



LA LEGGE PER TUTTI

INFORMAZIONE E CONSULENZA LEGALE

Avvocati sui social network

Autore: Redazione | 30/07/2013



Facebook, Twitter, blog: l'avvocato che vuole sopravvivere deve trovare uno spazio sul web, meglio se sui social media.

I social media sono stati definiti come importante fonte di informazione nella scelta del professionista di riferimento. A dirlo è una recente **ricerca** condotta da *Greentarget, Inside Counsel and Zeughauser Group*.

L'uso dei social media e in particolare di **blog, LinkedIn e Wikipedia** è diventato dominante tra i legali interni. La fruizione di media in movimento è aumentata con l'utilizzo di **smartphone**, tablet e applicazioni.

Wikipedia viene largamente usata come strumento professionale per la ricerca di informazioni. I **blog** stanno diventando un'importante fonte di informazioni e, se ben strutturati, sono in grado di influenzare la decisione di **affidarsi a un professionista** piuttosto che ad un altro.

Non solo. Sui social network come **Facebook** o **Twitter**, gli avvocati dialogano con il cittadino, come in una pubblica piazza, e questo, oltre ad aumentare la loro visibilità, fa sì che l'utente della giustizia possa valutare le doti del professionista. L'analisi condotta su un largo campione di utenza, infatti, ha demolito certi luoghi comuni secondo cui il legale presente sul social network deprezzi la propria immagine. L'era della comunicazione ha, invece, dimostrato come il dialogo "alla pari" premi sempre il rapporto con la clientela.

Ciò nonostante, in questo scenario c'è ancora chi si rifiuta di utilizzare i social media. Gli avvocati italiani, a differenza di quelli inglesi, sono riluttanti alle nuove tecnologie e, in particolare, ai social network. Anche se la percentuale di legali indifferenti ai social è scesa (dal 43% si è passato al 27%) resta comunque piuttosto elevata rispetto al resto d'Europa.

Anche la pubblicità sui social network viene ancora vista con diffidenza, complice forse il divieto che, a lungo, è imperato nel nostro Paese, ma che oggi è stato completamente demolito.

Per i professionisti il messaggio è semplice: **chi vuole sopravvivere** deve essere presente in rete.