01/06/2017

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Claves para aumentar la audiencia del despacho de abogados en Redes Sociales con el Engagement

Por Daniel Bermejo. Periodista y colaborador de Emprendelaw

María Jesús González-Espejo. Socia Directora de Emprendelaw y Socia Fundadora del Instituto de Innovación Legal

SUMARIO:

1. Misión, visión y valores compartidos por el equipo
2. Trazar una estrategia que defina unos objetivos específicos, concretos, medibles y alcanzables:
3. Capacidades del equipo:
4. Análisis de resultados y actuar en consecuencia

El posicionamiento de la marca de un despacho de abogados no es sencillo. Exige años de esfuerzo y mucha estrategia detrás. Cuando se pusieron en marcha las primeras redes sociales, fueron muchos los abogados que inicialmente las rechazaron. Vieron que estar presente en ellas podría generarles más riesgos que ventajas y, en consecuencia, casi todos, decidieron que simplemente no les convenía estar.

Sin embargo, con el tiempo, el no estar comenzó a significar más un no ser, pues ninguno podía evitar que se hablara sobre ellos o subieran contenidos y fotografías. De este modo, poco a poco fu...

SUSCRÍBETE > para una conversión completa a PDF |