

## PROFESSIONE LEGALE

# I 10 errori più comuni commessi dagli avvocati nel legal marketing

03/09/2018 12:28



Tweet

Salva in MY 

Commento a cura di Mario Alberto Catarozzo  
Business coach e formatore specializzato sugli studi professionali

Studio legale e marketing già da un po' di tempo sono un binomio, ma è in particolare nell'ultimo biennio che si è vista una crescita esponenziale della comunicazione in

ambito legale, il legal marketing appunto.

Studio legali di ogni dimensione hanno così intrapreso la strada del marketing e in particolare del web marketing, quindi l'attività di comunicazione tendente alla promozione dei servizi utilizzando il web.

Basta accedere dalla porta di ingresso principale al web, Google, per avere una panoramica di come i professionisti dell'area legale stanno gestendo la propria presenza sul web, consci che oggi essere bravi è indispensabile, ma non più sufficiente. Se sei bravo e non lo sai valorizzare, non lo sai comunicare, i risultati soffriranno di certo. Siamo in un'epoca fatta di comunicazione e bisogna adeguarsi alle regole con cui la partita va giocata, che piaccia o meno.

Saltando dunque a pie' pari la disquisizione sulla bontà della direzione verso cui il mercato legale è diretto, cerchiamo invece di capire cosa sta accadendo e soprattutto se i giocatori di questa partita, gli avvocati, la sanno interpretare in modo corretto e quindi se stanno adottando le opportune strategie organizzative e comunicative per giocarsi al meglio le chances.

Questa volta, a differenza di altri articoli scritti su queste colonne, elencheremo gli errori più comuni (e più gravi) tipicamente commessi dagli avvocati che si avventurano su un terreno che non è il loro, e cioè il marketing e per di più attraverso l'utilizzo di una piattaforma che pochi principi del foro conoscono, il web.


Vediamo cosa non va fatto se volete avere successo comunicativo e fare in modo che l'investimento di soldi, tempo ed energie produca effetti e vi dia quella notorietà prodromica a generare nuova clientela di studio.

**1. CONSIDERARE LA COMUNICAZIONE E IL MARKETING UN'ATTIVITA'**

Accedi a:

DIRITTO 

Gli altri prodotti:

 Diritto<sup>+</sup>LEX Guida  
al DirittoQuotidiano del  
Diritto TeamSystem<sup>®</sup>Soluzioni Digitali e Cloud  
per Aziende e ProfessionistiDIGITAL  
IS RUNNING

# Quotidiano del Diritto

Scopri  
la nuova  
versione!

**SECONDARIA.** Saper valorizzare e quindi far conoscere adeguatamente il proprio valore e cosa ci distingue dai competitors è fondamentale se volete emergere nel nuovo mercato legale. Attenti a non pensare che il tempo da dedicare al marketing in uno studio sia tempo di serie B.

**2.ESSERE INCOSTANTI.** Le fiammate, le uscite estemporanee servono a poco e nulla. Inutile comprare la pubblicità su una pagina di un giornale se intorno non c'è un'operazione ben più articolata. Ci vuole costanza, pazienza, dedizione perché si producano gli effetti.

**3.PENSARE CHE I RISULTATI DEBBANO ESSERE IMMEDIATI.** Tipico errore è di pretendere che da una attività di marketing derivino risultati immediati e diretti. Oggi non è così. La comunicazione fa sì che nel tempo si costruisca un brand, una reputation e dall'insieme di più operazioni deriveranno i risultati, non dall'iniziativa singola.

**4.IMPROVVISARSI COMUNICATORI ESPERTI.** Il marketing, come il diritto, ha le sue regole e le sue dinamiche. Se poi pensiamo al web marketing, dobbiamo aggiungere anche le regole e le dinamiche del web. Pensare di essere onniscienti, di poter fare tutto, spesso porta a fare tutto male per mancanza di conoscenza. Affidate ad esperti di marketing – meglio se di legal marketing – la gestione della comunicazione di studio.

**5.AFFIDARE A CONSULENTI E DISINTERESSARSI.** Fate attenzione a non affidare a società esterne la comunicazione e poi disinteressarvene, perché se non guidate nelle scelte i vostri consulenti si perderanno probabilmente in attività non mirate che porteranno poco. E questo se sono persone serie ed affidabili, altrimenti non ne parliamo proprio, state buttando i vostri soldi.

**6.PARTIRE SENZA OBIETTIVI CHIARI.** Il marketing è fatto di azioni strategiche e non si può essere strategici se non si sa cosa si vuole ottenere e in che tempi. Non commettete l'errore di partire senza una meta, così all'avventura, perché il rischio di perdersi per strada è alto.

**7.PARTIRE SENZA UN BUDGET.** Lo studio è oramai come un'azienda. Così come un'azienda mette a budget il marketing, allo stesso modo dovrà fare anche lo studio. Il rischio altrimenti è di spendere tempo su tanti buoni propositi, ma poi non realizzare nulla per mancanza di risorse.

**8.NON AVERE IN STUDIO QUALCUNO CHE SE NE OCCUPI.** Anche negli studi più piccoli sarà utile delegare le attività di marketing o di gestione di una società esterna ad un membro dello staff o ad un avvocato, in modo che possa costantemente coordinare le attività e dare loro continuità.

**9.PENSARE CHE I SOCIAL NETWORK SIANO INUTILI PER LA PROFESSIONE.** Facebook, LinkedIn e Youtube sono i primi tre social al mondo, veri e propri continenti. Il tema non è capire se possono essere utili al business del professionista, perché su questo vi rispondo già io di sì; il punto è capire come possono essere utilizzati. Vi faccio l'esempio di LinkedIn: se vi conoscono ad un convegno e poi vanno a vedere su Lk il vostro profilo e non lo trovano o lo trovano incompleto e trascurato, questo sarà di sicuro un boomerang.

**10.PENSARE CHE L'AVVOCATO NON VENDE NULLA, QUINDI IL MARKETING NON SERVE.** Errato. L'avvocato vende come chiunque: prestazioni professionali, ok, ma vende. Quindi come ogni altra attività commerciale e di business andrà proposta adeguatamente, promozionata, valorizzata, evidenziata, differenziata. E fate anche attenzione a pensare che il passaparola sia l'unico canale di approvvigionamento di business: lo è stato in passato, oggi sempre di più al passaparola analogico si sta sostituendo il passaparola digitale e il web marketing.

CLICCA PER CONDIVIDERE



©RIPRODUZIONE RISERVATA

**Permalink**

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/professioneLegale/2018-09-03/i-10-errori-piu-comuni-cor>

**Diritto24**

**Ventiquattrore Avvocato**

**Milleproroghe, slitta al 30 giugno il Pos per professionisti e imprese**

**Soggetta a collazione la cessione gratuita di quote di una cooperativa edilizia**

## 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