

Depuis le 17 mars dernier, et l'adoption par le parlement de la loi Hamon, les avocats sont autorisés à recourir à la publicité ainsi qu'à la sollicitation personnalisée.

Les professions réglementées vont pouvoir communiquer de façon plus active via internet, dont par exemple l'email marketing. Dominic Jensen l'évoque dans son article [Que change la loi Hamon pour les avocats ?](#)

" Devant composer avec une déontologie que ces agences [celles qui accompagnent les professions réglementées] vivaient souvent comme un frein, celles-ci pourront se montrer plus agressives et sans doute plus **créatives** dans leurs propositions. L'**email marketing** se professionnaliserait rapidement avec des stratégies d'envois automatisés et scénarisés. L'analyse des envois et des retours permettra d'affiner les **politiques de business development des cabinets.** "

L'email marketing fait parti d'une panoplie d'outils de prospection à la disposition des professions réglementées. Parmi ces outils, les réseaux sociaux deviennent incontournables, particulièrement les réseaux sociaux à vocation professionnelle comme [LinkedIn](#)

3 raisons d'être présent sur LinkedIn

C'est un Annuaire

LinkedIn doit être appréhendé comme le **premier annuaire mondial** mis à jour en temps réel. En effet, LinkedIn est le premier réseau social où se retrouvent les **professionnels** - donc **vos clients** et **vos prospects** - dans une "ambiance" business. C'est le prolongement de vos réseaux physiques que vous fréquentez depuis des années.

C'est le lieu d'expression de votre Marque Entreprise

Sur LinkedIn, vous pouvez créer un page entreprise pour promouvoir votre marque entreprise. En définissant la stratégie éditoriale de votre présence sur ce réseau, vous construirez une audience qui s'intéresse à vous, vos services et votre capacité à diffuser une information pertinente.

C'est l'endroit pour la visibilité de votre Expertise individuelle

Sur LinkedIn, votre présence s'articule autour de deux actions distinctes.

La première présente votre profil d'individu avec :

- une **photo** professionnelle (pas de chat sur vos genoux, ni de lunettes de soleil avec la plage en fond),
- un **résumé** qui correspond à votre pitch de présentation exactement comme lors d'une rencontre à un cocktail pour répondre à la question "bonjour, que faites vous dans la vie ?"
- votre **expérience** qui reprend le détail de toutes vos actions passées. C'est la présentation de votre CV axé sur ce que vous pouvez faire pour vos interlocuteurs. C'est à dire que ce n'est pas un CV de recherche d'emploi.

La seconde action, celle qui va fortement participer au développement de la visibilité de votre expertise, c'est la **diffusion de contenus pertinents** pour votre audience. Ce sont des articles, des dossiers, des présentations que vous sélectionnez au fur et à mesure de vos lectures sur différents médias et que vous partagerez avec votre réseau de contacts sur LinkedIn.

Formations

Nous organisons au sein de votre entreprise des **formations pour maîtriser LinkedIn** : [toutes les informations sont disponibles sur cette page.](#)

A propos de l'agence :

Eliott&Markus est une agence de conseil marketing et communication dédiée aux cabinets de services professionnels, aux professionnels du conseil et de l'expertise intellectuelle.

Nos métiers sont organisés pour atteindre les objectifs de nos clients : créer et mettre en place la stratégie marketing et communication off et online, gérer la communication et décliner le plan opérationnel, créer les supports de communication opérationnels.

Contact : **Gwénaëlle Henri**, d.henri@eliott-markus.com