

PRESENTAZIONE

Prenditi cura del tuo marchio personale

Caro/a lettore/trice:

Il libro che hai iniziato a leggere non è un libro qualsiasi. Si tratta di un lavoro romanzato esaustivo di un professionista come Francesc Dominguez, conoscitore delle preoccupazioni degli avvocati e avvocate dei cinque continenti.

Conosco Francesc da molti anni. Il suo lavoro ha contribuito a promuovere il marketing legale su scala globale. Ciò che ha sempre catturato la mia attenzione è la sua capacità di ascoltare e la sua determinazione nel prendere decisioni. Un professionista che dimostra sempre di sapersi mettere nei panni dei clienti.

In questa occasione la sua proposta editoriale è quella di analizzare il marchio personale dell'avvocato. Una proposta attraente su cui sono stati già prodotti alcuni lavori a livello generale, ma nessuno ha ancora parlato del suo uso in campo legale.

In un'epoca come quella attuale, caratterizzata dalla globalizzazione e la trasformazione digitale, in cui le imprese ed i privati tendono a percepire gli avvocati in modo

simile, è essenziale sapersi differenziare e specializzarsi per poter fornire quel valore aggiunto che il cliente si aspetta da qualsiasi avvocato che lo assista.

Per capire il concetto di marchio personale, Francesc ha ideato una situazione in cui tre avvocati partecipano al convegno di Ciceronis, un *think thank* giuridico-economico di cui sono membri.

Questo concetto misto di unione tra avvocati ed altri professionisti è un'altra tendenza che già possiamo notare negli studi legali. Dopo tanto tempo, gli avvocati hanno smesso di isolarsi e collaborano con altri professionisti.

Durante quella giornata avranno uno scambio di opinioni con Bert, un consulente olandese che partecipa alla riunione. È possibile che questo Bert abbia molto a che fare con lo stesso Francesc, considerando il suo modo di comportarsi e le domande che fa ai tre giuristi.

In un momento della conversazione il summenzionato consulente definisce concretamente ciò che è un marchio personale:

«Il marchio personale è un'impronta, un marchio, un'immagine o una percezione, l'impressione che lasciamo agli altri. In breve, la tua reputazione, ciò per cui sei conosciuto; ad esempio, per una competenza, abilità o determinate qualità».

E segnala anche come differenziarlo da altri aspetti «La maggior parte dei professionisti tende a confondere il marchio personale con la visibilità, la presenza sui social network, il tenere conferenze, la creazione di un blog o di un sito web, ecc.».

I vantaggi di questo tipo di storia è che aiuta il lettore ad identificarsi meglio con qualcuno dei ruoli di questo romanzo giuridico. Un'opera attraverso la quale si prevede di definire il concetto di marchio personale e la sua utilità sia per l'avvocato stesso che per il suo ambiente di lavoro.

Non potrei essere più d'accordo con Francesc quando nella prefazione del libro menziona che «diventare un avvocato di spicco è la cosa migliore che possa fare nella tua carriera professionale, avrai una prospettiva più soddisfacente e gratificante. È una strada difficile da percorrere, ma se siete un buon avvocato e una persona onesta, sarà più facile arrivarci”.

I valori del marchio personale

La capacità tecnica e l'integrità sono due fattori che Francesc ha introdotto nelle sue conferenze ed in altre opere simili. Appare piuttosto chiaro che, nella foga di differenziarsi dagli altri, ogni professionista può sforzarsi di essere il migliore o uno dei migliori nella propria circoscrizione. Questo tipo di competenze sono sempre apprezzate dal cliente.

Per quanto concerne l'integrità, rivendicare questo elemento oggi giorno la dice lunga sull'autore del libro. È proprio la percezione degli avvocati nella società a non essere buona ed alcuni sondaggi rivelano il loro scarso valore sociale. Essere integri significa fare bene il proprio lavoro e soprattutto non essere tentati di ingannare il cliente in talune occasioni.

È molto importante che l'avvocato sia dotato della personalità necessaria per poter gestire le situazioni e le rela-

zioni con il cliente e fornirgli linee guida chiare su ciò di cui ha bisogno per la sua attività. Inoltre, è importante spiegarli che alcuni affari non possono essere realizzati o che sono al limite della legge. L'avvocato non deve essere coinvolto in alcun schema subdolo né essere complice di alcuna attività illegale.

Così come Francesc menziona nella parte conclusiva di questo libro «Lo sviluppo di un marchio presuppone una gestione cosciente ed intelligente delle percezioni che si vogliono creare sul mercato. Non è frutto di un'improvvisazione. Si tratta di "sculpire" la propria vita professionale, senza aspettare che gli altri lo facciano e decidano per te, o aspettare che il tempo cambi la propria situazione».

La gestione di un marchio personale è un compito consapevole e quotidiano. Il professionista deve avere ben chiaro dove vuole arrivare e, in caso di dubbi, può rivolgersi a professionisti della gestione degli studi legali per farsi consigliare sul proprio futuro. A volte è bene che sia un terzo a dirvi con obiettività come vi vedono gli altri.

La gestione del proprio marchio personale può essere ostacolata dallo studio per cui si lavora. In questo tipo di situazione, lo studio che ci ha assunto può fraintendere la nostra campagna di marketing giuridico.

Se riusciamo a spiegare che una buona gestione del marchio andrà a vantaggio dello studio, non c'è da preoccuparsi. Se non riusciamo a farlo e c'è una tensione evidente tra le due realtà, potrebbe essere il momento di cercare altri sbocchi professionali o di aprire un proprio studio professionale.

Sono convinto che la lettura di *Il marchio personale dell'avvocato: potenzia la tua carriera professionale* avrà un impatto notevole sulla comunità giuridica. Per il suo approccio brillante che lo avvicina a qualsiasi tipo di lettore e per il messaggio che lo caratterizza, è destinato a diventare una pubblicazione di riferimento essenziale per qualsiasi avvocato/a che voglia differenziarsi dagli altri.

A questo punto, caro lettore, se non hai ancora provveduto ad indirizzare il tuo marchio personale verso un percorso professionale stabile, ti invito a farlo con l'aiuto di questo libro.

La tua carriera professionale ed il tuo ambiente ti ringrazieranno senza alcun dubbio. Ci sono molti bravi avvocati, ma ce n'è solo uno come te.

Cordialmente,
@LuisjaSanchez

