



El postureo en redes sociales desprestigia a tu despacho

La competencia en el sector jurídica está en auge y los despachos necesitan **adaptar sus modelos de negocio** a la nueva realidad tecnológica, acudiendo al uso de fórmulas que antes eran características de otros nichos de mercado.

Hoy en día son muchos los despachos de abogados que han decidido aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología para darse a conocer y mostrar sus proyectos de manera diaria en la web, ya sea creando su propia página o cuentas de la firma legal en diversas [redes sociales](#).

Los elementos visuales que determinen estos espacios digitales son muy importantes a tener en cuenta para atraer al público, como la estructura estética, el nombre, los colores corporativos, el logotipo, las fotografías o las creatividades gráficas. Pero a veces minimizan **el sello que realmente atribuye la calidad y distinción competitiva de su bufete: el contenido**.

El contenido que comparten en las redes sociales y en su página oficial **estará determinado por el tipo de audiencia** que desean tener pues, no es lo mismo publicar información para público del sector jurídico que compartir información con el objetivo de atraer a un público que no pertenece al nicho del mercado legal. Por ello es importante que la estrategia general del desp ...