**Marketing prawniczy - content marketing dla branż, które nie mogą się reklamować**

**Obecność firmy w mediach to dziś konieczność. Narastająca konkurencja oraz wzrost wymagań klienta sprawiają, że przedsiębiorstwa walczą, aby wyróżnić się na rynku i przyciągnąć odbiorców.**

Obecność firmy w mediach to dziś konieczność. Narastająca konkurencja oraz wzrost wymagań klienta sprawiają, że przedsiębiorstwa walczą, aby wyróżnić się na rynku i przyciągnąć odbiorców. Są jednak branże, w których promocja nie jest dozwolona i akceptowana przez społeczeństwo. Przykładem może być działalność prawnicza, silnie nadzorowana przez regulacje i przepisy. Jak budować markę silnie zakorzenioną w świadomości odbiorców? Na czym polega marketing prawniczy? Sprawdź, jak skutecznie zaistnieć w sieci.

**Content dla prawa**

Budowanie wizerunku marki to proces długotrwały, wymagający odpowiedniego planu działania i zaangażowania. Jest to szczególnie trudne zadanie w takich branżach, jak prawnicza, gdzie obowiązuje zakaz reklamowania działalności i usług kancelarii. Standardowe metody promocji nie wchodzą tutaj w grę. Co więc pozostaje? Odpowiedzią, będącą trafną propozycją dla kancelarii, staje się coraz bardziej popularny content marketing.

**Marketing prawniczy w praktyce**

Jeżeli zastanawiasz się, jakie formy dozwolonej promocji wykorzystać w procesie budowania wizerunku swojej kancelarii, skorzystaj z bloga eksperckiego. Stwarza on szansę nawiązania kontaktu zarówno z potencjalnymi klientami, jak i specjalistami w dziedzinie. Za jego pośrednictwem możesz dzielić się branżowymi nowinkami, tworzyć oraz udostępniać prawnicze artykuły albo pokusić się o forum, na którym będziesz wspierał radami i fachową opinią swoich czytelników. To doskonałe narzędzie pozwalające na biznesową komunikację z otoczeniem firmy. Pamiętaj jednak o swoim targecie.

Warto zadbać, aby publikowane na blogu treści pasowały do potrzeb klientów, wprost odpowiadały na nurtujące ich dylematy i były pisane w przystępnym, zrozumiałym - nawet dla niezorientowanego w temacie czytelnika - języku. Budowanie relacji oparte na dogłębnym poznaniu klientów to klucz do sukcesu. Warto zachęcać czytelników do dzielenia się swoimi przemyśleniami na dany temat. Wchodzenie w interakcję to szansa na tworzenie wartościowych stosunków.

**Internetowy marketing prawniczy, czyli dlaczego warto być “e-”?**

Prowadzenie branżowego bloga to jedno, jednak warto też korzystać z najnowszych trendów marketingowych. Przykładem są webinaria, czyli spotkania specjalista-odbiorcy prowadzone w trybie online. Dzięki tej formie nawiążesz bezpośredni kontakt z wieloma potencjalnymi klientami jednocześnie, dając im szansę na rozwianie nurtujących ich wątpliwości. Tego typu działania budują zaufanie i pozwalają wyróżnić się na tle konkurencji. Ponadto, są niezwykle efektywne.

Możesz także pokusić się o zaprojektowanie elektronicznego poradnika, który pozwoli czytelnikom zdobyć początkową wiedzę na dany temat i zachęci do dalszego jej pogłębienia przy współpracy z Tobą. Zakładka FAQ również może być tu niezwykle pomocna. W celu usprawnienia kontaktu, warto także dodać opcję komunikacji za pośrednictwem elektronicznego formularza.

**Personal branding - to się sprawdza!**

Aby zdobyć zaufanie klienta należy dbać o budowanie wizerunku nie tylko samej kancelarii, lecz także - a nawet przede wszystkim - jej pracowników. Prawnik to przecież zawód zaufania publicznego, stąd tak istotna jest nienaganna prezentacja - również w mediach. Dlatego też rozważ umieszczenie na stronie internetowej kancelarii zdjęć całego zespołu tworzącego firmę. Możesz pokusić się o krótki opis prawników i ich specjalizacji. Zwykle ufamy bowiem tym, o których wiemy nieco więcej.

**Buduj zaufanie profesjonalnym przekazem**

Marketing prawniczy jest możliwy, jednakże kluczowa jest tutaj znajomość granic i dobrego smaku. Sposobność, jaką stwarza Internet jest szansą także dla branż o ograniczonych wariantach promocji. Content marketing to idealna opcja dla tego typu firm. Dbając o profesjonalną treść w sieci umożliwisz budowanie zaufania i przyciągniesz potencjalnych klientów.

Chcesz wiedzieć więcej?

Napisz do nas: kontakt@conture.pl