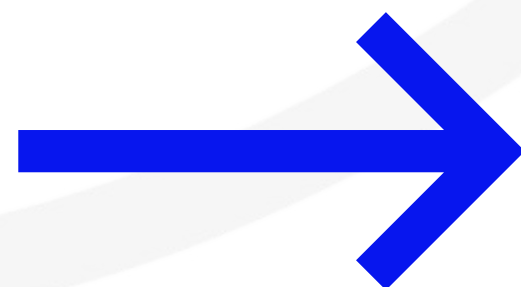


El contenido no
empieza en el post

Empieza con la estrategia

Antes de publicar, una **firma legal**
necesita saber qué quiere posicionar



Publicar sin diagnóstico, solo llena el calendario

- * Pero no necesariamente construye reputación.
- * No ordena mensajes.
- * No ayuda a que el mercado recuerde por qué debería elegirte.

No se trata de
hablarle a todos.

Se trata de ser
recordados por las
personas correctas.

- Clientes potenciales.
- Empresas.
- Decisores.
- Referidores.
- Aliados estratégicos.

Un buen diagnóstico ordena tres decisiones:



Qué queremos comunicar.



A quién necesitamos llegar.

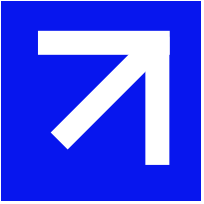


Qué mensajes debemos sostener en el tiempo.

Sin eso, el contenido se vuelve reactivo.

Posicionar no es aparecer más

Es aparecer con intención.

 Cada publicación debería
ayudar a construir una idea
concreta sobre la firma, sus
áreas y sus expertos.

Antes del calendario de publicaciones, revisa esto:

1. Servicios que la firma quiere impulsar.
2. Audiencias a las que necesita llegar.
3. Temas donde puede aportar una mirada propia.
4. Mensajes que deben ordenarse antes de comunicar.
5. Diferenciales reales frente al mercado.

* Antes de publicar,
hacemos el diagnóstico.

* Antes de comunicar,
ordenamos.

* Antes de buscar
visibilidad, definimos por
qué deberían elegirte.



En Performa hacemos
estrategia y comunicación
digital para que las firmas no
solo publiquen, **se posicionen.**

