



Lo studio legale competitivo

Nuove forme giuridiche e organizzative, marketing e comunicazione

Foggia, 3 dicembre 2019





Il marketing dello studio legale

Di cosa vi parlerò:

- Cos'è e come funziona
- Perché un avvocato non può farne a meno



Cos'è

È l'attitudine a mettere le esigenze del cliente al centro del lavoro dello studio legale

Che obiettivo ha?



Avere successo nel proprio lavoro attraverso:

- migliore marginalità
- maggiore fatturato
- miglior posizionamento

È una scienza?

No, è una disciplina che utilizza una serie di tecniche che provengono da:

- scienze economiche
- scienze comportamentali
- scienze della comunicazione



Perché scienze economiche

Perché ogni decisione di marketing è una decisione strategica e deve essere basata sui dati;

I risultati economici di ogni attività organizzata dipendono anche dalla sua efficienza operativa



Perché scienze comportamentali?

Perché ogni cliente è un essere umano e adotta dei meccanismi noti per acquistare un prodotto o un servizio

Perché scienze della comunicazione?

Perché per orientarsi nell'acquisto chiunque fa riferimento a nozioni note, quelle ignote non vengono utilizzate



Come funziona?

Bisogna acquisire:

- consapevolezza di lavorare in un “mercato”
- consapevolezza di “vendere” un servizio
- consapevolezza di dover “comunicare”
al mercato le caratteristiche del servizio
che si vende

Perché un avvocato ne ha bisogno?

Nello scenario attuale:

- i clienti non sono più “fedeli” come un tempo
- i concorrenti estremamente competitivi
- dei servizi erogati non si percepisce più la infungibilità (comoditization)
- l’avvocato offre servizi di cui spesso non governa l’esito



Il mercato

È composto da

- clientela presente, passata e potenziale
- concorrenti

Il servizio

È l'insieme delle attività intellettuali e non fornite dall'avvocato a seguito del mandato ed è solo parzialmente infungibile.

Dal punto di vista del cliente conta:

- qualità
- prezzo
- modalità di erogazione
- risultato

La comunicazione

È ogni attività idonea a rendere note le caratteristiche del servizio e di chi lo offre al proprio mercato.

L'avvocato comunica con:

- sito
- social network
- newsletter
- eventi pubblici
- passaparola
- pubbliche relazioni

L'organizzazione

Lo studio legale organizzato in forma collettiva oggi può essere

- associazione professionale
- Sta semplice
- Sta a r.l.
- Sta p.a.
- Sta Coop a r.l.
- Network (contratto di rete, società Benefit)



Funziona?

Si