

La bonne nouvelle : Les cabinets d'avocats ont compris depuis longtemps qu'il y avait un intérêt à diffuser des informations auprès de leurs clients et contacts. La mauvaise nouvelle : c'est contraignant ... et si c'est mal fait, ça ne sert à rien.

Combien de cabinets ont lancé avec fierté une belle newsletter en annonçant qu'il s'agissait du premier numéro d'une longue série ? Combien de newsletters sont passées d'hebdomadaires à mensuelles puis à trimestrielles ? Cela prend du temps d'organiser une veille, de rédiger des textes et d'en organiser la diffusion et les efforts ne sont pas souvent récompensés par des retombées tangibles.

Que veut le client ? A une époque où chacun d'entre nous est assailli par l'information, par les emails non sollicités, est-ce encore utile d'en rajouter dans les boîtes aux lettres de nos clients ou prospects éventuels ? La réponse est négative s'il s'agit d'une information brute non qualifiée. Si le destinataire n'est pas un professionnel du droit, il ne lira jamais un extrait d'un texte de loi ou d'un arrêt de cassation. Si le client est un juriste, il y a de fortes chances qu'il ait déjà connaissance de ce vous lui envoyez. Ce qui intéresse le client, quel que soit son niveau de « sophistication juridique », c'est ce que vous pensez de l'information et pourquoi vous lui envoyez.

Oui, il faut envoyer des informations aux clients pour maintenir le contact. Oui, il faut envoyer des informations aux prospects pour qu'ils connaissent vos domaines d'intervention. Le premier objectif du cabinet doit être d'envoyer des informations ciblées qui correspondent aux domaines d'activité du destinataire. Son second objectif doit être de susciter des questions grâce aux informations diffusées.

La démarche que le destinataire attend de votre part est celle-ci :

« Je vous signale que..... / J'ai pensé que cela pouvait vous intéresser parce que..... »

Pensez exploitation ciblée d'informations ponctuelles commentées, expliquées et personnalisées. Oubliez la newsletter fourre-tout. Plus personne ne la lit.

[Dominic Jensen](#)

Directeur stratégie