ItaliaOggi
17 Marzo 2007

Marketing, ecco i segreti

di Gabriele Ventura

Come scrivere il piano marketing di uno studio legale. E perché è un aspetto cruciale per la competitività. Lo ha spiegato, il 9 marzo scorso a Milano, Chris Hinze, partner della Hinze communication, nel corso del **legal marketing luncheon** organizzato da "**Legal Marketing Italia**". Ed è emerso che, sebbene gli studi, per una questione di mentalità, siano ancora restii a puntare sul marketing, e quindi a costruirsi un piano strategico ad hoc. Quest'ultimo è necessario per costruirsi una reputazione ed essere competitivi sul mercato. Soprattutto, per uno studio legale, a parere di Hinze, è importante are un messaggio, per identificare i clienti e viceversa. In modo che abbiano già chiaro che tipo di servizio offre lo studio. Nel corso dell'incontro, infatti, è emerso che il cliente, nella maggior parte dei casi (41%), si affida a uno studio legale tramite il classico "passa parola". E cioè grazie al consiglio dei conoscenti. Ciò a dimostrare che la reputazione che uno studio si costruisce, attraverso un piano marketing adeguato, diventa un aspetto cruciale per la competitività sul mercato.