

08-16-22 MAGGIO 2024 ORE 14.30 - 18.00

Webinar ZOOM

COMUNICAZIONE INFORMATIVA, PUBBLICITA' E MARKETING LEGALE NELL' ERA DEI SOCIAL MEDIA

Ciclo di incontri di formazione ed aggiornamento professionale

Le ultime riforme attuate con la Legge n. 247/2012 e la più recente edizione 2014 del Codice Deontologico Forense, la crisi degli ultimi anni che ha investito le professioni liberali aggravata dalla pandemia oltre all'inasprirsi delle condizioni concorrenziali del mercato legale, hanno motivato un numero sempre crescente di professionisti e Studi ad interessarsi di tematiche innovative, tra cui quelle del marketing, dell'attività promozionale e della pubblicità.

Così che, nell'era della c.d. "socialmedia communication", anche gli Avvocati hanno vinto una serie di resistenze spesso dettate da preconcetti non sempre corretti, nella consapevolezza che gli strumenti di comunicazione esterna disponibili in modalità sia "off-line" sia "on-line", sono oggi indispensabili per promuovere sé stessi e lo Studio e contribuire altresì allo sviluppo del business.

I tre incontri di E-learning organizzati dalla Fondazione Forense – Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Milano sono tra loro collegati e complementari; hanno un taglio teorico e pratico operativo e sono arricchiti da approfondimenti/testimonianze e da un intervento Istituzionale in rappresentanza del Consiglio, per l'inquadramento delle evoluzioni deontologiche sopravvenute nel tempo, a regolamentazione della materia.

Con l'obiettivo di chiarire le differenze di concetto e di sviluppo – del marketing, della pubblicità, della comunicazione informativa- e di illustrare al Professionista tecnicità che consentono un allineamento alle evoluzioni di mercato e del contesto tecnologico, per comunicare efficacemente con il Cliente e gli altri Stakeholder rilevanti per lo Studio; con ricorso ad un mix di strumenti utili al posizionamento fisico e virtuale, che sono in continua evoluzione; nel rispetto delle regole deontologiche, di ordinamento professionale e giurisprudenza forense applicabili.

L'evento verrà trasmesso in modalità webinar.

Il giorno prima dell'evento gli iscritti al Corso riceveranno, tramite email, le istruzioni per il collegamento.

Evento a pagamento, organizzato dall'Ordine attraverso la Fondazione Forense, nell'ambito del programma di formazione continua per gli Avvocati.

La partecipazione all'evento consente l'attribuzione di **n. 8 crediti formativi di cui n. 1 in materia obbligatoria** per l'intero percorso.

Le iscrizioni, che prevedono il pagamento della quota di partecipazione di **€ 100,00** devono essere effettuate da **Sfera** cliccando **qui**.

PRIMO MODULO - 08 MAGGIO 2024 ORE 14.30-18.00

Temi trattati e Relatori

Marketing, comunicazione e pubblicità: origini e sviluppo del Marketing legale, in epoca social

- Pubblicità, Comunicazione informativa e Marketing non sono sinonimi
- Dal Marketing di prodotto, al marketing dei servizi
- Il Marketing legale come tertium genus

Avv. Giovanna Raffaella Stumpo, Esperta in Organizzazione e certificazioni UNI/ ISO, Compliance, Comunicazione e Marketing legale

La comunicazione interna ed esterna di Studio tra strumenti tradizionali e social

Dott.ssa Francesca Faccendini, Consulente Marketing Studi legali

SECONDO MODULO - 16 MAGGIO 2024 ORE 14.30-18.00

Temi trattati e Relatori

Organizzare e Gestire il processo di marketing e la comunicazione di Studio

- Analisi dei dati e del MR – Mercato di Riferimento
- Marketing strategico: obiettivi e scelte di posizionamento
- Marketing operativo, leve di marketing
- Marketing management

Avv. Giovanna Raffaella Stumpo, Esperta in Organizzazione e certificazioni UNI/ ISO, Compliance, Comunicazione e Marketing legale

Inquadramento del marketing, della comunicazione e della pubblicità alla luce delle evoluzioni della deontologia forense - ultime novità

Avv. MariaGrazia Monegat, già Componente del Consiglio dell'Ordine degli Avvocati di Milano

TERZO MODULO - 22 MAGGIO 2024 ORE 14.30-18.00

Temi trattati

Il marketing del professionista e dello Studio nell'era dei social media

- Strumenti di comunicazione on line ed off line
- Regole per l'efficace comunicazione social
- La corretta costruzione del messaggio
- La Social media strategy
- Verso il Marketing 3.0: i nuovi trend del socialing e del marketing umanistico

Avv. Giovanna Raffaella Stumpo, Esperta in Organizzazione e certificazioni UNI/ ISO, Compliance, Comunicazione e Marketing legale

Promuovere lo Studio e rafforzare la Web reputation con gli strumenti della comunicazione digital

Dott. ssa Gabriella Ferraro, Legal Marketing Consultant, Founder Sxolè