

<<律师服务营销策略的实战演绎>>

图书基本信息

书名：<<律师服务营销策略的实战演绎>>

13位ISBN编号：9787509336427

10位ISBN编号：7509336422

出版时间：2012-4

出版时间：中国法制出版社

作者：肖胜方

页数：155

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<律师服务营销策略的实战演绎>>

内容概要

《律师服务营销策略的实战演绎：从“太阳”到“胜伦”》是广东胜伦律师事务所主任肖胜方律师对律师服务营销策略的集中阐述，《律师服务营销策略的实战演绎：从“太阳”到“胜伦”》是作者十几年致力于律师服务营销研究和亲身实践的总结，对广大律师具有重要意义。

《律师服务营销策略的实战演绎：从“太阳”到“胜伦”》以太阳律师事务所的服务营销策略为引导，对律师服务市场进行分析，以案例讲解分别针对市场细分、目标市场选择、市场定位、市场营销组合分析和质量管理等进行了实战演绎。

<<律师服务营销策略的实战演绎>>

作者简介

肖胜方，中国人民大学民商法研究生，暨南大学MBA，全国维权十大杰出律师，全国五一劳动奖章获得者，广州十佳律师，广州市人民政府法律咨询专家。

现任广东律协理事兼宣传交流委员会主任，广州律协常务理事兼对外宣传联络委员会主任，广州律协实习人员考核管理委员会副主任，广州青年联合会常委，广州仲裁委员会仲裁员，华南师范大学法学院客座教授，广东胜伦律师事务所主任。

肖胜方律师从大学起就担任学生会主席和广东省学联副主席，也曾从事销售工作及办公室综合管理工作，为其将来理解并践行公司化管理模式及研究律师行业营销策略打下了坚实的基础。

MBA的学习更是让他的管理才能锦上添花，使他逐步成长为符合司法部“六懂”（懂法律、懂外语、懂政治、懂经济、懂技术、懂管理）要求的少数律师之一。

结合管理的理论知识和实践经验，肖胜方律师创办了“公司化运作、专业化分工、规范化管理”的广东胜伦律师事务所，带领事务所在成立次年即被广州市司法局评为全市首批38家“规范律师事务所”之一，此后几乎每年均获得广州市律师协会颁发的“管理优秀奖”荣誉。

2011年12月，胜伦所还被中华全国律师协会评为“全国优秀律师事务所”，肖胜方律师公司化运作的律所管理棋式在实践中得到了广大客户和司法行政管理部門的认可。

肖胜方律师执业十多年以来，不仅成为公司法、劳动法等多个领域的专家，还结合MBA管理理论，积极参与行业管理，连续多年被广州市律师协会授予“行业管理奖”等荣誉，也曾多次作为正式代表参加全国律师代表大会，对律师行业管理有着深入的思考和丰富实践经验。

他笔耕不辍，主编或参编法律专业及律所管理著作十余部，在《中国律师》、《广东律师》、《广州律师》等行业期刊发表律师管理论文数十篇，还曾应邀为东莞律所主任作律师事务所管理讲座，在行业内有着“学者型”律师的美誉。

李进一，暨南大学管理学院副教授，硕士生导师，执业律师。

1981年入读西南政法大学，先后获法学学士、法学硕士。

现主要从事战略管理、商法、商业伦理、企业文化管理、员工关系管理等教学与研究。

担任多家公司的法律顾问或独立董事，为企业提供相关的法律事务、管理事务的服务。

主要社会兼职包括：广东信德盛律师事务所律师，广州广电运通金融电子股份有限公司独立董事，广东同步化工股份有限公司独立董事，成都东骏激光股份有限公司独立董事。

<<律师服务营销策略的实战演绎>>

书籍目录

太阳律师事务所——服务营销策略 上篇：案例及背景引子第一章 太阳律师事务所 第一节 组织结构 第二节 员工情况 第三节 业务情况 第四节 薪酬制度 第五节 业务流程第二章 一次没有结果的合伙人会议第三章 行业背景 第一节 我国律师制度的建立与发展概述 第二节 我国律师服务市场发展的现状 第三节 我国律师服务业存在的主要问题 第四节 国外律师行业的特点及发展趋势第四章 太阳律师事务所面临的挑战 下篇：案例分析第五章 律师服务市场分析 第一节 市场环境分析 第二节 律师服务业的特点 第三节 律师服务的购买特点 第四节 行业竞争力量分析第六章 太阳律师事务所的战略分析及选择第七章 律师专业化分工第八章 市场细分、目标市场选择、市场定位 第一节 单位客户 第二节 个人客户第九章 市场营销组合分析 第一节 产品策略 第二节 定价策略 第三节 分销策略 第四节 促销策略 第五节 人员 第六节 过程 第七节 有形展示第十章 服务质量管理结束语附件参考文献 附文 胜伦模式：一种理念的坚持与实践——《中国律师》杂志专访广东胜伦律师事务所律师事务所“主任管理缺失现象”之透视中国律师行业“四化”问题勘误中国律师行业诚信问题的若干反思客户是什么？

客户选聘律师(律所)需要考虑的因素对律师如何满足客户需要的几点思考中国律师业的现状与客户的
选择广州律师必须尽快告别没有分配体制的时代从价格竞争走向价值竞争论律师与律师事务所的关系

<<律师服务营销策略的实战演绎>>

章节摘录

事务所的简介也应引起太阳律师事务所的重视。

太阳律师事务所在1999年旧的简介用完后一直没有印制新的简介。

而一些新的公司客户由于对太阳律师事务所还缺乏了解，加之客户有时并不愿意亲自到事务所考察，于是往往向太阳律师事务所的律师索要事务所简介以便对事务所有一个感性的了解，当得到太阳律师事务所没有简介的答复后，一种不信任感便会油然而生。

其结果可想而知。

口碑是律师服务业一个有力的营销工具。

口头传播突出了在服务促销中人员因素的重要性。

口头传播式的个人推荐通常是最重要的信息来源之一。

口头传播对包括专业服务和健康保健服务在内的许多服务业，可能比其他群体的或个人的沟通组合元素有更加重要的影响。

口头传播的加倍效果从一个行业到另一个行业和一个地点到另一个地点都有所变化。

无论如何，负面的体验比正面的体验往往有更大的影响。

不满意的客户往往要把他的不幸经验告诉许多人，其数量常常是告诉他们满意其有关的好体验的两倍多。

因此，负面的口头传播还极大地削弱广告和沟通组合其他元素的效果，同时正面的口头传播可导致只需要不太昂贵的正式沟通计划。

由此可见，太阳律师事务所应加强服务质量管理，以形成良好的口碑。

客户雇佣律师是为了解决他们的法律问题。

对于这种服务，他们唯一的义务就是向律师付费。

客户不会赞扬他们付钱让律师干的事情。

律师收钱要干的事情就是良好的服务。

遗憾的是，很少有客户谈论良好的服务。

良好的服务好似一辆传动装置在空挡上的汽车，哪也去不了。

只有客户认为的杰出服务，才能使口碑营销战略进入高速挡位。

在律师的表现超越客户期望后，才能产生杰出服务。

出于这样或那样的原因，客户会受到眼不见，心不想的心理支配。

因此，律师必须经常与客户联络，向客户表明你经常想着他们。

.....

<<律师服务营销策略的实战演绎>>

编辑推荐

肖胜方、李进一所著的《律师服务营销策略的实战演绎(从太阳到胜伦)》以太阳律师事务所的服务营销策略为引导，对律师服务市场进行分析，以案例讲解分别针对市场细分、目标市场选择、市场定位、市场营销组合分析和服务质量管理等进行了实战演绎。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>