

LA MARQUE DU CABINET, EN RELATION AVEC L'IDENTITÉ DU CABINET.

Construire une marque pour un cabinet d'avocats repose sur l'identification de cette marque avec une notion plus ou moins précise dans l'esprit du public concerné. Cette notion peut varier considérablement « le plus gros », « incontournable en propriété intellectuelle », « c'est le cabinet qui travaille pour Bolloré », etc.... Certes, il y a des cabinets dont le nom ou la marque évoque tout simplement l'excellence mais si vous n'êtes ni Darrois ni Dupont-Moretti, la route peut être longue.

LA COMMUNICATION SUR UNE SPÉCIFICITÉ DU CABINET AU SERVICE DE LA GLOBALITÉ DES SERVICES.

Dans une stratégie de communication destinée à bâtir une marque, il sera toujours plus efficace (et rapide) de construire de la visibilité sur une ou plusieurs niches ou particularités plutôt que de miser sur la globalité de l'activité du cabinet. Plus l'offre du cabinet est large, plus cette affirmation est vraie (sauf si la taille du cabinet est telle qu'à elle seule la taille constitue un argument commercial). La visibilité dans un domaine sert tous les autres domaines d'activité du cabinet...même si les associés qui prennent moins la lumière ont tendance à penser le contraire.

L'ASSOCIATION MARQUE ET INNOVATION FAVORISENT L'ATTRACTIVITÉ DU PUBLIC.

Depuis peu de temps apparait un nouvel axe de communication qui évitera de faire des jaloux au sein d'un même cabinet : associer la marque du cabinet à l'innovation. Les cabinets qui communiqueront sur leur utilisation de la technologie, leurs idées ou leurs méthodes pour travailler de manière plus efficace, moins chère ou simplement différemment auront l'écoute du marché et des clients potentiels.

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
