12/09/2016

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Guía rápida para posicionar un despacho de abogados en google

SUMARIO:

-Estrategia antes que acción

-Primer pilar: el sitio web, el epicentro de tu estrategia de posicionamiento on line

-Segundo pilar: el blog corporativo del despacho, columna vertebral de la reputación de la firma y los profesionales

-Tercer pilar: las redes sociales, el altavoz necesario

-Cuarto pilar: las campañas de e-mail marketing, invitaciones a la acción y el recuerdo

-Las acciones básicas de una estrategia de posicionamiento

Por María Jesús González-Espejo. Experta en marketing de abogados y socia directora de www.Emprendelaw.com

Daniel Bermejo. Periodista y gestor de proyectos de www.Emprendelaw.com

El éxito comercial de un despacho de abogados ya no depende únicamente de su prestigio o del boca a oreja (que sigue siendo, a pesar de todo, el sistema más importante para captar clientes con que cuenta un abogado, debido sobre todo a que esta profesión se basa en la confianza que el profesional genera en su cliente de tener los conocimientos y experiencia necesarios para resolve ...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |