

TORINO, 10 DICEMBRE 2019



La comunicazione legale sui social media.

Può funzionare?

Federica Corsi

consulente comunicazione e marketing legale

Perché anche
gli avvocati
dovrebbero
comunicare sui
social media?

Perché l'attenzione
si è spostata dai
media tradizionali a
nuove piattaforme.

COSA FANNO I "GRANDI" ?

1

LINKEDIN
100%

2

TWITTER
41%

3

FACEBOOK
23,5%

4

INSTAGRAM
20%

Fonte: Centro Ricerche Legalcommunity.it / maggio 2019

TORINO,
6227 AVVOCATI

- DATI CONSIGLIO ORDINE AVVOCATI TORINO, NOVEMBRE 2018 -

Cosa ci si aspetta:



- AUMENTARE LA **VISIBILITÀ**
- ENTRARE IN CONTATTO CON NUOVI **POTENZIALI CLIENTI**
- **FIDELIZZARE** CLIENTELA, RICHIAMARLA
- RAFFORZARE LA **REPUTAZIONE**

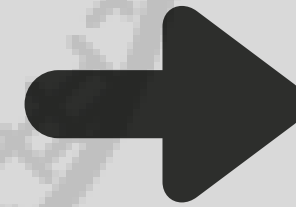
E UN OTTIMO MOTIVO PER CUI NON ESSERCI

L'IMITAZIONE È
IL PIÙ
FREQUENTE
ERRORE
STRATEGICO.

- MICHAEL PORTER- ECONOMISTA

IL TRAFFICO GENERATO DAI SOCIAL
VERSO **SITO WEB**

LE **OCCASIONI** DI COLLABORAZIONE



NON DECOLLANO

L'INTERCETTAZIONE DI **NUOVI**
CLIENTI

Perché?

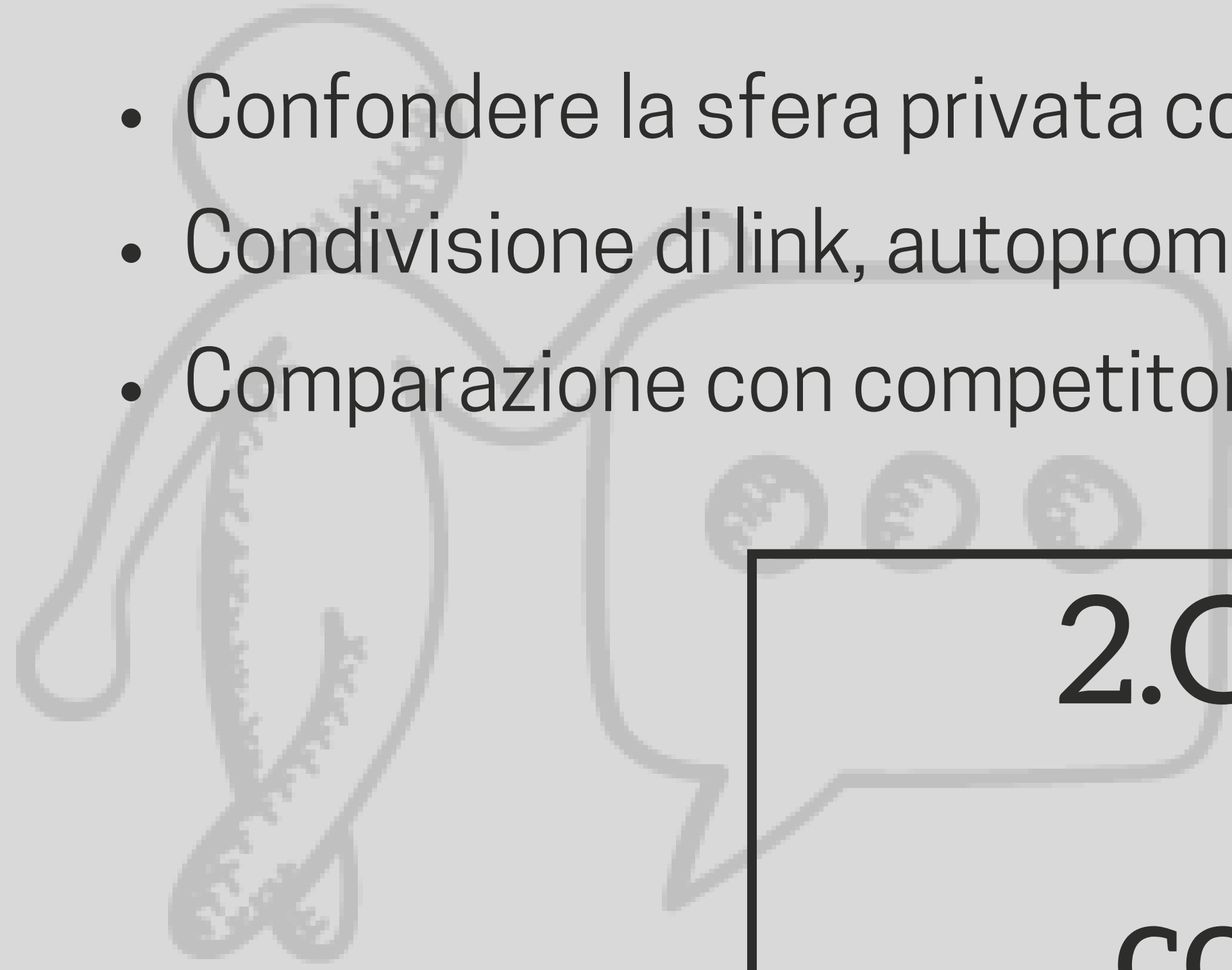
- Avere un account per ogni social.

Publicare lo stesso post su social diversi.


1. Non conoscere bene i propri destinatari

Identificare il
proprio pubblico.
Comunicare a tutti
non funziona.

- Ogni piattaforma social è un luogo diverso con pubblici differenti.
- Caratteristiche del potenziale cliente ideale.

- 
- Confondere la sfera privata con quella professionale.
 - Condivisione di link, autopromozione.
 - Comparazione con competitors, tono commerciale.

2. Confusione SU COSA comunicare



Mettere la competenza al centro ed esprimerla con contenuti autorevoli.

- Comunicare su pochi temi ma in modo approfondito.
- Testi, commenti, articoli che siano utili e di interesse.

- Post lunghi e con lay out difficili da leggere da mobile.
- Linguaggio impersonale, distante, tecnico.

3. Utilizzare un linguaggio sbagliato

Un linguaggio chiaro e comprensibile.

- Una scrittura legale per il web, lineare e coinvolgente.
- Un Tono di Voce che rappresenti la personalità.
- Obiettivo: stimolare interazioni.

Rispetto dei
limiti
deontologici.

E poi?

Strategia

Pazienza

Assiduità
(gestione dell'account?)

Non contare i like.

Cosa si può ottenere davvero ?

REPUTAZIONE

PASSAPAROLA

ADESIONE

NETWORK

Cominciare da qui:

- Sto usando il social più adatto a me?
- Ho un network interessato?
- Uso un linguaggio chiaro?
- Interagisco con gli altri?
- I miei contenuti possono servire a risolvere problemi/chiarire dubbi?

Federica Corsi.

Consulente di comunicazione e marketing legale,
legal content strategist, copywriting legale.

info@federicacorsi.it



@fccomunicazionelegale



@fc_comunicazione_legale

federicacorsi.it