PROMOZIONE AVVOCATO

UN LAVORO DI:
PROMOZIONE AVVOCATO

LE 10 STRATEGIE VINCENTI PER RIEMPIRE L'AGENDA DI APPUNTAMENTI DI CLIENTI DI QUALITA'

Introduzione

Ciao Avvocato!

Se hai scaricato questo ebook, molto probabilmente sei interessato ad attrarre clienti di estrema qualità e perché vuoi riempire la tua agenda di appuntamenti.

Esistono diverse strategie pratiche che ti spiegheremo passo a passo per attrarre e convertire l'utente in appuntamento.

Devi sapere caro Avvocato che, in particolare sul web, le persone prima di decidere si informano.

Se ci fai caso, anche tu prima di scegliere di acquistare un prodotto o di scegliere un servizio ti sei prima informato.

Dopo che ti sei informato, hai agito!

E dove si informano in genere le persone?
Su internet!

Ed è su internet che dovrai informare i tuoi clienti e potenziali dell'esistenza del tuo studio legale.

Ed è attraverso i contenuti che i tuoi clienti si devono prima di tutto informare.

Introduzione

I clienti prima di tutto si informano da te (attraverso una serie di contenuti: articoli, video e immagini), poi ti contattano.

Su internet vedo che viene a mancare molte volte questo passaggio.
Prima di proporgli una consulenza, offrire sempre un contenuto di valore (può essere un ebook, un pdf, un video ecc.)

Dopo che il potenziale cliente ha consumato un tuo contenuto di valore, ti contatterà.

E non sarà il classico cliente che “chiede un preventivo” e “ti farà sapere” ma sarà un ottimo cliente di qualità altamente profilato.

Profilato perché prima di averti contattato per prenotare un appuntamento, ha consumato i tuoi contenuti.

E questo fa tutta la differenza del mondo.

Ora sei pronto/a a scoprire quali sono le 10 strategie vincenti per riempire l’agenda di appuntamenti altamente profilati.

Ma prima di scoprire le 10 strategie, lascia che mi presenti.

Sono Matteo di Promozione Avvocato e da quasi 10 anni mi occupo di marketing legale.

Introduzione

Oltre 11.000 avvocati ci seguono ormai
sui nostri vari canali di comunicazione.
Siamo ormai una grande famiglia
proveniente da tutta Italia

Nell'immagine qui sotto è dove risiedono i tuoi colleghi
nostri studenti e clienti

All'interno di questo link https://promozioneavvocato.it/chi-siamo/ puoi scoprire chi siamo.

Mentre digitando https://promozioneavvocato.it/testimonianze/ puoi guardare e leggere le decide e decine di testimonianze che ci hanno lasciato i tuoi colleghi Avvocati.

Ne abbiamo tantissime e questo fatto ci fa enorme piacere!

Introduzione

Siamo inoltre gli ideatori dei 3 manuali di marketing legali più letti d'Italia:

- Il Protocollo dell'Avvocato Digitale
- Marketing Legal Campaign
- I 7 Pilastri del Marketing Legale

Siamo i creatori del corso Avvocato Specialista (1° ed unico corso in Italia che ti aiuta a distinguersi nell'affollato mercato legale) e del corso Protocollo Legale (Il 1° ed unico Corso in Italia per Avvocati che vogliono digitalizzare con successo il proprio studio legale)

Siamo i padri del Posizionamento Legale in Italia e i creatori degli ormai famosi "brand legali"

Avendo aiutato centinaia di Avvocati Italiani, conosciamo il mercato legale meglio di chiunque altro e sappiamo quindi indicare ad ogni Avvocato il giusto percorso da intraprendere per raggiungere l'eccellenza.

Ma ora bando alla ciance, passiamo alle 10 strategie vincenti per riempire finalmente l'agenda di nuovi appuntamenti di clienti altamente profilati.

Sei pronta e pronto Avvocato?

STRATEGIA VINCENTE N.1
AVERE UN BLOG

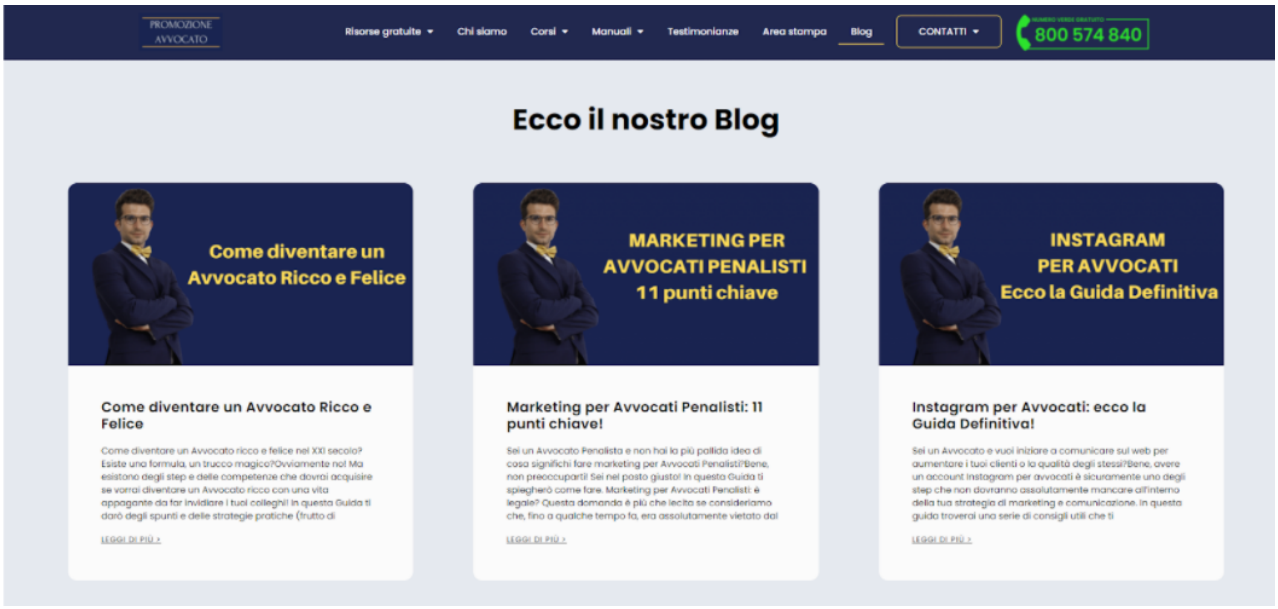
Partiamo dalla prima strategia vincente.
Cos'è un blog e perché dovresti averne uno.

Il blog è in genere un piccolo contenitore che puoi inserire all'interno del tuo sito.
All'interno del tuo blog, potrai inserire tutti gli articoli (di blog, appunto) che vorrai.

Il blog in genere lo trovi nella parte destra del menù di un sito web.
Per farti capire meglio dove trovarlo, ho screenshottato la homepage del sito di Promozione Avvocato

Come ti dicevo, all'interno del blog potrai inserire una serie di articoli.

Gli articoli sono una serie di contenuti testuali che leggeranno i tuoi clienti e potenziali.
Anche in questo caso, ho screenshottato l'interno del blog di Promozione Avvocato



Quindi il sito web è il contenitore e il blog è un contenitore "più piccolo" all'interno del sito web.
Il blog sarà il luogo dove conterrà i tuoi articoli.

Ma perché dovresti avere un blog? Cosa serve? Perché è così importante?
Il blog è la porta d'accesso di Google.
E' il ponte che collega il tuo business e i tuoi clienti.

Non solo, il blog con il tempo ti renderà anche autorevole.
Il blog è inoltre un'ottimo strumento per farsi trovare dai tuoi clienti.

Ricordi che i clienti su internet prima di contattare un Avvocato si informano?
E dove si informano? Attraverso i contenuti presenti all'interno del blog ovvero gli articoli di blog.

Non sai quanti Avvocati ci contattano ogni giorno dal blog. Tantissimi.

Vuoi che ti mostro qualche dato?
Prendiamo un periodo che dal 1° gennaio 2021 al 31 ottobre 2021

Nell'immagine che vedi sotto, puoi vedere le prime 10 pagine più viste all'interno del nostro sito web.

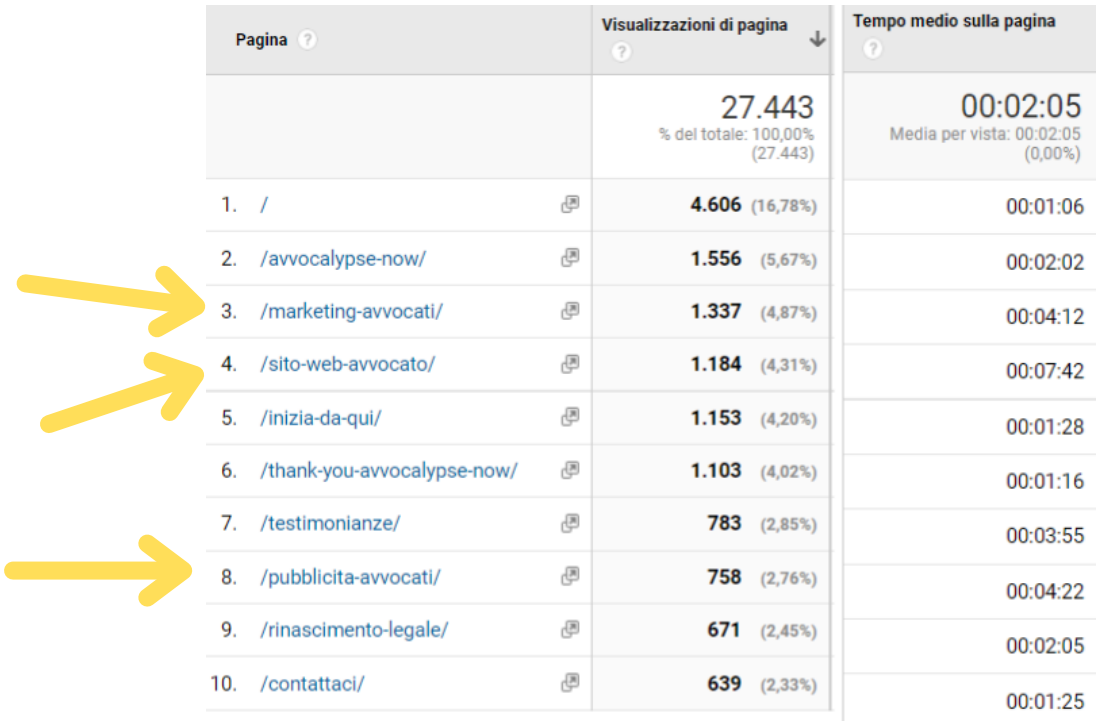
Pagina	Visualizzazioni di pagina	Tempo medio sulla pagina
	27.443 % del totale: 100,00% (27.443)	00:02:05 Media per vista: 00:02:05 (0,00%)
1. /	4.606 (16,78%)	00:01:06
2. /avvocalypse-now/	1.556 (5,67%)	00:02:02
3. /marketing-avvocati/	1.337 (4,87%)	00:04:12
4. /sito-web-avvocato/	1.184 (4,31%)	00:07:42
5. /inizia-da-qui/	1.153 (4,20%)	00:01:28
6. /thank-you-avvocalypse-now/	1.103 (4,02%)	00:01:16
7. /testimonianze/	783 (2,85%)	00:03:55
8. /pubblicita-avvocati/	758 (2,76%)	00:04:22
9. /rinascimento-legale/	671 (2,45%)	00:02:05
10. /contattaci/	639 (2,33%)	00:01:25

Stiamo parlando di oltre 27.000 persone.

Bene, quante persone arrivano e visitano il blog?
E quanto tempo ci stanno a leggere gli articoli?

E poi cosa fanno?

Come puoi vedere nell'immagine qui sotto, /marketing-avvocati/, /sito-web-avvocato/ e /pubblicità-avvocati/ sono 3 articoli di blog.



	Pagina	Visualizzazioni di pagina	Tempo medio sulla pagina
		27.443 % del totale: 100,00% (27.443)	00:02:05 Media per vista: 00:02:05 (0,00%)
1.	/	4.606 (16,78%)	00:01:06
2.	/avvocalypse-now/	1.556 (5,67%)	00:02:02
3.	/marketing-avvocati/	1.337 (4,87%)	00:04:12
4.	/sito-web-avvocato/	1.184 (4,31%)	00:07:42
5.	/inizia-da-qui/	1.153 (4,20%)	00:01:28
6.	/thank-you-avvocalypse-now/	1.103 (4,02%)	00:01:16
7.	/testimonianze/	783 (2,85%)	00:03:55
8.	/pubblicita-avvocati/	758 (2,76%)	00:04:22
9.	/rinascimento-legale/	671 (2,45%)	00:02:05
10.	/contattaci/	639 (2,33%)	00:01:25

Li trovi qui: https://promozioneavvocato.it/marketing-avvocati/
Qui: https://promozioneavvocato.it/sito-web-avvocato/
E qui: https://promozioneavvocato.it/pubblicita-avvocati/

Stiamo parlando di oltre 3.200 persone che, in modo totalmente gratuito, leggono i nostri articoli di blog.

In modo totalmente gratuito!
Ovvero senza pagare Google e/o Facebook per la pubblicità.

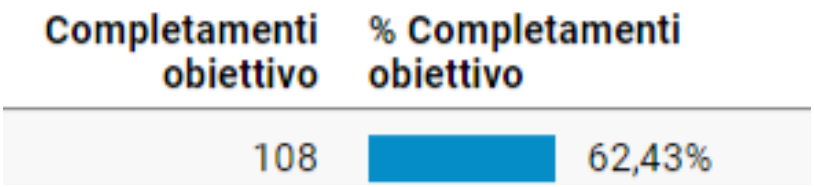
Nella colonna che trovi sulla destra, puoi trovare invece il tempo medio trascorso all'interno della pagina.

Come puoi vedere, la media (tolti gli articoli) si aggira intorno all'1-2 minuti.

Mentre per gli articoli di blog?
Sommando i 3 articoli più letti stiamo parlando di una media di oltre 5 minuti a persona.

Una media di oltre 5 minuti.
Significa che quelle 3.200 Avvocati che hanno consumato i nostri articoli, ci stanno mediamente 5 minuti.

Tu mi chiederai?
E' tanto o è poco?
Bè, se pensi che mediamente le persone stanno 30 secondi su una pagina, direi che è un dato eccellente.



Completamenti obiettivo	% Completamenti obiettivo
108	62,43%

Non solo, confrontandolo con le altre pagine dove il tempo medio è di 1-2 minuti, direi che 5 minuti come tempo di permanenza medio è un grande risultato.

E tutto questo da un blog con ha al suo interno degli articoli.

Come vedi nell'immagine precedente, più del 62,43% circa delle candidature (ovvero Avvocati che ci contattano candidandosi per essere aiutati da noi) arrivano dalla lettura degli articoli di blog.

Capisci ora perché è importante che tu abbia un blog?

Le persone se hanno un problema,
lo cercano su Google e si informano.
Dopo che si sono informate a dovere, ti contattano.

Si ma come farsi trovare su Google dai miei clienti?
Attraverso l'attività SEO.

Ecco la 2° strategia vincente per riempire la tua agenda di appuntamenti di clienti altamente profilati.

STRATEGIA VINCENTE N.2
FARE ATTIVITA' SEO

Cos'è la SEO e perchè dovresti assolutamente integrarla all'interno della tua strategia di marketing.

Tutti sui social a fare post/video ecc.
Ma è strettamente necessario? E' una cosa prioritaria?
Scopriamola insieme.

Devi sapere caro Avvocato che esistono 2 tipologie di clienti.

1. **I clienti che hanno un problema/desiderio e stanno cercando come risolverlo/ottenerlo** (chiamiamoli "*clienti consapevoli*")
2. **I clienti che potrebbero avere un problema/desiderio ma non stanno cercando nulla** (questi li chiamiamo "*clienti inconsapevoli*")

Bene, tu quali clienti preferisci?
I consapevoli o gli inconsapevoli?

Io direi tutta la vita i clienti consapevoli del problema/desiderio e che stanno cercando come risolverlo/ottenerlo.

E’ ovvio che non mi precludo la possibilità di intercettare anche gli altri, ma se ho una freccia, la utilizzo al 100% per raggiungere i consapevoli.

E generalmente dove si trovano i clienti consapevoli?
Su Google!

Eh sì, perché sono loro che stanno cercando su Google come risolvere un problema o raggiungere un determinato risultato.

Potrebbero scrivere “*come sfrattare il proprio inquilino*” oppure “*come divorzio in modo rapido e veloce*” oppure “*come licenziare un dipendente*” o ancora “*come diventare un avvocato ricco*” (quest’ultima frase la scrivono alcuni tuoi colleghi :D)

Queste brevi frasi sono persone che vogliono risolvere un problema od ottenere un determinato risultato e lo fanno scrivendo su Google.

Su Internet, in particolare su Google, le persone prima di tutto s’informano.

E come facciamo a trovarci?
Devi sapere che il 95% delle persone su Google clicca sui risultati che lo stesso Google gli propone in 1° pagina.

Non sulla 2° o 3° pagina.

Ma sulla 1° pagina... il 95% delle persone (praticamente tutti)

E di questo 95%, circa il 90% clicca sui primi 4 annunci organici (ovvero senza pagare Google attraverso la creazione degli annunci... sulla pubblicità di Google che vediamo a breve)

Quindi il nostro obiettivo è comparire tra i primi 4 risultati organici su Google (meglio ancora in 1° posizione)

In buona sostanza dobbiamo farci trovare qui:

Ah.. ci siamo noi :D

Per arrivare a questo risultato bisogna:

- capire cosa cercando le persone su Google (noi utilizziamo diversi strumenti: SeoZoom e il pannello di Google in primis) e scremare le parole chiave che a noi interessano
- iniziare a scrivere contenuti di valore
- ottimizzare gli articoli in ottica seo (noi abbiamo una procedura interna che in genere diamo ai nostri studenti e clienti avanzati)

Ci vorrà del tempo a posizionarsi su Google.
Ma vedrai che con il tempo i risultati non tarderanno ad arrivare.

Passiamo ora alla strategia vincente N.3 per riempire l'agenda di nuovi e freschi appuntamenti.

STRATEGIA VINCENTE N.3
AVERE UN SITO CHE CONVERTA

Parliamo ora del sito web.

Molti Avvocati Italiani, ahimè, non hanno un sito web.
E gli Avvocati che lo hanno, non gli sta generando alcun risultato.

Dette in parole semplici: hanno un inutile sito web vetrina.

Il sito web vetrina è il classico sito web che non ti vede nessuno e in genere contiene una homepage, una pagina chi siamo e una pagina dedicata al form contatti.

Fine!
Mancano i contenuti, manca la presentazione dei tuoi servizi, manca il perchè il cliente dovrebbe scegliere piuttosto che un altro.
Insomma, manca proprio tutto.

Altro che blog e seo.

Bisogna quindi dotarsi il prima possibile di un sito web che converta i visitatori in clienti paganti.

Abbiamo scritto una guida gratuita dedicata a ciò.

La trovi digitando su www.promozioneavvocato.it/sito-web-avvocato/

Cosa significa "*un sito che converte i visitatori in clienti paganti*"?

Prima di spiegartelo dovresti prima di tutto **registrare un dominio** (che è il nome del tuo sito web) e **comprare lo spazio web** (ovvero lo spazio dove andrai a crearti il sito)

Infine, dovrai installare all'interno del tuo spazio web, un contenitore (chiamato Wordpress) dove potrai, al suo interno, costruirti il sito web come vorrai.

E' molto più semplice di quanto pensi.
Abbiamo creato un corso dedicato chiamato Protocollo Legale che trovi qui: www.protocollolegale.it/

Protocollo Legale è il 1° ed unico Corso in Italia per Avvocati che vogliono costruirsi un sito web di successo da 0 in modo semplice e veloce.

Non solo, il corso ti insegnerà anche a digitalizzare il tuo studio legale con estremo successo.

E' molto utile anche che tu guardi il nostro webinar gratuito dove ti spieghiamo in modo dettagliato tutti questi concetti.

Trovi tutto qui: www.promozioneavvocato.it/replay-webinar-rinascita-legale/

Una volta che avrai creato il tuo sito web, l'obiettivo è attirare potenziali clienti.

Abbiamo visto prima che la miglior strategia in assoluto è attirare i famosi "clienti consapevoli".

Quindi per 1° cosa andiamoci a prendere, attraverso il blog e i nostri articoli ottimizzati per la SEO, i nostri clienti su Google.

Una volta che i clienti sono entrati all'interno del nostro mondo, dobbiamo far sì che quest'ultimi compiono l'azione che tanto cerchiamo: lascino i loro contatti!

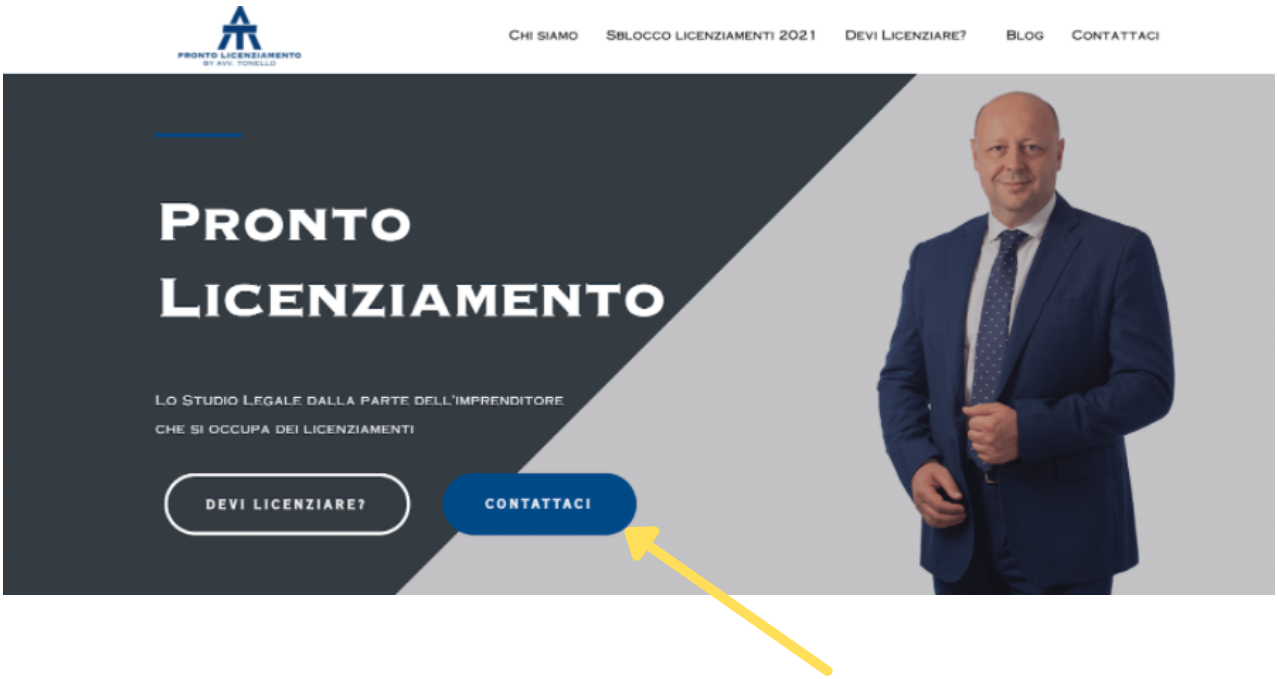
Quindi da semplice utente, quest'ultimo deve trasformarsi in appuntamento.

Esistono diverse strategie da applicare che invitano il visitatore a compiere l'azione che tanto vogliamo, quella di prenotare l'appuntamento.

E' altresì vero che ci sono diversi step intermedi (come ad esempio, creare un piccolo manuale o un breve video-corso gratuito).

Un'altra strategia semplice ed efficace ma spesso trascurata è quella di **inserire dei bottoni colorati all'interno del sito** che invitano l'utente a contattarci.

Ti faccio un esempio affinché sia tutto più chiaro.
Vedendo l'immagine che trovi qui sotto, puoi notare il pulsante "Contattaci" ben in evidenza.



Ecco il bottone "Contattaci"

Ricorda Avvocato.
Ci deve essere sempre!

Anche all'interno delle pagine del sito e negli articoli di blog.

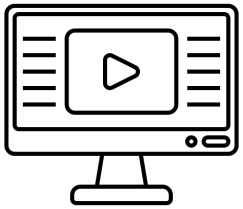
CONTATTACI

Vedrai fin da subito, i tassi di conversione schizzare alle stelle.

Ovviamente la tua premura dovrà essere quella di attirare traffico (in particolare attraverso la SEO) visitatori di estrema qualità ovvero persone realmente interessate ai tuoi servizi legali.

Passiamo ora alla strategia n.4 per riempire la tua agenda di appuntamenti di qualità.

STRATEGIA VINCENTE N.4
CREARE CONTENUTI DI VALORE



Sulla scia di tutto quello che ci siamo detti, come diceva il Bill Gates, *"Content is king".*

Ed è proprio così.
Il contenuto, specie sul web, è il re.

Crea costantemente contenuti di estremo valore per i tuoi potenziali clienti.

Possono essere contenuti gratuiti (un articolo, un video, un post, un ebook, un webinar, una diretta su Facebook) che a pagamento (un corso, un libro, un evento ecc.)

I contenuti ti rendono autorevole e richiesto nel mercato (a breve vedremo qual è il contenuto più potente del mondo).

I contenuti possono essere sia **virtuali** (un video su Youtube, un post su LinkedIn, un articolo di blog) **che fisici** (un libro, una serie di materiali cartacei.. ad esempio potresti stampare i tuoi articoli di blog, sistemarli e spedirli ai tuoi potenziali clienti)

Mixa il cartaceo con il virtuale e i contenuti a pagamento con i contenuti gratuiti.

Testa sempre tutto e vedrai che troverai la quadra.

Noi abbiamo fatto così.
Ci sono cose che funzionano e cose che funzionano meno.

La verità la sai quando testi.
L'importante è creare in modo continuativo dei contenuti di reale valore per i tuoi potenziali clienti.

Gli appuntamenti in agenda saranno una naturale conseguenza.
Passiamo ora alla strategia vincente N.5

STRATEGIA VINCENTE N.5 SCRIVERE UN LIBRO

Io credo che questa sia una delle strategie più efficaci in assoluto.

Sono già tutte vincenti (questo perché le abbiamo selezionate con cura) ma quella del libro credo che sia molto interessante ed efficace.

Il libro ti rende terribilmente richiesto dai tuoi clienti e autorevole.

Diventando un Avvocato autorevole sarai tu a scegliere i clienti con cui lavorare e non il contrario.

Ovviamente il libro dovrà parlare del tuo business e del tuo settore.

L’obiettivo del libro è quello di aiutarti a rafforzare il tuo brand legale e la tua persona.

Come dicevo, autorevolezza e richieste da parte dei tuoi clienti devono schizzare alle stelle.

Bisognerà promuovere il libro, questo è sicuro!

Meglio pubblicare un libro quando hai già una piccola community di seguaci che ti segue (non tuoi colleghi ma seguaci di potenziali clienti)

Ma una volta che avrai fatto questi step intermedi, il libro sarà la porta di accesso tra un Avvocato semi-conosciuto ad un Avvocato altamente pagato e molto autorevole.

Scrivi un libro Avvocato!
Passiamo ora alla strategia vincente N.6!

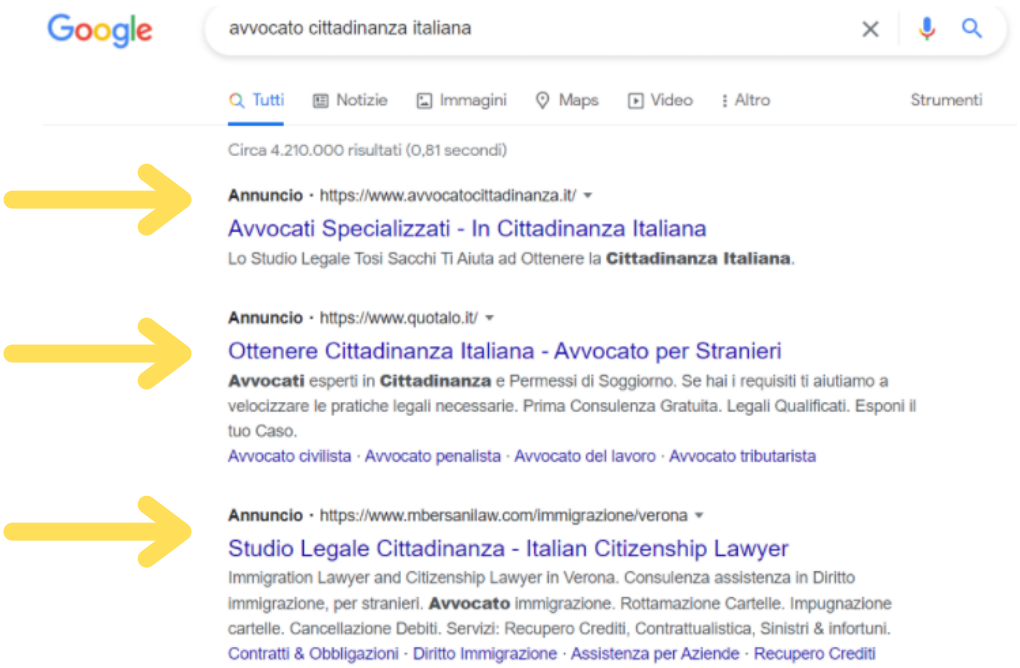
STRATEGIA VINCENTE N.6
FARE PUBBLICITA' SU GOOGLE

Abbiamo parlato della SEO, del sito, del blog, dei contenuti ecc.

Parliamo ora della **pubblicità su Google.**
Google, come ben saprai, è un motore di ricerca gratuito.
Non paghi per utilizzarlo.

Ma come fa Google a guadagnare tutti quei miliardi di dollari?
Attraverso la pubblicità degli inserzionisti (che siamo noi).

Ti faccio vedere un'immagine così sarà ancora più chiaro.



Se abito in Lombardia e scrivo su Google "*avvocato cittadinanza italiana*" prima dei risultati organici (ovvero quelli gratuiti) saltano fuori quelli a pagamento.

Te ne accorgi perchè di fianco c'è scritto "**Annunci**"
Secondo diverse ricerche, circa il 65% delle persone scrollano i risultati a pagamento su Google.

Questo significa che non bisogna fare pubblicità su Google?
Assolutamente no!

Perchè è vero che paghi Google, ma è vero anche che, così facendo, **sei in 1° pagina già da subito!**

Ed il restante 35%? Cosa facciamo? Lo perdiamo?
Direi proprio di no.

Teniamo inoltre conto che il 65% di persone che scrollano è una media in Italia.
Bisogna ovviamente testarlo in ogni settore specifico.

Anche perché per essere in 1° pagina Google organicamente (quindi attraverso l'attività SEO) ci vuole del tempo.
Mica ci si arriva dall'oggi al domani.

Bisogna certamente saperlo fare, ma bisognerà attendere del tempo prima di vedere dei risultati.

Se investo 100 e mi torna 1.000, il mese prossimo quanto investiresti?

E’ vero che quando i risultati arrivano, arrivano (vedi immagine qui sotto di un nostro cliente Avvocato).

Ci vuole però sempre un pochino di pazienza (specie all’inizio)

Quindi dovrei dedicare un minimo di budget per le inserzioni su Google?
Direi proprio di sì!
Anche 300/400€ al mese per partire va bene.

Poi si aumenta.
Molto dipende dal ritorno economico.

Bisognerà per prima cosa capire con quali parole chiave e dove vuoi farti vedere tramite gli annunci.

Puoi geolocalizzare la zona (es. residenti solo a Milano) e scremare solo alcune parole chiavi (es. come ottenere la cittadinanza italiana)

Per creare gli annunci a pagamento su Google non ti resta che andare qui e registrarti:
www.ads.google.com/intl/it_it/home/

Bisognerà quindi fare preliminarmente un'analisi della parole chiave per capire quali possono essere le frasi che potrebbero scrivere i nostri clienti.

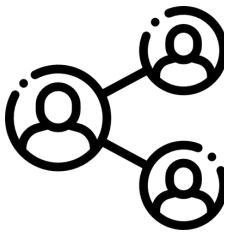
Dopodiché bisognerà creare gli annunci e ottimizzarli nel tempo.

E' un'attività abbastanza complessa, è vero!
Io in questa guida voglio solo che tu ne prenda coscienza delle possibilità che ci sono là fuori per fare business e per attirare a te clienti altamente qualificati nel tuo studio.

Se vuoi qualche consiglio in merito puoi **contattare il nostro numero verde gratuito 800 574 840 per fissare una consulenza totalmente gratuita** con un nostro tutor ufficiale.

Passiamo ora all'altra pubblicità, le inserzioni pubblicitarie sui social network!

STRATEGIA VINCENTE N.7 FARE PUBBLICITA' SUI SOCIAL NETWORK



Abbiamo appena visto la pubblicità su Google, ora vediamo come funziona e perchè dovresti fare la pubblicità sui social network per raggiungere i clienti.

Cosa sono i social network e quali sono quelli più usati nel mondo?
I social network sono dei "luoghi virtuali" dove si raggruppano le persone e le stesse hanno la possibilità di condividere pensieri, storie, immagini, video ecc.

All'interno dei social network si può fare anche business, certamente!
E' un ottimo modo per farsi conoscere, attirare a te potenziali clienti e per trasformare i potenziali clienti in clienti di qualità.

I social network più utilizzati in assoluto sono: Facebook, Instagram, Youtube e LinkedIn.

C'è anche Tik Tok che sta aumentando il numero dei suoi utenti ma è un target ancora abbastanza giovane per un Avvocato.

Facebook, Instagram ecc. sono, come avrai intuito, totalmente gratuiti.
Come Google, come fanno a guadagnare tutti quei miliardi?

Attraverso le inserzioni pubblicitarie delle aziende/professionisti che investono del denaro in pubblicità per aumentare la visibilità del proprio brand e studio.

L'immagine che vedi qui sotto, è un esempio di inserzione pubblicitaria.
Te ne accorgi perchè sotto la scritta del brand, trovi la dicitura "Sponsorizzato"

A fini del business, Facebook e compagnia cantante stanno fortemente limitando la visibilità dei post organici (addirittura di parla di una soglia che dal 3% al 5%)

Questo significa che se hai una pagina Facebook con 100 like e domani pubblichi un post, chi te lo vede saranno si e no 3-5 persone.

Praticamente nessuno.

Cosa fare quindi?
Se vuoi utilizzare questi social network (in particolare Facebook e Instagram) per fare business devi investire del denaro per farti vedere.
Altrimenti non ti vedrà nessuno.

Su Youtube e LinkedIn voglio farti un discorso a parte.
Youtube più che un social network lo vedo molto come ad un motore di ricerca video.

Io cerco tantissimo su Youtube (su Facebook e Instagram no, vedo ciò che la piattaforma ha da propormi)

Su LinkedIn invece si creano delle relazioni e, alcune di queste, possono essere anche molto interessanti.

Quindi se utilizzi Youtube per fare video, continua così perché è un ottimo canale!

Se poi vuoi fare anche della pubblicità all'interno della piattaforma ben venga.
Iscriviti direttamente da qui:
www.ads.google.com/intl/it_it/home/

Se utilizzi LinkedIn, il discorso è simile a Youtube.
Utilizza la piattaforma per creare collegamenti interessanti e, perchè no, avere clienti.

Mentre se vuoi fare per davvero del business sia su Facebook che su Instagram devi creare delle campagne pubblicitarie.
Per forza.
Altrimenti non ti vedrà proprio nessuno.

Non è più come una volta dova la visibilità organica era del 70%.
Adesso stiamo parlando del 3%
Niente.

Quindi il mio consiglio è di investire del budget pubblicitario (anche 300-400% per partire) per la promozione del tuo studio legale.

Poi stesso discorso della pubblicità su Google.
Quando investo e quanto ritorna.

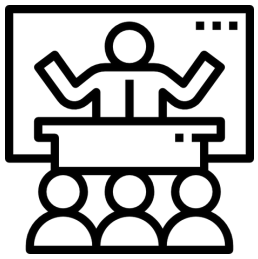
E' ovvio che il mio consiglio rimane quello di non spegnere MAI le campagne.

Potresti per 3 mesi perdere soldi ma nel 4° caso ti ripaghi il tutto e ci guadagni pure.

Non mollare alla 1° difficoltà.
Tieni duro che i risultati arriveranno.
Ci vuole tempo per creare una brand.

Inizia ora: www.facebook.com/business/ads
Passiamo ora alla strategia vincente n.8

STRATEGIA VINCENTE N.8
FARE UN EVENTO O UNA PRESENTAZIONI PUBBLICA



Un'altra strategia che reputo davvero vincente per riempire l'agenda di nuovi appuntamenti è sicuramente quella di organizzare un evento.

L'evento può essere gratuito o a pagamento, poco importa. L'importante è organizzarsi e promuoverlo al meglio. L'evento potrà essere online (come ad esempio un webinar) o dal vivo.

L'obiettivo dell'evento è quello sicuramente di:

- farti conoscere
- informare ed educare il tuo potenziale cliente
- farlo diventare cliente

L'evento inoltre ti rende autorevole e quindi il cliente penserà: *"ci ha messo la faccia, ha anche organizzato un evento. Sicuramente ne sa più di tutti"*

L'evento puoi organizzarlo tu stesso oppure puoi essere invitato come relatore ad un evento.

Specialmente se sei agli inizi, devi sforzarti tu di organizzare degli eventi invitando delle persone/enti/aziende che in qualche modo potrebbero essere interessate a fare business con te.

Con il passare del tempo, vedrai che saranno gli altri a chiederti di partecipare come relatore o per creare una partnership insieme a te.

Ti faccio un esempio che potrebbe tornarti utile.

Noi formiamo e aiutiamo gli Avvocati a fare soldi attraverso il marketing.
Quindi in genere i nostri studenti/clienti Avvocati sono appassionati di crescita personale, business e marketing.

Sono cazzuti e intraprendenti i nostri Avvocati.
Il nostro cliente medio non è e non vuole essere l'Avvocato sfigato del paese.

Bene, chi ci segue e NON è Avvocato questo lo sa.
Infatti, le proposte che ci arrivano ogni giorno di possibili partnership e/o speaker invitando Matteo come relatore all'evento è tutta gente che a) ci conosce e b) vuole fare affari con noi.

Un esempio di azienda che ci contatta?
Una società che vende software gestionali per migliorare l'organizzazione dello studio legale.

Se ci pensi è una **partnership win-win**

Perchè noi di Promozione Avvocato ci facciamo conoscere anche a chi ancora non ci conosce.

In più diventiamo ancora più autorevoli perché collaboriamo con grandi società importanti e che sono in linea con il nostro target di clienti.

Loro d'altro canto sono molto interessati perchè sanno la mole di Avvocati che ci seguono e sanno che i nostri studenti/clienti medi sono di fatto Avvocato Imprenditori o aspiranti tali.

Non hanno più uno studio legale i nostri clienti.

Hanno delle società che si occupano di servizi legali.
Sono imprenditori.
E come tale, l'organizzazione è al centro del business.
E per essere organizzati, i software ci possono aiutare!

Capisci la partnership quando potrebbe essere importante?

Ora prova a fare questo semplice servizio.
Individua quali possono essere i possibili enti/professionisti/società ecc. che hanno in qualche modo a che fare con il tuo business MA non sono tuoi concorrenti (cioè non vendono quello che fai tu)

Una volta individuati, contattali e crea una partnership con loro.
Avrai clienti gratis!

Tu ti fai conoscere ai loro clienti e offri un servizi di grande valore e tu fai conoscere ai tuoi l'azienda x con cui hai appena stretto un accordo.

Insieme potete anche organizzare un evento oppure puoi organizzare un evento tu e loro ti fanno da sponsor (e viceversa)

Le possibilità per fare business sono infinite.

Passiamo ora alla strategia N.9

STRATEGIA VINCENTE N.9 INVIARE/CONSEGNARE DEI MATERIALI FISICI AI PROPRI CLIENTI

Si parla sempre di digital, di blog, di siti web ecc. e va benissimo!

Ma il fisico ti posso garantire che funziona ancora dannatamente bene!

Usa il digitale per farti conoscere e il fisico per convertire.

Potresti farti conoscere e vendere i tuoi servizi legali solo online? Certo
Ma è anche vero che potresti fare l'esatto opposto!

Oppure (meglio ancora) mixare i 2 metodi (online e offline).

Noi di Promozione Avvocato e i nostri clienti e studenti Avvocati in genere utilizziamo il digitale per attirare ed educare persone in target che potrebbero in qualche modo essere interessate ai nostri prodotti/servizi.

Usiamo il digital per il semplice fatto che è meno costoso, è tracciabile e misurabile e ha un raggio d'azione enorme.

Io un video su Youtube posso raggiungere centinaia di Avvocati da tutta Italia.
Stesso discorso se pubblico un articolo di blog o faccio sponsorizzare un video su Facebook.

Per convertire il cliente entrante in cliente pagante utilizziamo il digitale e, qualora fosse necessario, utilizziamo materiali di marketing cartacei.

Quando intendo materiali cartacei e “cose fisiche” intendo ad esempio:

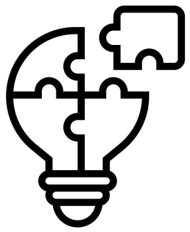
- libri
- materiali cartacei (brochure, report, opuscoli ecc.)
- eventi fisici
- ecc.

Noi di Promozione Avvocato, per i nostri studenti Avvocati che hanno acquistato il corso Avvocato Specialista, non diamo solamente il video-corso online ma anche la pergamena e tutte le slide del video-corso fisico.

Diamo la pergamena e il raccoglitore cartaceo da collezione.

Ecco un esempio per mixare l'online con l'offline.
Passiamo ora all'ultima strategia vincente per riempire l'agenda di nuovi appuntamenti.

STRATEGIA VINCENTE N.10 AVERE UN ECOSISTEMA DI MARKETING



Passiamo ora all'ultima strategia vincente.

Parliamo di **ecosistema di marketing legale.**

Cos'è e come funziona?
Una volta bastava avere un sito fatto come si deve, scrivere 2 articoli di blog ed il gioco era fatto.

Un fiume di clienti arrivata a bussare le porte.

Ora non è più così.
La concorrenza è spietata e più numerosa e i clienti sono sempre più diffidenti e quindi ci vuole diverso tempo affinché scelgano di contattarti.

Ora i clienti leggono un articolo sul blog, poi vanno su Youtube, poi una Stories su Instagram, leggono magari una tua email, ti vedono un webinar che hai registrato e infine ti cercano su Facebook e ti chiedono una consulenza.

Quanti passaggi erano prima?
Uno > cerco su Google come risolvere "x" problema, leggo un articolo di blog, chiamo l'Avvocato

Quanti passaggi sono adesso?
Sette!

Capisci cosa intendo per "**ecosistema di marketing legale**"?

Intendo che se prima bastava fare poche cose fatte bene, adesso bisogna fare tante cose fatte bene.

Perché i clienti hanno bisogno di vederti più volte per vederti e contattarti.. e in più luoghi virtuali.

Questo perchè online ci sono più concorrenti rispetto a prima e perchè le persone sono sempre più distratte su Internet.

Non so se ti è mai capitato di cercare una cosa su internet e improvvisamente la tua attenzione si sposta in qualche video che ti balza all'occhio su Instagram/Youtube o Facebook.

Ecco!
Tu hai a che fare con questa mole di distrazioni.

Ed è per questo che non bisogna MAI e poi mai mollare.
Continuare a produrre contenuti di valore
Continua a sponsorizzare questi contenuti.

Continua. Non fermarti
I risultati non tarderanno ad arrivare!

Oltre alla costanza nel produrre contenuti, bisogna quindi intercettare i nostri potenziali clienti.

Domandati:

- *Dove posso intercettarli?*
- *Quali sono i luoghi virtuali e non dove possono farmi conoscere?*

In genere, **crea almeno 7 punti di contatti ovvero 7 punti dove potresti farti conoscere!**

Sia online che offline.. e vedrai che i risultati non tarderanno ad arrivare!

CONCLUSIONI

Bene Avvocato questo manuale termina qui.

Facciamo un piccolo riepilogo di quelle che sono le 10 strategie vincenti per riempire l'agenda di fresche e sempre nuovi appuntamenti di potenziale clienti altamente profilati.

Strategia N. 1 > **Avere Un Blog**

Strategia N. 2 > **Fare Attività Seo**

Strategia N. 3 > **Avere Un Sito Che Converta**

Strategia N. 4 > **Creare Contenuti**

Strategia N. 5 > **Scrivere Un Libro**

Strategia N. 6 > **Fare Pubblicità Su Google**

Strategia N. 7 > **Fare Pubblicità Sui Social Network**

Strategia N. 8 > **Fare Un Evento/Presentazioni Pubbliche**

Strategia N. 9 > **Inviare/Consegnare Dei Materiali Fisici**

Strategia N. 10 > **Avere Un Ecosistema Di Marketing**

E come dico sempre:
Se sei un Avvocato, questo è il momento migliore per iniziare
a comunicare e promuovere il tuo studio legale.
Inizia ORA!
Non avrai un'altra occasione così favorevole.

E' ora di diventare anche tu un vero Avvocato di Successo!

Prenota una consulenza gratuita chiamando il nostro Numero Verde Gratuito

o visita il sito
www.promozioneavvocato.it

Al Tuo Studio
PromozioneAvvocato.it

Matteo Tom

PROMOZIONE AVVOCATO