

MARKETING LEGALE

Ditemi qualcosa che non so, per favore!

Mario Alberto Catarozzo, Business Coach e Formatore | 9 dicembre 2015

Tweet

G+1

Salva in MY 24

A A

"Caro professionista, se vuoi la mia attenzione ti prego di dirmi qualcosa che non so già".

Questa potrebbe essere l'incipit di una lettera scritta da un potenziale cliente di un avvocato o più in generale di un professionista. Il cliente vuole essere "colpito" da una novità, da qualcosa di diverso, che lo meravigli, che attiri la sua attenzione, che si faccia notare. Chi ha letto il libro "La mucca viola" di Seth Godin, il guru del marketing mondiale, saprà di cosa sto parlando.

Tutti scrivono sul Jobs Act, tutti scrivono sulla legge di stabilità, sulla sentenza piuttosto che sulla circolare; sì, ma tutti scrivono le stesse cose, con lo stesso taglio. E come se tutti si mettessero in coda in macchina sulla stessa autostrada per andare al mare. Poi si lamentano di non essere notati... I pochi che sono originali, che sanno affrontare da prospettive nuove, o con finalità diverse i loro scritti catturano subito l'attenzione del pubblico, restano impressi. Finché scriveremo per informare, finché scriveremo per conquistare il pubblico e portarci a casa il cliente, non ci distingueremo dalla massa, resteremo anonimi.

Allora che fare? Partiamo dalla regola che il web non è un posto da "toccata e fuga"; il web non è un luogo dove mettere giù la nostra bancarella, stile mercato, ed esporre la merce, prodotti o servizi che siano. Il web, soprattutto per un professionista che ha necessità di instaurare relazioni di fiducia con i propri interlocutori, è un luogo da vivere. Se lo scrivere non sarà più come un atto unidirezionale, dove ci mettiamo "basso-alto" ad informare gli altri per dimostrare che sappiamo, ecco che otterremo poche soddisfazioni, in termini di clienti e in termini di notorietà.

Il primo passo è dunque cambiare approccio. Niente fretta e scrivere deve diventare lo strumento per instaurare relazioni, per trasmettere uno stile, una posizione di pensiero e, perché no, anche emozioni. Sì, alcuni sobbalzeranno dalla sedia pensando come si possa fare a parlare di derivati, o di tasse, o di licenziamenti ed emozionare. Questa è la vera sfida in un mondo dove la comunicazione è centrale e lo sarà sempre di più. Così come lo ha capito la politica, anche le professioni dovranno prima o poi fare una virata e adeguarsi a questa nuova modalità di interazione. Chi l'avrebbe detto che il Presidente del Consiglio avrebbe comunicato con i tweet? Chi avrebbe immaginato che i politici avrebbero fatto campagna elettorale su un social network?

Inoltre, comunicare sul web (ricordiamolo) vuol dire non solo scrivere, ma anche usare le immagini, i video, le infografiche. I martelletti, penne stilografiche, toghe, codici, scale a chiocciola, poltrone hanno fatto il loro tempo. Se avete un sito Internet di studio curate le immagini, cercate di accompagnare il visitatore digitale in una esperienza che trasmetta chi siete, in cosa credete, come operate. Non limitatevi ad informarlo, fate di più, coinvolgetelo.

Social Network

TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.

REVEAL MORE →

AUDEMARS PIGUET
*Le Brassus*TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.

REVEAL MORE →

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

Da Guida al Diritto
e Il Sole 24 Ore
l'informazione digitale
più affidabile
in materia giuridica.

SOCIAL

CONDIVISI

CLICK 10

Codici e Formule

- ▼ Costituzione
- ▼ Disposizioni sulla Legge in generale
- ▼ Codice Civile
- ▼ Codice Penale
- ▼ Codice di Procedura civile
- ▼ Codice di Procedura penale
- ▼ Codice della Strada

▼ **Formulario civile**

Dal Formulario di Lex24 una selezione delle formule civili personalizzabili per il professionista legale.

▼ **Formulario penale**

Dal Formulario di Lex24 una selezione delle formule penali personalizzabili per il professionista legale.



Approfondimenti di LEX24

Convenzione di negoziazione assistita - Il formulario di Lex24

PROCEDURA DI NEGOZIAZIONE ASSISTITA - Il formulario di Lex24

Processo civile telematico - Protocolli, deposito telematico e giurisprudenza

ACCERTAMENTO TECNICO PREVENTIVO - Gli aggiornamenti di Lex24

Sentenza ius superveniens, la giurisprudenza di Lex24

Quando deciderete di scrivere un articolo, pensate a cosa può interessare davvero il vostro target e cercate di capire come potete instaurare una relazione che, per definizione, comporterà il compimento di un'azione da parte del vostro lettore. In alcuni casi potrà essere una domanda, in altri una richiesta di approfondimento, in altri un commento. Tutte saranno forme di interazione bi-direzionali. L'avvocato, invece, scrive gli articoli con l'abitudine con cui parla col cliente: affermando, risolvendo e (poco) domandando e ascoltando. Vuole il risultato e non la relazione. La relazione è solo un corollario; se potesse ottenere il risultato senza relazione forse sarebbe anche più contento.

Siate innovatori, siate i primi a fare cose nuove, siate i primi a dare le notizie, siate i primi ad aggregare ciò che esiste già in forme nuove. Steve Jobs insegna: il suo genio non è stato nell'inventare qualcosa che prima non esisteva, ma nell'assemblare l'esistente in forme e per utilità nuove. È così che nasce il primo smartphone, somma di macchina fotografica, cellulare, calcolatrice, lettore mp3, navigatore, orologio, calendario, agenda, gestore di email e sms. Tutto già esisteva, ma non assemblato in un unico oggetto. Steve Jobs ha per primo visto la possibilità di mettere tutto insieme. E lo ha fatto. Il resto è storia. Chissà quanti gli avranno detto che era impossibile, che non c'era nulla da innovare. Allo stesso modo, se pensiamo al mondo del caffè scopriamo che Starbucks negli USA e Nespresso in Italia hanno ridefinito l'esperienza del caffè. Il caffè, capite?! Quanto di più tradizionale potesse esistere. Se qualcuno avesse detto che voleva innovare il caffè gli avrebbero (gli avranno) riso in faccia. Non c'è nulla che si possa fare, il caffè è caffè, si saranno sentiti rispondere. E che dire del gelato di GROM. Il gelato artigianale, fatto con la frutta di stagione. Leggete la biografia dei due giovani fondatori e capirete cosa vuol dire innovare, avere idee geniali che nessuno prima aveva avuto. Esisteva il gelato? Sì. E allora? La novità era produrlo in scala, mantenendolo un prodotto artigianale da portare nelle grandi (e poi anche piccole) città. Probabilmente in un paesino avreste potuto trovare chi faceva il gelato ancora con le fragole dell'orto e con le arance della pianta in giardino. Ma nelle grandi città no. E allora ecco l'idea, poi altri hanno seguito.

Perché questi esempi vi chiederete? Noi siamo professionisti, non facciamo i gelati, né il caffè e neppure i cellulari. Vero, erogate consulenza. E perché nel modo in cui viene erogata non può esserci nulla di nuovo? Perché per il gelato sì e per la consulenza legale o fiscale no?! Il discorso è sempre lo stesso, se volete essere diversi dovete fare cose diverse, nuove e per primi. Cosa serve? Porsi domande nuove, pensare "out of the box", immaginare il futuro per poterlo realizzare, cambiare prospettiva. Finché rimarremo nel solco già tracciato non troveremo le soluzioni. Non basta fare le cose meglio degli altri, se volete fare un salto di qualità. Dovrete fare cose diverse dagli altri. Rischioso? Sì, come tutte le novità. Faticoso? All'inizio sicuramente sì. Allora meglio muoversi nella "comfort zone": nessuna novità, meno stress, minor rischio? Siamo sicuri che sia così? Siamo sicuri che continuando a fare ciò che sappiamo fare non correremo rischi e faremo meno fatica? Qualche dubbio potrebbe venirci, che dite?!

Poiché la vita è rischio e il modo migliore per prevedere il futuro è inventarlo, allora diamoci da fare e diamo spazio alla nostra creatività (emisfero destro del cervello), invece di comportarci come una macchina fotocopiatrice che ripete ogni giorno le stesse cose note (emisfero sinistro), che chiamiamo per stare meglio "tradizione".

Come diceva Oscar Wilde, "molti hanno paura delle idee nuove, a me terrorizzano quelle vecchie".

Ora sta a voi inventare il vostro futuro professionale; se vorrete, saprete farlo.

CLICCA PER CONDIVIDERE



©RIPRODUZIONE RISERVATA

Permalink

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/professioneLegale/2015-12-09/ditemi-qualcosa-che-non->