Giovanna Raffaella Stumpo

Marketing e qualità per gli studi legali

Strumenti e modelli per una strategia vincente e per migliorare la *performance*

ISBN 88-7524-096-5

Linea Professionale

:: Contenuti rilevanti

Fornisce

- Linee guida per un primo approccio allo sviluppo del marketing, da parte dello Studio Legale
- Metodi e strategie di comunicazione, marketing e qualità utili a dare impulso alla professione legale
- Strumenti per l'analisi del proprio posizionamento sul mercato e per analisi della concorrenza
- Approcci utili ad una corretta gestione della relazione con il cliente (i.e. conoscerne le esigenze, progettare il servizio secondo le sue aspettative, erogarlo secondo procedure di qualità, verificandone la sua soddisfazione)

Con

- Glossario di Marketing, per una facile comprensione del linguaggio correlato ai temi trattati, da parte del professionista legale
- Sezione Pratico Operativa, con figure, tabelle, esempi e modelli di diretta applicazione in Studio
- Bibliografia commentata, per eventuali approfondimenti
- Testimonianze ed Interviste di Esperti e Responsabili marketing/qualità di prestigiosi Studi Legali italiani e stranieri
- Analisi dell'impatto della normativa Bersani sullo sviluppo della politica di marketing dello Studio Legale.

:: Schema dell'Opera

Presentazione a cura del Presidente del Consiglio dell'Ordine Avvocati di Milano

● Parte I: Introduzione al marketing
- Sezione Pratico Operativa relativa alla Parte I
- Glossario dei termini e delle definizioni di cui alla Parte I

● Parte II: Elementi di marketing nello standard ISO
- Sezione Pratico Operativa relativa alla Parte II
- Glossario dei termini e delle definizioni di cui alla Parte II
- Interviste ad Esperti e Responsabili Qualità di prestigiosi Studi Legali italiani

● Parte III: Marketing dei servizi e strumenti di marketing legale
- Sezione Pratico Operativa relativa alla Parte III
- Glossario dei termini e delle definizioni di cui alla Parte III
- Interviste ad Esperti e Responsabili Marketing di prestigiosi Studi Legali italiani e stranieri

● Addenda: Considerazione sull' impatto del DL n. 223/06 come convertito con la legge n. 248/06 sulla politica di marketing nel settore legale

Bibliografia

:: Profilo dell'Autore

Nata a Bologna nel 1967, Giovanna Raffaella Stumpo è Avvocato in Milano. Editorialista e pubblicista, cura numerose rubriche per riviste specializzate e testate giornalistiche, e collabora con alcune importanti riviste informatiche in rete.

Autrice del primo testo applicativo della norma UNI EN ISO 9001 agli Studi Legali, è Consulente di organizzazione, qualità per gli Studi Legali.

In qualità di *Chairman* e di Responsabile scientifico di iniziative congressuali, convegnistiche e seminariali specifiche per il settore legale, contribuisce alla diffusione della cultura del diritto, su tematiche emergenti e di attualità, con particolare attenzione alle metodologie di organizzazione, gestione, qualità, comunicazione e marketing di pratica applicazione nello Studio Legale.

Per contatti: avv.grstumpo@libero.it