



**SLAVV
SINDACATO**



UNISITA
Scuola Superiore Internazionale
di Studi Universitari, Ricerca e Formazione



TECNICHE DI ACQUISIZIONE DELLA CLIENTELA -PARTE SECONDA-

Mercoledì 3 Aprile dalle ore 12:00 alle 14:00

In presenza presso l'Aula Avvocati Ordine degli Avvocati di Roma,
in diretta streaming e successivamente in differita tramite la piattaforma FAD
dell'Ordine degli Avvocati di Roma



AVVOCATO GIULIA FACCHINI
Studio Legale



Avv. GIULIA FACCHINI

*Responsabile Dipartimento Marketing Movimento Forense
Fondatrice del network FLIN Family lawyers international
network*

**“Comunicare il proprio valore con il self
branding: strumenti pratici”**

DI COSA PARLIAMO? OGGI?



NON DI «Product» (prodotto), ovvero il bene o servizio commercializzato;

NON DI «Price» (prezzo), il prezzo con il quale il (prodotto) o il servizio viene messo in commercio;

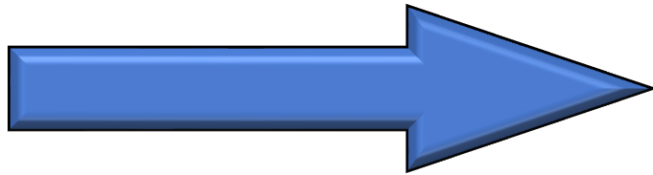
NON DI «Placement» il luogo (fisico o virtuale) nel quale il bene o servizio viene realizzato;

MA PARLIAMO DI «Promotion»(promozione) cioè di:

- ☐ tutte le attività di comunicazione per creare «valore»
- ☐ intorno al «servizio legale»
- ☐ che proponiamo sul «mercato della domanda di consulenza/assistenza giuridica.

UNA DOMANDA PER COMINCIARE

Ma se un avvocato è
bravissimo ma nessuno lo
conosce e nessuno si rivolge
a lui?



PRIMA DI TUTTO DOBBIAMO TENERE A MENTE CHE LA NOSTRA ESISTENZA PROFESSIONALE E PERSONALE NON E' PIU ON LINE/ OFF LINE MA ON LIFE



Cioè si svolge in una

«dimensione vitale, relazionale, sociale e comunicativa, lavorativa ed economica, vista come frutto di una continua interazione tra la realtà materiale e analogica e la realtà virtuale e interattiva»

E ALLORA IN QUESTA DIMENSIONE «ON LIFE» COSA SI DEVE FARE PER COMUNICARE AI POTENZIALI CLIENTI LA PROPRIA CAPACITA' PROFESSIONALE?

COMUNICARE



ATTRAVERSO IL SELF BRANDING



IL PROPRIO VALORE

1. VALORE (individuare il proprio «tratto distintivo»)



2. PROGETTARE IL SELF BRANDING (ovvero avere una strategia coerente per portare il proprio valore a conoscenza dei possibili clienti)



3. COMUNICARE (ovvero mettere in atto strumenti di marketing operativo)

UN PO DI MARKETING CHE PER GLI AVVOCATI E'

“Il complesso di tecniche intese a porre i servizi legali a disposizione del consumatore/cliente finale in un dato mercato nel tempo, luogo e modo piu adatto”

(Nel rispetto dell'articolo 35 del codice deontologico!)



COSA **NON** È IL MARKETING



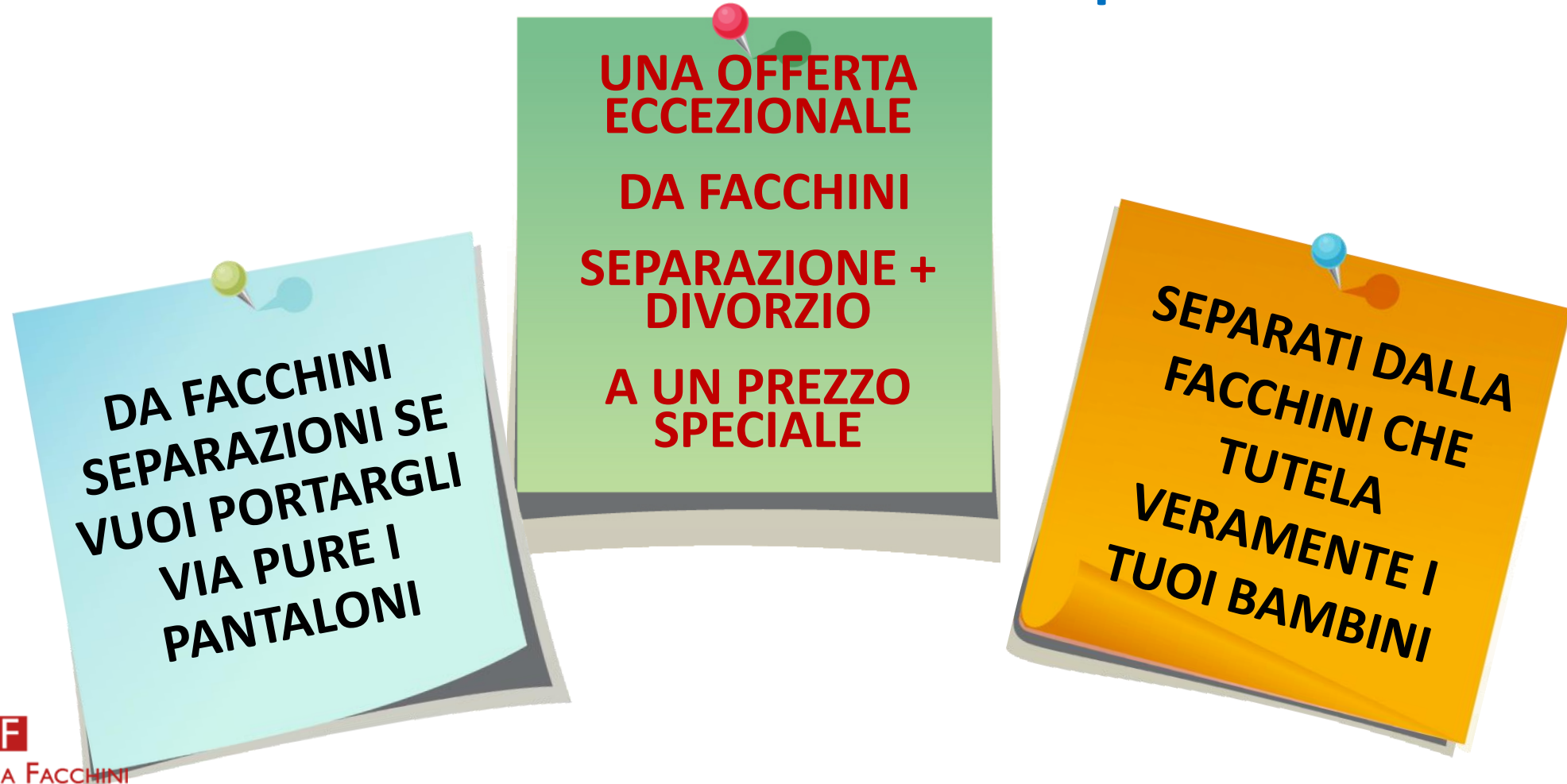
Marketing **NON E'** pubblicità

Marketing **NON E'** propaganda

Marketing **NON E'** accaparramento
di clientela

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

COSA NON È IL MARKETING: la pubblicità



NEPPURE QUESTO È MARKETING



DIVORCIOS RAPIDOS

'En menos de lo que canta un gallo!'

SIN CORTE' O CON CORTE • SIN FIRMA O CON FIRMA

Aprovecha de la **NUEVA LEY** de **DIVORCIOS** en NJ

Salate en Días en vez de esperar meses

llame hoy a los **ABOGADOS DE DIVORCIOS RAPIDOS**

201-646-9799

FALA-SE PORTUGUES



R.
ABOGADOS

Abogados Especialistas en Accidentes

¿Ha tenido un accidente?

Consiga la Máxima Indemnización
No cobramos si Usted No cobra
Consulta Gratis

www.traficomalaga.org
952 218 126 / 627 467 043 (24 horas)



Has your Privacy been VIOLATED Online?

I CAN HELP

Attorney at Law

I'll go after Facebook!

Billions in Settlements • Call Today

AGF

AVVOCATO GIULIA FACCHINI
Studio Legale



Il primo elemento del percorso è individuare il

NOSTRO «Valore»

Ma cosa è il valore?

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



AVVOCATI E CLIENTE : CHE COSA E' IL VALORE?

Cosa è il valore dal punto di vista del cliente?

E' la percezione che il cliente ha del vantaggio di un prodotto -o nel nostro caso di un servizio- se lo compara con le possibili alternative.

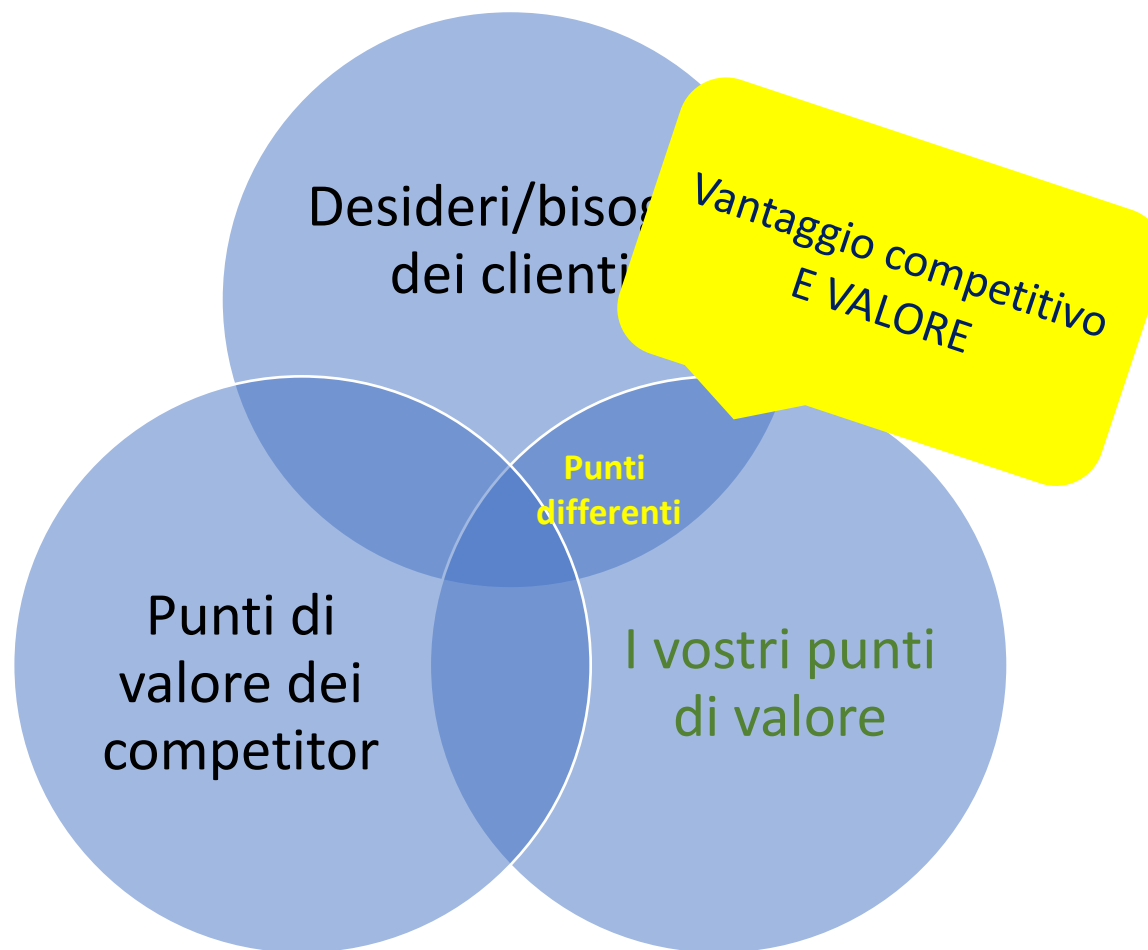
In sostanza il valore si ha se e quando il cliente sente di aver ottenuto dei vantaggi rispetto a quanto pagato.

Questi vantaggi possono essere:

- La qualità del prodotto -o nel nostro caso del servizio-
- Il successo derivante dall'utilizzo del prodotto o del servizio (quindi risoluzione del problema giuridico che ci è stato posto)
- Punti di differenziazione (cioè come ciascuno di noi ha gestito il problema diversamente e meglio dei colleghi anche dal punto di vista dell'organizzazione del lavoro)
- Accesso rapido a una soluzione (la disponibilità del legale a rispondere tempestivamente al bisogno dell'assistito/utilizzo ADR etc).



Individuare il nostro valore



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

DIFFERENZIAZIONE IL PRIMO ELEMENTO DEL «VALORE»

The Specialist **VS** The Generalist

**PRIMO RAPPORTO CENSIS
SULL'AVVOCATURA 2015**

**Come sono i servizi offerti dagli
avvocati italiani?**

11%

89,9%

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
No	88,0	87,9	90,7	88,9

Lo stato dell'arte oggi

240.0000 AVVOCATI



918 DOMANDE DI SPECIALIZZAZIONE A GIUGNO 2023

- ☐ al Cnf inviate **918 domande.**
- ☐ Finora 172 riconoscimenti per i dottori di ricerca,
- ☐ in corso le prove per 230 legali che hanno già seguito i corsi

<https://www.ilsole24ore.com/art/per-avvocati-arrivano-primi-titoli-specialista->



A cosa serve la specializzazione/indicazione della materia prevalente in chiave marketing?



Lo Studio Legale nel futuro post Covid-19

Avv. Alessandro Barzagli 23 Aprile 2020 <https://www.cocuzzaeassociati.it/covid-19-legal-kit/lo-studio-legale-nel-futuro-post-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.***



COSA VUOLE IL MERCATO OGGI

Mario Alberto Catarozzo

<http://www.diritto24.ilsole24ore.com/art/avvocatoAffari/professioneLegale/2016-10-27/i-legali-diventeranno-come-medici-vediamo--124107.php>

Il mercato legale si avvia a diventare come il mercato dei medici.

- ❑ *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!»*



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;



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».

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».



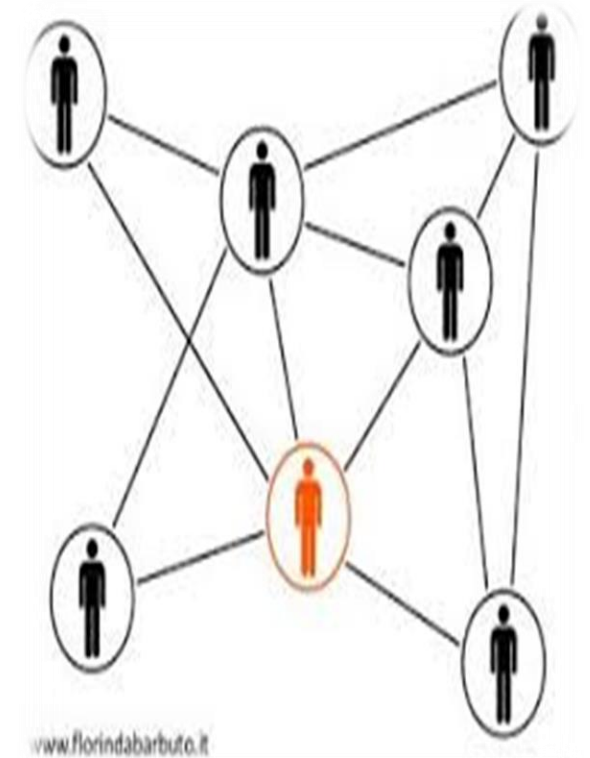
SPECIALIZZAZIONI E MERCATO

(Parere Consiglio di Stato 05 12 2019 (affare n. 0042/2019)
NECESSITA' DI INNOVARE I MODELLI ORGANIZZATIVI

«Si sottolinea 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.**

MODELLI ORGANIZZATIVI

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.»



SPECIALIZZAZIONI E MERCATO

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

IN CONCLUSIONE 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»

La specializzazione vista dagli esperti di marketing

PROMOZIONE
AVVOCATO

BLOG

RISORSE GRATUITE ▼

CHI SIAMO

FORMAZIONE ▼

RECENSIONI

PARLANO DI NO

La maggior parte degli avvocati in Italia fa lead generation in maniera totalmente sbagliata.

1. Innanzitutto parte da un errore di fondo ovvero quello di non scegliere un proprio posizionamento e quindi fare **l'Avvocato GENERALISTA**.
2. Facendo poi marketing, attira **clienti di qualsiasi tipo** (chi vuole divorziare, chi deve fare recupero crediti, chi deve ottenere la cittadinanza italiana ecc).
3. Offre una **consulenza gratuita** in cui propone il suo "back end" e la risposta che ottiene dal cliente è "ok, ti faccio sapere" oppure "ok ma voglio lo sconto".

Il risultato è che prenderai un lavoro che probabilmente sarebbe stato meglio evitare di prendere perché ti farà perdere un sacco di tempo senza nemmeno generarti un

AGF

AVVOCATO GIULIA FACCHINI
Studio Legale



La specializzazione vista dagli esperti di marketing

PROMOZIONE
AVVOCATO

BLOG

RISORSE GRATUITE ▾

CHI SIAMO

FORMAZIONE ▾

RECENSIONI

PARLANO DI NOI

1. **Posizionarti.** Essere un Avvocato esperto in un determinato settore, scegliere una tua nicchia e focalizzarti esclusivamente su quella! A tal proposito ti consiglio la lettura dell'articolo [Avvocato Specialista](#).
2. **Fare Marketing Focalizzato**, ovvero un Marketing dedicato esclusivamente al tuo target. Il tuo marketing quindi genererà contatti di estrema qualità, che si rivolgono a te proprio perché esperto nel tuo specifico settore.
3. A questi contatti devi proporre prima un **Front End a pagamento (consulenza/check up)** e in seguito una % di essi anche il tuo Back End.

Oltre quindi a vendere di più, lavorerai meglio perché questi clienti non sono "clienti a caso" che ti hanno trovato sul web, ma sono clienti che hanno scelto di rivolgersi a te proprio perché ti riconoscono come l'esperto del tuo specifico settore, e quindi il migliore che può aiutarli.

AGF

AVVOCATO GIULIA FACCHINI
Studio Legale



Un esempio di super specializzazione

Loffreda lascia Gianni & Origoni e fonda il suo studio

– 3 settimane ago

 – Share on Twitter

 – Share on Facebook

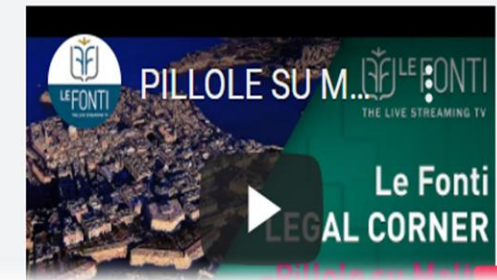
 – Share on LinkedIn

 – 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



Un piccolo momento promozionale



«FARE LE SEPARAZIONI»O DIFFERENZIARSI?

Family Lawyers International Network è una rete di avvocati

- FLIN si occupa esclusivamente della gestione di separazioni (per i paesi come l'Italia dove è previsto questo istituto) divorzi, cessazione di convivenze, responsabilità genitoriale e successioni tra cittadini di diverse cittadinanze o tra cittadini che vivono in paesi diversi da quelli della loro cittadinanza.
- In sostanza FLIN si propone di essere un “Hub” che consente di fornire, informazioni, pareri, consulenza ed assistenza legale in tutto il mondo, per le questioni di diritto di famiglia e successorio con aspetti internazionali in tutti i paesi del mondo individuando, in ogni paese coinvolto, referenti legali di alto livello



FAMILY LAWYERS
INTERNATIONAL NETWORK

D'ALTRO CANTO



**Si può conquistare
una sola posizione
nella testa dei clienti.
UNA SOLA!**

**VETRINA
TESTAMENTO**

Alessandro Greco 

Brain Cancer Survivor | Husband &
Father | N° 2 Brand Positioning Expert
in Italy | Marketing & Growth | Senior
Copywriter | Lecturer | TEDxSpeaker

Visualizza il profilo
completo



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.***

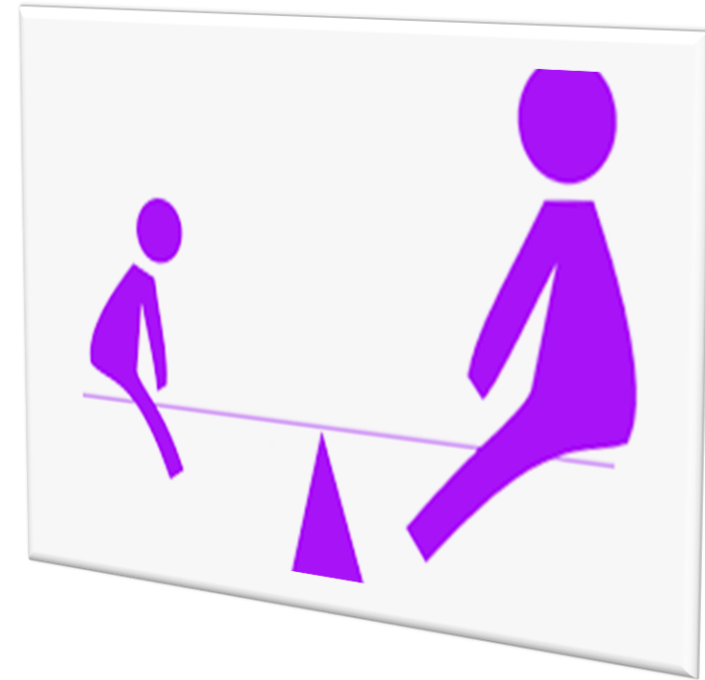
E tu sei perfetto.

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

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



VEDIAMO 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



QUINDI BISOGNA DIFFRENCZIARSI per non essere percepito SOLO come uno in più



es.

~~mario.rossi@gmail.com~~

mario@rossiavvocatilocalazioni.com



Perdonate il paragone irriverente
ma
se si può rendere sexy l'insalata
si può anche rendere «sexy» nel
senso di:

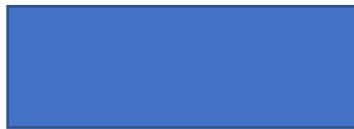
- ☐ attrattivo,
- ☐ intrigante,
- ☐ interessante
- ☐ quello che ciascuno di voi sa
fare



GLI ERRORI NELLA COMUNICAZIONE (O NEL POSIZIONAMENTO?)



Congratulazioni! Luigi è ora un collegamento.



Avvocato con trentennale esperienza in ambito civile. Aiuto i colleghi nella redazione degli atti giudiziari.

Messaggio

GLI ERRORI NELLA COMUNICAZIONE O MEGLIO NEL «POSIZIONAMENTO» un poco meglio ma....

Informazioni

Sono titolare dell'anno 2007 di un mio studio legale.

Ho maturato una significativa esperienza, giudiziale e stragiudiziale, nei seguenti ambiti:

- locazioni e dei procedimenti sommari di sfratto;
- diritto condominiale;
- risarcimento del danno (bancario, medico, alla salute ecc..);
- recupero e gestione del credito;
- diritto di famiglia.



Avvocato in Brescia

Sarezzo, Lombardia, Italia · [Informazioni di contatto](#)

[Più di 500 collegamenti](#)

Collaboro con le maggiori riviste web giuridiche (Altalex, Filodiritto, Overlex, Laprevidenza, Condominioweb ecc...); nel 2011 ho pubblicato il volume "Liti Tra Vicini, Questioni Processuali", edito dalla Dott. A. Giuffrè Editore Spa e nel 2014 ha pubblicato il volume "Sfratto per morosità e finita locazione", edito sempre dalla Dott. A. Giuffrè Editore Spa.

AGF

AVVOCATO GIULIA FACCHINI
Studio Legale



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



Individuare il nostro valore

Alcuni spunti per identificare il nostro « valore »

Value propositions

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



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

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

Il suo valore è

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



Hanno fatto una scelta strategica



**Differenziarmi per professionalità
specifica (materia prevalente/
specializzazione)**



**Differenziarmi per efficienza,
prezzo e duttilità!**

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: **specializzazione/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**

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



Ma ...



MARIA ROSA CHIMELOHAFATTOFARE

- ☐ Si accontenterà, per ora, di un semplice «sito vetrina» che lei stessa creerà su wolrdpress
- ☐ Con le informazioni minime su cosa fa e dove contattarla

IPPOLITO AZZECCAGARBUGLI

- ☐ Si farà invece creare da un esperto un sito web più strutturato con le informazioni dello studio, di tutti i collaboratori,
- ☐ sul quale inserirà le novità giurisprudenziali
- ☐ dove pubblicherà articoli e commenti relativi a questioni che tratta professionalmente
- ☐ e che terrà rigorosamente aggiornato



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

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 docenza

PASSARE ALL'AZIONE

Ma fondamentalmente 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.
- ❑ Secondo Joe Pulizzi, Fondatore del Content Marketing Institute, per *contenuto* si intende qualsiasi tipo di **informazione** in grado di **educare, coinvolgere o divertire**.



Da meditare



Linkedin? Sì, ma come?

- ❑Avere un piano editoriale non basta.
- Bisogna capire lo stile che è più opportuno adottare
- e il taglio da dare a post e articoli.
- Si tende a sottovalutare l'importanza della divulgazione, cercando toni più complessi che si pensa possano spiegare meglio l'esperienza, di un avvocato o di uno studio.
- **Sintesi e linearità pagano sempre su questo social, e questo è un messaggio ancora difficile da far passare.**



Linkedin? Sì, ma come?

- Nessuno ha tempo da perdere.
- Essere presenti su LinkedIn, selezionare materiali, creare contenuti, avere dei feedback non è tempo perso.
- “Come” ottimizzare questo tempo è altro punto critico: le soluzioni sono: “facciamolo fare al praticante” ma non è mai una buona idea perché capire come funziona questo social e come viverlo per tirare fuori dei risultati **è un investimento per tutti i professionisti di uno studio.**



Linkedin? Sì, ma come?

- Risultati: se si ha bisogno di una presenza su LinkedIn nel quadro di un progetto di personal branding pensare che postare post e articoli ad alta intensità faccia miracoli è un errore.

I tempi per avere dei risultati in termini di conoscibilità, reputazione e network sono lunghi e vanno calibrati secondo gli obiettivi.

- Un consulente esterno può aiutare a scrivere un piano editoriale, impostare i contenuti a livello di linguaggio e struttura e creare lo stile giusto. MA senza la collaborazione dei professionisti non si va lontano.

Linkedin per la comunicazione legale non è un bot automatizzato; **dovrebbe essere una scatola di notizie e insight utili e “illuminanti”, soprattutto sinceri.**



Un esempio su LinkedIn Pubblicazione slides di un convegno

IL CONFRONTO MAGISTRATI AVVOCATI -E CANCELLIERI- E' SEMPRE
PREZIOSO

Il convegno dal titolo "IL SEPARORZIO CONSENSUALE E GIUDIZ ...vedi altro



SOMMARIO



- 1. «SEPARORZIO» CONGIUNTO PER MOLTI MA NON PER TUTTI**
A. Il dovere di competenza dell'avvocato si estende a saperi «altri»?
B. La gestione dell'assistito e le fasi emotive della separazione
- 2. LA GIURISPRUDENZA SUL SEPARORZIO**
A. Il rinvio pregiudiziale alla Cassazione ex articolo 363-bis cod. proc. civ da parte del Tribunale di Treviso (ordinanza del 31 maggio 2023)
B. La pronuncia della Cassazione n. 28727 del 16/10/2023
Domanda: la ricostruzione della Cassazione vi convince?
- 3. COSA ACCADE SE UNO DEI DUE CONIUGI REVOCA IL CONSENSO AL DIVORZIO**
Domanda: la revoca del consenso nei divorzi congiunti come è stata regolata sino ad oggi dal Tribunale di Torino?
- 4. COME SI REDIGE UN SEPARORZIO CONSENSUALE**
Domanda: Quali allegazioni e produzioni il Tribunale di Torino ritiene imprescindibili?
- 5. DA QUANDO DECORRE IN UN SEPARORZIO «L'AUTORIZZAZIONE A VIVERE SEPARATI»?**
Domanda: i tempi medi di deposito della sentenza di separazione e di divorzio
Domanda: riuscirà il Tribunale, alla luce degli attuali carichi di lavoro, a fissare udienza per il divorzio a distanza di 7 mesi dalla pronuncia di separazione?
- 6. TARIFFE PER LA LIQUIDAZIONE DEL SEPARORZIO GIUDIZIALE E CONSENSUALE**
Domanda: e la liquidazione del compenso Patrocinio a spese dello Stato?



Rossana Veneziani e 40 altre persone

1 commento • 3 diffusioni post



Consiglia



Commenta



Diffondi il post



Invia



2.351 impressioni

[Vedi statistiche](#)

CREA LA SUA IDENTITA' GRAFICA

- Trasmette serietà ed affidabilità
- Trasmette capacità ed organizzazione



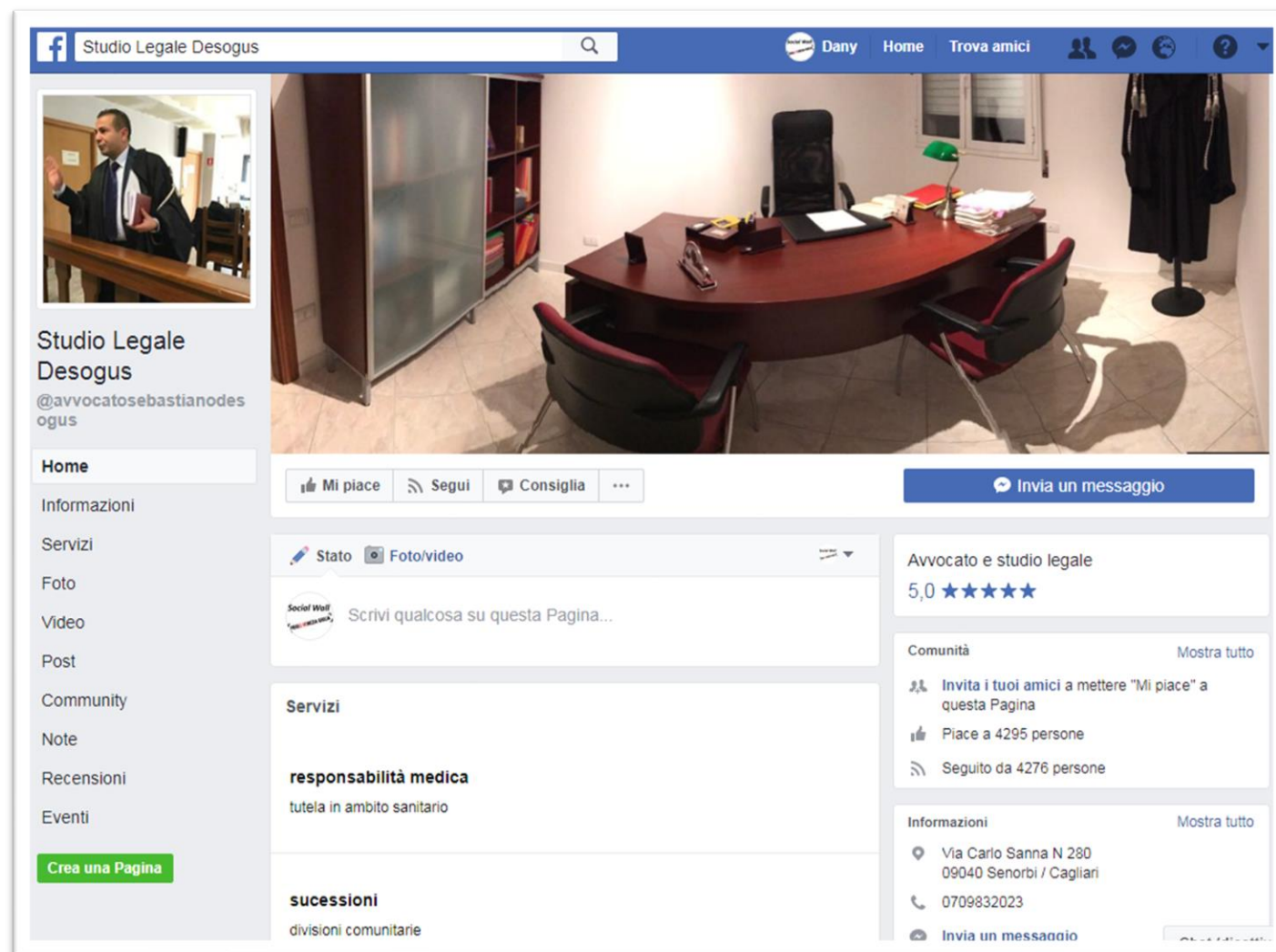
- Che utilizza nei biglietti da visita
- Nella cancelleria
- Nel sito
- Come firma nelle email



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

Avv. Ippolito Azzecagarbugli

APRIRÀ UNA PAGINA LINKEDIN DELLO STUDIO



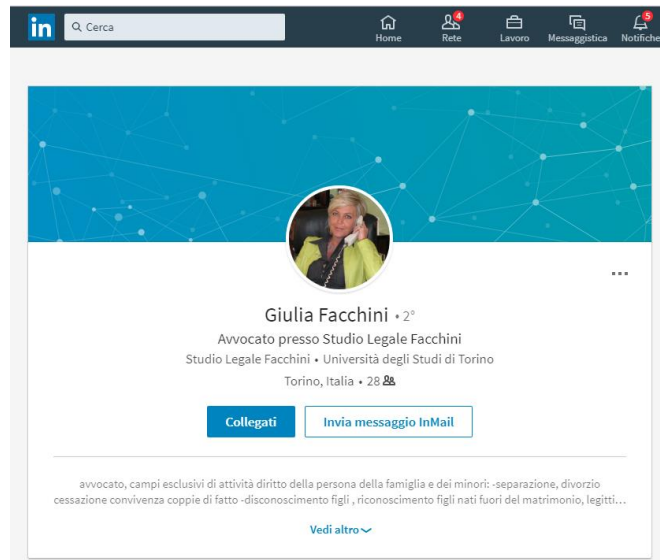
AGF

AVVOCATO GIULIA FACCHINI
Studio Legale

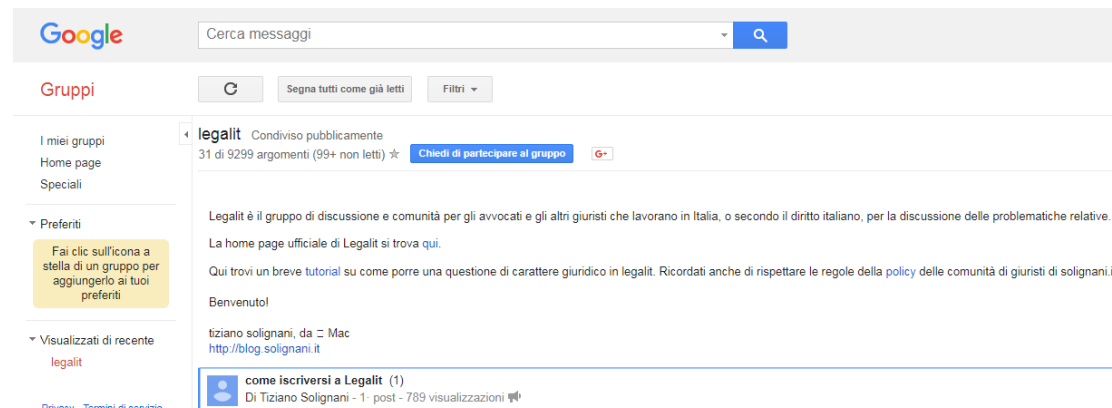
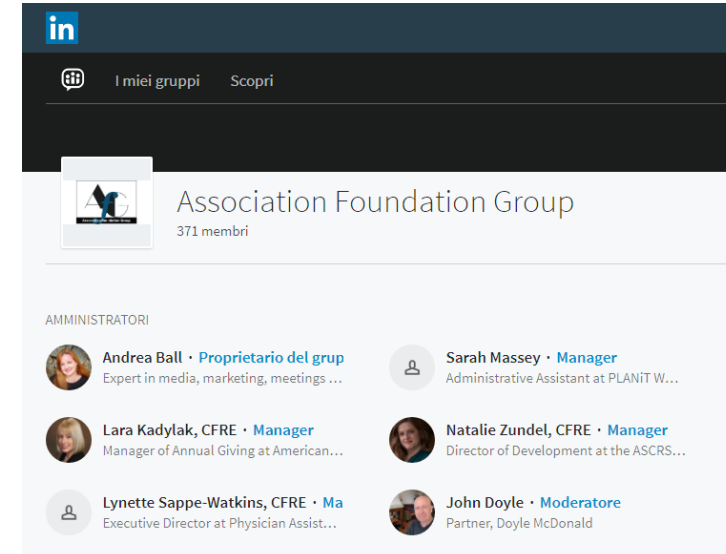


FARÀ NETWORKING

Aprirà un suo profilo LinkedIn



Parteciperà ai gruppi di discussione



FISCO & CONTABILITÀ DIRITTO LAVORO E PREVIDENZA EDILIZIA E AMBIENTE CASA E CONDOMINIO ENTI LOCALI E PA SANITÀ SCUOLA & UNIVE



Giuslavoristi: urgente armonizzazione normative in ambito...



Pos, commissioni bancarie con riduzione in due tempi



Web tax, spunta l'ipotesi di una tassa sul numero del...



Ristrutturazioni, detrazione del 50% solo con «fine lavori»

DIRITTO DI FAMIGLIA

Il Tribunale: «Se vuoi separarti non puoi convivere»

di Angelo Busani e Elisabetta Smaniotto | 14 settembre 2017



HAI LETTO L'ULTIMO ARTICOLO GRATUITO A DISPOSIZIONE QUESTO MESE.
REGISTRATI per continuare a leggere, condividere, commentare e salvare i tuoi articoli.



Immagini suggerite

Tutti i siti ZANICHELLI

Accedi con MYZANICHELLI 

Contatti | Aiuto



Paolo Monti
Forum

Home > Scuola > Paolo Monti – Forum di diritto

Benvenuti

- FORUM DI DIRITTO CIVILE
- FORUM DI DIRITTO COMMERCIALE
- FORUM DI DIRITTO PUBBLICO
- AGENDA NORMATIVA

Clicca due volte su una parola per cercarla nei DIZIONARI ZANICHELLI

 Trova questo corso nel CATALOGO ZANICHELLI



Zanichelli sul web

Risorse riservate

Risorse per l'insegnante



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 HISPAGURIS, 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 a 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

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: [Daniele Geronzi](#), [Stefano Parlatore](#)

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 (nell'intento di

FARÀ UNA BROCHURE PER PRESENTARSI.....



e la invierà per email alle aziende che possono diventare clienti

Mariarosa Chimelohafattofare

CREA LA SUA IDENTITA' GRAFICA

CREA IL SUO SITO WEB

Anche lei farà dai contenuti SEO e mirati



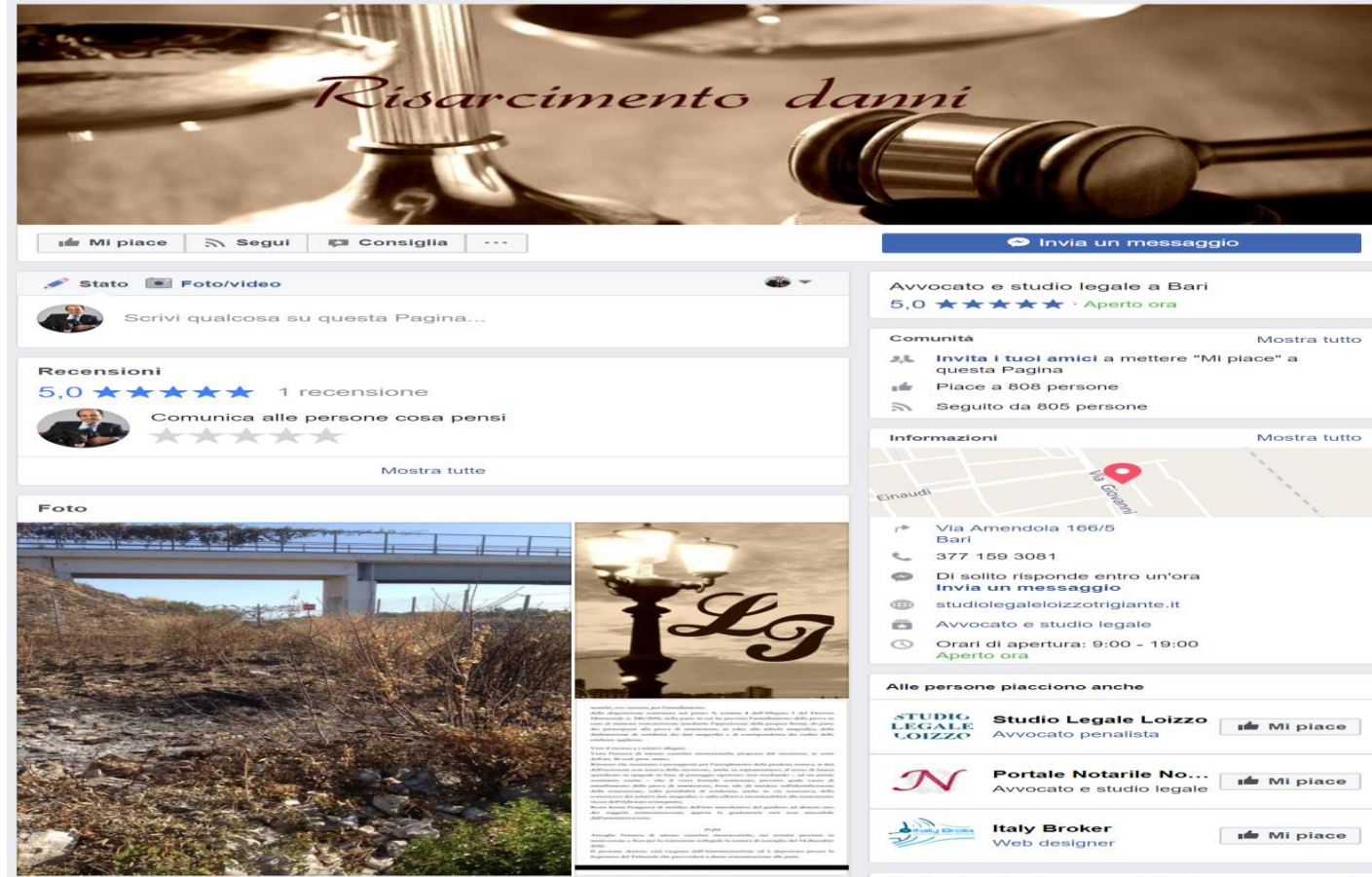
PER COMPARARE DEI SITI BEN FATI DAL PUNTO DI VISTA DELLA COMUNICAZIONE

<https://gutflg.com/sito-web-avvocati/>



Mariarosa Chimelohafattofare

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



Differenza tra profilo personale e pagina Facebook dello studio



FARA' NETWORKING PARTECIPANDO A GRUPPI DI DISCUSSIONE



Gli strumenti principali che Facebook offre ai suoi utenti sono tre:

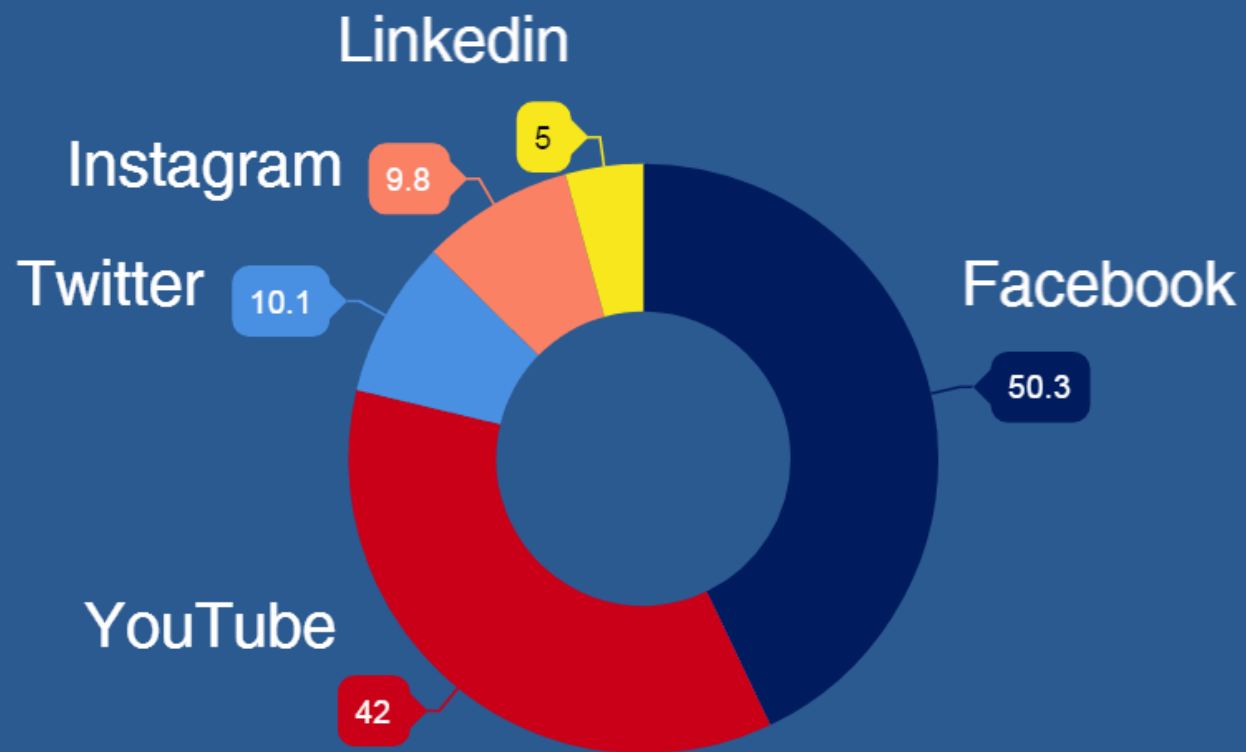
- ☐ il profilo personale,
- ☐ la pagina
- ☐ e il gruppo.

I più conosciuti e utilizzati sono i primi due.

- ☐ I gruppi Facebook invece, molto spesso sono meno utilizzati perché se ne conosce meno l'utilità.

E PERCHE' APRIRA' UNA PAGINA FACEBOOK?

Gli utenti dei Social Network in Italia



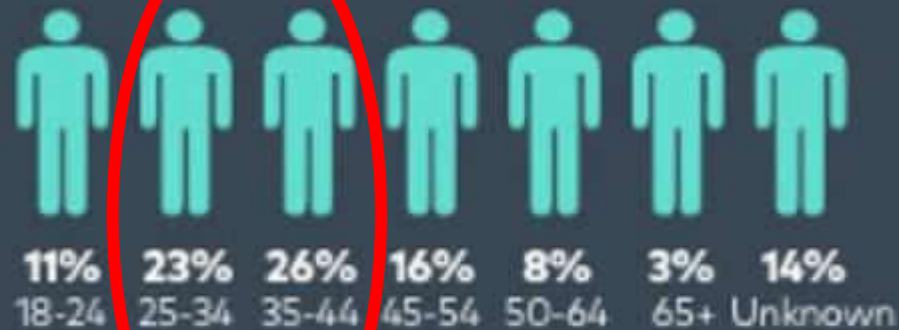
E PERCHE' APRIRA' UNA PAGINA FACEBOOK POSTANDO FILMATI?

[https://kinsta.com/it/blog/statistiche-](https://kinsta.com/it/blog/statistiche-youtube/#:~:text=YouTube%20%C3%A8%20disponibile%20in%20pi%C3%B9,tutti%20gli%20utenti%20di%20Internet.)

[youtube/#:~:text=YouTube%20%C3%A8%20disponibile%20in%20pi%C3%B9,tutti%20gli%20utenti%20di%20Internet.](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



25-44 age group watched the most YouTube videos

User percentage by gender



Male users are 62% while female users are 38%

SOCIAL MEDIA

SOCIAL IN ITALIA: DATI E CLASSIFICHE 2023

NUMERO DI UTENTI 2023



INVESTIMENTI PUBBLICITARI*

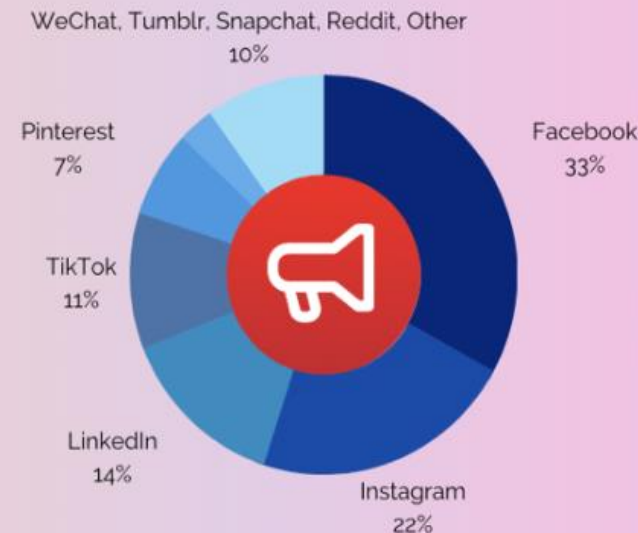
Investimenti previsti nel 2023

2 Mld.
di Euro (+9%)



*Escluso YouTube: dati non disponibili

Ripartizione 2022 per canale



AGF

AVVOCATO GIULIA FACCHINI
Studio Legale



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

YouTube IT

Cerca

Carlo Alberto Micheli

31.800 iscritti

ISCRIVITI

HOME VIDEO PLAYLIST COMMUNITY CANALI INFORMAZIONI

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/2WHm5qZ>

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

ULTERIORI INFORMAZIONI

Video caricati ▶ RIPRODUCI TUTTI



Cerca

I video di Carlo Alberto Micheli molto istruttivi

HOMEVIDEOPLAYLISTCOMMUNITYCANALIINFORMAZIONI

Video caricati ▶ RIPRODUCI TUTTI



Imposta Di Successione | Quanto e Quando si paga

383 visualizzazioni • 2 giorni fa



"Quando e Come una Azienda inizia a Guadagnare" - Analisi

1013 visualizzazioni • Trasmesso in streaming 3 giorni



Assegno Per Il Nucleo Familiare | Cos'è e a Chi Spetta

432 visualizzazioni • 4 giorni fa



La tua guida all'avvio di impresa 2021 - 7 step da...

1043 visualizzazioni • Trasmesso in streaming 5 giorni



Investimenti e Redditi all'Estero | IVIE & IVAFE

444 visualizzazioni • 6 giorni fa

The Legal One - Rassegna Stampa ▶ RIPRODUCI TUTTI



10:14



15:34



14:14

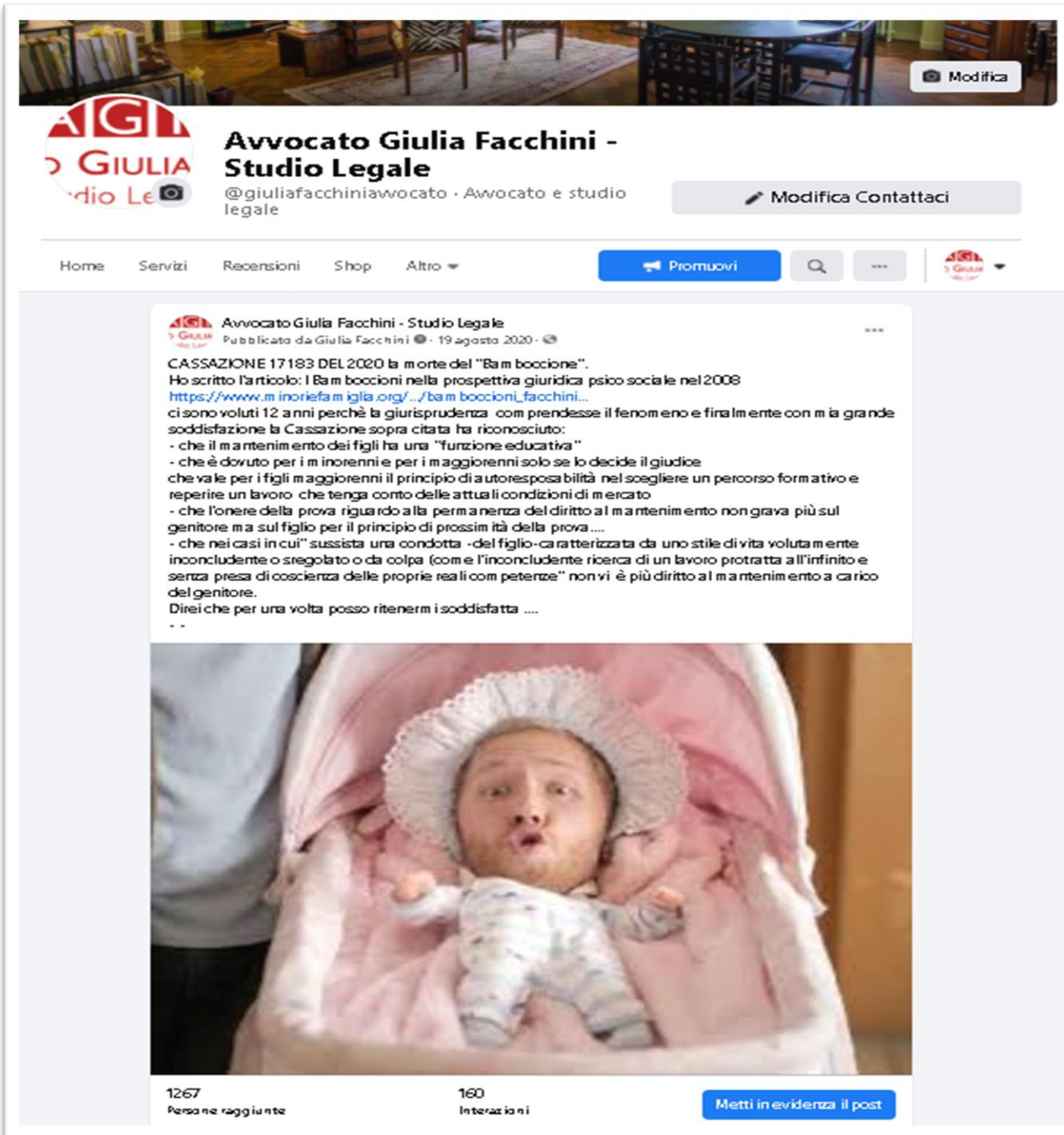


10:48



19:07

SCRIVERA' DEI POST O CONDIVIDERA' CONTENUTI IN FACEBOOK



Avvocato Giulia Facchini - Studio Legale
@giuliafacchiniavvocato · Avvocato e studio legale

Home Servizi Recensioni Shop Altro Promuovi

CASSAZIONE 17183 DEL 2020 la morte del "Bam boccione".
Ho scritto l'articolo: I Bam boccioni nella prospettiva giuridica psico sociale nel 2008
<https://www.mioriefamiglia.org/.../bam-boccioni-facchini...>
ci sono voluti 12 anni perchè la giurisprudenza con prendesse il fenomeno e finalmente con mia grande soddisfazione la Cassazione sopra citata ha riconosciuto:
- che il mantenimento dei figli ha una "funzione educativa"
- che è dovuto per i minorenni e per i maggiorenni solo se lo decide il giudice
che vale per i figli maggiorenni il principio di autoresponsabilità nel scegliere un percorso formativo e reperire un lavoro che tenga conto delle attuali condizioni di mercato
- che l'onere della prova riguardo alla permanenza del diritto al mantenimento non grava più sul genitore ma sul figlio per il principio di prossimità della prova
- che nei casi in cui sussista una condotta -del figlio- caratterizzata da uno stile di vita volutamente inconcludente o sregolato o da colpa (come l'inconcludente ricerca di un lavoro protratta all'infinito e senza presa di coscienza delle proprie reali competenze) non vi è più diritto al mantenimento a carico del genitore.
Direi che per una volta posso ritenermi soddisfatta



1267 Persone raggiunte 160 Interazioni Metti in evidenza il post

Mariarosa Chimelohafattofare

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



CONCLUSIONE



Avv. IPPOLITO AZZECCAGARBUGLI

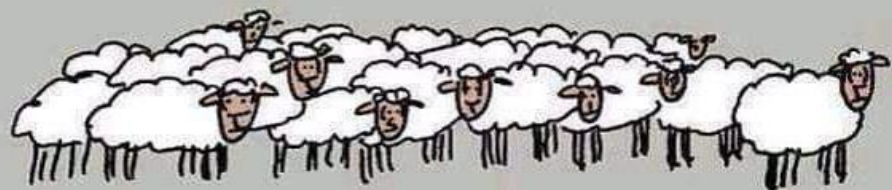


MARIAROSA CHIMELOHAFATTOFARE

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

Non abbiate paura di pensare
in modo diverso dagli altri



Grazie per la Vostra
attenzione
e seguitemi su

<https://www.linkedin.com/in/giulia-facchini-a60b4724/>

Che vi metto anche
le slides di oggi



AGF

AVVOCATO GIULIA FACCHINI
Studio Legale

