03/02/2022

ECONOMIST&JURIST

Sandra Picó

Especialista en comunicación y marketing digital jurídico y directora de Sandra Picó Comunicación

Los despachos apuestan por la información en la era Covid

Cada vez son más las empresas que deciden implantar una **estrategia de marketing digital**. En el caso del sector jurídico, esta forma de captación de clientes ha tardado más en introducirse de forma sólida que en otros negocios de servicios. No obstante, en los últimos tiempos, ante la necesidad de hacerse más visibles desde que comenzó la pandemia, los despachos de abogados han decido apostar por la **tecnología y el marketing digital** para mejorar su forma de trabajo y conseguir captar nuevos clientes a través del mundo *online*.

El cambio en la comunicación digital

Cuando empezó la pandemia, todavía no existía una conciencia colectiva sobre lo importante que era la tecnología en el día a día. Sin embargo, esta percepción cambió cuando se decretó el Estado de Alarma. A consecuencia de esta nueva situación, surgieron una gran cantidad de casos a resolver por los despachos de abogados. De forma que, como las restricciones imposibilitaban la comunicación de forma presencial en los bufetes, **se de** ...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |