



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Una professione che cambia:

Giovani avvocati, marketing e deontologia, a cavallo tra due mondi

Avv. Alessandro Benvegnù

Introduzione al marketing – i primi dieci anni di professione dopo l'abilitazione (e anche oltre)

16 Aprile 2019 – Ordine Avvocati di Cuneo



Introduzione-perché ci serve fare marketing?

Le liberalizzazioni ci hanno portato solo dumping

I clienti ci chiedono sempre di più per meno

Demistificazione della legge (maledetto Altalex!)

Mutamento funzione avvocato da reattiva giudiziale a preventiva



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Introduzione-I primi 10 anni da avvocato

ior 1-3 anni

ior 4-5 anni

ior 6-7 anni

ior 8-10 anni
Coordinatore



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Introduzione

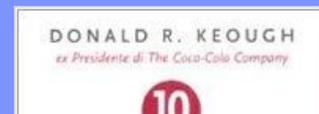
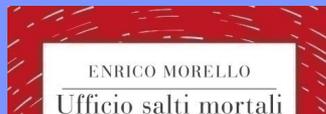
È attività di

Aggiornata alle
nuove tecnologie



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

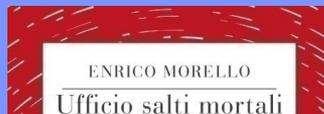
Arturo Speranza un archetipo torinese





Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Arturo Speranza un archetipo torinese



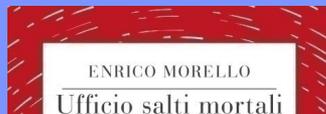
5– Giocate al limite del regolamento.





Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Arturo Speranza un archetipo torinese



9– Inviare messaggi





Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un approccio per processi

Model for Managing Complex Change





Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un approccio per processi

Cosa sono le
norme iso

L'ente

Differenza tra



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Premessa metodologica-un approccio per processi

Requisiti in
ingresso

Revisione/nuova
progettazione

Non conformità



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un approccio per processi



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un approccio per processi-metodi

Price

Product

Consumer
model

Cost



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Posizionamento-Analisi swot

Punti di forza



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Posizionamento-Analisi swot-caso di studio

Conosce tecniche
difensive delle
Banche



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Posizionamento

Stato attuale del
mercato servizi legali



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Nuovi Trend il mercato digitale

JAN
2018

GLOBAL ANNUAL DIGITAL GROWTH

YEAR-ON-YEAR CHANGE IN KEY STATISTICAL INDICATORS

INTERNET
USERS

ACTIVE SOCIAL
MEDIA USERS

UNIQUE
MOBILE USERS

ACTIVE MOBILE
SOCIAL USERS



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

• Nuovi trend: il mercato digitale

umenta la competitività ↑

E3
LIVELLO 3
COINVOLGIMENTO

E2

MARKETING DIGITALE

Approccio connesso:

- Conferma da parte del cliente nelle comunità
- Precisazione del carattere e dei codici della marca
- Marketing mix connesso (co-creazione, valuta



Avv. Alessandro Benvegnù STUDIO LEGALE

A1

AWARE

I clienti sono passivamente esposti a un'ampia gamma di brand attraverso le esperienze passate, le comunicazioni del marketing e/o i

A2

APPEAL

I clienti recepiscono tutti i messaggi a cui sono esposti – creando ricordi a breve termine o amplificando i ricordi a lungo termine – e si sentono attratti da un

A3

ASK

Spinti dalla curiosità, i clienti si attivano per compiere ricerche sui brand da cui si sentono attratti, chiedendo maggiori informazioni ad amici e familiari,

A4

ACT

Persuasi dalle informazioni raccolte, i clienti decidono di comprare un certo brand e di interagire più profondamente attraverso l'acquisto, l'utilizzo e/o

A5

ADVOCATE

Con l'andar del tempo i clienti possono maturare un forte senso di lealtà verso il brand, che si riflette nella retention, nel riacquisto e soprattutto nella raccomandazione



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Brand Identity

Competenze



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Brand identity

- È un mondo di social



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Content marketing e social network

1

GOAL SETTING

Cosa volete ottenere con questa campagna di content marketing?

- Obiettivo di brand building

2

MAPPATURA DELL'AUDIENCE

Chi sono i vostri clienti e quali sono le loro ansie e desideri?

- Profilazione e ritratto

3

IDEAZIONE E PIANIFICAZIONE DEI CONTENUTI

Qual è il tema generale dei contenuti e qual è la road map?

4

CREAZIONE DEI CONTENUTI

Chi crea i contenuti e quando?

- **Creatori di contenuti:**
personale interno o agenzie



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Brand identity

Relatore a
convegno:



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Brand identity

Avvocato redattore

Relatore ai convegni



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un po' di project management





Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un po' di project management



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un po' di project management

Competenze
dell'avvocato



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un po' di project management

Società tra professionisti
Con soci di capitale



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Un po' di project management



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Nuove tecnologie un consiglio





Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Nuove tecnologie un consiglio

- Acceleratori
 - Scanner con capacità di riconoscimento del linguaggio



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

A valediction-Forbidding Temperance

- 1. Se c'è uno spazio vuoto tu lo occupi*
- 2. Non pensare mai che un'opportunità sia*



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Arturo Speranza, Keough e i 10 emendamenti



ENRICO MORELLO
Ufficio salti mortali

1– Siate pronti a rischiare.

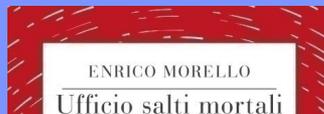


DONALD R. KEOUGH
ex Presidente di The Coca-Cola Company



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Arturo Speranza, Keough e i 10 emendamenti



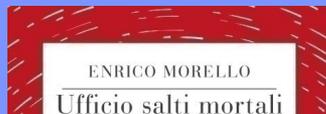
5– Non violate le regole
del gioco, reinterpretatelo





Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Arturo Speranza, Keough e i 10 emendamenti



9– Seguite una linea





Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

- **CHI VORRESTE ESSERE DOMANI?**-Three Types of Lawyers

Mediocre Lawyers

Play “whack-a-mole”, reacting to problems by creating fear and friction within organizations and the impression that there is a legal



Avv. Alessandro Benvegnù
STUDIO LEGALE

Bibliografia minima

- Richard Susskind-Tomorrow's lawyers
- Donald. R. Keough- 10 comandamenti per fallire
- Salvatore Primceri-21 consigli di webmarketing per avvocati