

DÓNDE ESTÁN LOS BUFETES EN INTERNET



Abdón Pedrajas Littler	-	-	-	✓	✓	✓	-
Abril Abogados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Adarve Abogados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
AGM Abogados	-	✓	✓	✓	✓	✓	-
Alíer Abogados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Allen & Overy	-	-	-	✓	-	-	-
Ambar Partners	✓	-	✓	✓	-	-	-
Andersen	✓	✓	-	✓	✓	-	-
Araos & Rueda	✓	-	-	✓	✓	-	✓
Ashurst	-	-	-	✓	✓	-	-
Auren (*)	✓	-	✓	✓	✓	✓	✓
Ayuela Jiménez Abogados	-	-	-	✓	✓	-	✓
Baker McKenzie	✓	-	-	✓	-	✓	✓
Balder	-	-	✓	✓	✓	-	-
Bartolomé & Briones	✓	-	-	✓	-	-	✓
BDO Abogados (*)	✓	-	-	✓	✓	-	-
Briz Jurídico Tributario	✓	-	-	✓	✓	-	-
Broseta	-	-	✓	✓	✓	-	-
Brugueras Abogados	-	-	-	✓	✓	-	-
Bufete Barrilero & Asociados	-	-	-	✓	-	✓	-
Bufete Choclán	-	-	-	✓	✓	-	✓
Carrillo Asesores	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Ceca Magán Abogados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Cintas & Asociados	-	✓	-	✓	-	-	-
Círculo Legal	-	-	-	✓	✓	-	-



CMS Albiñana & Suárez de Lezo	-	-	-	✓	✓	-	-
Confianz	-	-	-	✓	-	-	-
Cremades & Calvo-Sotelo	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
Crowe Legal y Tributario (*)	-	✓	✓	✓	✓	✓	-
Cuatrecasas	✓	✓	✓	✓	✓	-	-
De Andrés y Artífano	✓	-	-	✓	✓	-	-
De la Riva & Pastor	✓	-	-	✓	✓	✓	✓
Deloitte Legal (*)	-	✓	✓	✓	✓	✓	-
Dentons	-	-	-	✓	-	-	-
DLA Piper	-	-	-	✓	✓	-	-
DWF-RCD	-	-	-	✓	✓	-	✓
Ecija	✓	-	✓	✓	✓	✓	-
Elzaburu	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
ETL Global	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Everfive Abogados	✓	-	-	✓	-	✓	-
Eversheds Sutherland	-	-	-	✓	-	-	-
EY Abogados (*)	-	✓	✓	✓	✓	✓	-
Faus & Moliner	-	-	-	✓	✓	-	✓
Fieldfisher Jausas	✓	-	-	✓	✓	✓	-
Figueras Legal	✓	-	-	✓	-	-	-
Gálvez Villar Abogados	-	-	-	✓	✓	-	-
Gaona, Palacios y Rozados	-	-	-	✓	-	✓	-
Garrigues	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
Gómez-Acebo & Pombo	-	✓	✓	✓	✓	-	-
Gómez-Villares & Atencia	✓	✓	-	✓	✓	✓	-

(*) Las firmas de servicios profesionales llevan la comunicación de redes sociales desde la firma global en España, y no distinguen por áreas. En el caso de los despachos internacionales sólo se recogen los perfiles propios de la oficina española. Actualizado a diciembre.

MÁRKETING

Redes sociales: cómo conseguir

Aunque con un plan tímido y bastante conservador comparado con otros sectores, los despachos empiezan a

Laura Saiz. Madrid

Resultados de los partidos de tenis en el Open de Australia de Rafa Nadal, embajador de Santander; los goles más espectaculares de la última jornada de la Liga Santander con un concurso para elegir al mejor; o anuncios en los que se ofrecen cenas románticas o cambios de look con motivo de San Valentín para promocionar los beneficios de la plataforma Santander ZOne son algunos de los mensajes que aparecen en el perfil oficial en España de la entidad bancaria en Twitter. Una estrategia fresca y diferente a la que todavía no se atreven los bufetes de abogados, mucho más conservadores a la hora de sumarse al marketing digital.

Sin embargo, son pocos los despachos que no miran, en mayor o menor medida, a las redes sociales como vía para “reforzar la marca, para comunicar con su público objetivo y compartir contenido relevante”, según señala Susana Claudio, directora de la con-

La pandemia ha potenciado el uso de las herramientas digitales para reforzar la marca

sultora especializada Band1, que añade que “las redes sociales se están convirtiendo en una herramienta de generación de negocio muy potente, especialmente con la aparición de la pandemia, que ha provocado un traslado masivo a lo digital”. Eso sí, de momento es, en la mayoría de los casos, un canal de comunicación unidireccional en el que se comparten principalmente novedades legislativas, fichajes o actividades corporativas.

No obstante, parece que la situación actual está haciendo que los despachos vean estas plataformas de manera diferente. Con las habituales acciones comerciales con clientes suspendidas por las dife-

rentes medidas para luchar contra el Covid, el sector legal se ha volcado a las campañas online, desde podcasts o webinars, fuente, por otro lado, perfecta para nutrir sus redes sociales.

Bien es cierto que la estrategia digital de las firmas legales es muy diferente. Por ejemplo, los grandes despachos internacionales apenas cuentan con presencia propia desde su oficina de España, ya que la mayoría de los cometidos digitales se centraliza desde una cuenta común en Londres o Nueva York. Se trata de una fórmula perfecta para conseguir una imagen de marca única y sólida, pero una única cuenta para una red amplia puede cubrir demasiados temas diferentes sin un público objetivo claro.

Esta situación la están intentando aprovechar los bufetes medianos y pequeños, que, en la actualidad, son los que más apuestan su promoción a Internet, ya que son muchos los que tienen un





Goy Gentile Abogados	✓	✓	✓	✓	✓	-	-
Grant Thornton (*)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Herbert Smith Freehills	-	-	-	✓	-	-	-
Hogan Lovells	-	-	-	-	✓	-	-
Holgado Asesores	-	-	-	✓	-	-	-
JDA Sfai	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Jorge Juan Abogados	-	-	-	✓	-	✓	-
Kennedys Abogados	-	-	-	✓	✓	-	-
Kepler-Karst	✓	-	-	✓	-	-	-
King & Wood Mallesons	-	-	-	-	✓	-	-
KPMG Abogados (*)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Labe Abogados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Larrauri & Martí	-	-	-	✓	✓	✓	-
Lawyers for projects	✓	-	✓	✓	✓	-	-
Legálitas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Lener	-	-	-	✓	-	-	-
Lexpal Abogados	-	-	-	✓	-	-	-
Linklaters	-	-	-	✓	-	-	-
MA Abogados	✓	-	-	✓	-	-	-
Maio Legal	✓	-	-	✓	-	-	-
Marimón Abogados	✓	-	-	✓	-	-	-
Martínez-Echevarría & Rivera	✓	✓	-	✓	-	✓	-
Mazars (*)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Monereo Meyer	✓	-	✓	✓	✓	✓	-
Montero Aramburu	-	-	-	✓	-	✓	-



Morales Arruga Abogados	-	-	-	✓	-	-	-
Net Craman Abogados	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Ontier	-	-	✓	✓	✓	✓	-
Osborne Clarke	-	-	-	✓	✓	-	-
Pérez-Llorca	-	-	-	✓	-	✓	-
Pinsent Masons	-	-	-	✓	-	-	-
Pons IP	✓	-	-	✓	✓	✓	-
Ponter Abogados	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
Proinda Consultores	✓	-	-	✓	-	-	-
PwC Tax & Legal Services (*)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-
Ramón y Cajal Abogados	✓	-	-	✓	✓	-	-
RB Legal	✓	✓	-	✓	-	-	✓
RBH Global	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Repara tu deuda	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Rivero & Gustafson	-	✓	-	✓	-	-	-
Roca Junyent	✓	-	-	✓	✓	✓	✓
Rödl & Partner	✓	✓	-	✓	✓	✓	-
Sagardoy Abogados	-	-	-	✓	✓	-	-
Senn Ferrero Asociados	-	-	-	✓	✓	-	-
Tribeca Abogados	-	-	-	✓	✓	✓	-
UHY Fay & Co (*)	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
Uría Menéndez	-	-	-	✓	-	-	-
Vaciero	✓	-	-	✓	✓	✓	-
Vento Abogados	✓	-	-	✓	✓	-	-
Zurbarán Abogados	-	-	-	✓	-	-	-

Fuente: Elaboración propia con información facilitada por los despachos

nuevos clientes a golpe de ratón

apoyar sus estrategias de desarrollo de negocio en una presencia en Internet mucho más activa.



El uso masivo de las redes sociales que hacen tanto los ciudadanos como empresas de todos los sectores ha obligado a los despachos de abogados a potenciar su presencia en redes sociales con una estrategia de marketing y desarrollo de negocio mucho más digital. Además, la 'nueva normalidad' provocada por la pandemia con restricciones en las actividades presenciales y limitaciones para viajar ha impulsado aún más otras fórmulas de hacer marca.

perfil propio en la mayoría de las principales redes sociales, desde LinkedIn y Twitter a YouTube o grupos de distribución en WhatsApp o Telegram.

Estrategia clara

Otra cosa es el éxito de sus campañas, puesto que no podemos olvidar que tener cuentas abiertas con poca o nula actividad es contraproducente, así como lanzar mensajes sin un objetivo claro ni definido.

“El éxito de la presencia en redes de un despacho va a depender de los recursos que se destinen y la estrategia que se va a adoptar: si está gestionada por un profesional, si hay un presupuesto destinado a campañas de promoción, si el diseño es consistente con la imagen del despacho o si los mensajes son coherentes con la marca”, indica Claudio, que apuesta también por un protocolo interno para que los propios abogados compartan contenidos de forma

Uno de los objetivos principales debe ser diferenciarse de la competencia con un programa único

alineada con el despacho.

Y como uno de los objetivos fundamentales de una buena campaña de marketing digital debe ser diferenciarse, es interesante probar redes sociales menos habituales. En este sentido, Clifford Chance o Watson Farley Williams, por ejemplo, tienen activada a nivel internacional una cuenta en WeChat, una aplicación que cuenta cada mes con más de 1.000 millones de usuarios activos, sobre todo de origen chino.

También hay ideas innovadoras en España, ya que Labe Abogados cuelga sus *podcasts* en Ivoox, mientras que Repara tu deuda tiene su lista propia de música en Spotify.

Los datos en España

98%

LinkedIn es la red profesional por excelencia, por lo que los despachos de abogados se han sumado a ella con fuerza. Tan sólo dos de las cien firmas consultadas por EXPANSIÓN no cuentan con un perfil propio dirigido desde nuestro país, ya que disponen de uno global muy potente que aglutina toda la información.

47%

La pandemia ha hecho que los clásicos encuentros con clientes se sustituyan por webinars, ya sean bajo invitación o públicos para que lleguen a una audiencia mayor. Estos vídeos han servido, en muchos casos, para nutrir los canales de YouTube, que han vivido un impulso destacado en los últimos meses. Casi la mitad de las firmas de España ya cuenta con su propio canal.

31%

Las nuevas generaciones son grandes usuarios de las redes en las que la imagen es la gran protagonista. Por eso, los despachos están sumándose poco a poco a canales como Instagram –de momento, menos de un tercio de los bufetes tienen un perfil propio en España– con el objetivo principal de captar talento y dar una imagen más cercana de la marca.