



Venerdì 14 ottobre ore 15-18

Avvocati e mercato:

“Marketing” forense, tra deontologia e sfida della concorrenza.

Organizzazione di studio e servizio alla clientela

Coordina: Avv. Davide Calabrò,

Consigliere Consiglio Nazionale Forense

**15- 15,15 Introduce e discute: Giulia Facchini avvocato del Foro di Torino
Responsabile del gruppo riforme di Cammino**

La situazione dell'avvocatura emersa dal Rapporto Censis sull'avvocatura 2015: elementi critici e spunti di cambiamento.

Relazionano:

**15,15- 16.00 Avv Giovanna Raffaella Stumpo, avvocato del Foro di Milano e
pubblicista in materia di organizzazione e marketing legale, formatore e tra
l'altro autrice dell'ebook “La regolamentazione deontologica del marketing
legale” (MAGGIOLI 2015)**

“Introduzione al marketing forense”

- ✚ Le differenze tra comunicazione, marketing e pubblicità
- ✚ Cosa vuole dire fare marketing strategico e operativo: gli strumenti possibili per gli avvocati; sito, brochure, sponsorizzazioni, formazione, pubblicazioni anche informatiche, newsletter, social network, premi, e pubbliche relazioni
- ✚ Il marketing degli avvocati e la modifica dell'articolo 39 del codice deontologico sanzioni dell'antitrust e nuove aperture al CNF
- ✚ Le reti tra professionisti, tipologie e utilizzo: successi e criticità

**16,00- 16,30 Avv. Rita Eva Cresci avvocato del Foro di Milano - Studio MDM
“Strumenti di immagine coordinata sito e brochure: una esperienza sul
campo”**

- ✚ La presa di coscienza della necessita di “fare qualcosa”
- ✚ La costruzione della *brochure* passo per passo
- ✚ La costruzione del sito per lo studio legale
- ✚ I social network e la loro utilizzo per il marketing legale
- ✚ Web marketing e le nuove piattaforme dedicate ai servizi legali, collettori di offerta che aprono alla spersonalizzazione della



prestazione intesa sempre più come commodity che come erogazione d'opera intellettuale. Profili deontologici

16,45- 17,15 Avv. Cristiano Cominotto del Foro di Milano, Presidente di –AL Assistenza Legale:

“AL, una esperienza di network innovativo e di successo per i piccoli studi legali, tra chiusure del CNF e premi internazionali”

- + La storia di Alt “Assistenza legale per tutti” e l’esperienza dei negozi giuridici su strada tra resistenze istituzionali e premi europei
- + Che cosa è e come funziona AL (già Alt)
- + Che cosa è e come funziona Assistenza Legale Premium il perché di una scelta
- + L’evoluzione degli studi legali all’estero in particolare l’esperienza Australiana, della Gran Bretagna e degli Usa e l’interesse per la formula di Al - Assistenza Legale.
- + Siti referrral - collettori di offerta e nuove tendenze della avvocatura all’estero. Esempi virtuosi di organizzazione del lavoro
- + Avvocatura futuribile.

17,15- 17,30 Avv. Giulia Facchini:

“Avvoca’ per ora grazie” Spunti di riflessione a partire dal testo di Giuseppe Caravita di Toritto su come formulare i preventivi nei procedimenti di separazione e divorzio

- + Le modalità di tariffazione consentite dalla legge professionale
- + La scelta della tariffa più idonea e la formulazione del corretto preventivo come strumento di marketing

17,30 Domande dei partecipanti e dibattito