

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。

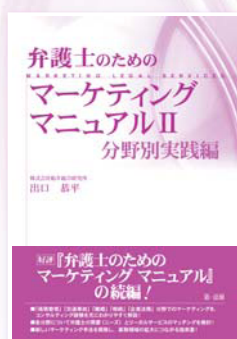
本書の特色

- 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？ | IV 弁護士に有効な広告方法は | 60 書面化して、認識を共有する |
| 1 弁護士マーケティングと品性の問題 | 31 紹介や口コミという伝統的な方法 | 61 依頼者に要求する |
| 2 弁護士マーケティングの目的 | 32 紹介や口コミを効果的に増やすには | 62 アドバイスとアウトソーシングを使い分ける |
| 3 「実力」のマーケティング | 33 セミナーで講師をする | 63 協業ネットワークを武器にする |
| 4 「誠実さ」のマーケティング | 34 弁護士の分身になるホームページをつくる | 64 アンケートで意見をもらう |
| 5 「パーソナリティ」のマーケティング | 35 雑誌や新聞に執筆する | 65 依頼者のことを気にかける |
| 6 弁護士広告をめぐる誤解 | 36 マスコミに取り上げられる | 66 顧客先の対応 |
| 7 情報発信が弁護士人生を切り開く | 37 本を出版する | 67 依頼者情報を管理する |
| 8 マーケティングの着眼点 | 38 小冊子を配布する | VIII 「自分」という商品力を磨くポイント |
| 9 語るべきこと、語れること | 39 事務所案内を作成する | 68 弁護士自身が商品である |
| 10 毎年、毎年、成長する | 40 自分でセミナーを企画する | 69 目の前にある仕事、依頼者が自分を磨いてくれる |
| 11 弁護士マーケティングの効果 | 41 チラシは効果があるか？ | 70 手間がかかる事件も自分を磨いてくれる |
| II 弁護士業界の現状分析 | 42 雑誌広告は効果があるか？ | 71 効率的に自分を磨くためには、モデルを見つける |
| 12 弁護士業界の現状と増員の影響 | 43 交通広告は効果があるか？ | 72 他の弁護士と仕事をする |
| 13 地域別の弁護士需要 | 44 TV出演は効果があるか？ | 73 弁護士会の活動を利用する |
| 14 弁護士のライフサイクル | 45 立派な事務所は必要か？ | 74 まずは、何かが一番を目指す |
| 15 弁護士の業態進化論 | V 効果的な弁護士広告のポイント | 75 金字塔になる仕事をする |
| III 弁護士マーケティングの基本戦略 | 46 ターゲットを明確化する | 76 たまには、違うタイプの仕事をする |
| 16 どんな弁護士になろうか？—事業領域の問題— | 47 テーマを絞り込む | 77 新しい分野に挑戦し続ける |
| 17 弁護士活動の商圏 | 48 サービスを「見える化」する | 78 常に、時流を掴む努力をする |
| 18 客層と取扱い分野の選択 | 49 写真の効用 | 79 自己投資は、最大の投資である |
| 19 ターゲットとマーケティング・ミックス | 50 独占領域と、サービス業化 | 80 レベルの高い人と付き合おう |
| 20 弁護士におけるターゲット戦略 | 51 独自性を伝える | 81 話がうまくなる |
| 21 弁護士における製品戦略 | 52 情熱を伝える | 82 一定の時間を、自分なりの社会貢献活動にあてる |
| 22 弁護士の価格戦略 | VI 受任に繋がる法律相談のポイント | 83 健康を管理する、ベストの体調を保つ |
| 23 弁護士におけるチャネル戦略 | 53 法律相談は、お試し商品 | 84 信頼できるアドバイザーを持つ |
| 24 弁護士における販売促進 | 54 リーガル・カウンセリングの方法 | 85 事務所の経営をしっかりとる |
| 25 時流適応の原則 | 55 相談者は、言い切って欲しい | 86 所員のマネジメントをしっかりとる |
| 26 一番化の原則 | 56 ルックスが与える印象 | IX 弁護士増員時代への対応 |
| 27 包み込みの原則 | 57 こんな人は、受任を控えたい | 87 二つの大きな時流とその影響 |
| 28 不戦の原則 | VII 依頼者満足度を高めるポイント | 88 2010年代の弁護士のライフサイクルとマーケティング |
| 29 スパイラルアップの原則 | 58 解決スピードを上げる | 89 依頼者に支持される事務所の優位性、独自性 |
| 30 弁護士マーケティングと組織化 | 59 対応スピードを上げる | 90 弁護士需要創造のマーケティング |
| | | 資料 |

| | | |
|---------------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| I 分野別マーケティングとは | 21 離婚分野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 |
| 1 分野別マーケティング・ミックス | 22 離婚相談における課題 | 44 交通事故被害者の悩みと、ワンストップサービス |
| 2 分野別マーケティングのメリット | 23 効果的な離婚相談のポイント | 45 交通事故分野の費用設定 |
| 3 弁護士増員で、専門化は進む | 24 協議段階での代理人サービス | 46 交通事故で効果があったプロモーション方法 |
| 4 分野別マーケティングの進め方 | 25 離婚問題を協議段階で受任する方法 | 47 交通事故プロモーションのポイント |
| 5 注力分野の選び方 | 26 「バックアッププラン」について | 48 交通事故の紹介ルート |
| II 債務整理分野のマーケティング | 27 離婚分野で効果があったプロモーション方法 | 49 交通事故相談のポイント |
| 6 債務整理分野について | 28 離婚分野のプロモーションのポイント | 50 交通事故分野の今後 |
| 7 過払いブームと債務整理のマーケティング | 29 離婚分野の今後 | VI 企業法務分野のマーケティング |
| 8 「空白マーケット」だった債務整理分野 | IV 相続分野のマーケティング | 51 企業法務分野について |
| 9 債務整理におけるリーガルサービスの開発 | 30 相続分野について | 52 企業法務の需要と弁護士の関与 |
| 10 債務整理の費用設定 | 31 相続分野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 |
| 11 相談料と着手金の設定 | 32 遺産分割と周辺プレイヤー | 54 企業法務サービスの「見える化」 |
| 12 債務整理で効果があったプロモーション方法 | 33 相続手続サービスとは | 55 企業法務における分野特化サービス |
| 13 初期における債務整理プロモーションのポイント | 34 弁護士における相続手続サービスの導入 | 56 企業法務分野で効果があったプロモーション |
| 14 後期における債務整理プロモーションのポイント | 35 遺産分割の協議段階における弁護士のサービス | 57 企業法務分野の紹介ルート |
| 15 債務整理に特化したプロモーションの効果 | 36 相続分野で効果があったプロモーション方法 | 58 いわゆる「営業活動」について |
| 16 債務整理プロモーションの費用対効果 | 37 相続分野の紹介ルート | 59 企業法務分野の今後 |
| 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？～ | 38 相続のお問い合わせ対応のポイント | VII 分野別マーケティングで需要創造を |
| 18 債務整理業務の効率化とスタッフの活用 | 39 効果的な相続相談のポイント | 60 弁護士需要は創造される？ |
| 19 債務整理分野の今後 | 40 相続分野の今後 | 61 弁護士需要拡大の舞台は、目の前の分野にある？ |
| III 離婚分野のマーケティング | V 交通事故分野のマーケティング | 62 弁護士需要創造の四つの視点 |
| 20 離婚分野について | 41 交通事故分野について | 63 弁護士マーケティングと理念について |
| | 42 交通事故被害の需要と弁護士の関与 | |

お試し読み、お申し込みはコチラ
 <クレジットカードでもお支払いいただけます>



第一法規

検索

