14/09/2021

ECONOMIST&JURIST

Cristina Santabaya Vilela

Marketing y Comunicación Corporativa en LABE Abogados

Anuncios PPC para Despachos de Abogados

> En cada una de esas key words o palabras clave el usuario está en una etapa distinta del funnel de ventas

El **ámbito digital** es el pan de cada día en el **mundo publicitario**. Todos utilizamos la tecnología y nos conectamos a la red en nuestro día a día y, si nos paramos a ver las horas que realmente pasamos conectados, seguramente nos sorprendamos. Es aquí, en el mundo *online*, en donde están los clientes de nuestros despachos. La cuestión es saber encontrarlos, ese ***meeting point* en el que podamos ofrecerles las soluciones a sus problemas**. Existen muchas formas en el espectro que abarca el marketing digital de llegar a los usuarios potencialmente interesados en nuestros servicios; una de ellas es el **PPC o pago por clic**.

El PPC es realmente interesante porque es una manera de atraer visitantes a nuestro sitio web pagando una cantidad de dinero únicamente cuando el usuario hace clic en alguno de nuestros anuncios. Al hacer clic en estos, se redirigen a una *landing*. Por ejemplo, si buscamos en Google ***"abogados divorcios"*** y vemos un anuncio en el que un despacho de abogados ofrece sus servicios profesionales para llevar este tipo de asuntos, **al despacho no le costará dinero a menos que el usuario haga clic en ese anuncio**, que lo redirigirá a la web del despacho en cuestión y, particularmente, a ...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |