

Par Marouane Nokri

Temps de lecture : 3'00''

Comment les cabinets d'avocats doivent-ils réinventer leur communication pendant la période estivale ? Ce débat débouche le plus souvent sur des initiatives originales et pérennes.

Longtemps considérée comme une source de dépenses dont il était difficile de mesurer les effets, la communication estivale est aujourd'hui un des éléments clés de la stratégie d'une entreprise ou d'une organisation afin d'aborder la rentrée dans de très bonnes conditions. Elle s'appuie sur les méthodes d'analyse stratégique et de véritable pilotage de projet.

Mais en matière de communication estivale, chaque cabinet d'avocat ne vise pas les mêmes objectifs de communication. Il est donc important de se différencier par un ton et un message propre auprès d'une cible définie.

L'OCCASION D'INNOVER ET DE MARQUER LES ESPRITS

La création d'un prix personnalisé par exemple pour incarner les valeurs du cabinet ou de la structure, et illustrer le soin que vous portez à vos collaborateurs et partenaires. Le Barreau de Paris l'a très bien compris en mars dernier en créant les premiers trophées de l'égalité professionnelle récompensant les cabinets ayant mis en place les meilleures politiques pour promouvoir l'égalité professionnelle et/ou la diversité au sein de leurs équipes. Le Barreau de Paris confirme/consolide ainsi sa déjà axée sur ce sujet de société. Même son de cloche pour le [cabinet Bird & Bird](#) avec son « *Bird & Bird Women's development program* ».

Le [cabinet August Debouzy](#) quant à lui propose depuis quelques années le Prix Olivier Debouzy. Cet été, le cabinet va plus loin avec le Prix Espoir (étudiant) récompensant une publication juridique, sous forme de livre, documentaire audiovisuel ou article de blog, publiée au cours des douze derniers mois et qui apporte un regard décalé ou subversif sur le droit.

Un peu de technologie également avec [Norton Rose Fullbright](#) qui vient de lancer un nouvel assistant virtuel (chatbot) doté d'une intelligence artificielle pour répondre aux questions relatives aux évolutions réglementaires dans le secteur de l'assurance. Dénommé « *Parker Insurance* », l'outil a d'ores et déjà été programmé pour répondre aux questions liées à la nouvelle directive européenne sur la distribution d'assurances.

Les responsables communication ont longtemps négligé d'évaluer les effets de leurs actions en été. Chacun s'accordait à dire que la communication était réfractaire à toute forme de proposition de sujet sous prétexte que le tempo médiatique ne s'y prêtait pas.

LES EFFETS QUANTIFIABLES D'UNE INITIATIVE ESTIVALE SUR VOTRE COMMUNICATION

La situation aujourd'hui a radicalement changé. Les cabinets les plus engagés reconnaissent l'importance de ce type d'évènements, notamment pour présenter les enjeux et défendre les projets les plus originaux et les budgets de communication auprès de leur direction. Dans un contexte de tensions économiques, ils doivent, en effet, disposer des mêmes outils que les autres directions et être capables de présenter des indicateurs de performance chiffrés et des retours sur investissement sur tous types d'actions de communication.

Alors n'oubliez pas de profiter du contexte estival pour proposer des jeux concours, du contenu adapté, amusant, avec un ton plus léger pour générer de l'intérêt, de l'émotion et créer l'évènement phare. Mettez votre cabinet ou votre équipe de choc en scène. L'été vous permet de communiquer différemment, soyez inventif et disruptif. Cela amusera et fidélisera encore plus vos clients.