



La mejor estrategia para las campañas de pago de marketing jurídico

Aunque internet ha abierto un mundo de posibilidades en cuestiones de marketing, la competencia aumenta exponencialmente y las posibilidades de aparecer entre los primeros resultados han disminuido. Así, a diferencia de lo que ocurría hace unos años, en la actualidad el contenido de calidad ha dejado de ser suficiente y actualizar de manera constante una página web no garantiza un número de visitas elevado.

Por ello, es importante tener en cuenta que cada vez existe un mayor número de canales, audiencias y usuarios cualificados a los que poder dirigirnos con la publicidad online, pero el mensaje debe ser claro, sencillo y, sobre todo, con una dirección estudiada de antemano.

SEM: qué es y cómo elaborar una campaña

A diferencia del posicionamiento SEO, que es gratuito y largo plazo, el **posicionamiento SEM** (*Search Engine Marketing*) es el conjunto de acciones que, mediante campañas publicitarias de pago, se llevan a cabo para obtener un **aumento de los resultados deseados** a corto y medio plazo.

Dependiendo del producto o servicio ofertado, nos dirigiremos hacia un público determinado (Foto: Economist & Jurist)

En realidad, los negocios digitales, especialmente aquellos en los que la información es sumamente valiosa (como el sector jurídico) combinan ambas estrategias. Pese a ello, la elaboración de una campaña SEM no es una tarea tan sencilla como muchos usuarios creen. As? ...