法曹人口大増員の時代に 必読!!

弁護士コンサルティングの先駆者船井総合研究所と
法律専門出版の第一法規がお届けする
弁護士のための唯一のマーケティング マニュアル！

絶賛発売中

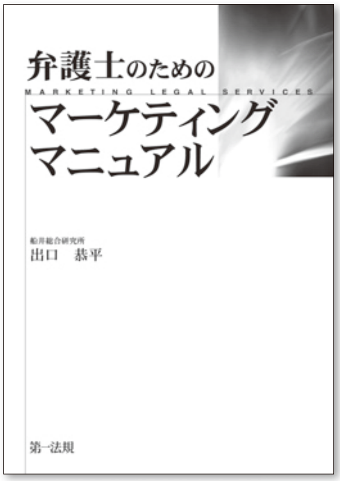
弁護士のための
MARKETING LEGAL SERVICES
マーケティング マニュアル

■法曹人口の増大に対応するために

司法制度改革が進展し、法曹人口が飛躍的に増大する中、弁護士は強い競争力を持って業務を確保していくことが求められます。

■実際の弁護士コンサルティング経験に基づく解説

弁護士業務を「サービス業」として認識することから出発し、自らの事業経営に、積極的なマーケティングを行うことで、弁護士大増員時代を生き抜く手法を伝授します。


弁護士のための
MARKETING LEGAL SERVICES
マーケティング
マニュアル
船井総合研究所
出口　恭平
第一法規

本書の特色

船井総合研究所　**出口恭平** 著
A5判・単行本・208頁・定価2,625円（税込）

本書は、オーソドックスなマーケティングの理論に則りつつ、弁護士業に特化した、国内初のマーケティング専門の書籍です。

●以下、8つの観点を全86項目にわたって解説。
●1項目見開き2頁で完結し、読みやすさも追求。

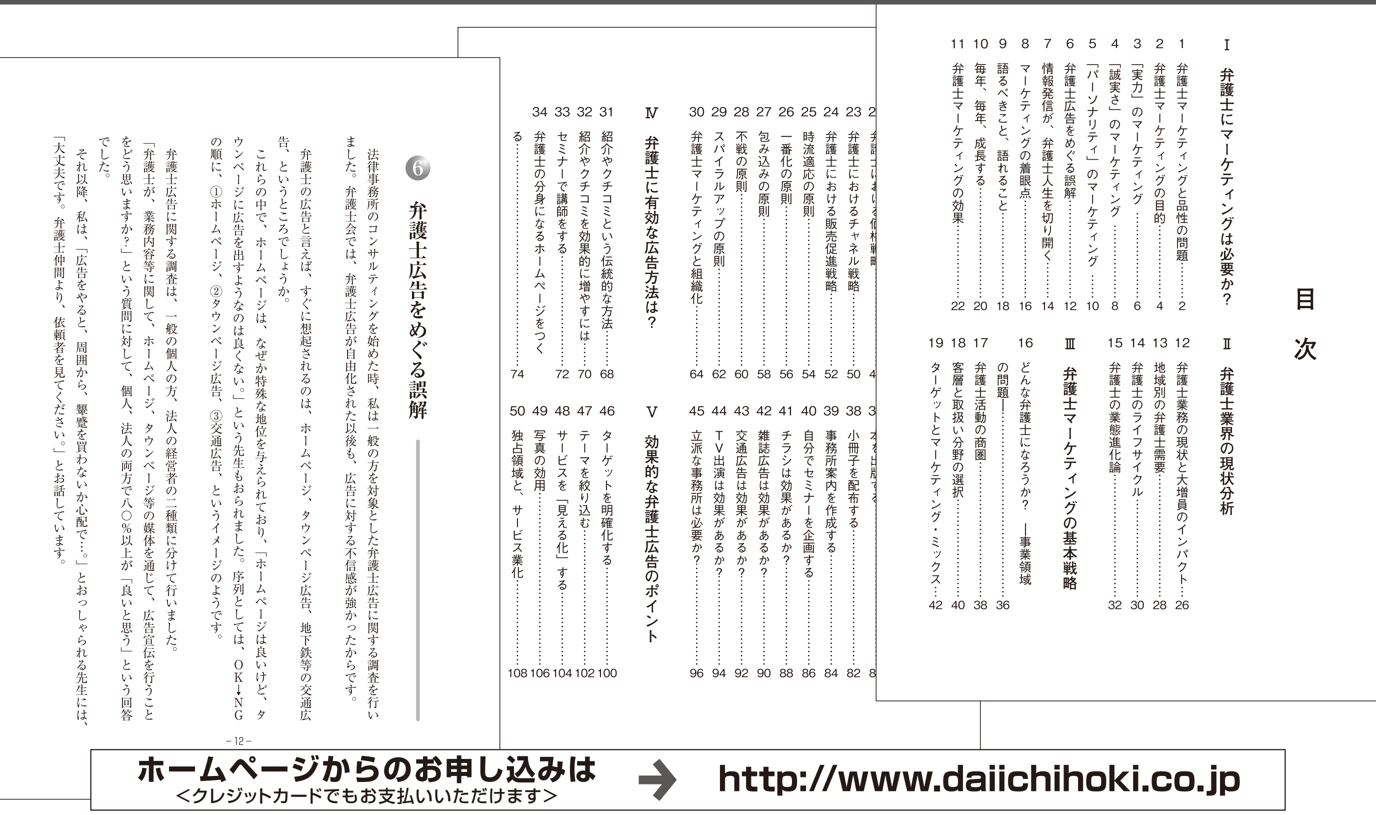
Ⅰ. 弁護士にマーケティングは必要か？
Ⅱ. 弁護士業界の現状分析
Ⅲ. 弁護士マーケティングの基本戦略
Ⅳ. 弁護士に有効な広告方法は？
Ⅴ. 効果的な弁護士広告のポイント
Ⅵ. 受任に繋がる法律相談のポイント
Ⅶ. 依頼者満足度を高めるポイント
Ⅷ. 「自分」という商品力を磨くポイント

DAI-ICHI HOKI
第一法規
東京都港区南青山2-11-17 〒107-8560
http://www.daiichihoki.co.jp
Tel. 0120-203-694
Fax. 0120-302-640

弁護士大増員時代は確実にやってくる。
そんな時代に、他の事務所・他の弁護士との競争に勝ち抜くためには何をすべきか、という疑問に、本書はストレートに答えます。

マーケティングの専門家である著者が、**これまでの弁護士へのコンサルティングや事務所経営セミナー講師担当としての経験を生かし**、自らの経験と実績を結集させた**日本で初めての弁護士のためのマーケティングマニュアル**です。
これから弁護士として人生を切り開こうとされている方ばかりでなく、すでに実績を積み重ねてこられた先生にとっても、お役立ていただける一冊です。

内容見本



目　次

Ⅰ　弁護士にマーケティングは必要か？

1　弁護士マーケティングと品性の問題………2
2　弁護士マーケティングの目的………4
3　「実力」のマーケティング　………6
4　「誠実さ」のマーケティング　………8
5　「パーソナリティ」のマーケティング　……10
6　弁護士広告をめぐる誤解………12
7　情報発信が、弁護士人生を切り開く………14
8　マーケティングの着眼点………16
9　語るべきこと、語れること………18
10　毎年、毎年、成長する………20
11　弁護士マーケティングの効果………22

Ⅱ　弁護士業界の現状分析

12　弁護士業務の現状と大増員のインパクト…26
13　地域別の弁護士需要………28
14　弁護士のライフサイクル………30
15　弁護士の業態進化論………32

Ⅲ　弁護士マーケティングの基本戦略

16　どんな弁護士になろうか？　―事業領域の問題―………36
17　弁護士活動の商圏………38
18　客層と取扱い分野の選択………40
19　ターゲットとマーケティング・ミックス…42
2　弁護士における価格戦略………4
23　弁護士におけるチャネル戦略………50
24　弁護士における販売促進戦略………52
25　時流適応の原則………54
26　一番化の原則………56
27　包み込みの原則………58
28　不戦の原則………60
29　スパイラルアップの原則………62
30　弁護士マーケティングと組織化………64

Ⅳ　弁護士に有効な広告方法は？

31　紹介やクチコミという伝統的な方法………68
32　紹介やクチコミを効果的に増やすには………70
33　セミナーで講師をする………72
34　弁護士の分身になるホームページをつくる………74
3　本を出版する………8
38　小冊子を配布する………82
39　事務所案内を作成する………84
40　自分でセミナーを企画する………86
41　チラシは効果があるか？………88
42　雑誌広告は効果があるか？………90
43　交通広告は効果があるか？………92
44　ＴＶ出演は効果があるか？………94
45　立派な事務所は必要か？………96

Ⅴ　効果的な弁護士広告のポイント

46　ターゲットを明確化する………100
47　テーマを絞り込む………102
48　サービスを「見える化」する………104
49　写真の効用………106
50　独占領域と、サービス業化………108

⑥　弁護士広告をめぐる誤解

法律事務所のコンサルティングを始めた時、私は一般の方を対象とした弁護士広告に関する調査を行いました。弁護士会では、弁護士広告が自由化された以後も、広告に対する不信感が強かったからです。

弁護士の広告と言えば、すぐに想起されるのは、ホームページ、タウンページ広告、地下鉄等の交通広告、というところでしょうか。

これらの中で、ホームページは、なぜか特殊な地位を与えられており、「ホームページは良いけど、タウンページに広告を出すようなのは良くない。」という先生もおられました。序列としては、ＯＫ↓ＮＧの順に、①ホームページ、②タウンページ広告、③交通広告、というイメージのようです。

弁護士広告に関する調査は、一般の個人の方、法人の経営者の二種類に分けて行いました。「弁護士が、業務内容等に関して、ホームページ、タウンページ等の媒体を通じて、広告宣伝を行うことをどう思いますか？」という質問に対して、個人、法人の両方で八〇％以上が「良いと思う」という回答でした。

それ以降、私は、「広告をやると、周囲から、顰蹙を買わないか心配で…。」とおっしゃられる先生には、「大丈夫です。弁護士仲間より、依頼者を見てください。」とお話しています。

ホームページからのお申し込みは
＜クレジットカードでもお支払いいただけます＞
→　**http://www.daiichihoki.co.jp**