

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*



**“IL SELF BRANDING -LA PUBBLICITA’  
DELL’AVVOCATO -L’USO DEI SOCIAL  
NETWORK E LE NUOVE TECNOLOGIE”**

L' avv. Giulia Facchini e l'avv. Alessandro Benvegnù  
dialogano  
con avv. Giulia Ruggerone ed avv. Elisabetta Lombi

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**«Comunicare il proprio valore con il self branding»**

COMUNICARE	1. VALORE ( <i>individuare il proprio «tratto distintivo»</i> )
↓	↓
ATTRAVERSO IL SELF BRANDING	2. PROGETTARE IL SELF BRANDING ( <i>ovvero avere una strategia coerente per portare il proprio valore a conoscenza dei possibili clienti</i> )
↓	↓
IL PROPRIO VALORE	3. COMUNICARE ( <i>ovvero mettere in atto strumenti di marketing operativo</i> )



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## COSA NON È IL MARKETING



- Marketing **NON E'** pubblicità
- Marketing **NON E'** propaganda
- Marketing **NON E'** accaparramento di clientela

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## COSA NON È IL MARKETING: la pubblicità

**QUESTO NON È MARKETING...ED E' OLTRE CHE VIETATO SAREBBE SOPRATTUTTO CONTROPRODUCENTE**



- DA FACCHINI SEPARAZIONI SE VUOI PORTARGLI VIA PURE I PANTALONI
- UNA OFFERTA ECCEZIONALE DA FACCHINI SEPARAZIONE + DIVORZIO A UN PREZZO SPECIALE
- SEPARATI DALLA FACCHINI CHE TUTELA VERAMENTE I TUOI BAMBINI

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## COSA NON È IL MARKETING



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Il primo elemento del percorso è individuare il «Valore»  
Ma cosa è il valore?**

**E' l'elemento  
distintivo ovvero ciò  
che ci/vi **differenzia**  
da tutti gli altri  
avvocati**





Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Art. 17 Codice deontologico

- È consentita all'avvocato, a tutela dell'affidamento della collettività, l'informazione sulla propria attività professionale, sull'organizzazione e struttura dello studio, sulle eventuali specializzazioni e titoli scientifici e professionali posseduti. Le informazioni diffuse pubblicamente con qualunque mezzo, anche informatico, debbono essere **trasparenti, veritiere, corrette, non equivocate, non ingannevoli, non denigratorie o suggestive e non comparative**. In ogni caso le informazioni offerte devono **fare riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale**".

**AGF**

AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**PER MEGLIO TROVARE IL NOSTRO ELEMENTO DISTINTIVO**

Un'occhiata al «mercato» dell'offerta dei servizi legali in relazione al quale dobbiamo individuare e poi comunicare il nostro valore



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## Il «mercato» dell'offerta di servizi legali

**I NUMERI  
DELL'AVVOCATURA  
2020**

Cassa Nazionale di  
Previdenza e Assistenza  
Forense

Ufficio Attoriale

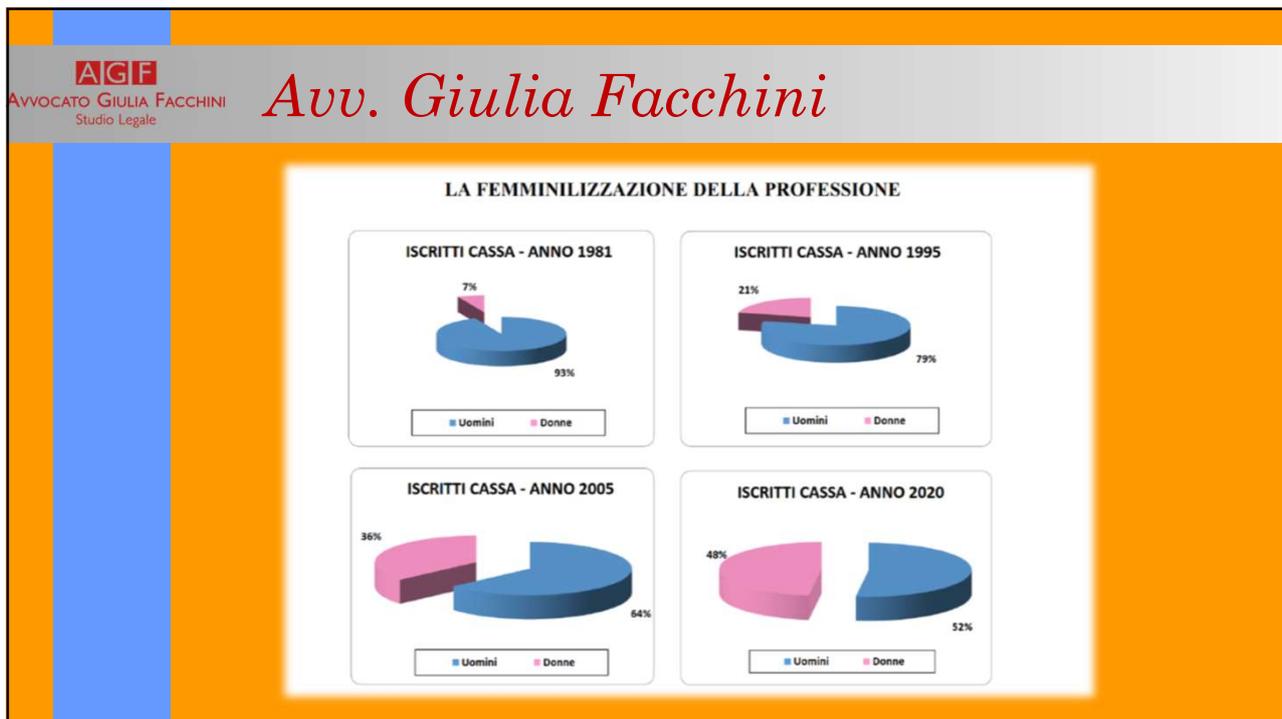
**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

### NUMERO AVVOCATI OGNI MILLE ABITANTI - ANNO 2020

*DISTRIBUZIONE PER REGIONE*

Region	Number of lawyers per 1,000 inhabitants
Valle d'Aosta	1,3
Piemonte	2,3
Lombardia	3,5
Liguria	4,0
Veneto	2,6
Emilia Romagna	3,1
Friuli Venezia Giulia	2,2
Trentino Alto Adige	1,7
Toscana	3,5
Lazio	5,9
Umbria	3,7
Marche	3,5
Abruzzo	4,5
Molise	5,2
Campania	6,2
Puglia	5,4
Basilicata	5,0
Calabria	7,0
Sicilia	4,8
Sardegna	3,3



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### AVVOCATI ISCRITTI ALLA CASSA FORENSE ALLA DATA DEL 31/12/2020

DISTRIBUZIONE PER REGIONE E SESSO

Regione	ATTIVI			PENSIONATI CONTRIBUENTI			TOTALE ISCRITTI		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
VALLE D'AOSTA	67	87	154	4	7	11	71	94	165
PIEMONTE	5.081	4.225	9.306	98	528	626	5.179	4.753	9.932
LOMBARDIA	17.818	15.373	33.191	367	1.572	1.939	18.185	16.945	35.130
LIGURIA	2.668	2.900	5.568	67	357	424	2.735	3.257	5.992
VENETO	6.354	5.504	11.858	80	611	691	6.434	6.115	12.549
EMILIA ROMAGNA	7.012	5.811	12.823	159	669	828	7.171	6.480	13.651
FRIULI VENEZIA GIULIA	1.308	1.133	2.441	14	147	161	1.322	1.280	2.602
TRENTINO ALTO ADIGE	819	917	1.736	14	127	141	833	1.044	1.877
TOSCANA	6.451	5.468	11.919	101	665	766	6.552	6.133	12.685
LAZIO	15.260	16.228	31.488	347	1.906	2.253	15.607	18.134	33.741
UMBRIA	1.695	1.375	3.070	29	129	158	1.724	1.504	3.228
MARCHE	2.583	2.354	4.937	41	266	307	2.624	2.620	5.244
ABRUZZO	2.705	2.743	5.448	30	264	294	2.735	3.007	5.742
MOLISE	698	778	1.476	9	62	71	707	840	1.547
CAMPANIA	14.931	18.504	33.435	135	1.635	1.770	15.066	20.139	35.205
PUGLIA	9.165	10.958	20.123	109	1.047	1.156	9.274	12.005	21.279
BASILICATA	1.281	1.343	2.624	17	129	146	1.298	1.472	2.770
CALABRIA	6.432	6.291	12.723	65	451	516	6.497	6.742	13.239
SICILIA	10.863	11.180	22.043	99	1.077	1.176	10.962	12.257	23.219
SARDEGNA	2.533	2.399	4.932	50	251	301	2.583	2.650	5.233
<b>TOTALE</b>	<b>115.724</b>	<b>115.571</b>	<b>231.295</b>	<b>1.835</b>	<b>11.900</b>	<b>13.735</b>	<b>117.559</b>	<b>127.471</b>	<b>245.030</b>
<b>NORD</b>	<b>41.127</b>	<b>35.950</b>	<b>77.077</b>	<b>803</b>	<b>4.018</b>	<b>4.821</b>	<b>41.930</b>	<b>39.968</b>	<b>81.898</b>
<b>CENTRO</b>	<b>25.989</b>	<b>25.425</b>	<b>51.414</b>	<b>518</b>	<b>2.966</b>	<b>3.484</b>	<b>26.507</b>	<b>28.391</b>	<b>54.898</b>
<b>SUD E ISOLE</b>	<b>48.608</b>	<b>54.196</b>	<b>102.804</b>	<b>514</b>	<b>4.916</b>	<b>5.430</b>	<b>49.122</b>	<b>59.112</b>	<b>108.234</b>
<b>TOTALE</b>	<b>115.724</b>	<b>115.571</b>	<b>231.295</b>	<b>1.835</b>	<b>11.900</b>	<b>13.735</b>	<b>117.559</b>	<b>127.471</b>	<b>245.030</b>

**EVOLUZIONE DEL REDDITO IRPEF DEGLI AVVOCATI ISCRITTI AGLI ALBI FORENSI**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

Anno di produzione	Reddito complessivo Irpef		Incremento % annuo del monte reddituale complessivo		Reddito medio annuo		Incremento % annuo del reddito medio		Reddito medio Irpef rivalutato	
	Iscritti Cassa	Iscritti Albi	Iscritti Cassa	Iscritti Albi	Iscritti Cassa	Iscritti Albi	Iscritti Cassa	Iscritti Albi	Iscritti Cassa	Iscritti Albi
1996	€ 2.578.044.619	€ 2.623.423.928			€ 38.336	€ 31.698			€ 55.666	€ 46.026
1997	€ 2.948.635.594	€ 2.981.871.639	14,4%	13,7%	€ 39.789	€ 32.881	3,8%	3,7%	€ 56.810	€ 46.946
1998	€ 3.253.966.468	€ 3.297.419.919	10,4%	10,6%	€ 41.223	€ 33.709	3,6%	2,5%	€ 57.816	€ 47.277
1999	€ 3.476.601.590	€ 3.523.946.620	6,8%	6,9%	€ 41.242	€ 33.339	0,0%	-1,1%	€ 56.932	€ 46.022
2000	€ 3.827.748.127	€ 3.890.898.657	10,1%	10,4%	€ 43.333	€ 34.946	5,1%	4,8%	€ 58.302	€ 47.018
2001	€ 4.147.856.131	€ 4.245.859.479	8,4%	9,1%	€ 44.828	€ 36.423	3,4%	4,2%	€ 58.728	€ 47.717
2002	€ 4.510.879.809	€ 4.600.820.301	8,8%	8,4%	€ 45.812	€ 37.899	2,2%	4,1%	€ 58.610	€ 48.487
2003	€ 4.684.281.352	€ 4.776.843.197	3,8%	3,8%	€ 44.444	€ 37.321	-3,0%	-1,5%	€ 55.474	€ 46.582
2004	€ 5.328.208.984	€ 5.437.841.448	13,7%	13,8%	€ 46.476	€ 39.127	4,6%	4,8%	€ 56.872	€ 47.879
2005	€ 5.648.927.942	€ 5.735.515.329	6,0%	5,5%	€ 47.383	€ 39.312	2,0%	0,5%	€ 57.013	€ 47.301
2006			11,7%	13,1%	€ 49.039	€ 39.020	3,5%	-0,7%	€ 57.848	€ 46.029
2007	€ 6.984.105.914	€ 7.103.245.225	10,7%	9,5%	€ 51.314	€ 41.608	4,6%	6,6%	€ 59.520	€ 48.262
2008	€ 7.104.080.859	€ 7.227.194.509	1,7%	1,7%	€ 50.351	€ 41.386	-1,9%	-0,5%	€ 56.592	€ 46.516
2009	€ 7.203.601.852	€ 7.336.204.625	1,4%	1,5%	€ 48.805	€ 40.834	-3,1%	-1,3%	€ 54.473	€ 45.577
2010	€ 7.379.417.146	€ 7.497.150.728	2,4%	2,2%	€ 47.561	€ 38.396	-2,5%	-6,0%	€ 52.251	€ 42.180
2011	€ 7.639.790.420	€ 7.773.459.133	3,5%	3,7%	€ 47.561	€ 38.897	0,0%	1,3%	€ 50.875	€ 41.608
2012	€ 7.924.736.311	€ 8.050.442.320	3,7%	3,6%	€ 46.921	€ 38.629	-1,3%	-0,7%	€ 48.729	€ 40.117
2013	€ 7.881.971.945	€ 7.954.746.258	-0,5%	-1,2%	€ 38.627	€ 37.668	-17,7%	-2,5%	€ 39.679	€ 38.694
2014	€ 8.034.442.182	€ 8.043.984.237	1,9%	1,1%	€ 37.505	€ 37.444	-2,9%	-0,6%	€ 38.450	€ 38.387
2015	€ 8.414.280.162	€ 8.425.499.667	4,7%	4,7%	€ 38.385	€ 38.277	2,3%	2,2%	€ 39.391	€ 39.280
2016	€ 8.525.531.438	€ 8.532.624.095	1,3%	1,3%	€ 38.437	€ 38.420	0,1%	0,4%	€ 39.484	€ 39.467
2017	€ 8.545.536.744	€ 8.551.849.982	0,2%	0,2%	€ 38.620	€ 38.599	0,5%	0,5%	€ 39.240	€ 39.219
2018	€ 8.888.036.658	€ 8.894.129.414	4,0%	4,0%	€ 39.473	€ 39.449	2,2%	2,2%	€ 39.670	€ 39.646
2019	€ 8.896.333.216	€ 8.901.129.414	0,1%	0,1%	€ 40.180	€ 40.154	1,8%	1,8%	€ 40.180	€ 40.154

**REDDITO PROFESSIONALE MEDIO DICHIARATO AI FINI IRPEF DAGLI ISCRITTI ALLA CASSA - ANNO 2019 -**

*DISTRIBUZIONE PER CLASSI DI ETÀ'*

Classi di età	ATTIVI			PENSIONATI CONTRIBUENTI			TOTALE ISCRITTI		
	Reddito IRPEF medio			Reddito IRPEF medio			Reddito IRPEF medio		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
< 30	€ 11.956	€ 14.077	€ 12.844				€ 11.956	€ 14.077	€ 12.844
30 - 34	€ 14.086	€ 20.011	€ 16.448	€ 10.008	€ 29.669	€ 23.115	€ 14.086	€ 20.014	€ 16.449
35 - 39	€ 17.742	€ 30.909	€ 23.226	€ 16.811	€ 18.028	€ 17.191	€ 17.741	€ 30.904	€ 23.223
40 - 44	€ 21.444	€ 41.313	€ 30.245	€ 19.010	€ 34.422	€ 23.752	€ 21.438	€ 41.305	€ 30.234
45 - 49	€ 26.617	€ 53.224	€ 38.910	€ 22.251	€ 24.991	€ 23.108	€ 26.596	€ 53.154	€ 38.852
50 - 54	€ 32.674	€ 66.904	€ 50.332	€ 18.882	€ 29.614	€ 24.224	€ 32.584	€ 66.679	€ 50.169
55 - 59	€ 35.237	€ 77.442	€ 60.498	€ 25.254	€ 35.863	€ 30.672	€ 35.116	€ 77.088	€ 60.200
60 - 64	€ 38.432	€ 78.438	€ 65.515	€ 26.882	€ 40.881	€ 37.195	€ 38.200	€ 77.436	€ 64.819
65 - 69	€ 29.755	€ 65.255	€ 56.695	€ 53.166	€ 90.338	€ 83.615	€ 36.935	€ 75.013	€ 66.682
70 - 74	€ 22.464	€ 35.747	€ 33.416	€ 44.241	€ 71.414	€ 68.343	€ 38.524	€ 65.148	€ 61.829
74 +	€ 31.248	€ 18.759	€ 20.011	€ 23.898	€ 43.814	€ 42.397	€ 24.685	€ 41.907	€ 40.643
<b>Totale</b>	<b>€ 24.889</b>	<b>€ 53.849</b>	<b>€ 39.155</b>	<b>€ 36.280</b>	<b>€ 60.671</b>	<b>€ 57.288</b>	<b>€ 25.073</b>	<b>€ 54.496</b>	<b>€ 40.180</b>

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**REDDITO PROFESSIONALE IRPEF DEGLI ISCRITTI ALLA CASSA FORENSE  
CONFRONTO ANNI 2018-2019**

*DISTRIBUZIONE PER CLASSI DI ETÀ*

Classi di età	Reddito medio 2018			Reddito medio 2019			Variazione % 2019/2018		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
< 30	€ 10.981	€ 12.980	€ 11.804	€ 11.956	€ 14.077	€ 12.844	8,9%	8,4%	8,8%
30 - 34	€ 13.530	€ 19.069	€ 15.721	€ 14.086	€ 20.014	€ 16.449	4,1%	5,0%	4,6%
35 - 39	€ 16.569	€ 29.922	€ 22.114	€ 17.741	€ 30.904	€ 23.223	7,1%	3,3%	5,0%
40 - 44	€ 20.914	€ 40.500	€ 29.563	€ 21.438	€ 41.305	€ 30.234	2,5%	2,0%	2,3%
45 - 49	€ 26.793	€ 53.570	€ 39.255	€ 26.596	€ 53.154	€ 38.852	-0,7%	-0,8%	-1,0%
50 - 54	€ 33.117	€ 67.902	€ 51.653	€ 32.584	€ 66.679	€ 50.169	-1,6%	-1,8%	-2,9%
55 - 59	€ 35.011	€ 76.253	€ 60.426	€ 35.116	€ 77.088	€ 60.200	0,3%	1,1%	-0,4%
60 - 64	€ 41.063	€ 80.061	€ 68.153	€ 38.200	€ 77.436	€ 64.819	-7,0%	-3,3%	-4,9%
65 - 69	€ 36.611	€ 73.499	€ 66.103	€ 36.935	€ 75.013	€ 66.682	0,9%	2,1%	0,9%
70 - 74	€ 42.299	€ 66.257	€ 63.626	€ 38.524	€ 65.148	€ 61.829	-8,9%	-1,7%	-2,8%
74+	€ 25.155	€ 41.959	€ 40.825	€ 24.685	€ 41.907	€ 40.643	-1,9%	-0,1%	-0,4%
<b>Totale</b>	<b>€ 24.378</b>	<b>€ 53.681</b>	<b>€ 39.473</b>	<b>€ 25.073</b>	<b>€ 54.496</b>	<b>€ 40.180</b>	<b>2,9%</b>	<b>1,5%</b>	<b>1,8%</b>

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**REDDITO PROFESSIONALE E VOLUME D'AFFARI DEGLI ISCRITTI ALLA CASSA  
ANNO 2019**

*DISTRIBUZIONE PER CLASSI D'IMPORTO*

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**REDDITO PROFESSIONALE IRPEF**

Classi di importo	Monte reddito	Reddito medio IRPEF	N° posizioni	%	(% anno 2018)
Mod.5 non pervenuto	€ 0		23.616	9,6%	8,1%
< zero	-€ 11.769.503	-€ 8.341	1.411	0,6%	0,9%
zero	€ 0	€ 0	12.177	5,5%	6,0%
1 - 10.300	€ 289.667.903	€ 5.182	55.895	25,2%	25,8%
10.300 - 19.828	€ 646.908.359	€ 14.829	43.626	19,7%	19,9%
19.828 - 50.050	€ 2.239.595.123	€ 32.392	69.141	31,2%	28,3%
50.050 - 100.200	€ 1.557.247.234	€ 69.882	22.284	10,1%	11,2%
100.200 - 150.000	€ 926.643.876	€ 121.225	7.644	3,5%	3,7%
150.000 - 250.000	€ 980.579.487	€ 189.814	5.166	2,3%	2,3%
250.000 - 500.000	€ 922.621.217	€ 340.325	2.711	1,2%	1,3%
> 500.000	€ 1.333.070.016	€ 980.920	1.359	0,6%	0,6%
<b>TOTALE</b>	<b>€ 8.896.333.216</b>	<b>€ 40.180</b>	<b>245.030</b>	<b>100%</b>	<b>100,0%</b>

**VOLUME D'AFFARI IVA**

Classi di importo	Volume d'affari complessivo	Volume medio IVA	N° posizioni	%	(% anno 2018)
Mod.5 non pervenuto			23.616	9,6%	8,1%
< zero	€ 0	€ 0	13.863	6,3%	6,7%
1 - 16.350	€ 547.002.959	€ 8.106	67.482	30,5%	31,7%
16.350 - 17.750	€ 87.398.158	€ 17.037	5.130	2,3%	2,5%
17.750 - 50.050	€ 2.313.047.078	€ 30.957	74.718	33,7%	32,7%
50.050 - 100.200	€ 2.276.383.877	€ 68.149	33.403	15,1%	13,9%
100.200 - 150.000	€ 1.284.997.335	€ 121.708	10.558	4,8%	5,1%
150.000 - 250.000	€ 1.554.935.638	€ 190.883	8.146	3,7%	3,8%
250.000 - 500.000	€ 1.740.457.230	€ 341.601	5.095	2,3%	2,3%
> 500.000	€ 3.600.510.732	€ 1.192.617	3.019	1,4%	1,4%
<b>TOTALE</b>	<b>€ 13.404.733.004</b>	<b>€ 60.541</b>	<b>245.030</b>	<b>100%</b>	<b>(100%)</b>

### REDDITO MEDIO IRPEF DEGLI AVVOCATI ISCRITTI ALLA CASSA FORENSE ANNO 2019

*DISTRIBUZIONE PER REGIONE*

Regione	Donne	Uomini	Totale
VALLE D'AOSTA	€ 42.265	€ 59.320	€ 51.965
PIEMONTE	€ 31.467	€ 64.344	€ 47.163
LOMBARDIA	€ 40.631	€ 102.194	€ 70.154
LIGURIA	€ 28.633	€ 66.443	€ 48.932
VENETO	€ 31.451	€ 67.295	€ 48.830
EMILIA ROMAGNA	€ 30.678	€ 62.998	€ 45.919
FRIULI VENEZIA GIULIA	€ 32.994	€ 65.200	€ 48.751
TRENTINO ALTO ADIGE	€ 40.130	€ 83.818	€ 64.456
TOSCANA	€ 26.118	€ 52.611	€ 38.805
LAZIO	€ 28.313	€ 67.944	€ 49.279
UMBRIA	€ 21.105	€ 45.114	€ 32.221
MARCHE	€ 22.559	€ 46.138	€ 34.245
ABRUZZO	€ 17.492	€ 36.449	€ 27.352
MOLISE	€ 14.809	€ 29.632	€ 22.916
CAMPANIA	€ 14.976	€ 32.871	€ 25.027
PUGLIA	€ 14.976	€ 31.119	€ 23.978
BASILICATA	€ 14.222	€ 28.464	€ 21.729
CALABRIA	€ 12.574	€ 27.029	€ 19.796
SICILIA	€ 14.790	€ 32.325	€ 23.932
SARDEGNA	€ 20.333	€ 36.491	€ 28.313
NAZIONALE	€ 25.073	€ 54.496	€ 40.180

Area geografica	Donne	Uomini	Totale
NORD	€ 35.332	€ 81.227	€ 57.600
CENTRO	€ 26.689	€ 61.134	€ 44.245
SUD E ISOLE	€ 15.033	€ 31.933	€ 24.125
NAZIONALE	€ 25.073	€ 54.496	€ 40.180

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

Eppure il nostro potenziale mercato è ancora grande (CENSIS II 2017) oltre il 70% degli intervistati non ricorre a un legale

### La propensione degli italiani a ricorrere ad un avvocato negli ultimi due anni

Ricorso ad un avvocato	Titolo di studio			Totale
	Fino alla licenza	Diploma	Laurea e oltre	
Si	19,9	25,3	34,7	27,3
No	80,1	74,7	65,3	72,7
Non sa/non risponde	0,0	0,0	0,0	20,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Il ricorso alla consulenza legale cresce al crescere del livello d'istruzione: il 34,7% nel caso dei laureati, il 25,3% fra i diplomati, il 19,9% per chi è in possesso di un titolo di studio inferiore

Indagine popolazione



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Metamorfosi del Marketing

Price	Product
Placement	Promotion
4p	

Consumer model	Cost
Communication	Convenience
4c	

AGF  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

### PRIMO RAPPORTO CENSIS SULL'AVVOCATURA 2015

Come sono i servizi offerti dagli avvocati italiani?

The Specialist **VS** The Generalist

11%                      89,9%

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Primo Rapporto Censis sull'avvocatura 2015**  
**Lo studio offre servizi professionali dedicati a segmenti di mercato specifico?**

	Nord	Centro	Sud e Isole	Totale
Sì	12,0	12,1	9,3	11,1
<b>No</b>	<b>88,0</b>	<b>87,9</b>	<b>90,7</b>	<b>88,9</b>

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**A cosa serve la specializzazione in chiave marketing?**





AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Imprese & Professioni

TRA REGOLE E MERCATI

## LA SPECIALIZZAZIONE? SARÀ IL NOSTRO (NUOVO) MESTIERE

È scontro tra gli avvocati sul regolamento che prevede la nascita di figure professionali dedicate a un particolare settore

di Isidoro Trovato e Carlotta Clerici



**Agi Aldo Bottini, presidente degli Avvocati giuravvisti italiani (Agi), l'Associazione è fondata nel 2002. È favorevole alle specializzazioni**

Il timore degli Ordini di essere esclusi da questa evoluzione. Timore infondato e da superare.

**Le categorie**

Eppure in molti ne sono convinti: la specializzazione è futuro della professione di avvocato. Il nuovo regolamento...

...E poi, c'è l'esigenza, sentita soprattutto dagli avvocati più giovani, «di far conoscere e poter pubblicizzare la propria specializzazione con il "bollino" delle istituzioni forensi. La specializzazione non aiuta solo i grandi studi, ma soprattutto i singoli avvocati ad of...

...dimenticare - prosegue Bottini - l'esigenza della clientela di conoscere le specializzazioni di un professionista per poter scegliere al meglio. Come

...E poi, c'è l'esigenza, sentita soprattutto dagli avvocati più giovani, «di far conoscere e poter pubblicizzare la propria specializzazione con il "bollino" delle istituzioni forensi. La specializzazione non aiuta solo i grandi studi, ma soprattutto i singoli avvocati ad of...



AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

## Lo Studio Legale nel futuro post Covid-19

<https://www.cocuzzaeassociati.it/covid-19-legal-kit/lo-studio-legale-nel-futuro-post-covid-19>

Avv. Alessandro Barzaghi 23 Aprile 2020 <https://www.cocuzzaeassociati.it/cov>

# Valore aggiunto

*Sempre di più i clienti cercheranno di distillare il vero valore aggiunto che i propri consulenti saranno in grado di offrir loro.*

**Ciò significa che gli incarichi riguardanti attività ripetitive o standardizzate passeranno in secondo piano, venendo percepiti come commodities.**

**Le specializzazioni, di converso, continueranno ad essere ricercate e valorizzate.**

*Gli studi in grado di fornire assistenza ad ampio spettro mantenendo al contempo aree di specializzazione ben definite avranno vita più facile rispetto a studi generalisti.*



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### COSA VUOLE IL MERCATO OGGI

Mario Alberto Catarozzo

<http://www.diritto24.it/sole24ore.com/art/avvocatoAffari/professioneLegale/2016-10-27/-legali-diventeranno-come-medici-vediamo-124107.php>



**Il mercato legale si avvia a diventare come il mercato dei medici.**  
Questo sembra il destino dei legali, se consideriamo il trend in atto.  
Nel mercato dei medici esiste da tempo una netta distinzione tra i medici generici (c.d. "medici di famiglia") e i medici specialisti.  
Imprenditori e manager non mi chiedono più "conosci un avvocato..."; ma la richiesta è sempre "conosci un avvocato giuslavorista, lato azienda e non lato lavoratore...". Le richieste sono mirate, precise, al microscopio. Ci manca solo che mi indichino la fascia di età e le caratteristiche fisiognomiche e il quadro sarebbe completo: un vero e proprio identikit del legale ricercato!»

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### Come funziona il mercato della domanda di servizi legali?

#### LE RAGIONI DEL CAMBIAMENTO

- 1) il cliente oggi comodamente seduto in poltrona interroga Google attraverso ogni tipo di specifica richiesta, per ottenere risultati mirati e non più generici;
- 2) C'è una forte competizione all'interno della categoria, con conseguente ampia scelta da parte della clientela che si orienta verso le figure più vicine alle proprie esigenze e si accontenta meno del generalista;



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## COSA VUOLE IL MERCATO

### LE RAGIONI DEL CAMBIAMENTO

**3) necessità dei professionisti di differenziarsi l'un l'altro, che porta a doversi "specializzare" per competere;**

**4) complessità della normativa e suo continuo aggiornamento, che impedisce spesso di poter presiedere adeguatamente molti settori nello stesso momento, con conseguente scelta di quale portare avanti come propria specializzazione e core business.**



Search Engine Marketing

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Specializzazione/materia prevalente ....  
è un problema di Focus.  
Si può conquistare una sola posizione nella testa dei clienti.  
Una sola.**



**Lo specialista vince sempre sul generalista**

Chi ha fame e non vuole uscire di casa, apre Justeat o similari.

Chi ha bisogno di un passaggio apre Uber.

Chi ha un problema specifico, sceglie la soluzione specifica.

**Se ti poni come "faccio tutto io", vieni visto esattamente come il tizio del furgone in foto.**

**Simpatico, strappi una risata, ma se per puro caso ti chiama qualcuno, lo fa solo perché vuole spendere il meno possibile.**

**E tu sei perfetto.**

**Perché fai tutto, quindi non sai fare nulla.**



Alessandro Greco  
Brain Cancer Survivor | Husband & Father | N°2 Brand Positioning Expert in Italy | Marketing & Growth | Senior Copywriter | Lecturer | TEDxSpeaker  
Visualizza il profilo completo

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Un esempio di super specializzazione**

**Loffreda lascia Gianni & Origoni e fonda il suo studio**

– 3 settimane ago

[- Share on Twitter](#)
[- Share on Facebook](#)
[- Share on LinkedIn](#)
[- Share via Email](#)

Dopo oltre 20 anni di associazione con studi legali leader nella consulenza d'affari, il 1 gennaio 2021 Giuseppe Loffreda esce da Gianni & Origoni per fondare il proprio studio legale.

Legal 4Transport sarà specializzato in diritto della navigazione e dei trasporti, nelle sue 4 modalità: maritime, aviation, 2 overland. Opererà nelle aree dei servizi e delle infrastrutture dei trasporti, in modo istituzionale e digitalizzato, attivando un networking tra professionisti specializzati nella medesima area del diritto.

**LE FONTI LEGAL TV**

**PILLOLE SUM...ENTI**

**Le Fonti AL CORNER**

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**LE SORPRENDENTI E PUNTUALI  
 AFFERMAZIONI DEL CONSIGLIO DI STATO**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## SPECIALIZZAZIONI E MERCATO

(Parere Consiglio di Stato 5 12 2019 (affare n. 0042/2019))

« **Necessità di colmare il gap tra offerta e domanda** » è considerata dal Consiglio Stato **«una delle principali ragioni della regolamentazione della specializzazione»**

QUINDI ANALISI DI MERCATO FOCUS GROUP CON STAKEHOLDERS

«I risultati principali chiariscono l'esistenza di un disallineamento tra offerta e domanda dei servizi legali, indicando la stretta correlazione tra

- specializzazione della professione,
- qualità dell'offerta dei servizi
- e potenziale riduzione dei tempi del contenzioso

quale necessaria risposta regolatoria a tale disallineamento».



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## SPECIALIZZAZIONI E MERCATO

(Parere Consiglio di Stato 5 12 2019 (affare n. 0042/2019))

«La relazione AIR sottolinea come la riduzione dei costi di ricerca del miglior sistema di competenza debba costituire uno degli elementi principali della ratio dell'intervento regolatorio.



Essa individua tra gli effetti positivi di lungo periodo l'incidenza della specializzazione sulla tempestività, leggibilità e rispondenza dell'offerta alle necessità ed ai bisogni di cittadini ed imprese relativi ai servizi legali..... anche in relazione alla dimensione delle imprese, ravvisandosi un deficit particolarmente significativo per le PMI, le cui risorse per l'accesso a competenze specializzate sono limitate».

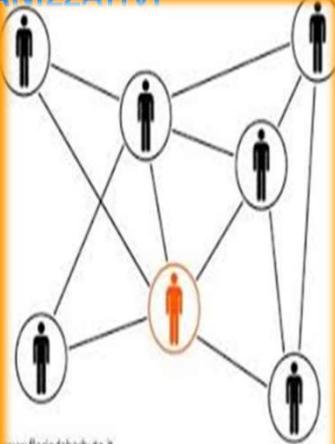
**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**SPECIALIZZAZIONI E MERCATO**  
(Parere Consiglio di Stato 05 12 2019 (affare n. 0042/2019)  
**NECESSITA' DI INNOVARE I MODELI ORGANIZZATIVI**

«Si sottolinea nell'AIR, in particolare, la correlazione tra **specializzazione ed integrazione delle competenze**, al fine di evitare che un eccesso di specializzazione si traduca in un aumento dei costi di coordinamento tra competenze, addossati in ultima analisi sul cliente.

In tale prospettiva non sfugge il nesso tra specializzazione e modelli organizzativi dell'offerta di servizi legali con particolare attenzione alla differenza tra grandi e piccoli centri urbani e le zone rurali.»



www.florindabarbuto.it

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**SPECIALIZZAZIONI E MERCATO**  
(Parere Consiglio di Stato 5 12 2019 (affare n. 0042/2019)  
**IN CONCLUSIONE ED IN CHIAVE MARKETING**

La specializzazione: «si giustifica, dunque, in ragione di un evidente fallimento del mercato dei servizi legali dove l'asimmetria informativa tra professionisti e clienti si traduce spesso in fenomeni di selezione avversa.

La specializzazione ed un'adeguata organizzazione del coordinamento tra le diverse specializzazioni tra studi legali dovrebbe contribuire ad aumentare la qualità dell'offerta, riducendo gli effetti negativi dell'asimmetria informativa anche attraverso l'uso di tecnologie dirette alla semplificazione.

E' necessario evitare che la specializzazione della professione si traduca in una barriera cognitiva per coloro che dispongono di minori risorse e competenze. L'intervento regolamentare in oggetto dovrebbe avere ad oggetto il perseguimento di tali obiettivi»

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### E ALLORA COME INIZIARE A COLMARE L'ASIMMETRIA INFORMATIVA?

**CODICE DEONTOLOGICO ART . 17 – Informazione sull'esercizio dell'attività professionale**

1. È consentita all'avvocato, a tutela dell'affidamento della collettività, **l'informazione sulla propria attività professionale**, sull'organizzazione e struttura dello studio, sulle eventuali specializzazioni e titoli scientifici e professionali posseduti.
2. Le informazioni diffuse pubblicamente con qualunque mezzo, anche informatico, debbono essere trasparenti, veritiere, corrette, non equivocate, non ingannevoli, non denigratorie o suggestive e non comparative.
3. In ogni caso le informazioni offerte devono fare riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### CNF Vietato ingenerare confusione (anche involontariamente) tra le "materie di attività prevalente" e le "specializzazioni professionali" 2019



**L'avvocato può indicare i settori di esercizio dell'attività professionale e, nell'ambito di questi, eventuali materie di attività prevalente, ma l'affermazione di una propria "specializzazione" presuppone l'ottenimento del relativo diploma conseguito presso un istituto universitario.**

Allo stato, tuttavia, in assenza del Regolamento, l'avvocato non può qualificarsi come "specializzato" in un determinato settore del diritto e/o materia, **potendo dare esclusivamente informazioni sulle "materie prevalenti", trattate e curate in via preferenziale**, a pena di illecito disciplinare non scriminato dalla pretesa buona fede nell'uso asseritamente atecnico della qualifica specialistica in realtà non posseduta (*Nel caso di specie, in una pagina del proprio sito web, il professionista si definiva "specializzato in diritto matrimoniale e familiare nonché in diritto successorio ed infortunistica in genere"*).



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Specializzazioni e indicazione della materia prevalente C. N. F., sentenza n. 16/2019

*«su detto sito si era erroneamente usato il termine specializzazione” per indicare le materie prevalentemente trattate[omissis] Riconosceva si era fatto “un indebito uso” del termine “specializzazioni in” per indicare, in effetti, quali fossero le materie di attività prevalente dello Studio, tuttavia in “totale buona fede”»*



l'avvocato  
è  
specializzato in...

lo studio  
svolge attività  
in materia  
prevalente di



AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### Indicazione della materia prevalente Ecco alcuni esempi torinesi:

Studio Legale

AVVOCATO GIULIA FACCHINI

Diritto della persona, della famiglia e dei minori - Successioni e Trusts in materia di famiglia

D

STUDIO LEGALE DIONISIO

Fondatore Avv. Antonio Dionisio

ASSOCIAZIONE PROFESSIONALE-DIRITTO DI FAMIGLIA E MINORILE  
PATROCINANTE IN CASSAZIONE

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Differenziazione**  
per non essere percepito come uno in più

es.

~~[mario.rossi@gmail.com](mailto:mario.rossi@gmail.com)~~

[mario@rossiavvocati.com](mailto:mario@rossiavvocati.com)

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**LE CONSEGUENZE IN CHIAVE  
MARKETING DELLA SPECIALIZZAZIONE**

**(E NEL FRATTEMPO DELLA COMUNICAZIONE SULLE  
MATERIE PREVALENTI TRATTATE)**

**OCEANO ROSSO E OCEANO BLU**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Come appare oggi il mercato ai nostri potenziali clienti?**

Affollato      Indifferenziato      Competitivo



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Ci sono però due tipi di mercato in cui operare**

Un mercato competitivo e pieno di problemi...



... Oceano rosso...

Photo: Health.com

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**La visione del cliente: gli avvocati competono in un oceano rosso:**

- Indifferenziato
- Dove non si apprezza il «valore»
- Competitivo
- e a volte anche sleale



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Un mercato competitivo, ma con meno problemi, più redditizio e meno concorrenziale**

**... Oceano blu**



**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

**La specializzazione -e nell'immediato la comunicazione delle materie prevalenti- ci posso portare a lavorare nell'OCEANO BLU**

- ✓ Dove è riconosciuto e ricercato il Valore
- ✓ Dove non si deve competere sul prezzo ma sulla qualità

**LA CHIAVE?**

↓

**DIFFERENZIAMENTO**



**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini



Blue Ocean Strategy per l'innovazione  
 mercato



Andrea Cavallari  
 andrea.cavallari@pfr.it



Andrea Gaschi  
 andrea.gaschi@pfr.it

<b>Red Ocean</b>	<b>VS</b>	<b>Blue Ocean</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Rappresenta i <b>mercati così come sono oggi</b></li> <li>○ I <b>confini</b> del mercato sono <b>definiti</b> e accettati dai competitor</li> <li>○ Le <b>regole</b> del mercato sono <b>codificate</b> e riconosciute</li> <li>○ La <b>competizione</b> è <b>intensa</b> per "rubare" quote di mercato ai concorrenti</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Rappresenta i <b>mercati non ancora scoperti</b>, dove non esistono competitor</li> <li>○ La <b>domanda</b> viene <b>creata</b> e non si combatte per «rubare» quote di mercato</li> <li>○ C'è molto spazio per <b>crescere rapidamente</b> realizzando profitti</li> </ul>

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

Blue Ocean Strategy per l'innovazione digitale

**Andrea Cavallaro**  
 andrea.cavallaro@p4i.it

**Andrea Gaschi**  
 andrea.gaschi@p4i.it



<p>Competi nello spazio di <b>mercato esistente</b></p> <p><b>Batti la competizione</b></p> <p>Sfrutta la <b>domanda esistente</b></p> <p>Scegli nel <b>trade-off valore/costo</b></p> <p>Allinea l'intero sistema delle attività aziendali con la scelta strategica di <b>differenziazione O di basso costo</b></p>	<p>→</p> <p>→</p> <p>→</p> <p>→</p> <p>→</p>	<p>Crea uno spazio di mercato <b>incontestado</b></p> <p>Rendi la <b>competizione irrilevante</b></p> <p>Crea e cattura una <b>nuova domanda</b></p> <p><b>Supera il trade-off valore/costo</b></p> <p>Allinea l'intero sistema delle attività aziendali alla ricerca di <b>differenziazione E di basso costo</b></p>
--	--	---

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**UN ESEMPIO –IRRIVERENTE?–  
 PER CAPIRCI MEGLIO**

- Di massa
- Indifferenziato
- Senza valore aggiunto



- Di nicchia
- Differenziati
- Con valore aggiunto

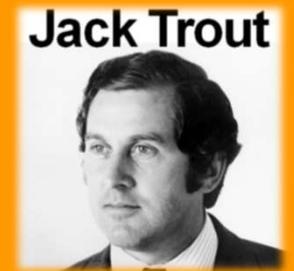


**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## FRASI DA SCOLPIRSI BENE IN MENTE .....

- **“Alla fine, o sei differente ... o sei economico”**
- **Guy Kawasaki** (Kawasaki era uno dei dipendenti dell'[Apple Computer](#) responsabili del marketing del computer [Macintosh](#) nel 1984. Ha coniato il concetto di evangelista nel mondo dell'elettronica di consumo. È stato uno dei pochi ad avere il titolo di [Apple Fellow](#), creato dalla stessa Apple per premiare i suoi migliori dipendenti.
- **“If you try to be something for everyone, you usually end up being Nothing to anybody” Jack Trout** – *Al Ries (Se cerchi di essere “qualcosa” per tutti di solito finisci per essere niente)* Trout era un dirigente pubblicitario americano e proprietario di Trout & Partners, una società di consulenza. È stato uno dei fondatori e pionieri della teoria del posizionamento e anche della teoria della guerra di marketing.

**Jack Trout**

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## L'AVVOCATO VERSO LA DIFFERENZIAZIONE

DEVE PRIMA DI TUTTO COMPRENDERE COSA VUOLE IL POTENZIALE CLIENTE E SMETTERE DI PENSARE CON I PROPRI OCCHIALI E VEDERE LE COSE DAL PUNTO DI VISTA DEL CLIENTE



**COSA “OFFRE” L'AVVOCATO?**

- [Professionalità](#)
- [Conoscenza](#)

**COSA VUOLE IL CLIENTE?**

- [Soluzioni](#)
- [Risultato](#)

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## Individuare il nostro valore

Desideri/bisogni dei clienti

Punti di valore dei competitor

I vostri punti di valore

Punti differenti

Vantaggio competitivo E VALORE

**Il valore è quello che sapete fare meglio!! (PIU EFFICACEMENTE, PIU RAPIDAMENTE, CON MIGLIORE RISULTATO PER IL VOSTRO CLIENTE, CON MIGLOR RAPPORTO COSTI BENEFICI ETC)**

Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Quali avvocati? E come si raccontano?



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Comunicazione fai da te:

I problemi di improvvisarsi senza avere fatto studi di (neuro)marketing o avere l'assistenza adeguata



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Content marketing e social network

1

### GOAL SETTING

Cosa volete ottenere con questa campagna di content marketing?

- Obiettivo di brand building
- Obiettivo di aumento delle vendite

2

### MAPPATURA DELL'AUDIENZE

Chi sono i vostri clienti e quali sono le loro ansie e desideri?

- Profilazione e ritratto del cliente
- Ansie e desideri del cliente

3

### IDEAZIONE E PIANIFICAZIONE DEI CONTENUTI

Qual è il tema generale dei contenuti e qual è la road map?

- Tema dei contenuti
- Formati e mix dei contenuti
- Storyline e calendario dei contenuti

4

### CREAZIONE DEI CONTENUTI

Chi crea i contenuti e quando?

- Creatori di contenuti: personale interno o agenzie
- Calendario di produzione dei contenuti

5

### DISTRIBUZIONE DEI CONTENUTI

Dove volete distribuire i contenuti?

- Canale di proprietà
- Canale a pagamento
- Canale «guadagnato»

6

### AMPLIFICAZIONE DEI CONTENUTI

Come prevedete di sfruttare i contenuti e interagire con i clienti?

- Creare conversazioni a partire dai contenuti
- Usare buzzer e influencer

7

### VALUTAZIONE DEL CONTENT MARKETING

Quanto sta avendo successo la vostra campagna?

- Metriche del content marketing
- Obiettivi raggiunti

8

### OTTIMIZZAZIONE DEL CONTENT MARKETING

Come migliorare il content marketing esistente?

- Cambiare il tema dei contenuti
- Migliorare i contenuti
- Migliorare la distribuzione e l'amplificazione dei contenuti

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

## PASSARE ALL'AZIONE!!

### PROVIAMO A VEDERE DUE STRATEGIE DI DIFFERENZIAZIONE E COMUNICAZIONE DEL SELF BRANDING

Vi presento.....



**Avv. IPPOLITO AZZECCAGARBUGLI**

- Studio proprio
- Diritto civile (societario, immobiliare, ecc)

Il suo obiettivo:  
**Migliorare la redditività**



**Avv. MARIAROSA CHIMELOHAFATTOFARE**

- Studio associato/condiviso
- Diritto civile

Il suo obiettivo:  
**Avere più clienti**

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

## Individuare il nostro valore

### Alcuni spunti per identificare il nostro « valore »

**Value propositions**

- Quale valore consegno al mio cliente?
- Quale problema aiuto il mio cliente a risolvere ?
- Quale pacchetto dei miei prodotti o servizi riesco ad offrire a ogni tipologia di cliente?
- Qual è il bisogno del cliente che riesco a soddisfare?
- Come sono percepito?
- In quale ambito sono più credibile?

**Analisi delle mie caratteristiche:**

- Aggiornato ed innovativo
- Performance/risultati
- Customizzazione (modelli organizzativi studio)
- Status/brand
- Prezzo
- Riduzione del rischio
- Accessibilità/disponibilità
- Convenienza, ecc.



**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

**PASSARE ALL'AZIONE**

- **Analisi interna (la sincerità è d'obbligo)**
  - Chi sono?
  - Come sono percepito?
  - Per cosa sono conosciuto?
  - In cosa sono più bravo?
  - Quale è la capacità mia e della mia struttura (se ho una struttura)
  - Quali fattori influiscono sulla mia attività (famiglia, tempo...)

↓

**Hanno capito**

- I loro punti forti
- Le loro debolezze

**Ma anche**

- I punti che devono potenziare
- Quello che devono difendere
- Quello che devono migliorare



**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

**PASSARE ALL'AZIONE**

**Loro due hanno riflettuto, e hanno fatto il primo compito:**

**L'analisi**

- **Analizzato e riflettuto sul mercato e il settore**
  - Qual è la tendenza del settore degli avvocati
  - Qual è la tendenza nelle mie aree di specialità?
  - Come si sta comportando la domanda: quali sono i bisogni?
  - Quali sono le esigenze dei clienti
  - Qual è il modello di business dei miei concorrenti
  - Quali business o modelli di business stanno apparendo?
- **Analizzato la concorrenza**
  - Chi sono? Quali sono i suoi attributi?
  - Che vantaggio hanno?
  - Fatto l'elenco dei colleghi che sono i loro "competitor"
  - Si sono comparati ai competitor e si sono chiesti, dal punto di vista del cliente, perchè potrebbe scegliere la concorrenza invece che me?



**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### Entrambi hanno compreso che la chiave è la differenziazione



**Il suo valore è**

Esperienza e quindi capacità di comprendere

- rapidamente il problema dei clienti
- Avere già scelto un settore di prevalente attività
- Avere uno studio strutturato con orari "fissi"

**Il suo valore è**

- Grinta gioventù
- Possibilità -dati i modesti costi fissi- di giocare sul prezzo
- Massima disponibilità oraria e facile accessibilità



**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### PASSARE ALL'AZIONE

### Hanno fatto una scelta strategica




**➔**

Differenziarmi per professionalità specifica (materia prevalente/ specializzazione)

**➔**

Differenziarmi per efficienza, prezzo e duttilità!

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**PASSARE ALL'AZIONE**

**Decidono quale sarà il loro posizionamento in base alle aree del diritto sulla base delle quali vogliono essere riconosciuti**

**OVVERO: COME DEVONO ESSERE PERCEPITI**



➔

**POSIZIONAMENTO:** Middle/Top  
 Expertise  
 Alta qualità



➔

**POSIZIONAMENTO:** Accessibilità  
 Efficienza  
 Qualità al giusto prezzo

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**PASSARE ALL'AZIONE**

**E di conseguenza, il loro posizionamento:**



➔

**Essere avvocato "DOC" –Oceano Blu-**

- Il suo valore: la **"specializzazione"/materia prevalente**
- La sua arma: la **reputazione**
- Criterio di scelta dal cliente: **specializzazion/materia prevalente + reputazione + qualità**



➔

**Essere avvocato di servizi giuridici "Commodity" –Oceano rosso-** (servizi di basso valore aggiunto, dove la redditività viene data per la quantità di questioni simili)

- Il suo valore: **capacità di produzione e costi contenuti**
- La sua arma: il **prezzo e qualità standard**
- Criterio di scelta del cliente: (è occasionale) **prezzo**

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**PASSARE ALL'AZIONE**  
**Entrambi dovranno avere un sito web**

- Per essere visibili
- Per affacciarsi sul mercato
- Per comunicare chi sono e cosa fanno
- Per essere contattabili
- Per generare un'immagine
- Per ottenere contatti
- Per avere notorietà

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**PASSARE ALL'AZIONE** **E dopo decideranno gli strumenti più adatti**

Online – Content Marketing

- Blog proprio
- Partecipare a blog di terzi
- Aprire account Facebook / Twitter
- Newsletter
- Webinars
- Documenti scaricabili
- Email marketing
- Networking
  - LinkedIn
  - Partecipare a forum online
- Pubblicità online

Offline

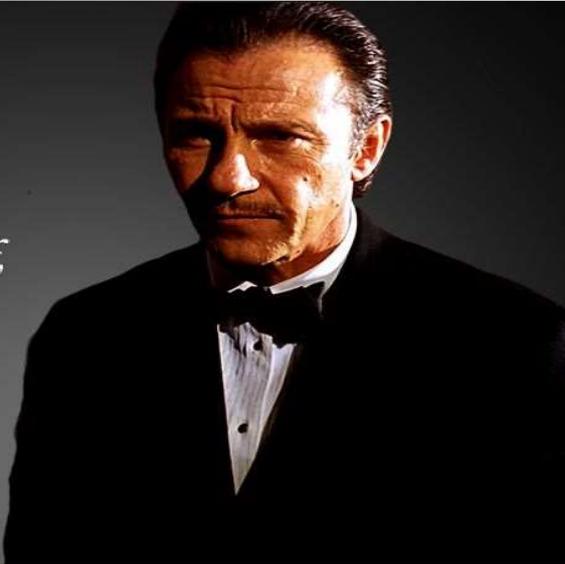
- Pubblicità offline
- Rapporti con la stampa
- Partecipare come relatori a convegni
- Partecipare ad associazioni
- Organizzare eventi
- Includersi in rankings o directory
- Includersi in piattaforme di comunicazione
- Fare networking
- Fare attività docente



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

*“Sono il Signor Wolf,  
risolvo problemi.”*

[www.nientepopcorn.it](http://www.nientepopcorn.it)




Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Quel che rimane oggi



Art. 35 – Doveri di corretta informazione

- 1. L'avvocato che dà informazioni sulla propria attività professionale, **quali che siano i mezzi utilizzati** per rendere le stesse, deve rispettare i **doveri di verità, correttezza, trasparenza, segretezza e riservatezza**, facendo in ogni caso riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale.
- 2. L'avvocato **non deve dare informazioni comparative con altri professionisti né equivoche, ingannevoli, denigratorie, suggestive** o che contengano riferimenti a titoli, funzioni o incarichi non inerenti l'attività professionale.



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Posso citare il nome dei miei clienti?

### Art. 35 Codice deontologico

- 8. Nelle informazioni al pubblico l'avvocato **non deve** indicare il nominativo dei propri clienti o parti assistite, **ancorché questi vi consentano**.



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Legal Awards: che problema!

Nota 40.2019 CDD Milano



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

- **Professione e Mercato**
- **La pubblicità informativa degli avvocati: perchè bisogna discuterne**
- di Antonino La Lumia (Presidente Movimento Forense e consigliere Coa Milano)
- 17 Dicembre 2021
- Fermi restando i principi cardine del nostro codice deontologico (che già da soli, se quotidianamente applicati, dovrebbero costituire sicuro argine alle violazioni), è il caso di prendere atto che la professione deve immergersi nella contemporaneità: non per un'inutile forma di narcisistico autocompiacimento, ma per rendere effettiva quella presenza nella società che è stata da sempre la cifra essenziale dell'avvocatura.



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

- <https://www.studiocataldi.it/articoli/44109-avvocati-accaparramento-di-clientela-il-modulo-di-nomina-scaricabile-online.asp>
- La Corte di Cassazione civile a Sezioni unite con la [sentenza](#) n. 7501 del 2022 (sotto allegata), ha perimetrato il campo applicativo dell'art. 37 del [Codice deontologico forense](#). La Suprema Corte, nello specifico, ha affermato che la **pubblicazione online** da parte dell'avvocato **del facsimile della procura** per la sua nomina, finalizzata ad invitare chiunque lo volesse a muovere causa ad una determinata azienda, integri la condotta punita ai sensi del comma 4 dell'art. 37 CDF. L'**art. 37 del Codice deontologico forense** vieta, in termini generali, il fenomeno del c.d. accaparramento della clientela, da intendersi come procacciamento di clienti attraverso comportamenti non corretti. La disposizione, nello specifico, contiene un elenco tassativo e dettagliato di comportamenti vietati al professionista, comminando, all'ultimo comma, la sanzione disciplinare della censura.

Fonte: [Avvocati, è accaparramento di clientela la pubblicazione online del fac-simile di procura](#) <https://www.studiocataldi.it/articoli/44109-avvocati-accaparramento-di-clientela-il-modulo-di-nomina-scaricabile-online.asp#ixzz7NXP9UUgl> (www.StudioCataldi.it)

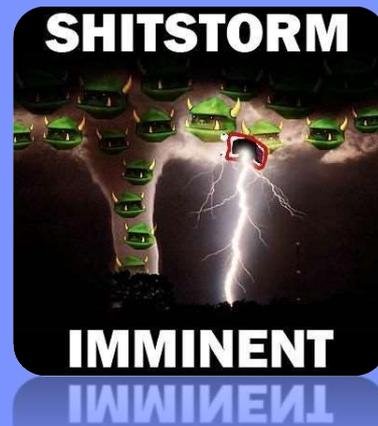


Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

# Caso di studio n.1 LabLaw

**LabLaw Studio Legale Rotondi & Partners**  
24 novembre alle ore 13:11 · 🌐

#LabLaw Studio dell'anno Lavoro!  
Siamo orgogliosi di poter annunciare che #LabLaw ha vinto il premio come "Studio dell'anno Lavoro" ai TopLegal Awards 2021, con la seguente motivazione: "Stimato per la proattività e la lungimiranza con cui affianca i clienti. Come nell'assistenza a GKN per la chiusura dello stabilimento fiorentino e l'esubero di circa 430 dipendenti". Lavoro di #squadra, #passione e #dedizione, questi i valori nei quali crediamo e che ci spingono a voler raggiungere traguardi sempre più alti.  
#GoAheadLabLaw  
Francesco Rotondi



## Un commento tecnico

**LabLaw Studio Legale Rotondi & Partners**  
24 novembre alle ore 13:11 · 🌐

#LabLaw Studio dell'anno Lavoro!  
Siamo orgogliosi di poter annunciare che #LabLaw ha vinto il premio come "Studio dell'anno Lavoro" ai TopLegal Awards 2021, con la seguente motivazione: "Stimato per la proattività e la lungimiranza con cui affianca i clienti. Come nell'assistenza a GKN per la chiusura dello stabilimento fiorentino e l'esubero di circa 430 dipendenti". Lavoro di #squadra, #passione e #dedizione, questi i valori nei quali crediamo e che ci spingono a voler raggiungere traguardi sempre più alti.  
#GoAheadLabLaw  
Francesco Rotondi

**Oswaldo Danzi** · Già segui  
Executive & Social Recruiter | HR Manager | Community Manager | Giornalista | Edit...  
2m · Modificato · 🌐

L'inadeguatezza di questo post è davvero disarmante.

Che cosa avrà voluto trasmettere LabLaw Studio Legale Rotondi & Partners e cosa si aspettava di ottenere di diverso dalla "shitstorm" che ha costretto alla chiusura della pagina Facebook?

A chi è stato affidato il profilo social di uno degli studi legali più inseriti in politica e fra le associazioni di categoria, da non considerare l'impatto negativo di un messaggio simile nei confronti di una situazione - quella di GKN - tanto dibattuta da mesi sui giornali e nelle piazze, con il supporto di tutta la cittadinanza e di tantissime Persone provenienti da città diverse, per il cinismo con cui operai e impiegati sono stati licenziati.

Come se non fosse bastata l'arroganza di un Governo che non si è più presentato ai tavoli sindacali, se non da remoto e per pochi minuti.

Cosa c'è di così eccellente, quale "#passione" e che tipo di uomini e donne compongono la "#squadra" addestrata a condannare alla disoccupazione altri 430 uomini e donne per i capricci di un fondo di investimento che decide di delocalizzare strappando il lavoro dalle mani di chi ha reso quell'azienda competitiva anche durante la pandemia?

E soprattutto chi è l'organizzazione che riconosce un premio simile?  
Uno Studio Legale specializzato nel Lavoro dovrebbe essere premiato ogni volta che salva uno stabilimento, non quando lo smembra.

☹️ è da aver paura nel vedere che piega sta prendendo la Cultura del Lavoro nel nostro Paese.



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Corte di Cassazione – Sezioni Unite Civili –



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

PASSARE ALL'AZIONE

Ma fondamentalemente la loro arma sarà  
il content marketing

«**Content marketing** è un approccio di [marketing strategico](#) che si basa sulla creazione e distribuzione di contenuti di valore, al fine di attirare un pubblico di riferimento sul proprio [sito web](#) o [social network](#), creare una relazione e, infine, aumentare le vendite.<sup>[1]</sup> Secondo Joe Pulizzi, Fondatore del Content Marketing Institute, per *contenuto* si intende qualsiasi tipo di **informazione** in grado di educare, coinvolgere o divertire.<sup>[2]</sup> Un contenuto ha prima di tutto un **obiettivo** ben preciso. Le informazioni, idee e messaggi che si vogliono trasmettere possono essere tradotti in **forma testuale, visuale o audio**. Il formato di un contenuto, quindi, può essere di diverso tipo: testo ([blogpost](#), [eBook](#), [email](#), [whitepaper](#)), immagine ([fotografie](#), [infografiche](#)), audio ([podcast](#)), [video](#) e così via.




**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Avv. Ippolito Azeccagarbugli

## CREA LA SUA IDENTITA' GRAFICA

- Trasmette serietà ed affidabilità
- Trasmette capacità ed organizzazione






- Lo utilizza nei biglietti da visita
- Nella cancelleria
- Nel sito
- Come firma nelle email

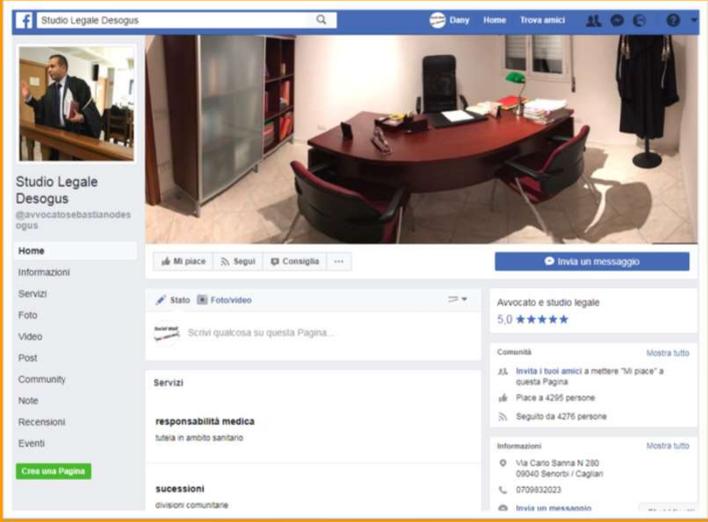
*PS: Ci sono dei siti internet grazie ai quali puoi fare da te e gratis*

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Avv. Ippolito Azeccagarbugli

## APRIRÀ UNA PAGINA FACEBOOK DELLO STUDIO



Studio Legale Desogus  
@avvocatosebastianodesogus

Home

Informazioni

Servizi

Foto

Video

Post

Community

Note

Recensioni

Eventi

[Crea una Pagina](#)

responsabilità medica  
tutela in ambito sanitario

successioni  
divisioni comunitarie

Avvocato e studio legale  
5,0 ★★★★★

Comunità

Mostra tutto

15 Invita i tuoi amici a mettere "Mi piace" a questa Pagina

👍 Piace a 4295 persone

👤 Seguito da 4276 persone

Informazioni

Mostra tutto

📍 Via Carlo Sanna N 230  
09040 Senorbi / Cagliari

☎ 0709832023

✉ Invia un messaggio

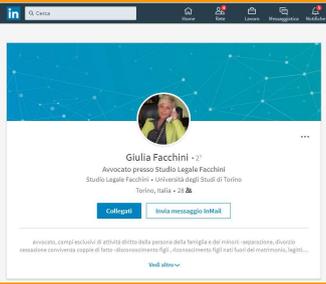
**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

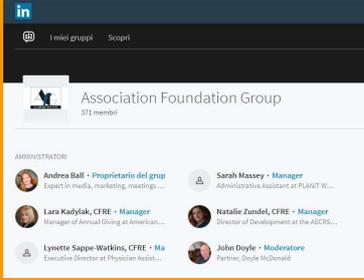
# Avv. Giulia Facchini

Avv. Ippolito Azzecagarbugli

## FARÀ NETWORKING

- Parteciperà ai gruppi di discussione
- Aprirà un suo profilo LinkedIn





**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Avv. Ippolito Azzecagarbugli

## SCRIVERÀ ARTICOLI E LI PUBBLICHERÀ




HAI LETTO L'ULTIMO ARTICOLO GRATUITO A DISPOSIZIONE QUESTO MESE.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

**Avv. Giulia Facchini**

**Avv. Ippolito Azeccagarbugli**

**COLTIVERA' I RAPPORTI CON I GIORNALISTI**

**GIORNALI DI SICILIA**  
MILASANTITA. Sotto processo Paolo Di Pasquale ed il dirigente Giuseppe Ottavio Arsmundo

### Terapia sbagliata a paziente che morì: medici a giudizio

Marcello Oddo, 62 anni, era affetto da un disturbo cardiaco

**Secondo Facchini, rimane impossibile dirimere se un errore diagnostico e un'erronea prescrizione di farmaci hanno causato la morte di un cittadino o se il decesso è dovuto a una malattia preesistente. Dopo avere interrogato il medico, i periti hanno concluso che si tratta di un caso di morte naturale. Il giudice ha respinto l'azione di risarcimento proposta dalla famiglia.**

**Da sinistra**

«Non abbiamo potuto avere un'idea chiara del processo diagnostico e terapeutico che ha portato alla morte del paziente. Il medico ha fatto un'analisi clinica che ha portato a una diagnosi errata. Dopo avere interrogato il medico, i periti hanno concluso che si tratta di un caso di morte naturale. Il giudice ha respinto l'azione di risarcimento proposta dalla famiglia.»

**L'esperto dell'ospedale Muscatello**

«Marcello Oddo è affetto da una malattia cardiaca preesistente. Il medico ha fatto un'analisi clinica che ha portato a una diagnosi errata. Dopo avere interrogato il medico, i periti hanno concluso che si tratta di un caso di morte naturale. Il giudice ha respinto l'azione di risarcimento proposta dalla famiglia.»

**Respite le tesi della difesa e la loro condanna è stata regolare**

### Barclays, arriva la condanna sui mutui capestro

**Prima ordinanza Dovrà dare oltre 8,5 mila euro a un ex cliente per prestiti legati al franco svizzero. In 5 mila ora sperano**

Una banca svizzera che si è impegnata a restituire un debito di 8,5 mila euro a un ex cliente per prestiti legati al franco svizzero. In 5 mila ora sperano.

Barclays, alla luce di quella sentenza, ha chiesto di poter applicare il tasso di cambio convertito. La banca svizzera ha chiesto di poter applicare il tasso di cambio convertito. La banca svizzera ha chiesto di poter applicare il tasso di cambio convertito.

«La banca svizzera ha chiesto di poter applicare il tasso di cambio convertito. La banca svizzera ha chiesto di poter applicare il tasso di cambio convertito.»

**Avv. Alessandro Benvegnù**  
STUDIO LEGALE

**Comunicazione con juicio**





AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Avv. Ippolito Azzecagarbugli

## FARÀ UNA NEWSLETTER TRIMESTRALE PER I SUOI CLIENTI

### NEWSLETTER

Newsletter  
Iscriviti alla newsletter

Luglio 2017

Procedure di insolvenza e coordinamento europeo: il regolamento UE 2015/848 diventa operativo

Scarica la newsletter: [ita](#) [eng](#)

Area di pratica: [Contenzioso Arbitrati ed ADR](#)

Avvocati: [Daniela Geroni](#) [Stefano Palaforte](#)

---

### PROCEDURE DI INSOLVENZA E COORDINAMENTO EUROPEO: IL REGOLAMENTO UE 2015/848 DIVENTA OPERATIVO

In data 26 giugno 2017, è divenuto operativo il Regolamento UE 2015/848 (il "Regolamento") in tema di procedure di insolvenza, che ha sostituito il Reg. CE 1346/2000 e che sarà applicabile alle procedure aperte a decorrere dalla stessa data. Il Regolamento rappresenta un ulteriore importante passo verso il consolidamento del progetto di cooperazione giudiziaria europea.

La normativa si pone in continuità con la recente concezione delle procedure concorsuali come momento non necessariamente prodromico alla liquidazione, ma di possibile riorganizzazione e sopravvivenza dell'impresa. In questo senso, il momento di intervento sulla crisi (sostanziale di



## Avv. Alessandro Benvegnù

STUDIO LEGALE



### newsletter- sempre legittima?

- *Il professionista che invii a terzi una lettera contenente **l'informazione di una innovazione giurisprudenziale** proveniente dalla Corte di giustizia europea, e **di sicuro interesse collettivo**, pone in essere un comportamento deontologicamente corretto e non rientrante nelle ipotesi vietate di pubblicità e di accaparramento di clientela” (Cons. Naz. Forense, 25-03- 2002, n. 25).*

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Avv. Ippolito Azzecagarbugli

**SCRIVERÀ POST E LI PUBBLICHERA NEI FORUM DEL SETTORE AL QUALE VUOLE DARE SERVIZIO**

Objetivo cumplido en la lucha contra el fraude en hoteles

Un post de Monlex Abogados, en Hoteles y alojamientos 11 de Septiembre del 2017

El juzgado de instrucción de Palma de Mallorca, que se declaró competente para tramitar la denuncia interpuesta por el grupo hotelero MAC HOTELS, a través de la letrada [Carolina Ruiz](#), miembro del despacho de abogados MONLEX HISPANJURIS, ya ha autorizado los primeros registros y detenciones en varias poblaciones de Palma, como Sant Agustí, Club náutico Calanova Puerto Portals y Bendinat.

Ha sido el EDOA (Equipo contra la Delincuencia Organizada y Antidroga) de la Guardia Civil el que ha protagonizado los registros en ocho viviendas y empresas así como detención de seis personas implicadas en lo que ya habíamos calificado en nuestro escrito de denuncia como "trama de estafa millonaria": Las estimaciones apuntan a que la estafa asciende a casi 60 millones de euros y que las zonas más afectadas son Baleares, Canarias, la Costa Blanca y la Costa del Sol

El caso se encuentra bajo secreto de sumario, y se prevé que siga estándolo durante varias semanas, por lo que no se descartan nuevos registros y detenciones, en el marco de una operación que lleva varios meses gestándose.

De las investigaciones llevadas a cabo raíz de la denuncia interpuesta por MAC HOTELS, la Policía judicial ha podido constatar que el entramado es complejo y que en él participan distintas personas a

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Avv. Ippolito Azzecagarbugli

**Scriverà sul suo blog articoli su argomenti d'interesse per i suoi clienti**

Blog  
Home / Blog

Non solo di processo vive un avvocato: anzi, le Battaglie di un avvocato, quelle dell' **Avv. Nicola Todeschini** in particolare, sono le battaglie della sua vita, non solo quelle del suo lavoro.

Dall'impegno personale, dalle **esperienze della vita** nascono linee di condotta, ragioni per spendersi, ideologie, secondo qualcuno, che **diventano** modi di concepire la professione, ispirata alla riparazione dei torti. Allora il **linguaggio per parlarne**, per battersi, deve essere quello di tutti: degli e **to** quando è a loro che si parla, delle persone comuni, alle quali si dedica il Diritto delle persone, degli Imprenditori che **si impegnano** con etica ad offrire il prodotto migliore.

Diventa quindi inevitabile che **l'Avv. Nicola Todeschini** si conducano anche con le parole, con il suo impegno quale **redattore della rivista Persona e Danno** (l'avv. Nicola Todeschini, avvocato esistenzialista, è responsabile della voce "malpractice medica", malasanità, della rivista curata dal Prof. Paolo Cendon ), nonché fondatore di "Basta sprechi", di "Malassicurazione", di "Malagiustizia".

Nei **blog dell'Avv. Nicola Todeschini** troverai quindi la sua vita, le sue passioni, la sua ispirazione al ruolo dell'Avvocato in quanto **riparatore di torti**, il suo coraggio di esporsi, caratteristiche che gli hanno procurato molti nemici, anche nella classe forense, ma che riassumono il suo modo, inevitabile, di essere solo dalla parte di chi subisce un torto.

Categorie:

- » Malasanità
- » Risarcimento Danni
- » Diritto di Internet
- » Per le Aziende

Iscriviti alla newsletter

NEWSLETTER

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

**Avv. Ippolito Azeccagarbugli**  
**FARÀ UNA BROCHURE PER PRESENTARSI.....**



e la invierà per email alle aziende che possono diventare clienti

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

**Mariarosa Chimelohafattofare**  
**CREA LA SUA IDENTITA' GRAFICA**  
**CREA IL SUO SITO WEB**  
Anche lei farà dai contenuti SEO e mirati

PER COMPARARE DEI SITI BEN FATI DAL PUNTO DI VISTA DELLA COMUNICAZIONE  
<https://gutflg.com/sito-web-avvocati/>

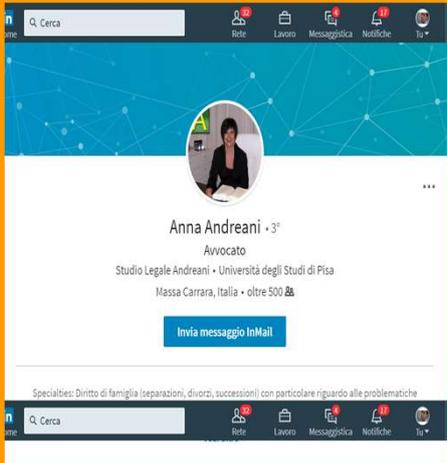



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

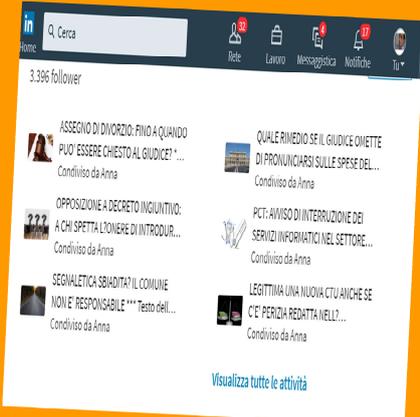
**Mariarosa Chimelohafattofare**

- **Aprirà un suo profilo LinkedIn**



**FARA' NETWORKING**

- **Parteciperà ai gruppi di discussione**





## Avv. Alessandro Benvegnù

STUDIO LEGALE

**Sentenza del CNF n. 349 del 26 maggio 2016**

- E' illecito indicare, all'interno del proprio sito web, i nominativi di altri colleghi e studi professionali senza averne avuto autorizzazione.

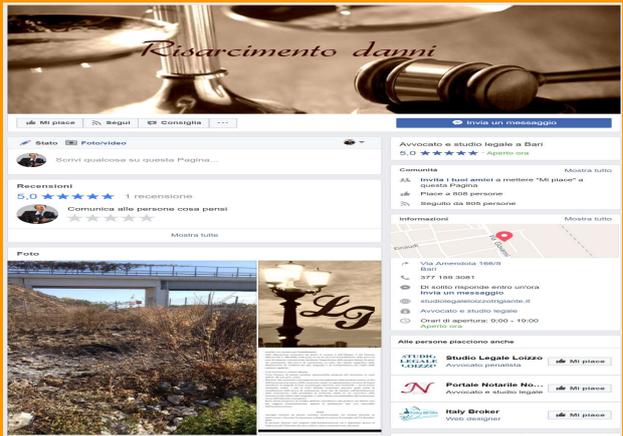


**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

Mariarosa Chimelohafattofare

**APRIRA UNA PAGINA  
 FACEBOOK DELLO  
 STUDIO, MA  
 FOCALIZZATA ALLE  
 MATERIE PREVALENTI**



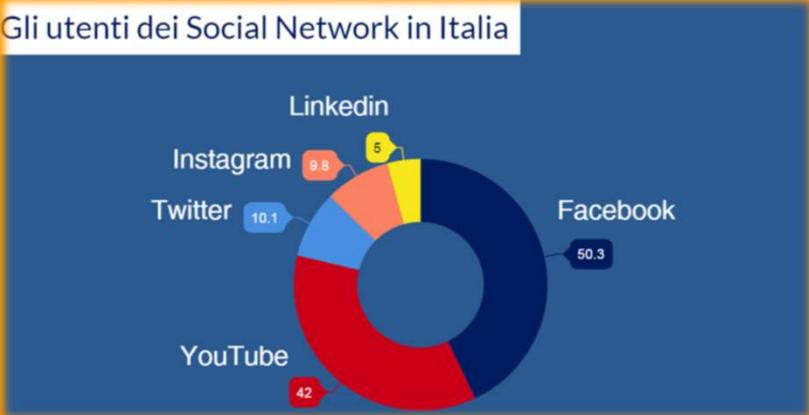
**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

Mariarosa Chimelohafattofare

**E PERCHE' APRIRA' UNA PAGINA FACEBOOK?**

Gli utenti dei Social Network in Italia



Social Network	Percentage
Facebook	50.3
YouTube	42
Twitter	10.1
Instagram	9.8
LinkedIn	5

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Mariarosa Chimelohafattofare  
**E PERCHE' APRIRA' UNA PAGINA FACEBOOK POSTANDO FILMATI?**  
<https://kinsta.com/it/blog/statistiche-youtube/#:~:text=YouTube%20%C3%A8%20disponibile%20in%20pi%C3%B9,tutti%20gli%20utenti%20di%20Internet.>

il numero di ore trascorse a guardare i video di YouTube è cresciuto del **60% da un anno all'altro.**

**User percentage by age**

Age Group	Percentage
18-24	11%
25-34	23%
35-44	26%
45-54	16%
50-64	8%
65+	3%
Unknown	14%

25-44 age group watched the most YouTube videos

**User percentage by gender**

Gender	Percentage
Male	62%
Female	38%

Male users are 62% while female users are 38%

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Mariarosa Chimelohafattofare

**FARÀ WEBINAR O VIDEO SULLA SUA ATTIVITÀ E LI METTERÀ IN YOUTUBE**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

YouTube

Cerca

**Carlo Alberto Micheli**

31.800 iscritti

ISCRIVITI

HOME

VIDEO

PLAYLIST

COMMUNITY

CANALI

INFORMAZIONI

Carlo Alberto Micheli

0:54 / 11:16

**REGIME FORFETTARIO 2021**

36.730 visualizzazioni · 1 mese fa

🔔 Clicca qui sotto e Ricevi subito il mio Video Gratuito con 30' di Formazione Esclusiva per Migliorare la tua Attività nelle 3 Aree più Importanti: <https://bit.ly/2WhmSqZ>

🔔 Iscriviti Al Canale + 🔔 <https://www.youtube.com/channel/UC0iH...>

ULTERIORI INFORMAZIONI

Video caricati ▶ RIPRODUCI TUTTI

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

# Avv. Giulia Facchini

Mariarosa Chimelohafattofare

## I video di Carlo Alberto Micheli molto istruttivi

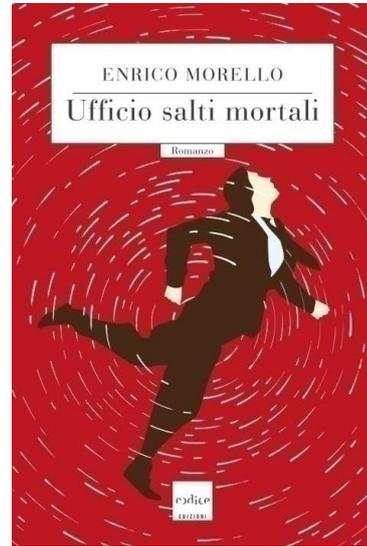
The screenshot shows a YouTube channel page for 'The Legal One'. The navigation bar includes HOME, VIDEO, PLAYLIST, COMMUNITY, CANALI, and INFORMAZIONI. Below the navigation, there are two rows of video thumbnails. The first row includes videos on 'IMPOSTA DI SUCCESSIONE', 'QUANDO E COME UN'AZIENDA COMINCIA A GUADAGNARE', 'ASSEGNO PER IL NUCLEO FAMILIARE', 'LA TUA GUIDA ALL'AVVIO DI IMPRESA 2021', and 'RAPPORTI ECONOMICI E REDDITI ALL'ESTERO: IVIE & IVAFE'. The second row includes 'QUANDO E COME UN'AZIENDA COMINCIA A GUADAGNARE', 'LA TUA GUIDA ALL'AVVIO DI IMPRESA 2021', 'COSA SI POTRA' FARE A NATALE E COSA NO', 'LOTTERIA DEGLI SCONTRINI & CASHBACK DI STATO', and 'GUADAGNARE SUL WEB'. Each video thumbnail shows a man in a suit, likely Carlo Alberto Micheli, and includes the video title, duration, and view count.

Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

# Caso di studio n. 2 DC Legal Show

The block contains three screenshots from an Instagram reel. The first screenshot shows two women in red outfits on a checkered floor. The second screenshot shows two women in red outfits, one sitting on a white stool. The third screenshot shows two women in white and black outfits. The reel is from the account 'dc\_legalshow' and has 38 likes. The caption for the reel is 'Merry Christmas 🎄'.

«Siamo i nuovi poveri gli ex ricchi quelli che non pagano più l'affitto dello studio e l'iva ma non lo possono dire quelli che se gli chiedi come va ti rispondono «Benissimo» persino tra colleghi anzi specialmente tra colleghi. «Come va il lavoro?» «Benissimo» ma non è vero va male ce n'è sempre meno e noi siamo troppi.  
Siamo i nuovi poveri quelli che devono sembrare ricchi e felici davanti a tutti agli occhi della nuova moglie per non farci mancare nulla difficilmente ci fermiamo a un solo matrimonio e dei figli e poi a quelli dei clienti che per quanto facciamo di tutto per impoverirci non accetterebbero mai un avvocato squattrinato.  
Siamo i nuovi poveri quelli che magari pagano il circolo del tennis a rate oppure non lo pagano affatto quelli che non versano gli alimenti alla ex moglie e poi tornano a casa sorridenti sempre. «Com'è andato il lavoro?» «Benissimo» ma non è vero è una cazzata è andato male sempre peggio...  
Enrico Morello, avvocato in Torino, «Ufficio salti mortali» Edizione Codice 2018

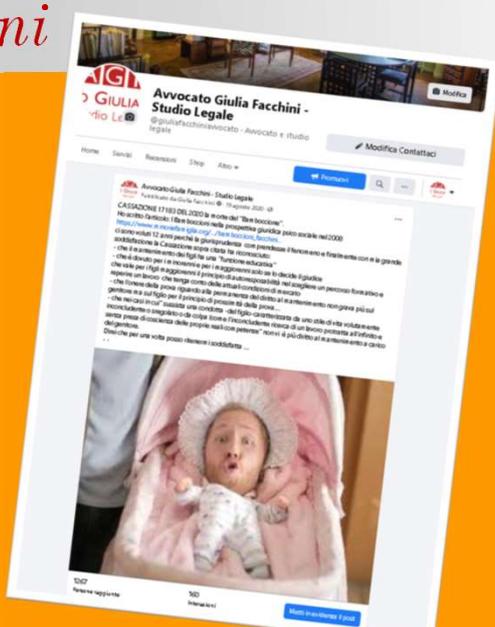


**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

Mariarosa Chimelohafattofare

**SCRIVERA' DEI POST O  
CONDIVIDERA' CONTENUTI IN  
FACEBOOK**



The screenshot shows a Facebook post from the profile 'Avvocato Giulia Facchini - Studio Legale'. The post text discusses a case involving a 12-year-old child and a custody dispute. Below the text is a photograph of a baby sitting in a pink stroller. The post has 107 likes and 101 comments.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

Mariarosa Chimelohafattofare

**ORGANIZZERA' /PARTECIPERA' A EVENTI  
ANCHE ORGANIZZATI DA ASSOCIAZIONI DI  
CUI FA PARTE**




The poster for the event 'GIORNATA CONTRO IL BULLISMO E LE VIOLENZE' is dated 8 OTTOBRE 2016. It features logos for 'Associazione Italiana Giuristi e Avvocati' and 'S.A.G.A. - Study Center'. The photograph shows a large group of people seated in a lecture hall, facing a presentation screen.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini

### CONCLUSIONE

Avv. IPPOLITO AZZECAGARBUGLI

MARIAROSA DI MELELO FATTOPARE

Utilizzano strumenti e stili diversi ma hanno uno stesso obiettivo:

- Fornire servizi legali di qualità sempre più alta,
- accrescere la loro "reputazione" on e off line
- e quindi aumentare la redditività e ottenere più clienti

Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## Da Laudativo a mendace

**CNF 23.04.19 n.23**

- *la promessa di prestazioni professionali "senza anticipi, senza spese, senza rischi e, soprattutto, in tempi brevissimi" e di definizione "entro 240 giorni invece di attendere i soliti 4-5- 6 anni!", nonché la previsione di pagamento del compenso legato al risultato ottenuto, senza alcun corrispettivo per l'ipotesi di mancato ottenimento del risarcimento.*



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

# No allo sciacallaggio emotivo

- Condanna del CNF e minaccia di sanzione disciplinare agli avvocati e studi legali che offrono prestazioni volte a incoraggiare azioni giudiziarie nei confronti dei medici e dei professionisti sanitari impegnati in prima linea sul fronte dell'emergenza Covid-19
  - (comunicato stampa 01.04.20)



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

## E COME POTRETE SENTIRVI POI...

### COME VI SENTITE ORA?



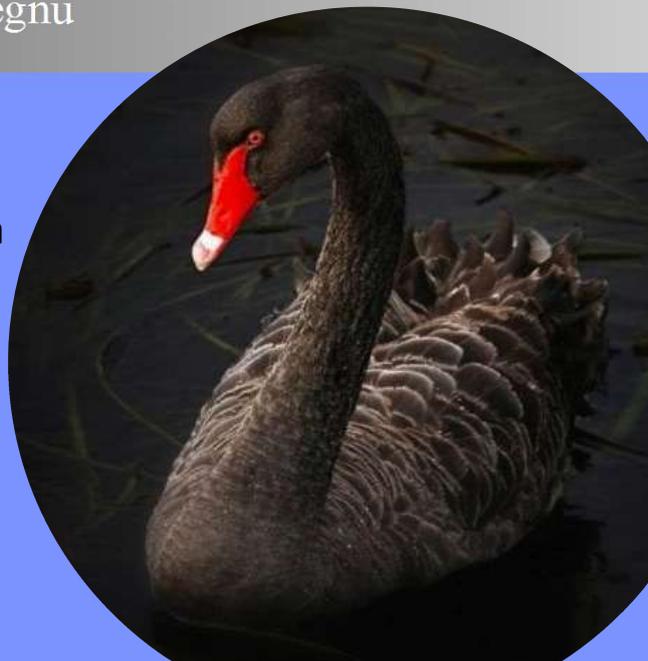
1. **Fase della negazione o del rifiuto:** *“non è possibile, non ci credo”*: si tende a negare la perdita e rifiutare la realtà come meccanismo di difesa;
2. **Fase della rabbia:** *“perché proprio a me? Cosa ho fatto per meritarmelo?”* si può sperimentare ritiro sociale, solitudine e necessità di direzionare il dolore e/o la sofferenza esternamente o internamente, vivendo il lutto come un'ingiustizia;
3. **Fase della contrattazione o del patteggiamento:** *“se supero questo momento, non farò più errori”* si cerca di riacquisire l'esame di realtà e trovare delle strategie per affrontare il problema;
4. **Fase della depressione:** *“non posso farcela, la mia vita così non va”* si prende consapevolezza della perdita, pensando a cosa non si potrà più condividere;
5. **Fase dell'accettazione del lutto:** *“ora bisogna andare avanti”* si arriva alla totale elaborazione ed accettazione della perdita, si comprende di non essere gli unici ad avere quel dolore e che il cambiamento è inevitabile.





Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

**D'altro canto.....  
è Il rischio di estinguersi a  
determinare la necessità  
dell'Evoluzione**



Avv. Alessandro Benvegnù  
STUDIO LEGALE

**Domande??**



*Ps. che siano facili...*

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**SE AVANZA TEMPO PROSEGUIAMO CON  
GLI ERRORI NELLA COMUNICAZIONE**



**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**Avvocati: nel 2021 aggiornate l'immagine online  
11 azioni che ogni libero professionista dovrebbe  
praticare: come migliorare e massimizzare la propria  
comunicazione virtuale**

<https://www.altalex.com/documents/news/2021/01/12/avvocati-nel-2021-aggiornate-immagine-online>



**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## COME STARE ON LINE NETIQUETTE E DINTORNI




**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## NETIQUET SEMISERIA SULLE VIDEO CONFERENZE

**Alcune regole basilari**

Ci sono alcune regole che tutti noi dovremmo seguire quando utilizziamo le comunicazioni digitali, per cercare di sopravvivere in questa fase di forzata (ma irreversibile) accelerazione verso un nuovo modo di concepire le relazioni sociali e di lavoro.

Eccone alcune:

- quando ci invitano a una web conference, è buona regola scaricare la app del soggetto che la ospita e completare la procedura di iscrizione. Se questa operazione viene iniziata alle 16 per una riunione delle 16, è altamente probabile che si accederà in forte ritardo al meeting;
- se c'è una video conferenza, non è il caso di mantenere la tuta o la maglia del pigiama: c'è qualcuno che ci vede. Inoltre, è essenziale "governare" la video camera, ricordandosi di disattivarla se ci si deve alzare (e si era deciso di partecipare in mutande al meeting con il capo mondiale dell'azienda);
- nella foto del profilo che usiamo per lavoro, non è opportuno sfoggiare gli addominali, la moto delle scampagnate o il bikini da urlo delle vacanze: valutare sempre l'impatto che genera la visione di questa foto quando appare durante un serissimo meeting con clienti, fornitori o colleghi.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## NETIQUET SEMISERIA SULL'USO DEI SOCIAL

### Social network

- LinkedIn non è la nuova cassetta della posta dove infilare i volantini pubblicitari (lo dico ai 9 consulenti previdenziali che mi hanno scritto negli ultimi 7 giorni...);
- a pranzo ci servono una pietanza buonissima, al mare ci sono i tramonti, in palestra facciamo step e a Natale prepariamo un bellissimo albero: diamocene atto, una volta per tutte, così togliamo di mezzo il 50% delle comunicazioni social;
- le foto del mare vanno su Instagram e Facebook, le opinioni politiche su Twitter e i temi professionali si trattano su LinkedIn: se si invertono queste accoppiate, gli effetti sono comici o disastrosi.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

## NETIQUET SEMISERIA SULL'UTILIZZO DI WHATSAPP

### Whatsapp

- Non è obbligatorio ignorare tutte le regole di grammatica e ortografia; non è vietato mettere un punto, una virgola, un punto e virgola o un accento;
- scrivere "ke fai? xke non 6 venuto al mtg?" ha senso a 16 anni, è tollerabile a 22, è criminale dopo i 30;
- le faccine sono come i sacchetti biodegradabili: anche se sono facili da smaltire, possono comunque danneggiare l'ambiente in caso di abusi;
- per ogni comunicazione esiste un mezzo diverso: quello che va bene su whatsapp non va per forza bene anche via email (e viceversa);
- un meme sul tema del momento fa ridere, 10 fanno sorridere, 100 rientrano a tutti gli effetti nella nozione di stalking (e sono inopportuni);
- avere più di 20 gruppi whatsapp attivi sta per essere riconosciuta come malattia psico sociale; bisognare prevenirla parlando dal vivo con le persone, è un'esperienza che può risultare piacevole.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

Una comunicazione che manca di r



**ANCORA WHATSAPP VERSUS MAIL**

I professionisti con cui lavoro, mi inondano di vocali in cui l'informazione – quando va bene – è il 20% del messaggio.

Nessuno fa più lo sforzo di rendere sintetica e pulita l'informazione, in modo che l'interlocutore possa comprendere velocemente il problema, ma si parla spesso senza arrivare al punto, infarcendolo di dettagli inutili o trascurabili.

**Poi, vista la natura del contenuto e l'esplosione di mezzi in cui viene propagato, si rende sempre più complessa l'attività di gestione e amministrazione di questi messaggi.**

**Non si sa più chi li ha inviati, cosa si è precedentemente comunicato o dove sono stati inviati, facendomi perdere molto tempo per risalire alle conversazioni che, nel caso contengano informazioni utili, andranno "sbobinate".**

**Quando ricevo un vocale da cinque minuti sono consapevole che il mittente giudica il suo tempo molto più importante del mio e che non sono degno del suo rispetto.**

- La mail è da sempre lo strumento perfetto per:
  - a. tenere traccia delle conversazioni
  - b.. gestire le priorità di risposta
  - C. fare una ricerca testuale o per mittente.
- È uno strumento in cui posso articolare frasi di senso compiuto e confezionare risposte in modo che l'informazione arrivi senza far perdere tempo all'interlocutore. Per fare questo è il mittente della mail che deve investire il suo tempo per rendersi più chiaro possibile.
- Questa è una forma di rispetto per l'altra persona, visto che tutti stiamo lavorando sodo consapevoli che il tempo è prezioso: **significa che ho a cuore il tuo lavoro e chi leggerà è degno di rispetto.**

• By Riccardo Scandellari

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**NETIQUET SEMISERIA SULL'INVIO DI MAIL**

**Utilizzo delle mail**

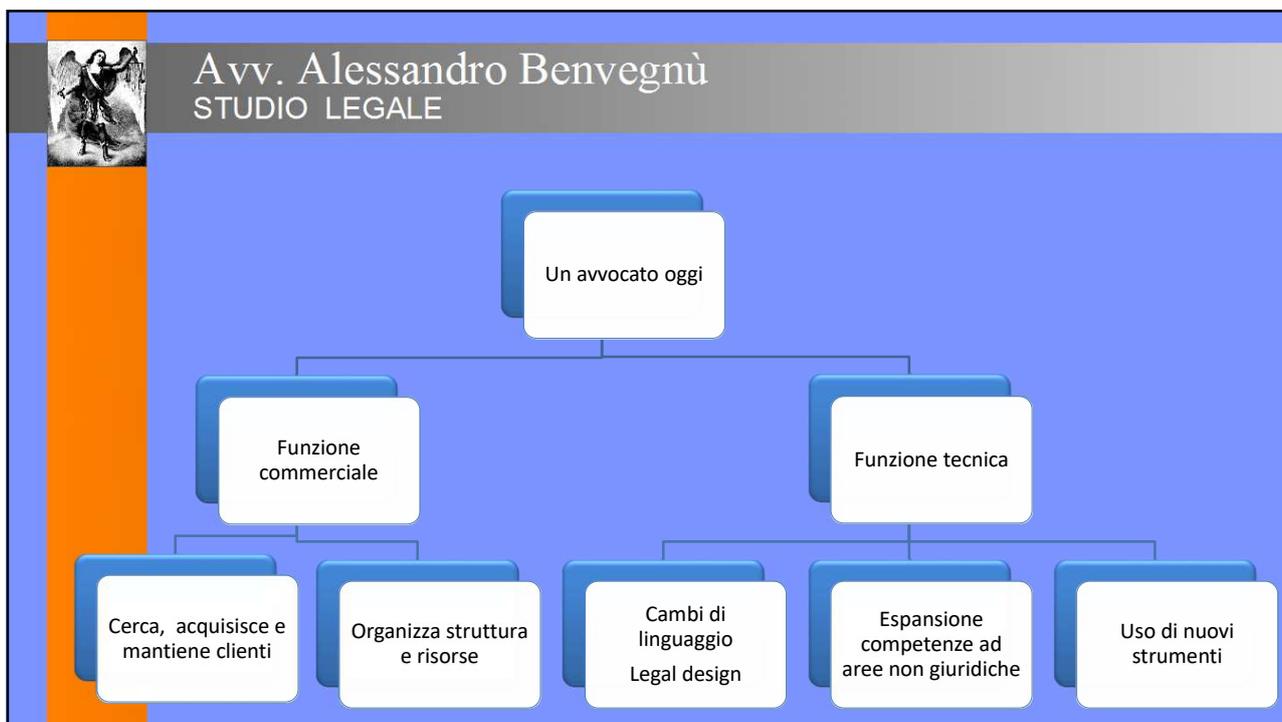
- Se una email non supera le due righe è piacevole, se arriva mezza pagina è impegnativa, se supera una pagina è ostile, se supera le due pagine è una dichiarazione di guerra;
- non si fa "reply to all" a una email che richiede una risposta che interessa solo al mittente (es: chi viene all'assemblea? E partono 360 email "io sì" "io no" "io forse");
- mandare una PEC soddisfa l'insana fame di burocrazia che scorre nel sangue di ciascuno di noi, ma è sempre una dichiarazione di guerra al mondo (non si legge sugli smartphone, gli allegati si aprono con difficoltà, è un segno di sfiducia verso gli altri);
- fare un uso contenuto: non si gira una catena di 41 incomprensibili email limitandosi al commento "FYI": è un pò come buttare (nel cestino altrui) la spazzatura senza averla prima separata;
- non si manda una email vuota, senza oggetto e con allegato un file chiamato "doc. 1";
- (variante della precedente) non si manda una email con oggetto "Invio file doc. 1";
- non è una buona idea mandare email di lavoro di notte, a meno che qualcuno non stia aspettando con urgenza di riceverle.

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

**In conclusione:  
Come sarà il  
professionista  
del futuro?**

<https://www.filodiritto.com/lavvocato-nel-dopo-emergenza-covid-19>  
di [Mario Alberto Catarozzo](#)





**AGF** *quindi ...*  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI *Avv. Giulia Facchini*  
Studio Legale

**Sarà un professionista rinnovato, prima di tutto nella consapevolezza che non può più andare avanti come prima.**

Sarà un professionista più tecnologico, che lavora a stretto contatto con il web, con il digitale.

Sarà un professionista che si abituerà a lavorare in rete con altri professionisti, a lavorare in team creando squadre di studio e non più individualista.

Sarà un manager che imparerà ad organizzare le attività, a gestire il tempo, a comunicare con i collaboratori, a creare motivazione e stile di squadra.

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

Sarà un imprenditore che conoscerà il valore della comunicazione esterna, del saper valorizzare la propria attività e gestire nuovi canali di business, dal public speaking, all'attività autorale con piani di comunicazione.

Sarà un professionista che saprà far convivere analogico o digitale, consapevole che le due dimensioni fanno parte oramai della stessa realtà.



Ora ci serve una mentalità aperta al futuro, flessibile, ricca di entusiasmo che voglia creare il futuro e non attenderlo per criticarlo.

L'Italia intera in questa Fase 2 ha bisogno di persone positive, proattive, visionarie, appassionate.

I lamentosi, criticoni, scettici, paurosi, che vivono sempre "contro" qualcuno o qualcosa non ci servono.

**AGF**  
 AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
 Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*



Ricordiamoci che  
 "Crisi" in cinese =

**PERICOLO**

+

**OPPORTUNITA**

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

## Avv. Giulia Facchini



### Grazie per l'attenzione!

Avv. Giulia Facchini – 61 anni

Avvocato iscritto all'albo dal 26.11.1990, in proprio dal 1997.

Il fatturato dello studio è al 100% proveniente dal diritto di famiglia.

Mi occupo di Marketing legale dal 2007 e da tale anno ho cominciato a trasferire la mia esperienza e le mie personali visioni di tale materia come professionista anche nel settore della formazione.

Contatti [www.facchini.org](http://www.facchini.org) - [studio@facchini.org](mailto:studio@facchini.org)



## Avv. Alessandro Benvegnù STUDIO LEGALE



### Grazie per l'attenzione!

Avv. Alessandro Benvegnù-42 anni

Avvocato iscritto all'albo dal 20.11.2008, in proprio dal 2013.

Attualmente il fatturato dello studio è per un terzo proveniente dal diritto del lavoro e un terzo dalle nuove tecnologie.

Mi occupo di Marketing legale dal 2009, dal 2014 ho cominciato a trasferire la mia esperienza e le mie personali visioni delle materie che tratto come professionista anche nel settore della formazione.

Negli ultimi 5 anni ho approfondito i temi relativi a Blockchain, GDPR e Intelligenza Artificiale.

Contatti [www.slbenvegnu.it](http://www.slbenvegnu.it) mail a [@info@slbenvegnu.it](mailto:@info@slbenvegnu.it)

**AGF**  
AVVOCATO GIULIA FACCHINI  
Studio Legale

*Avv. Giulia Facchini*

# Domande??



*Ps. che siano facili...*