

QU'EST-CE QUE LE COMPETITIVE KEYWORD ADVERTISING (CKA) ?

L'imagination est sans limites...déontologiques. Un post sur le blog www.agilelaw.com s'interroge sur la pertinence et l'efficacité d'une nouvelle pratique : le CKA (*Competitive keyword advertising*). Cette pratique consiste à acheter des mots clés correspondant aux noms de ses concurrents afin de voir apparaître le nom de son propre cabinet lorsque des requêtes sont faites sur le nom des concurrents en question.

LE CKA ET LES AVOCATS

Cette pratique (non avouée) est courante dans de nombreux domaines des affaires et du commerce. Est-elle admissible chez les avocats ? Le Barreau de Floride a considéré que le CKA ne portait pas atteinte aux principes déontologiques. Le Barreau de Caroline du Nord pense que oui...mais c'est le seul barreau américain à avoir pris officiellement position dans ce sens. Qu'en serait-il en France ? D'abord, la promotion la plus efficace sera toujours celle de ses propres qualités... mais pour ceux qui tenteraient l'expérience, notre droit de la concurrence réprime le parasitisme et les principes essentiels sont là aussi.

[Should your firm engage in competitive keyword advertising?](#)

A propos de l'auteur :

Dominic Jensen, d.jensen@eliott-markus.com

Consultant spécialisé dans la stratégie et l'organisation des cabinets d'avocats.

Auteur de « Cabinet d'Avocats, création et stratégie, organisation et gestion » aux éditions Dalloz.

Directeur scientifique de Dalloz Avocats, exercer et entreprendre.

Enseignant à l'EFB et directeur stratégie de l'agence Eliott & Markus.

Suivre l'agence sur LinkedIn [linkedin.com/company/eliott-&-markus](https://www.linkedin.com/company/eliott-&-markus)

Suivre l'agence sur Twitter twitter.com/eliottmarkus
