

品牌是如何做成的 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/485/2021_2022__E5_93_81_E7_89_8C_E6_98_AF_E5_c122_485162.htm 律师事务所的发展关键是志同道合，充分的志同道合，领导和律师之间要有凝聚力，有了上述这些条件，我们的人才才能够得到保障。另外一个关键是管理模式问题。关于管理，曾经有位经济学家做过这样的分类：“亲情、友情、温情、无情”。我觉得，上述分类跟我们律师事务所的管理有相似之处。第一，亲情管理。比如某所的财务、司机是该所主任的亲人或是熟人等等，这种事务所可能发展得很好，但作为品牌律师事务所肯定不行。第二、友情管理。一般来讲就是几个同学、铁哥们之间的合作。如果志不同，肯定道不合。第三、温情管理。律师事务所内个人作用比较明显，个人形象比较突出的律师事务所，在管理中更多给予的是温情。这种律师事务所所有它的可取之处。第四、无情管理。这种管理不讲感情，靠制度进行约束。上述四种管理模式各有利弊，但今天讨论的问题是品牌，所以我觉得选择无情的管理模式，并适当吸收前三种管理模式的优点，尤其是第三种温情管理的优点，可能对我们做品牌律师事务所是一个比较好的选择。我们看到，四川杰成律师事务所通过国际质量体系认证，就是解决本身阻止它发展的问题，采取的方法是我们现在所讲的品牌战略。品牌实际上是一种价值、一种形象、一种战略。当然，律师界的朋友都可以自己去选择，我们不能强求，也不能要求所有的律师事务所都来做品牌。我们也需要一些小型的律师事务所、专业的律师事务所，但是统领律师界发展方向的应当是

品牌律师事务所。所以，在经济全球化的今天，我们更需要考虑如何做一个品牌的律师事务所。我希望2年、3年乃至5年之后的四川杰成律师事务所能成为四川乃至西部、中国一个品牌律师事务所。再过几年，我们一想起杰成的时候，会想起今天的努力，今天的起点，那就是成功的开始。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com