



marketing du cabinet d'avocats

Préambule



LE BON AVOCAT EST-IL ...

Celui qui a le plus beau papier à entête ?

Celui dont on parle dans la Tribune ?

Celui qui m'invite à un cocktail ?

...

**OU SIMPLEMENT CELUI
QUI REpond A MON BESOIN ?**



Marketing Vs Communication

marketing n. m. (Anglicisme)

ECON Ensemble des démarches, des méthodes et des techniques, ayant pour objet l'adaptation de l'offre à la demande sous tous ses aspects (quantité et qualité des produits, publicité, études de marché, etc.). **Syn.** (*off. recommandé*) *mercatique*.

communication n. f.

1. Action de communiquer, de transmettre qqch à qqn. Donner communication d'un dossier. 2. Ce qui est communiqué. Je dois vous faire une communication urgente. 3. Moyen de liaison entre deux points, accès à un lieu. Toutes les communications sont coupées avec l'étranger. 4. Fait d'être en relation avec qqn, qqch. Communication avec l'au-delà. | | Communication téléphonique. 5. SOCIOL Ensemble des phénomènes concernant la possibilité, pour un sujet, de transmettre une information à un autre sujet, par le langage articulé ou par d'autres codes. 6. Communication de masse: diffusion de messages écrits et audiovisuels à un large public; ensemble des techniques mises en oeuvre à cette fin.

Une évidence ou une mode ?

- Évolutions intellectuelles et sociales de la société
 - Une société 100 % marketing ?
 - Résister ou accepter les évolutions sociologiques

- Évolutions de la profession
 - Concurrence
 - Clientèle
 - Conservateur ou ... réactif !!!

- Les portes ouvertes ...
 - Repenser l'évident
 - Avant le quoi et le comment ... quid du pourquoi ?

Penser marketing

- Monsieur Jourdain ...
 - Vous véhiculez un message ... réflexion ou intuition ?

- Cabinet = Entreprise / Avocat = Produit
 - Percevoir les implications de cette évolution
 - Un choix de vie ... d'entreprise

- Agir sans réfléchir ?
 - Conclure sans étudier
 - Attention à l'intuition

Dérèglements ...



Les tables de la Loi ...

- **Décret du 12.07.2005 / Article 15**

La publicité est permise à l'avocat si elle procure une information au public et si sa mise en œuvre respecte les principes essentiels de la profession.

La publicité inclut la diffusion d'informations sur la nature des prestations de services proposées, dès lors qu'elle est exclusive de toute forme de démarchage.

Toute offre de service personnalisée adressée à un client potentiel est interdite à l'avocat.

- **RIU / RIH / RI / ...**

Ne bougez plus !!!

Analyser / Penser



Pourquoi ?

- Favoriser le développement général du Cabinet
- Favoriser un développement spécifique
- Favoriser la fidélité client
- Favoriser la cohésion interne
- Favoriser la légitimité professionnelle
- Satisfaire son égo ...
- ... ou simplement se faire plaisir !!!

Se connaître

- A priori ...
 - Quelles sont les valeurs fondamentales véhiculées par la profession ?
 - Quelle est la place de l'avocat dans la société civile ?

- Qui suis-je ? Qui sommes nous ? Qui sont-ils ?
 - Mes/nos compétences, celles de mes concurrents ...
 - Ma/notre personnalité
 - Mes/nos valeurs
 - Ma/notre image, celle de mes concurrents ...

- Qui sont mes clients ?
 - Sociologie d'une clientèle

- **Qui je veux être et qui je peux être ?**

Objectifs et stratégies

- De « International Law Corporation »
à « Me Jean Dupont, avocat à Saint-Nazaire » ...
 - Objectifs différents = stratégies différentes = actions différentes

- Définir ses objectifs
 - Définir et planifier
 - Valider la cohérence stratégique

- Penser et dépenser
 - Le quotidien avant l'exceptionnel
 - Un engagement global



Mise en oeuvre



LA POLITIQUE DE L'ICEBERG

- Avez-vous une carte ?
- Les robes dans le placard ?
- La salle d'attente ...
- Un café, un verre d'eau, ...



Le relation client, l'outil marketing N°1

- **Qualité de l'exercice professionnel / Valeurs du cabinet**
- **Échanges**
 - Accueillir et recevoir
 - Suivre
 - Organiser
- **Politique "commerciale"**
 - Négociation
 - Facturation
 - Conventions
- **Information et formation du client**
- **Base de données clients / Outils informatique**

Le marketing mix ...

- Une liste sans fin ...

- Identité graphique
- Site Internet
- Conférences
- Relations presse
- Décoration
- Relations publiques
- Annuaire
- Publicité
- Enseignement
- Recrutement

**AUCUNE
RECETTE
MIRACLE**

- Quel est votre besoin ?
- Comment atteindre vos objectifs ?

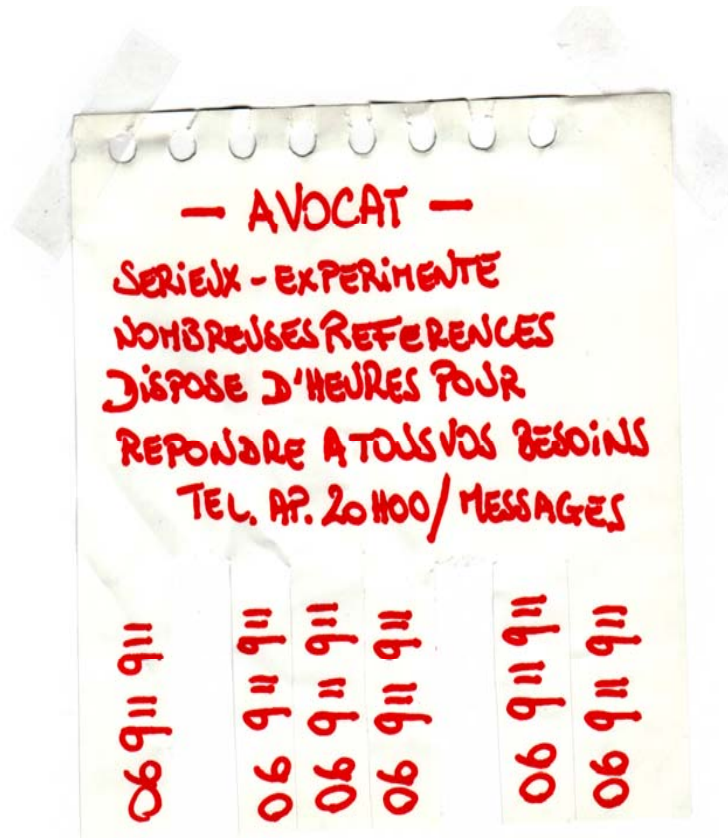
Demain matin ... en quelques mots

- Remettre en question les idées reçues
- Étudier le simple avant ...
- Exploiter la "latence" temporaire de la profession ...
- Les dangers du bricolage
- Penser sa politique de communication dans son ensemble
- Perfectionnisme ... tout ou rien
- Cohérence

Conclusion



The end ...



Bien communiquer c'est parfois ...
Ne rien faire !!!!