

1 PROGRAMA

Marketing digital y uso de las redes sociales para despachos de abogados

Ponente: Mónica Salvador Rodríguez

Hace algunos años, para obtener clientes, bastaba con el boca a boca. Hoy en día tenemos un mercado inmenso a un click, pero hay que saber conectar con ese mercado.

El poder de las redes sociales es tremendo, y lograr visibilizar un negocio o marca personal depende, en gran parte, de ese mismo poder.

El reto para los abogados está en usar correctamente las redes sociales apropiadas para encontrar, conectar y por último vender a su cliente ideal.

Con este taller se pretende:

1. **Aportar al abogado** una formación que le permita usar las redes sociales con profesionalidad
2. **Reducir los costes** optimizando la comunicación con los clientes.
3. **Aumentar la competitividad** y por lo tanto diferenciarse y distanciarse en positivo de la competencia.
4. **Aumentar la visibilidad** de la firma y la conexión con su público objetivo
5. **Mejorar sustancialmente la reputación** y conseguir que los usuarios sean los valederos de esa reputación convirtiéndolos en prescriptores de la marca.

Contenidos del programa (2 h):

Metodología: Práctico y se les hará el contenido del taller

Parte I: Introducción a las redes sociales

Reflexionaremos el papel de las redes sociales en la relación con el cliente y la fidelización del mismo

Configuración, trucos y forma de trabajar las siguientes redes sociales

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- Marketing de contenidos
- Herramientas para facilitar la gestión de las redes sociales

Evaluación de satisfacción Al finalizar la formación, se compartirá un código bidi con acceso a una encuesta de satisfacción

Espacio formativo: Online (zoom proporcionado por la entidad)