

**Venerdì 14 ottobre ore 15-18**

**Avvocati e mercato:**

***“Marketing” forense, tra deontologia e sfida della concorrenza.***

**Organizzazione di studio e servizio alla clientela**

***Coordina: Avv. Davide Calabrò,***

***Consigliere Consiglio Nazionale Forense***

***15- 15,15 Introduce e discute: Giulia Facchini avvocato del Foro di Torino***

***Responsabile del gruppo riforme di Cammino***

La situazione dell'avvocatura emersa dal Rapporto Censis sull'avvocatura 2015: elementi critici e spunti di cambiamento.

**Relazionano**

**15,15- 16.00 Avv Giovanna Stumpo**, avvocato del Foro di Milano e publicista in materia di organizzazione e marketing legale, formatore e tra l'altro autrice dell'ebook *“La regolamentazione deontologica del marketing legale”* (MAGGIOLI 2015)

***“Introduzione al marketing forense”***

- Le differenze tra comunicazione, marketing e pubblicità
- Cosa vuole dire fare marketing strategico e operativo: gli strumenti possibili per gli avvocati; sito, brochure, sponsorizzazioni, formazione, pubblicazioni anche informatiche, newsletter, social network, premi, e pubbliche relazioni
- Il marketing degli avvocati e la modifica dell'articolo 39 del codice deontologico sanzioni dell'antitrust e nuove aperture al CNF
- Le reti tra professionisti, tipologie e utilizzo: successi e criticità

**16,00- 16,30 Avv. Rita Eva Cresci** avvocato del Foro di Milano - **Studio MDM**

***“Strumenti di immagine coordinata sito e brochure: una esperienza sul campo”***

- La presa di coscienza della necessita di “fare qualcosa”
- La costruzione della *brochure* passo per passo
- La costruzione del sito per lo studio legale
- I social network e la loro utilizzo per il marketing legale
- Web marketing e le nuove piattaforme dedicate ai servizi legali, collettori di offerta che aprono alla spersonalizzazione della prestazione intesa sempre più come commodity che come erogazione d'opera intellettuale. Profili deontologici

**16,45- 17,15 Avv. Cristiano Cominotto** del Foro di Milano, **Presidente di –AL Assistenza Legale:**

***“AL, una esperienza di network innovativo e di successo per i piccoli studi legali, tra chiusure del CNF e premi internazionali”.***

- La storia di Alt “Assistenza legale per tutti” e l'esperienza dei negozi giuridici su strada tra resistenze istituzionali e premi europei
- Che cosa è e come funziona AL (già Alt)
- Che cosa è e come funziona Assistenza Legale Premium il perché di una scelta
- L'evoluzione degli studi legali all'estero in particolare l'esperienza Australiana, della Gran Bretagna e degli Usa e l'interesse per la formula di AI - Assistenza Legale.
- Siti referrral - collettori di offerta e nuove tendenze della avvocatura all'estero. Esempi virtuosi di organizzazione del lavoro
- Avvocatura futuribile.

**17,15- 17,30 Avv. Giulia Facchini:**

***“Avvoca' per ora grazie” Spunti di riflessione a partire dal testo di Giuseppe Caravita di Toritto su come formulare i preventivi nei procedimenti di separazione e divorzio.***

- Le modalità di tariffazione consentite dalla legge professionale
- La scelta della tariffa più idonea e la formulazione del corretto preventivo come strumento di marketing

**17,30** Domande dei partecipanti e dibattito