01/02/2009

ECONOMIST&JURIST

Redacción

Contenidos web.El blog en la comunicación empresarial

Las herramientas sociales pueden incrementar la visibilidad y mejorar nuestro posicionamiento en Internet. El blog corporativo, el producto estrella de la web 2.0, puede ser nuestro mejor aliado para conseguir este propósito.

La naturaleza de Internet exige transparencia, participación, modernidad y contenidos de calidad que se adapten a las necesidades de los usuarios. Para conseguir cumplir con estos requisitos y que nuestra presencia en la red sea beneficiosa para el despacho, podemos acudir a las herramientas sociales, y en especial, al blog corporativo.

El blog corporativo es complementario a nuestro sitio web y permite la comunicación directa con los clientes, los colaboradores y/o los empleados. Es un medio muy útil para publicitarse en la red y difundir la cultura corporativa del despacho. En este sentido, el blog se convierte en un generador de contenidos y puede erigirse como referente informativo en el sector jurídico, tanto para clientes como para usuarios de la red.

Sin emba

...

SUSCRÍBETE para una conversión completa a PDF