

法曹人口
大增員の時代に
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!

『弁護士のためのマーケティング マニュアル』待望の増補版!

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

株式会社船井総合研究所 出口恭平 著 A5判・234頁 定価 本体2,500円+税



本書はオードソックスなマーケティング理論に則りつつ、
弁護士業に特化した国内発のマーケティング専門の書籍です。

本書の特色

- 新章として「弁護士増員時代への対応」を追加!
- 現在までの環境変化と今後の予測、その対応方法を示唆!
- マーケティングに役立つ参考データを巻末に掲載!

『弁護士のためのマーケティング マニュアル』の続編!

弁護士のための MARKETING LEGAL SERVICES マーケティング マニュアルⅡ 分野別実践編

株式会社船井総合研究所 出口恭平 著 A5判・164頁 定価 本体2,500円+税



本書の特色

- 「債務整理」「離婚」「相続」「交通事故」「企業法務」分野でのマーケティングを、コンサルティング経験を元にわかりやすく解説!
- 各分野について弁護士の需要(ニーズ)とリーガルサービスのマッチングを検討!
- 新しいマーケティング手法を開発し、業務領域の拡大につながる指南書!



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

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 弁護士マーケティングの目的	
3 「実力」のマーケティング	
4 「誠実さ」のマーケティング	
5 「パーソナリティ」のマーケティング	
6 弁護士広告をめぐる誤解	
7 情報発信が弁護士人生を切り開く	
8 マーケティングの着眼点	
9 語るべきこと、語れること	
10 毎年、毎年、成長する	
11 弁護士マーケティングの効果	
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影響	
13 地域別の弁護士需要	
14 弁護士のライフサイクル	
15 弁護士の業態進化論	
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―	
17 弁護士活動の商圏	
18 客層と取扱い分野の選択	
19 ターゲットとマーケティング・ミックス	
20 弁護士におけるターゲット戦略	
21 弁護士における製品戦略	
22 弁護士の価格戦略	
23 弁護士におけるチャネル戦略	
24 弁護士における販売促進	
25 時流適応の原則	
26 一番化の原則	
27 包み込みの原則	
28 不戦の原則	
29 スパイラルアップの原則	
30 弁護士マーケティングと組織化	

IV 弁護士に有効な広告方法は	
31 紹介や口コミという伝統的な方法	
32 紹介や口コミを効果的に増やすには	
33 セミナーで講師をする	
34 弁護士の分身になるホームページをつくる	
35 雑誌や新聞に執筆する	
36 マスコミに取り上げられる	
37 本を出版する	
38 小冊子を配布する	
39 事務所案内を作成する	
40 自分でセミナーを企画する	
41 チラシは効果があるか？	
42 雑誌広告は効果があるか？	
43 交通広告は効果があるか？	
44 TV出演は効果があるか？	
45 立派な事務所は必要か？	
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	
47 テーマを絞り込む	
48 サービスを「見える化」する	
49 写真の活用	
50 独占領域と、サービス業化	
51 独自性を伝える	
52 情熱を伝える	
VI 受任に繋がる法律相談のポイント	
53 法律相談は、お試し商品	
54 リーガル・カウンセリングの方法	
55 相談者は、言い切て欲しい	
56 ルックスが与える印象	
57 こんな人は、受任を控えたい	
VII 依頼者満足度を高めるポイント	
58 解決スピードを上げる	
59 対応スピードを上げる	

60 書面化して、認識を共有する	
61 依頼者に要求する	
62 アドバイスとアウトソーシングを使い分ける	
63 協業ネットワークを武器にする	
64 アンケートで意見をもらう	
65 依頼者のことを気にかける	
66 顧問先の対応	
67 依頼者情報を管理する	
VIII 「自分」という商品力を磨くポイント	
68 弁護士自身が商品である	
69 目の前にある仕事、依頼者が自分を磨いてくれる	
70 手間がかかる事件も自分を磨いてくれる	
71 効率的に自分を磨くためには、モデルを見つける	
72 他の弁護士と仕事をする	
73 弁護士会の活動を利用する	
74 まずは、何かで一番を目指す	
75 金字塔になる仕事をする	
76 たまには、違うタイプの仕事をする	
77 新しい分野に挑戦し続ける	
78 常に、時流を掴む努力をする	
79 自己投資は、最大の投資である	
80 レベルの高い人と付き合おう	
81 話がうまくなる	
82 一定の時間を、自分なりの社会貢献活動にあてる	
83 健康を管理する、ベストの体調を保つ	
84 信頼できるアドバイザーを持つ	
85 事務所の経営をしっかりする	
86 所員のマネジメントをしっかりする	
IX 弁護士増員時代への対応	
87 二つの大きな時流とその影響	
88 2010年代の弁護士のライフサイクルとマーケティング	
89 依頼者に支持される事務所の優位性、独自性	
90 弁護士需要創造のマーケティング	
資料	

弁護士のためのマーケティング マニュアル II 分野別実践編

目次

I 分野別マーケティングとは	
1 分野別マーケティング・ミックス	
2 分野別マーケティングのメリット	
3 弁護士増員で、専門化は進む	
4 分野別マーケティングの進め方	
5 注力分野の選び方	
II 債務整理分野のマーケティング	
6 債務整理分野について	
7 過払いブームと債務整理のマーケティング	
8 「空白マーケット」だった債務整理分野	
9 債務整理におけるリーガルサービスの開発	
10 債務整理の費用設定	
11 相談料と着手金の設定	
12 債務整理で効果があったプロモーション方法	
13 初期における債務整理プロモーションのポイント	
14 後期における債務整理プロモーションのポイント	
15 債務整理に特化したプロモーションの効果	
16 債務整理プロモーションの費用対効果	
17 債務整理特化型事務所の出現について～経営効率とは何か？～	
18 債務整理業務の効率化とスタッフの活用	
19 債務整理分野の今後	
III 離婚分野のマーケティング	
20 離婚分野について	

21 離婚分野の需要と弁護士の関与	
22 離婚相談における課題	
23 効果的な離婚相談のポイント	
24 協議段階での代理人サービス	
25 離婚問題を協議段階で受任する方法	
26 「バックアッププラン」について	
27 離婚分野で効果があったプロモーション方法	
28 離婚分野のプロモーションのポイント	
29 離婚分野の今後	
IV 相続分野のマーケティング	
30 相続分野について	
31 相続分野の需要と弁護士の関与	
32 遺産分割と周辺プレイヤー	
33 相続手続サービスとは	
34 弁護士における相続手続サービスの導入	
35 遺産分割の協議段階における弁護士のサービス	
36 相続分野で効果があったプロモーション方法	
37 相続分野の紹介ルート	
38 相続のお問い合わせ対応のポイント	
39 効果的な相続相談のポイント	
40 相続分野の今後	
V 交通事故分野のマーケティング	
41 交通事故分野について	
42 交通事故被害の需要と弁護士の関与	

43 交通事故被害における情報格差	
44 交通事故被害者の悩みに、ワンストップサービス	
45 交通事故分野の費用設定	
46 交通事故で効果があったプロモーション方法	
47 交通事故プロモーションのポイント	
48 交通事故の紹介ルート	
49 交通事故相談のポイント	
50 交通事故分野の今後	
VI 企業法務分野のマーケティング	
51 企業法務分野について	
52 企業法務の需要と弁護士の関与	
53 企業法務の弁護士需要拡大における課題	
54 企業法務サービスの「見える化」	
55 企業法務における分野特化サービス	
56 企業法務分野で効果があったプロモーション	
57 企業法務分野の紹介ルート	
58 いわゆる「営業活動」について	
59 企業法務分野の今後	
VII 分野別マーケティングで需要創造を	
60 弁護士需要は創造される？	
61 弁護士需要拡大の舞台は、目の前の分野にある？	
62 弁護士需要創造の四つの視点	
63 弁護士マーケティングと理念について	

お試し読み、お申し込みはコチラ



第一法規

検索



<クレジットカードでもお支払いいただけます>