



Le site internet de mon cabinet d'avocat (partie 2)

Conseils pratiques publié le 25/11/2021, vu 806 fois, Auteur : [Laudmer Avocat](#)

J'expose ici la stratégie de marketing digital de mon futur cabinet d'avocat.

Je suis actuellement en train de réfléchir à la stratégie marketing de mon cabinet d'avocats dans le Tarn, qui devrait s'appeler, basiquement : Laudmer Avocat. Pas original mais efficace à mon avis

Je ne veux pas dépendre de plateformes qui prennent des marges sur mes clients Je veux être autonome et indépendant Pour cela, il est fondamental, à mon sens, d'avoir [un site internet d'avocat de qualité](#), capable de générer du trafic mais aussi de le convertir en clients.

J'ai une idée assez précise du site web que je veux :

- Des couleurs virant vers le bleu et gris.
- Responsive aux mobiles et tablettes
- Peu de pages et d'onglets pour éviter de perdre le client
- Un blog pour le [référencement d'avocat](#)

Ces éléments devraient me permettre d'avoir un site web de qualité, performant et au design unique sur-mesure. Je ne veux pas un de ces sites web génériques que l'on peut retrouver, assez laids et trop simplistes.

Un bon référencement local me permettra d'être en tête des positions de recherche. Il ne faudra pas que j'hésite à demander des avis à mes clients satisfaits pour augmenter ma note Google. Aujourd'hui, les utilisateurs en ligne qui recherchent un avocat s'en remettent beaucoup aux avis.

Mon blog me permettra de me positionner sur des mots-clés précis, tels que "avocat droit pénal tarn". Il me faudra des articles d'au moins 500 mots, mais si possible des guides de 1000 à 2000 mots. La concurrence ne tiendra pas longtemps avec une telle qualité.

Le marketing de contenu juridique n'est une chose à prendre à la légère. C'est le contenu qui convaincra le client, pas la beauté du site web. C'est assez chronophage pour être honnête. On peut être bon avocat mais assez mauvais rédacteur en ligne. Ce n'est pas du tout pareil. Mais je n'ai pas les moyens de faire appel à un rédacteur juridique. Je ferai tout moi-même. C'est un mal pour un bien. Un investissement sur le long terme.

J'ajouterai aussi des études de cas, racontant mes anciens succès, pour donner une idée précise à mes clients potentiels de la façon dont je travaille. Ils pourront s'identifier aux problèmes de mes anciens clients, et voir comment je peux les résoudre. Un instrument efficace de conversion de visiteurs en clients.

Mon site web d'avocat doit avoir une identité, la mienne, celle de mon cabinet pour être réussi. Il doit me ressembler. Il doit aussi plaire aux autres.

Personnellement, je n'ai qu'une seule hâte, c'est de commencer !