

Client Link ofrece una guía completa para abogados y gestorías en LinkedIn: Cómo captar más clientes

Hoy en día la comunicación digital ha influenciado la estrategia de marketing y la gestión administrativa en los despachos de abogados y gestorías de manera significativa. Las redes sociales se han convertido en un excelente medio para lograr la visibilidad y notoriedad. Esto también ha permitido crear y reforzar un vínculo entre las empresas, sus empleadores y principalmente sus clientes

Se sabe que existen diferentes canales online para hacer llegar la oferta comercial y de servicios, algunas han tomado más fuerza que otras de acuerdo a su objetivo final. Entre ellos está LinkedIn, una herramienta digital que se ha vuelto de vital importancia, no solo para la búsqueda de empleo, sino también para la comunicación de cualquier tipo de empresa, sin importar su tamaño; pequeña, mediana o grande.

Es importante saber que para el buen uso de LinkedIn, el usuario debe enfocarse en diferentes elementos basados en el diseño del perfil de la persona o del negocio. En este artículo se comentan algunos de ellos como:

Titular: El cual ayuda a poder conectar inmediatamente con los clientes llamando su atención desde la primera vista al estar revisando el perfil. Por ejemplo, un perfil de despachos de abogados puede poner en su titular: Abogada / Especialista en derecho familiar / Compliance.

Foto de perfil: En este elemento, a pesar de ser un poco obvio, debe prestarse mucha atención ya que en muchos estudios se han comprobado que la primera impresión de algo o de alguien puede llevar al éxito o a la derrota. Por lo tanto, la foto debe ser profesional, reciente y que transmita lo que se desea. En el caso de un negocio o despacho es recomendable poner el logo de la empresa para que los clientes puedan reconocer y contactar en la red social.

Experiencia profesional: En este apartado es importante nombrar el área geográfica de influencia, proyectos y logros en los que está implicado, así como elementos los cuales puedan ser llamados a la acción.

Destacados: En esta parte es muy importante compartir contenido útil para los usuarios objetivos, y que estos ayuden a comunicar qué valor se puede aportar. Por ejemplo: una página web, testimonios de clientes, casos de éxito, catálogo de servicios o productos, así como también puede incluir otro contenido creado en otra red social como videos de YouTube.

Acerca de: En esta sección, es recomendable que además de hablar sobre los puestos que se han ocupado o enumerar sus áreas de especialización, se debe describir cómo puede ayudar a su público objetivo, ¿Qué beneficios proporciona? ¿Por qué deberían seguir leyendo? Continuando con el

ejemplo de un despacho de abogados, esto puede dirigirse a ¿qué tipo de cliente objetivo su negocio está buscando? ¿Cuáles han sido los principales beneficios de los servicios de los abogados de este dicho despacho que pueden diferenciar a otros?

Recomendaciones: En esta última sección es importante poder ingresar el nombre del contacto al que se le quiere pedir la recomendación. Esto aportará mucho valor al perfil ya sea personal o empresarial.

Se debe recordar que además de tener estos elementos en el perfil, lo importante es crear contenido y comenzar a estar activo posteando noticias del negocio. No importa qué enfoque se tenga al estar utilizando LinkedIn, si se quiere conseguir trabajo, construir una marca personal o atraer clientes a un negocio, lo más importante es publicar. De lo contrario, nunca se podrá ser visible y no llegarán los clientes que se deseen a la empresa.

También es importante reconocer que este contenido debe ser de calidad, inteligente y atractivo para las personas. Se puede realizar desde publicaciones cortas como noticias y videos hasta contenido largo artículos. Solo se debe recordar que este debe aportar valor. Una gran estrategia es poder pensar como todo usuario o si se tiene un negocio, se debe imaginar como un cliente de la misma empresa y pensar como ellos así se podrá tener ideas de cómo poder crear contenido clave para ellos.

A continuación se comparten algunos ejemplos de especialistas del derecho y la gestión de empresas con presencia online:

<https://www.fisper-asesores.com/>- Despacho especialista en asesoramiento profesional y personalizada en Madrid.

<https://estudiocontable.es/>- Despacho especialista en el ámbito fiscal, laboral y contable en Madrid.

<https://adsuarabogados.es/>- Especializados en servicios legales a empresas en Castellón.

<https://www.estebanasesores.es/>- Despacho de abogados con asesoría online.

<https://aaglobalnetworkservices.es/>- Despacho de abogados con gestion administrativa en Barcelona

<http://www.asesoriaalbaladejo.com/>- Asesoría laboral en Murcia.

<https://www.versus-abogados.com/>- Firma de abogados que ofrece asesorías y servicios jurídicos en Santa Cruz de Tenerife.

<http://elisarosselloabogados.com/>-Equipo jurídico con asesoramiento en diferentes áreas en Islas Baleares.

<https://www.pilarramon.es/>- Asesoramiento integral de pequeñas y grandes empresas en León.

<https://www.angelachovaabogado.es/>- Especialista en Derecho Bancario en Valencia.

<https://masquerolabogados.com/>- Asesores legales en diferentes áreas en Valencia.

www.susannacane.com/- Especialistas en Análisis de Viabilidad y Procesos en Girona.

<http://www.medina-chico.com/>- Despacho de abogados en derecho penal, familia y jurisdicción civil en Bilbao.

<https://www.jsoaresabogadopenalista.es/>- Especialista en derecho penal, penitenciario y familiar en Bilbao.

Client Link es la solución completa para la gestión de despachos online.

Leer más información sobre la solución online de Client Link.

Datos de contacto:

Cesar Martin
627524218

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

Categorías: [Nacional](#) [Derecho](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>