

La loi Hamon et le récent décret d'application concernant la sollicitation personnelle fait naître autant d'excitation que de crainte.

Les avocats s'observent, demandent conseil et se demandent comment ces nouvelles règles vont modifier les comportements. Plusieurs commentaires s'imposent d'ores et déjà.

D'abord, le marché des avocats connaît un bouleversement que nous pouvons qualifier de démocratique. La **communication** et le **marketing** ne sont plus réservés à une élite de cabinets fortunés. Les initiatives viendront de tous les profils de cabinets des plus petits aux plus grands. **La première arme de la sollicitation personnelle est l'email** et celui-ci ne coûte rien, ou presque. Aussi, l'intérêt des nouvelles règles ne sera pas d'inonder les clients potentiels de messages non sollicités.

## L'ENJEU DE L'EMAIL MARKETING POUR LES PROFESSIONS RÉGLEMENTÉES

L'enjeu sera de **cibler des populations précises** en leur proposant des **offres calibrées** en fonction de **besoins déterminés**.

- Un spécialiste des recours administratifs pourra cibler les patrons de cafés dont les terrasses sont soumises à des restrictions.
- Un cabinet récemment installé pourra informer les commerçants de son voisinage des services pouvant leur être proposés.
- Un praticien des dommages corporels pourra écrire à des clubs de sport pour se positionner à la source des accidents sportifs.

C'est de cette manière que devront réfléchir les cabinets pour profiter pleinement des nouvelles opportunités qui leur sont offertes par la loi Hamon et l'autorisation de la sollicitation personnelle. Ceux qui chercheront à diffuser des messages en nombre trop important perdront la dimension personnelle de la sollicitation et risquent de basculer dans le spam.

---

A propos de l'auteur :

**Dominic Jensen**, [d.jensen@eliott-markus.com](mailto: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.

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**, [g.henri@eliott-markus.com](mailto:g.henri@eliott-markus.com)