

LES CABINETS D'AVOCATS SONT DE PLUS EN PLUS ACTIFS SUR LEURS BLOGS.

Depuis 2008, l'activité des blogs de cabinets d'avocats a été multipliée par 12. 163 des 200 premiers cabinets américains ont un ou plusieurs blogs actifs. Une enquête récemment menée au Royaume-Uni auprès de 2000 consommateurs de prestations juridiques révèle que les auteurs de blogs inspirent davantage confiance que tous les autres diffuseurs d'informations en ligne.

LE BLOG DES CABINETS D'AVOCATS, UN ATOUT MAJEUR.

Le blog sert à partager du contenu. Quand ce contenu a une valeur pour le lecteur, c'est sans doute un des outils de promotion les plus efficaces du cabinet. Le lecteur reviendra régulièrement pour se nourrir du contenu pertinent. De plus, un blog actif est bien référencé par les moteurs de recherche. Le cercle vertueux est enclenché. Le blog est parfois décrié en raison des contraintes d'actualisation qu'il fait peser sur ses auteurs. Précisons que si un blog diffuse un contenu de qualité, une contribution hebdomadaire peut suffire à le rendre attractif.

Enfin, la vision à long terme est indispensable. Constituer un lectorat fidèle prend du temps.

SOURCE : [HTTP://BIT.LY/1EAGBIZ](http://bit.ly/1EAGBIZ)

A propos de l'auteur :

Dominic Jensen, d.jensen@eliott-markus.com

Consultant spécialisé dans la stratégie et l'organisation des cabinets d'avocats.

Auteur de « Cabinet d'Avocats, création et stratégie, organisation et gestion » aux éditions Dalloz.

Directeur scientifique de Dalloz Avocats, exercer et entreprendre.

Enseignant à l'EFB et directeur stratégie de l'agence Elliott & Markus.

Suivre l'agence sur LinkedIn [linkedin.com/company/eliott-&-markus](https://www.linkedin.com/company/eliott-&-markus)

Suivre l'agence sur Twitter twitter.com/eliottmarkus
