

Rodrigo Bertozzi

MARKETING JURÍDICO

**Os Neurojurídicos, as Novas Idéias
e Ferramentas Estratégicas**

2

WRUA
EDITORA

2ª Edição – Renovada e Ampliada

Resumo de Marketing Jurídico. Os Neurojurídicos, as Novas Idéias e Ferramentas Estratégicas

A SEGUNDA EDIÇÃO DO LIVRO QUE CONSOLIDOU O MARKETING JURÍDICO NO BRASIL Um mundo de possibilidades, este é o verdadeiro panorama para a advocacia nos próximos anos. Estamos diante de um país em transformação o que nos obriga a acompanhar as inevitáveis alterações em como advogar.

O pensamento estratégico, novas áreas de atuação, a absoluta dedicação ao conhecimento e cuidar dos clientes são apenas alguns dos novos desafios. O conhecimento percorre uma trilha interminável de descobertas e justamente desta mistura (antigo e o novo) surge uma advocacia sustentável e imbatível.

O novo marketing jurídico e o conceito de valor Novos cenários na advocacia de ponta Que novas áreas estão a surgir Como aplicar recursos n o marketing jurídico Quais os métodos de mensuração de resultados Modelos de negócios éticos Como avaliar a sua advocacia Blog, poadcast e videocast na advocacia ética Ementas do tribunal de ética comentadas Planejamento estratégico em marketing jurídico O evento como projeto inovador na relação com o cliente O marketing jurídico é a arma mais utilizada pelos escritórios de ponta.

Simplesmente não existe mais volta. E quanto mais esperar, mais a concorrência de posse deste novo conhecimento poderá deixá-lo para fora do mercado. É o i m da dependência do boca a boca.

Em resumo: a única forma de prever o futuro é criá-lo. Eis o seu, o meu e o nosso desafio para não desaparecer.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)