

NTAGGI  
TNER OLIVETTI,  
SUMANO MAI.

Guida al  
Diritto

HOME

**CIVILE**

PENALE

AMMINISTRATIVO

COMUNITARIO E INTERNAZIONALE

La Rivista

Entra in Banca Dati

Tutta l'offerta

Civile Famiglia Responsabilità

La prima App di Borsa Italiana per iPad

Ogni azione ha un prezzo. Sempre e ovunque.

London Stock Exchange Group

Borsa Italiana

Accedi

Home > Comunicare per promuovere: il ...

AVVOCATI E COMUNICAZIONE

# Comunicare per promuovere: il marketing dello studio legale

Mario Alberto Catarozzo | 24/9/2014

1 Consiglia 7 g+1 2 Salva in MY



*Siamo arrivati alla quarta delle cinque puntate dedicate al tema "Avvocati e comunicazione: cosa è cambiato?". L'evoluzione dello studio legale da 'feudo' del dominus" a realtà sempre più spesso "associata", ha infatti mutato le esigenze comunicative interne ed esterne. Il legale non deve più solo "convincere", per vincere in giudizio, ma sempre di più "condividere" e "gestire". Mentre il cliente chiede di essere più coinvolto nelle scelte del professionista. Da qui l'idea di fornire ai lettori di «Guida al Diritto» un primo strumento di analisi del cambiamento.*

*Dopo le precedenti puntate- che hanno affrontato le questioni: "[Comunicare e convincere: la comunicazione, dialettica e retorica all'interno dello Studio](#)", "[Comunicare con efficacia con i collaboratori in Studio](#)" e "[Comunicare con i clienti: cosa è cambiato?](#)" – il quarto intervento affronta il tema "Comunicare per promuovere: il marketing dello studio legale". Arrivederci, dunque al prossimo ed ultimo appuntamento che affronta un ulteriore argomento decisivo per la vita dello studio: "Comunicare per promuovere"; "Comunicare per gestire i conflitti. Dalla mediazione alla negoziazione". Buona lettura.*

## Comunicare per promuovere: il marketing dello studio legale

Dopo aver affrontato nelle puntate precedenti come la comunicazione efficace sia oggi importante anche nell'attività legale, per ciò che riguarda le relazioni interne allo studio e quelle con la clientela per la gestione di quest'ultima, vediamo ora come la comunicazione sia il cuore pulsante anche delle attività di marketing dello studio.

Innanzitutto, fare marketing vuol dire far parlare di sé, dare visibilità al proprio studio professionale, portare a conoscenza delle attività e competenze che lo contraddistinguono.

Lo studio legale non è paragonabile certo ad un'attività commerciale, per cui anche le azioni di marketing dovranno tenere conto della peculiarità di questa professione.

### Social Network

Lex24, la banca dati modulare per i professionisti del diritto - GUARDA IL VIDEO

**UNHCR**  
The UN  
Refugee Agency

**DONA ORA**

**UNHCR**  
The UN  
Refugee Agency

**DONA ORA**

SOCIAL CONDIVISI CLICK 10

IN VIGORE IL DL 139/2014 Mediazione obbligatoria con conciliatori più

Teniamo distinte, pertanto, **attività di marketing**, dalle **attività pubblicitarie**.

La pubblicità poco si addice allo standing della professione e i risultati temo che siano decisamente deludenti. Inoltre la pubblicità in senso stretto, quindi acquistare banner, posizioni a pagamento sui motori di ricerca, spazi pubblicitari sul web piuttosto che su altri strumenti più tradizionali, aprono la strada a valutazioni di opportunità e anche di legittimità deontologica, che caso per caso andranno effettuate.

All'opposto, una mirata attività di comunicazione a fini promozionali (marketing, appunto) che punti sui contenuti della professione, sarà molto più in linea con la funzione del professionista e molto più efficace verso i destinatari.

Vanno a questo punto distinti, per fare un po' di ordine, i due canali attraverso cui la comunicazione promozionale può trovare applicazione: web e canali tradizionali.

### I canali promozionali tradizionali

Partiamo da quest'ultimo, i canali tradizionali. Storicamente la promozione della propria attività veniva compiuta dal dominus di studio mediante una capillare e costante attività di pr (public relations) che intesseva con figure professionali utili al proprio business (altri professionisti, quali commercialisti, consulenti del lavoro, notai) e poi figure strategiche (direttori di banca, direttori di agenzie assicurative, imprenditori, manager). Ebbene questa attività resta sempre validissima e molto remunerativa. Ciò che è cambiato invece è che oggi non basta più; la velocità delle relazioni, i ritmi di lavoro, la costante connettività al web non permette più di coltivare come un tempo queste relazioni e spesso non sono più sufficienti da sole a mantenere vivo il proprio network.

Bisogna dunque introdurre nuovi strumenti di comunicazione promozionale. Vediamo i principali:

-**public speaking**: attività di relatori in seminari e convegni, partecipazioni a tavole rotonde;

-**organizzazione di incontri formativi** su novità normative presso il proprio studio o presso i clienti (quando hanno determinate dimensioni);

-**organizzazione di eventi paralegali**, come eventi culturali (presentazioni di libri, opere d'arte, esposizioni, mostre);

-**attività autorale**: articoli di approfondimento su novità, riforme, per quotidiani locali, nazionali, magazine;

-**immagine coordinata** logo-carta intestata-sito internet-brochure di studio;

-**sponsorizzazione** di eventi culturali;

-**attività pro bono**: borse di studio, attivazione di stage professionali, marketing sociale;

-**comunicati stampa** su operazioni di particolare rilevanza.

### Il Web

L'altro canale per la comunicazione promozionale dello studio legale è sicuramente il web.

Si aprono qui molte strade a costi, tra l'altro, molto contenuti. Vediamole:

- **sito Internet di studio** ben fatto e mirato nei contenuti;

- **posizionamento del sito** (SEO) sui motori di ricerca per la sua visibilità;

- **pubblicazione di articoli** nell'area dedicata del proprio sito di studio;

- **video clip di formazione** su novità e riforme da inserire nella sezione del proprio sito dedicata ai video e nel proprio canale Youtube di studio;

- **pubblicazione di articoli** su riviste on line, magazine;

- **presenza sui social network** e nei gruppi interessanti per lo studio, dove postare gli articoli pubblicati sul proprio sito;

- **self publishing**: pubblicazione di vademecum ed ebook per i clienti e i prospect su riforme e novità normative;

- utilizzo di una **mobile App** di studio in cui inserire i contenuti da condividere con i propri clienti;

- pubblicazione di **news quotidiane** con commento dello studio da inserire nell'area news;

- **sviluppo della brochure on line**;

-inserimento dello studio in **legal directory** quotate, meglio se internazionali.

**indipendenti e costi più alti**

**Lex24, la banca dati modulare per i professionisti del diritto - GUARDA IL VIDEO**

**I compiti del Giurista d'impresa e la regolamentazione di questa figura nei Paesi del Common Law**

**PROCEDURA CIVILE - Termine a ritroso, se festivo scatta la proroga al giorno prima**

Nei termini a ritroso, come per esempio ...



## 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.



IL DIRITTO  
DI SCEGLIERE SOLO  
CIÒ CHE SERVE

Se questi sono i principali strumenti alla portata di qualunque studio professionale, va sempre tenuto presente che perché un'attività di marketing possa produrre effetti concreti, è necessario prima di intraprenderla avere un piano strategico, per sapere cosa vogliamo ottenere da tale attività, in che tempi, partendo da dove. Attraverso tappe intermedie di verifica e aggiustamento sarà così possibile sviluppare la comunicazione in una direzione coerente con i propri interessi, costante e mirata. In alternativa si effettueranno azioni spot, che lasciano il tempo che trovano e che se producono risultati è più per casualità, che per efficacia.

Un accenno infine va fatto al sempre buon **passaparola**, strumento principe dello sviluppo del business in passato per la maggior parte degli studi. In quanto insito nella matura umana, il passaparola rimarrà, solo che le modalità con cui si attuerà e la sua efficacia non saranno più quelli di un tempo. Il passaparola funzionava benissimo in un contesto dove altri strumenti di conoscenza di professionisti erano assenti o poco praticabili dagli utenti. Era l'epoca delle pagine gialle cartacee. Oggi che tutto si è velocizzato e digitalizzato, c'è Internet e Google che stanno rimpiazzando il passaparola digitale a quello analogico. Oggi ciò che conta è essere ai primi posti della SERP di Google, avere buone recensioni, avere molti back-link (altri siti che rimandano al nostro) che nutrono il page rank del nostro sito (il valore tra 0 e 10 che indica la popolarità del sito).

Insomma, comunicare per promuovere vuol dire saper fare un sapiente mix di comunicazione scritta e parlata, di analogico e digitale, di marketing e (con cautela) pubblicità.

@MarAlbCat

CLICCA PER CONDIVIDERE



©RIPRODUZIONE RISERVATA

**Permalink**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/guidaAlDiritto/dirittoCivile/2014-09-24/comunicare-promuovere-n>

**DIRITTO24 Newsletter**



- Approfondimenti di LEX24**
- SOCCOMBENZA VIRTUALE, gli aggiornamenti di Lex24
- ANATOCISMO, gli aggiornamenti di Lex24
- DEPOSITO TELEMATICO, gli aggiornamenti disponibili in Lex24
- STALKING, gli aggiornamenti disponibili in Lex24
- FIDEJUSSIONE OMNIBUS, gli aggiornamenti disponibili in Lex24
- CASSAZIONE, le sentenze più rilevanti in tema di circolazione stradale
- CASSAZIONE, le sentenze più rilevanti in tema di famiglia

**Strumenti e servizi**

	Calcolo danno biologico		Richiesta sentenze integrali
	Gazzetta Ufficiale		Software (studio24)
	Servizi Camerali		Punti accesso a Polisweb
	Mobile		Link utili

CERCA UN AVVOCATO



Nome

Città

Materia

Avvocato  Studio Legale  Domiciliatari

CERCA

Sei un avvocato? Non perdere l'occasione di farti trovare su Avvocati 24



Cosa cerchi?

CERCA



Cosa cerchi?

CERCA



Cosa cerchi?

CERCA

## Vetrina

Novità

Periodici

Libri

Formazione



-10%

€ 27,00

Iva Inc.

**La mediazione nelle controversie condominiali**

Quadro normativo, tecniche e strategie di gestione delle ...



-10%

€ 19,80

Iva Inc.

**Codice penale e di procedura penale e leggi complementari**

Aggiornato con il D.l. 23 dicembre 2013, n. 146, conv. ...



-10%

€ 22,50

Iva Inc.

**Codice civile e di procedura civile e leggi complementari**

Aggiornato con il D.lgs. 28 dicembre 2013, n. 154 e con ...



-10%

€ 46,80

Iva Inc.

**Il processo civile di cognizione**

Rito ordinario. Rito del lavoro e delle locazioni. Separazione ...



-10%

€ 67,50

Iva Inc.

**Trasformazione, fusione, conferimento, scissione e liquidazione delle società**

Aspetti civilistici, contabili e fiscali delle operazioni ...

# Guida al Diritto



## MATERIE

[Diritto Civile](#)  
[Diritto del Lavoro](#)  
[Diritto Amministrativo](#)  
[Diritto Penale](#)  
[Diritto Comunitario e Internazionale](#)  
[Diritto Societario](#)  
[Diritto Fallimentare](#)  
[Diritto Tributario](#)  
[News dagli Studi](#)  
[Mercati e Impresa](#)  
[Professione Legale](#)  
[Praticanti](#)

## RUBRICHE

[News](#)  
[Sentenza Del Giorno](#)  
[Rassegna Di Giurisprudenza Di Lex24](#)  
[Giurisprudenza di Sistema](#)  
[Società](#)  
[Focus Di Guida Al Diritto](#)  
[L'Avvocato del Giorno](#)  
[News Dagli Studi/Ordini](#)  
[Codici](#)  
[Formule](#)  
[Rassegna Stampa Di Sistema](#)  
[Società](#)  
[Casi E Questioni di Sistema](#)  
[Società](#)

## PRODOTTI

[Quotidiano del Diritto](#)  
[Guida al Diritto](#)  
[Lex24](#)  
[Lex24 OMNIA](#)  
[Sistema Società](#)  
[Ventiquattrore Avvocato](#)  
[24ORE ON DEMAND](#)

## CONTATTI

[Contatta un agente](#)  
[Trova una Libreria](#)  
[Servizio Clienti](#)  
[Servizio clienti periodici](#)  
[Redazione Diritto24](#)  
[Redazione Guida al Diritto](#)  
[Redazione Lex24](#)  
[Redazione Ventiquattrore Avvocato](#)  
[Redazione Sistema Società](#)

## STRUMENTI E SERVIZI

[Calcolo del danno biologico](#)  
[Richiesta Sentenze Integrali](#)  
[Link utili](#)  
[Sito Mobile](#)  
[Newsletter di Diritto24 - Archivio](#)  
[Cerca un avvocato](#)