



El abogado 3.0 es un cambio de actitud, de adaptación a las nuevas tecnologías y de creación de contenidos virales, adaptando nuestros conocimientos, pero haciéndolos más creativos, entendibles y accesibles a los clientes.



El otro día hablaba con una amiga mía abogada, madre de una niña de 9 años, cogió el código civil que tenía su madre encima de la mesa y le dijo: “Mami, esto ¿qué es? ¿Un libro de tweets?. Esta nueva generación a nacido ya entendiendo este cambio

Qué estamos en crisis lo sabemos todos, de lo que a veces no somos conscientes es que tantas quiebras, concursos de acreedores etc.. hacen que la sociedad necesite de los abogados. **NO faltan clientes están ahí, pero para muchos somos invisibles.**

El fenómeno de la web 3.0 y las redes sociales ha cogido por sorpresa al sector legal, que empieza a entender que no se trata de una moda pasajera.



La **Web 3.0** es una expresión que se utiliza para describir la evolución del uso de las nuevas tecnologías y **la interacción de las personas en internet que crece día a día sobre todo a la hora de buscar opiniones, servicios, soluciones....** Los abogados tenemos la información que ellos buscan, sólo tenemos que aprender a hacerla más cercana y entendible.

Las redes sociales están llenas de personas que interactúan entre ellas ¿a que esperas para hacerlo tú?, además la relación de un cliente con su abogado debe basarse en la confianza y esos lazos pueden fortalecerse si atiendes a sus necesidades.

Es este cambio, el que nos lleva hablar de el **Abogados 3.0** que apuestan por fidelizar a sus clientes teniendo con ellos una relación bidireccional.

Es necesaria la evolución y adaptación, partiendo del **Abogado 1.0**, que se basa en la captación de clientes boca y oreja y cuya única comunicación online con sus clientes es unidireccional y se basa en dar información hacia el cliente por medio de su web corporativa.

La presencia online conlleva una estrategia determinada para conseguir que los posibles leads se conviertan en clientes y fidelizar a los que ya tenemos. **Es necesario determinar el cómo, cuando y donde debemos tener presencia.**



Si eres abogado y estás leyendo esto te pregunto ¿Tienes facebook, linkedyn, twitter o un blog? ¿Sabes que es la Geolocalización?, ¿los motores de búsqueda

de Google?, si no sabes es señal de que te vendría bien cierta *actualización*.

(Fragmento de Ebook publicado por Sara Molina Pérez-Tomé, antecedente de su nueva obra “Abogado 3.0”, próximamente disponible en Editorial Ley 57.)

Facebook, Twitter y LinkedIn son marcas y logotipos registrados.

