



## La importancia de Internet para Abogados

Cuando hablamos de Internet todos sabemos que las consultas a las bases de datos jurídicas online es ya algo habitual para los abogados. Internet ha cambiado radicalmente las formas de trabajar en este sentido.

La misma transformación ha llegado a los clientes que en su gran mayoría están conectados a Internet y solo están a un click de los bufetes, de todos los bufetes. De allí la importancia que tiene Internet para abogados. Si un cliente es referido a un despacho por el boca a boca podemos presumir que en un momento de conexión intentará mirar la Web del bufete para ver con quien va a tratar.

Con lo que concluimos: ¡Hay que estar en Internet! Hay que estar en Internet para que los clientes potenciales nos vean y para poder promocionar el bufete ante la gran cantidad de internautas que buscan abogados. Si analizamos las búsquedas de los usuarios vemos enseguida que lo más frecuente suele ser buscar abogado y la localidad.

‘Abogado divorcio Alcalá’ puede ser la secuencia que se buscaría en caso de necesitar un abogado matrimonialista. Cada lector puede realizar la búsqueda y analizar el resultado.

El autor al realizar la consulta no se podía creer que sólo haya un bufete propiamente de Alcalá que se dedique a asesorar en materia de divorcios. ¿Y los demás? Los que no están o están mal porque nos se les encuentran habrán perdido la oportunidad de contactar con un nuevo cliente.

Podemos repetir el ejercicio con «*abogado penalista Alcalá*» y no mejoraremos nuestra impresión inicial. El negocio de nuevos clientes pasa de largo por nosotros. Nuestra estrategia de presencia en Internet debería comprender dos pasos: hacer una página Web y hacerla visible. Quizás lo primero sea lo más fácil dada la gran oferta de servicios que pueda haber en éste terreno. Sin embargo el diseño y concepción de la Web del bufete es luego muy determinante que se nos encuentre en los buscadores.

Una página Web debería cumplir con cuatro normas básicas. Ofrecer una imagen lo más real del bufete, ser autentico, porque un cliente que luego en una visita no encuentre lo mismo que se ha imaginado, se sentirá defraudado y la relación de confianza se habrá quebrado.

Nuestra página debería ser fácil y clara. Los clientes deberían entender el significado de los apartados y la información ofrecida debe ser concisa y bien redactada. La estructura debe permitir que en tres o cuatro clicks se encuentre lo que interesa. Al contrario el cliente abandona nuestro despacho virtual y no volverá.

La orientación hacia el cliente es conjuntamente con la actualización de la Web el factor decisivo para convencer a los visitantes a ponerse en contacto con nosotros. Si ofrecemos información sobre lo que sabemos hacer de forma comprensible y encima es información actual damos ésta imagen de competente y al día que espera cualquiera de su abogado.

A éstos cuatro requisitos podemos añadir ya criterios más técnicos como ser fácil para los buscadores, tener la posibilidad de estudiar como nos encuentran los internautas a través de estadísticas y la perfecta programación de los encabezados de las diferentes páginas.

Cumpliendo con esta base, estaremos visibles para los buscadores y podemos enfrentarnos a mejorar la posición de nuestro escaparate virtual.

Si bien hay auténticos magos que nos prometen estar en los primeros puestos de los buscadores, nuestra experiencia nos indica que no hay semejantes milagros. La posición en buscadores es un trabajo constante, muy relacionado con el contenido y la estructura de nuestra Web y como y cuando actualizamos los contenidos.

Más eficaz y al mismo tiempo mejora la posición en buscadores es darnos de alta en directorios del sector. Hay gratuitos y de pago. Ambas posibilidades nos valdrán para generar ‘links’ hacia nuestra Web. Si pagamos deberíamos asegurarnos que el directorio nos abre una ficha que sería como otra Web de una página y que también estaría expuesto en los buscadores, con la gran ventaja que el dominio del directorio recibirá muchas más visitas que nuestra propia Web y estará más alto en los buscadores.

Y finalmente tenemos el servicio de colocar anuncios a través de los buscadores. Campañas en éste sentido deben tener un presupuesto muy cerrado y definido también en su duración para no gastarnos inadvertidamente unos recursos ya de por si escasos. Deberíamos antes de poner un anuncio analizar bien como se anuncia la competencia y quienes son. Algunas horas de surfear bastarán para elaborar un criterio básico.

En resumidas cuentas: ¡Hay que estar en Internet, pero hay que estar bien! □

POR HANS BÖCK, DIRECTOR DE LAWYERPRESS.COM