal como la entendemos, depende de ello.

La finalidad del *blog* sobre marketing jurídico es compartir experiencias y aportar ideas para mejorar la situación en el mercado de los despachos de abogados, en el marco del máximo respeto por los valores esenciales de la Abogacía.

Les invito a participar activamente en su *blog* de marketing jurídico. Si los despachos aprenden a ser más competitivos, la Abogacía como colectivo también lo será. La Abogacía no tiene realmente competidores. Su principal competidor es ella misma, la Abogacía. •