

Lorsqu'un cabinet d'avocats entame un travail sur sa communication, ses associés n'imaginent peut-être pas qu'ils s'engagent dans une démarche aux vertus thérapeutiques. La prise de conscience de la nécessité de communiquer va d'abord enclencher une mobilisation du cabinet. Souvent individualistes et indisponibles, les avocats deviennent mobilisables lorsque l'image, la visibilité et la réputation sont en jeu.

Un article de Dominic Jensen

La communication permet de donner un cap

Il n'y a pas de communication efficace sans réflexion préalable. Or, en quoi consiste cette réflexion ? Il s'agit de répondre à des questions existentielles et fondamentales pour le cabinet : Comment nous définissons-nous ? Où sommes-nous situés dans notre marché ? Où voulons-nous être dans cinq ans ? ... Les réponses à ces questions constituent les premiers bénéfices d'un travail en matière de communication. Les associés retrouvent (ou du moins recherchent) une boussole qu'ils avaient égarée.

La communication crée de la valeur

Derrière une apparence d'unité, le cabinet d'avocats connaît souvent une réalité opérationnelle disloquée. Les avocats avancent sans concertation. Il n'y a pas de stratégie globale. Le travail de communication va pousser les associés à définir des messages communs qui viendront renforcer la marque du cabinet et le poids de sa signature. Le cabinet devient plus lisible et audible. Il attire de nouveaux clients.

La communication améliore le partage d'informations

Quand un cabinet entame un travail sur sa communication, les associés se parlent davantage. Des informations sur leurs activités respectives, leurs clients, leurs projets circulent et viennent enrichir la connaissance de chacun. La communication interne sera le premier carburant de la communication du cabinet vers l'extérieur. Les prémices d'un *knowledge management* commercial se mettent en place.

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.

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

Suivre l'agence sur LinkedIn <https://www.linkedin.com/company/eliott-&-markus>