

Client Link de Lefebvre, la herramienta de marketing online para alcanzar la transformación digital en los negocios

Internet ha cambiado la forma en la que negocios, empresas y marcas se conectan con su cliente o cómo desarrollan y ponen en marcha sus estrategias de marketing para promocionar sus productos y servicios. Con motivo del Día Mundial de Internet, Lefebvre ofrece Client Link, una herramienta para sacar el máximo rendimiento a esta tecnología. Se trata de una solución de Marketing y Comunicación para mejorar la imagen de los despachos y asesorías y conseguir nuevos clientes

No cabe duda de que Internet ha revolucionado a las empresas proporcionando acceso a una audiencia global, permitiendo la segmentación y personalización de mensajes, facilitando la medición y el análisis o brindando una retroalimentación con los clientes. Asimismo, ha cambiado la forma en la que los negocios, empresas y marcas se conectan con su cliente o cómo desarrollan y ponen en marcha sus estrategias de marketing para promocionar sus productos y servicios.

Mantener una buena comunicación con los clientes es imprescindible para fidelizarlos y hacer que el negocio crezca. Ante todas estas posibilidades, Lefebvre, proveedor de software y contenido jurídico líder en España, y coincidiendo con el Día Mundial de Internet, que se celebra el próximo 17 de mayo, ofrece la herramienta digital Client Link con el fin de sacar el máximo rendimiento de esta tecnología. Se trata de una solución de Marketing y Comunicación para mejorar la imagen de los despachos y asesorías profesionales y conseguir nuevos clientes ofreciéndoles información de alto valor para sus negocios. A través de la integración y creación de contenido de la web de cada empresa o la creación de una nueva, segura y adaptada, se pueden poner en práctica una estrategia de marketing propia.

¿Qué beneficios tiene esta herramienta?

Client Link ofrece novedades que pueden afectar al funcionamiento de la actividad de las empresas, herramientas de gran utilidad, calendarios que advierten del vencimiento de obligaciones y contenidos siempre actualizados. Se trata de información adaptada que puede afectar a las pymes que se asesoran. Los expertos de Lefebvre se encargan de crear una web propia con los últimos estándares de diseño y estabilidad. Estos son algunos de los beneficios que esta herramienta ofrece a diferentes empresas:

Imagen de marca: crea y mejora la marca digital. Hoy en día la marca e imagen digital es clave para los negocios. En muchas ocasiones, la presencia en redes sociales o la imagen que desprenda la web pueden ser decisivas para que un posible cliente se decida a ponerse en contacto con la empresa o lo haga con la competencia. Cada vez tiene menos peso la captación de nuevos clientes a través de las recomendaciones o incluso en esos casos, los usuarios verifican la presencia online del Despacho antes de dar el paso y contactar. En ese sentido, cómo se presente una empresa a través de la web es clave.

Fidelización: ofrece a los clientes un servicio de asesoramiento diferencial y de valor, manteniéndoles

informados de las principales novedades que afectan a su negocio, con contenidos adaptados y como si fueran propios.

Captación de clientes: consigue nuevas oportunidades a través del canal online. La inclusión de formularios de captación, envío de Newsletter, implantación de WhatsApp en la web o la presencia de contenidos privados, pueden ayudar a aumentar las solicitudes de contacto y consultas.

Comunicación: es fundamental estar cerca de los clientes o potenciales clientes: conocer qué información es de su interés, trasladarles los casos de éxito y evoluciones del Despacho o promocionar nuevas líneas de asesoramiento o mejoras en el mismo. La posibilidad de poder gestionar y crear Newsletter hace que la comunicación sea permanente, sencilla y personalizada.

Contenido: incluir periódicamente publicaciones en la página web permite aportar un valor diferencial a los clientes y a aquellos que la visiten, además de transmitir una imagen de rigor jurídico y actualidad.

Digitalización: crear grupos propios de clientes en función de su tipología, necesidades, modo de asesoramiento, sector de actividad o cómo se considere más adecuado. Además, se pueden definir las etapas de ventas, de manera que cuando se tenga que realizar un seguimiento adecuado y ejecutar diferentes acciones para cada uno de ellos, ayuden de una manera ordenada y sistematizada a crecer en el negocio.

Datos de contacto:

Carmela
Lefebvre
622186165

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Programación](#) [Madrid](#) [Recursos humanos](#)
[Innovación](#) [Tecnológica](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>