

The background is a solid yellow color. It is decorated with several white, hand-drawn style stars and triangles scattered around the central text box. There are 10 stars and 10 triangles in total, arranged in a roughly circular pattern around the central content.

¡Misión cumplida!

Muchas gracias por haber asistido a la primera sesión.

Ahora tocan los deberes.



Los puntos importantes de la sesión

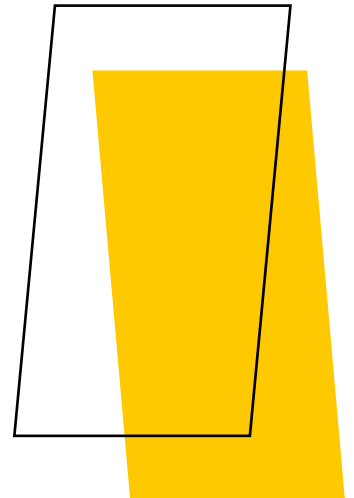
- Entiende el escenario dónde te vas a mover: ¿qué es lo peor que puede pasar si no lo intentas?
- Stop autolimitaciones: la falta de conocimiento se suple estudiando y aprendiendo día a día, y la falta de experiencia con el tiempo. Aprovecha ahora tus recursos y hazlo lo mejor que puedas.
- Sí, claro que tienes recursos: defínelos y encájalos bien en tu plan (tiempo, dinero, conocimiento, contactos...)
- Lo único que necesitas para ser un buen abogado son clientes. Supera sus expectativas, crea una experiencia de usuario única, diferénciate de la competencia.
- La gente compra porque no tiene tiempo, porque no sabe o porque no tiene ganas. O las tres combinadas.
- Aprende a decir que no y a poner el foco en los clientes que te interesan.
- La especialización te ahorrará tiempo y disgustos en el medio plazo, y te facilitará conseguir una red de colaboradores agradecidos.
- No eres barato.
- Esta te la repetimos otra vez porque es importante: no eres barato. Los precios son fáciles de bajar pero difíciles de subir.

- Tu valor lo decides tú, no la competencia ni los clientes.
- Define tus servicios desde lo que ELLOS necesitan, no desde lo que tú ofreces/sabes/tienes.
- Oportunidad de negocio = necesidades del cliente. Resuelve problemas reales.
- Crea soluciones a medida y líneas de acción.
- No te preocupes si hay más nichos: primero vete a por unos, y más tarde, con la experiencia de los primeros, a por los demás. Tienes tiempo.

Las noticias que comentamos ayer.

[Riders de la abogacía](#)

[Estudio del Observatorio](#)





Como validar tu idea: el estudio de mercado casero

Cuando tengas pensado lo que puedes ofrecer o hacer por tus clientes, no te lances a lo loco. Valida primero tu idea siguiendo estos pasos:

1. Busca en internet si existe algo parecido
2. Si no existe, medita bien si estás siendo muy original o si es que nadie está dispuesto a pagar por ello.
3. Define a tu cliente objetivo: que hace, a que se dedica, donde lo encuentras, cuánto dinero gana, en qué redes se mueve.
4. Busca a 10 (en LinkedIn, en tu barrio, y pregúntales directamente si estarían dispuesto a comprar tu servicio/solución/whatever.

(Puedes poner como excusa que estás elaborando un informe sectorial con las necesidades de ese perfil en concreto, y que si te dejan un correo les puedes pasar las conclusiones a las que llegues....)

5. No, lo que opinen tus familiares o amigos no es importante.
6. Valora las respuestas que recibes y diseña una solución adaptada a ellas.

Material complementario que puedes leer.

Abolutamente todo lo que publique en LinkedIn Javier Consuegra, de Sales Planet.

Artículo de [Akme sobre el canvas](#)

[Vídeo: errores comunes en un modelo de negocio](#)

