

# L'AVVOCATO diventa



di mario alberto catarozzo\*



osa cercano oggi i clienti? Cosa li fidelizza al professionista? Come ci si può differenziare nel mercato legale? Chi di voi non si è mai posto questa domanda, alzi la mano. La sfida, oggi, è cercare di capire e di anticipare quale sarà il ruolo del professionista legale nel futuro. Certo, l'avvocato è un consulente, la sua funzione è di assistere i clienti dal punto di vista del rispetto e utilizzo della normativa nell'esercizio dell'attività imprenditoriale. Ma se prima poteva essere sufficiente una consulenza giuridica limitata a

quest'ambito, oggi le cose non stanno proprio così e il futuro fa pensare che cambieranno ancora.

Chi oggi fa l'imprenditore si trova ad affrontare un mondo in continua evoluzione, mercati difficili da interpretare, concorrenza senza più confini geografici. La tecnologia ha trasformato il modo di fare impresa. Non solo gli imprenditori devono affrontare queste nuove sfide, ma anche i manager. Pensiamo a quanto oggi sia delicato licenziare un dirigente d'azienda oppure un dipendente. Già, perché se un tempo l'imprenditore guardava solo l'aspetto economico e si faceva supportare in quelli giuridici dall'avvocato, ora deve avere una visione più ampia, in quanto da un "cattivo" licenziamento potrebbero derivare danni all'azienda in termini di immagine se il licenziato diffondesse sul web notizie o anche semplicemente si lamentasse del trattamento. I brand maggiormente conosciuti sul mercato lo sanno bene e sanno che devono gestire questi momenti di crisi non solo dal punto di vista giuridico, ma anche mediatico-comunicativo.

A questo punto l'avvocato non può più soltanto conoscere il proprio mondo giuridico se vuol essere un buon consulente di scelte strategiche, deve anche conoscere le dinamiche comunicative del web e di comunicazione per poter ben consigliare il proprio cliente.

L'avvocato dovrà avere una visione prospettica ampia, in cui inserire le considerazioni utili per operare le scelte che sul medio-lungo periodo siano davvero utili per il proprio cliente.

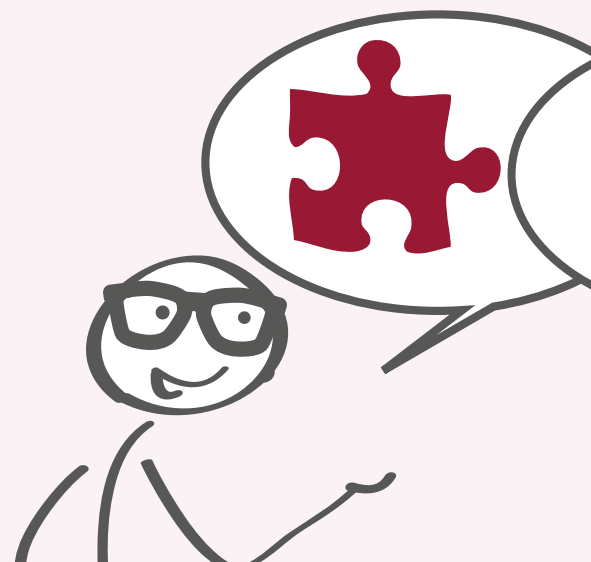
Manca ancora un pezzetto per essere consulenti completi.

L'avvocato dovrà saper comunicare al proprio cliente le scelte da operare, dovrà fargliene "digerire", persuaderlo che sono le migliori che si possano prendere e che sono prese nel suo interesse esclusivo. Quest'arte comunicativa e persuasoria va appresa, così come va conosciuto il web e le sue regole. Bisogna sviluppare inoltre la capacità di elaborare strategie integrate.

Il cliente, ha cambiato l'approccio. C'era una volta il cliente che si affidava ciecamente e si metteva nelle mani dell'avvocato, che snocciolava decisioni indiscutibili. Oggi, invece, il cliente vuole capire, sapere e decidere. Vuole stare al centro dell'attenzione, essere ascoltato, seguito, coccolato. Tutti lo sanno fare? Forse no. Molti legali sono ancora old style, etero-direttivi, incapaci di ascoltare e di provare empatia.

La domanda che possiamo porci a questo punto è se e come gli avvocati possano apprendere queste skills per migliorare la comunicazione, la persuasione, le capacità

empatiche e la conoscenza del web e delle nuove dimensioni del business. Esistono percorsi che formano i professionisti coach, nuove figure professionali dove alle hard skills giuridiche dell'avvocato si aggiungono le soft skills che ne completano il profilo professionale utile ad affrontare un mercato completamente nuovo. L'avvocato del futuro dovrà saper entrare in contatto col proprio cliente empaticamente, dovrà saperlo accogliere e poi condurre nelle scelte migliori. Sarà un avvocato che avrà capacità comunicative (non solo retorica e dialettica) utili a comprendere il cliente, farlo sentire curato



e nello stesso tempo fargli comprendere l'importanza del proprio lavoro, anche ai fini della parcella finale.

Questo avvocato avrà competenze da coach: saprà fare le domande "di qualità" utili a far acquisire consapevolezza al cliente. Saprà gestire la relazione con efficacia mantenendo il timone del rapporto. Saprà affiancare il proprio cliente in un rapporto di partnership e non solo consulenziale. L'avvocato coach sarà una figura più completa ed efficace dell'avvocato tradizionale.

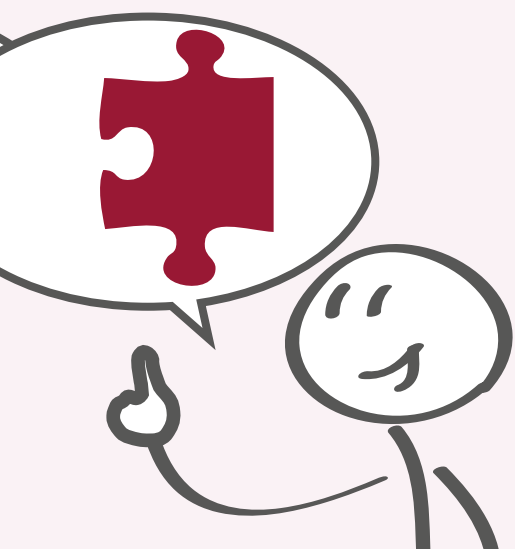
Non solo competenze giuridiche, ma anche di business, tecnologiche, di comunicazione, di relazione. Per il cliente sarà

a quel punto difficile comparare l'avvocato Bianchi con l'avvocato Rossi, perché il tipo di relazione e i benefici che apporta sono molto legati all'intuitus personae. Il dumping, automaticamente, non si potrà più applicare perché viene meno il presupposto di fungibilità.

Ma non è finita qui. Acquisire certe competenze comunicative, relazionali, organizzative può essere utile prima di tutto per se stessi e per il proprio studio. Si possono così migliorare le capacità manageriali di gestione dei propri collaboratori: motivazione, clima interno allo studio, gestione efficace delle riunioni, crescita dei collaboratori grazie al feedback e delega delle attività.

Si possono inoltre migliorare le capacità imprenditoriali dell'avvocato: lo sviluppo di strategie di business development; la gestione della relazione con i clienti; l'organizzazione di un business plan e di un business model.

L'avvocato coach, in altre parole, sarà un vero manager e imprenditore, oltre che consulente legale. I benefici sul proprio team di lavoro e sulla propria organizzazione saranno il primo effetto dello sviluppo di soft skills.



\*Formatore e Coach specializzato sul target professionisti dell'area legale  
@MarAlbCat