

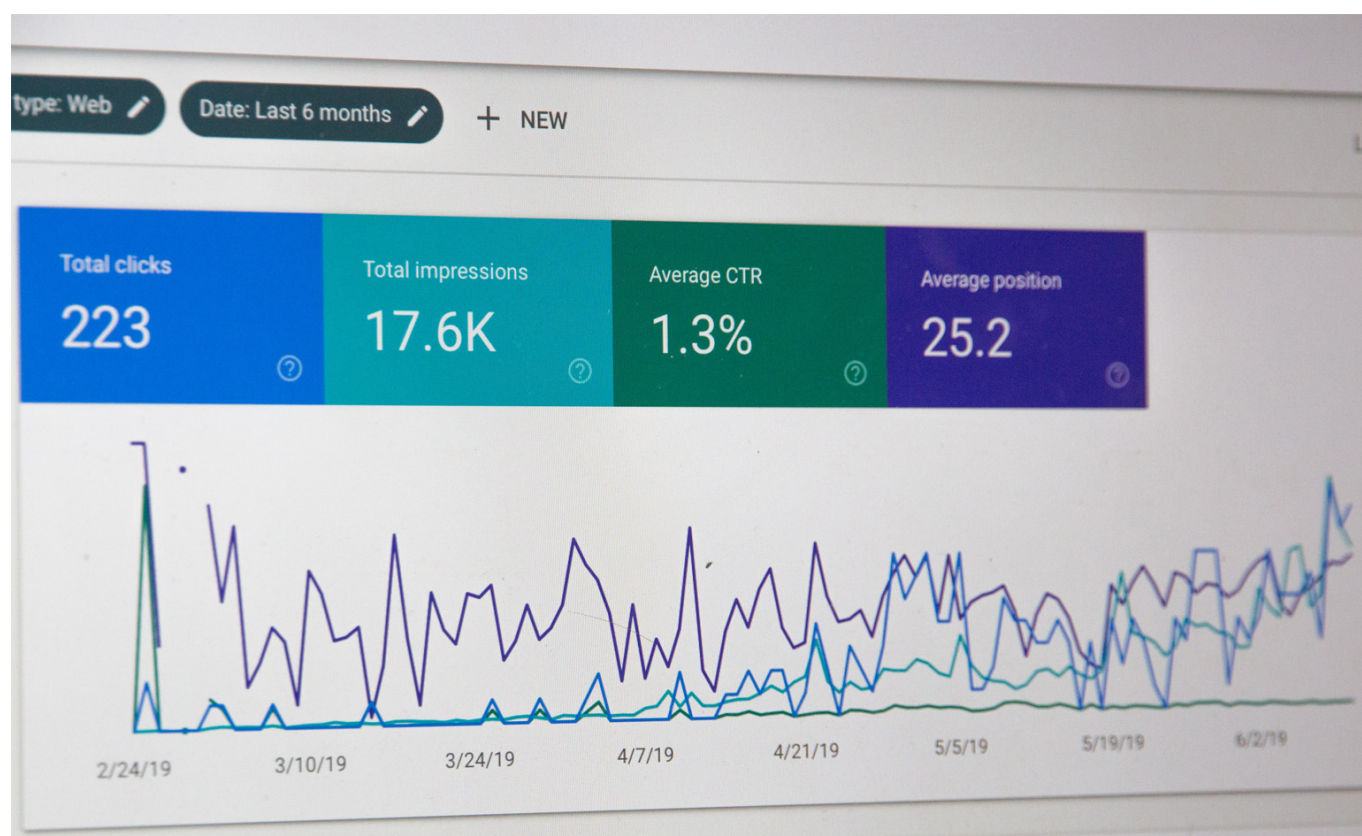
Quando se trata da advocacia, nem todos os tipos de marketing de conteúdo funcionarão para o seu negócio ou [serão adequados na prospecção de clientes](#).

Sendo assim, o texto se destina a apresentar as melhores formas de uso do **marketing de conteúdo** na advocacia.

Primeiramente, o marketing de conteúdo consiste na criação e distribuição de **conteúdo relevante**, sejam eles em formato de vídeos, fotos ou textos.

Em uma era digital, empresas e marcas estão encontrando novas maneiras de se envolver com seus clientes, ao mesmo tempo em que os mantêm leais a seus produtos e serviços.

A MUDANÇA NA RELAÇÃO COM O CLIENTE



Os clientes querem se engajar em um mundo digital e interativo alinhado com as tendências que se identificam.

Nesse sentido, o movimento atual consiste em substituir seu cartão de fidelidade por uma

estratégia de marketing, usualmente realizada através de redes sociais, plataformas fundamentais para alcançar um público diverso.

Dessa forma, ao oferecer aos clientes conteúdo educativo e de qualidade, eles são mais propensos a compartilhar isso com seus colegas, amigos e familiares, abrindo espaço para novos clientes.

É essencial criar engajamento com seus clientes e mercado de modo geral, em um momento de concorrência acirrada.

Uma maneira eficaz de conseguir isso é através do marketing de conteúdo, uma vez que ele é capaz de oferecer às empresas a oportunidade de obter insights valiosos a partir da **transmissão de conhecimento** confiável.

Com uma mistura de conteúdo visual e de texto, o esse tipo de marketing pode incluir qualquer uma das seguintes características:

- Infográficos
- Boletins
- Blogs
- Vídeos
- Estudos de caso

Além disso, o marketing pode conter conteúdos de vários tipos, os quais são utilizados para captação de clientes, principalmente quando compartilhados por outros clientes, chamados de “defensores”.

CONTEÚDO INFORMATIVO

Esse conteúdo se relaciona com as novas formas de publicidade, onde a informação é um aspecto crucial do cotidiano, e tem sido disponibilizada em formato rápido e direto.

Entretanto, essa mesma rapidez dificulta o momento de **procurar informações relevantes** considerando o volume de novos conteúdos a cada minuto.

Nesse caso, os escritórios podem desenvolver esse conteúdo realizando um levantamento preliminar dos avanços do setor, bem como medindo as preferências de seus clientes.

CONTEÚDO ORIENTADO AO MARKETING

[As campanhas de marketing são os principais impulsionadores do sucesso dos negócios.](#) No entanto, uma estratégia de conteúdo eficaz é ímpar para em busca de um maior retorno sobre o investimento.

Para incentivar os clientes aumentando o engajamento, os escritórios devem incutir o senso de valor, transparência e confiança entre clientes que compartilham seus conteúdos, buscando a fidelidade.

CONTEÚDO DE SOBRE O PRODUTO E A PRESTAÇÃO DE SERVIÇO

Os funcionários são as melhores pessoas para conhecer os produtos e serviços de uma empresa ou escritório, pois estão envolvidos em todas as etapas do desenvolvimento.

Nesse sentido, seus fortes conhecimentos e demonstrações acerca da criação dos produtos podem criar uma imagem positiva para os potenciais clientes.

Nesse sentido, os contratos de advocacia gerados pela criação de conteúdo e compartilhamento de informações por clientes apresentam maior tempo de vida.

Em conclusão, estas são algumas estratégias sobre o **marketing de conteúdo** na advocacia. [Continue acompanhando nosso blog e siga nosso Instagram para mais conteúdos.](#)