

Marketin-estrategiak

Etengabe ikusten ditugu iragarkiak, kalean, irratian, aldizkarietan, telebistan... Etengabe jasotzen ditugu mezuak, ezkutuak, zeharkakoak zein zuzenak. Ohartu edo ez, hauetariko askok eragina izan dezakete guregan. Zerbait erostera bultza gaitzakete, zerbait egiteko animatu edo konbentzitu nahiz sentsazio berriak piztu ditzakete geure baitan. Honen atzean, marketin-estrategiak kokatzen dira, guregan egoera edo desio horiek piztu eta bultzatzeko helburua dutenak.

Horixe da, hain zuzen, marketinaren funtzioa. Iragarki zuzenen bidetik batzuetan, zeharkako mezuen bitartez besteetan, guregan eta gure erabakietan eragiten du. Gizarteko talde ezberdinen zein pertsona zehatzen nahiak eta beharrak kontutan hartzen ditu, ondoren, euren produktu edo zerbitzuak berauei egokitzeko, eta azken batean, bezeroei "nahi dutena" emateko.

Marketin juridikoak, merkatu juridikoa izango du eremu eta erreferentzia puntu. Zehazki, abokatu-bezero erlazioan, zein izango da marketinak jokatzeko duen papera? Zer da, abokatu batek bezeroei eskaini beharrekoa? Zer, bezeroek abokatuengan bilatzen dutena?

Esan daiteke, mundu juridikoko marketin-estrategiek kanpo eremu bat eta barne eremu bat dutela. Hau da, batetik, abokatuak zein bulegoak bezeroak lortu behar dituzte, euren atentzioa deitu. Bestetik, jadanik bezeroak direnak mantentzeko jagon behar dute, ahalik eta zerbitzurik onena emanaz. Jarraiki, eremu hauetako bakoitza aztertuko dugu.

- Kanpo eremua edo bezeroen lorpena:

Gure bulegoaren publizitatea egiteko eta bezero berriak lortzeko, bulegoak eta geure zerbitzuek deigarriak izan eta bezeroa gerturatu behar dute. Horretarako, hainbat elementu kontutan izatea lagungarri da:

1. **Tresna egokiez baliatu** behar da, joera klasikoak alde batera utzi gabe. Bulegoaren baloreak eta printzipioak adierazten dituen eskuorri zein liburuki argi eta laburrak lagungarriak izan daitezke, bezeroak ezagutu gaitzan eta geuregan konfiantza izan dezan.

2. **kontaktu-sare** bat sortu behar da, sendotasuna ematen baitio bulegoari eta bere itxurari. Kontaktu *onak* edo diplomatikoak izatea gomendatzen da, asko eta esanahi gutxiagokoak baino.

3. **Marka propioa** edo pertsonala edukitzea oso garrantzitsua da. Zerbaitetan espezializatzea edo aditu izatea da gomendagarriena, hori baita, trebezia,

bezeroek bilatzen dutena. Gainera, marka pertsonal bat izatearekin, ikusgarritasuna irabazten da. Honi, beste bulego jakinekin erlazioak garatzea edo hitzaldiak ematea batuz, bulegoaren itxura sendo bat eraikitzeko pausoak emango ditugu.

4. **Internazionalizazioa** ere abagune ahaltsua izan daiteke, are gehiago egungo egoera kontutan izaten badugu. Bulego txikientzat zailago izan daitekeen arren, oso errekurso emankorra izan daiteke.

5. **Argitalpenak** izatea. Nolabaiteko sona edo ospea duten komunikabideetan argitaratzen duten bulegoek ospea erdietsiko dute, publizitate on honek jendearen konfiantza ekartzen duelako berekin.

6. **Publizitatea**. Publizitateak daukan eragina eztabaida ezina da. Hainbat bitarteko ditugu berau adierazteko eta iritzi ezberdinak daude bere inguruan. Batzuk diote, publizitatea egitea (komunikabideetan) kaltegarria izan daitekeela, edo bestela esanda, bulego "txarren" errekursoa dela. Beste batzuk aldiz, aurkakoa pentsatzen dute, publizitateak beti saltzen duela argudiatuz. Publizitatea egiteko modu edo bide oso ona **web-orriak** dira. Mundu globalizatu honetan edozein zalantza argitzeko internetera jotzen dugu, bertan beharrezko informazioa eta iritziak aurkitu baititzakegu. Horregatik, gure bulegoak bere web-orria badauka interneten, bezeroek erraz aurki dezakete guri buruzko informazio osoa eta baita iritzi ezberdinak ere. Publizitate paregabea.

- Barne eremua:

Behin bezeroak nola hauteman ikusi ostean, bezeroei eman beharreko zerbitzuan murgilduko gara. Zerbitzuak ezaugarri zehatz batzuk bete beharko ditu, abokatu-bezero harremana berezia baita. Hain zuzen, bezeroek euren buruaren ordezkaritza, euren interes eta eskubideen defentsa lagatzen dute abokatuen eskuetan. Ondorioz, eurek emanikoari ahalik eta egokien erantzun behar zaio. Bide honetan, hurrengo eskaini behar zaio bezeroari:

1. **Lasaitasuna**. Bezeroak lasai sentitu behar du, gustura, bere interesak esku onean utzi dituela sentituz.

2. **Konfiantza**. Bezeroak eroso sentitu behar du abokatuarekin, bere interesen eta eskubideen defentsa aitortu dizkion pertsona baita. Abokatuak nolabaiteko "psikologo" papera ere betetzen du sarritan, bezeroari lasaitasuna transmitituz. Izan ere, bezeroek kasua irabazteaz gain, euren eskubideak errespetatu direla eta hauengatik muturreraino borrokatu dela sentitu nahi dute.

3. **Balore Profesionalak** eta onura. Abokatutza profesio bat den heinean, balore batzuk lotzen zaizkio. Bezeroei, balore guzti hauen bermea eman behar zaie:

- Zintzotasun edo zuzentasuna
- Independentzia
- Sekretu profesionala
- Deontologia
- ...

Ikusi ditugu, beraz, marketin-estrategiek mundu juridikoko barne zein kanpo eremutan nola diharduten eta zein den euren garrantzia. Gomendio hauek jarraitzea geure lanbiderako guztiz lagungarria izateaz gain, aberasgarria izan daiteke, lanbide profesionala osatu eta aberasten baitute.

Arrakasta lortzeko tresna nahiz bidea izan daitezke marketin-estrategiak, gizartea eta berau osatzen duten elementuak aztertzea izanik, helburu hau lortzeko bitarteko.

Bide honetan, lagungarri izan daitezke hainbat liburuxka eta zenbait webgune. Hona hemen horietako batzuk:

■ Liburuak:

- ESTALELLA DEL PINO, J., "El abogado eficaz": liburu honen helburua, abokatuak oratoria-teknikan trebatzea da, gaur egun nahitaezkoa baita hitzaren erabilera egokia abokatu baten jardunean. Auzi bat ondo prestatzeko eta nahi den emaitza lortzeko erabakigarriak izan daitezkeen aspektuak nola landu erakustea da jomuga, hots, nola hitz egin, nola gauzatu galdeketak, nola hautatu lekukoak e.a.
- DOMÍNGUEZ, F. eta GUIU, I., "Marketing jurídico: las claves de marketing de los despachos de abogados": Zer da bezeroak abokatuarengan bilatzen duena? Nola antolatu behar dut nire bulegoa, merkatuan bere tokia izan dezan? Zer egin dezaket bezeroek nigan konfiantza izan dezaten? Honelako galderei eta edozein abokaturi sortzen zaizkion beste hainbati erantzutea du xede liburu honek. Bulego bat eraikitzerako unean edo bulego batean lan egiteko orduan kontuan izan beharreko gomendioak aurki ditzakegu bertan, zalantza anitzen erantzunekin batera.

■ Blogak:

- <http://evabruch.com/category/marketing-juridico/>
- <http://mktg-juridico.blogspot.com.es/>

- Webguneak eta artikuluak sarean (marketing juridikoa zein orokorra):
 - <http://www.marketingdirecto.com/>
 - <http://www.puromarketing.com/>
 - http://www.cincodias.com/articulo/economia/consejos-marketing-juridico-pequenos-bufetes/20100107cdscdieco_9/