

LEGAL COUNSEL

Comunicazione tra opportunità e opportunismo

di Amalia Di Carlo - Ufficio stampa di Marketude

10^a EDIZIONE

Master di specializzazione

**TECNICA E REDAZIONE DEI CONTRATTI COMMERCIALI
IN AMBITO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE**

 **Disponibile in versione web: partecipa comodamente dal Tuo studio!**

[accedi al sito >](#)

Gli studi professionali e le loro strategie di comunicazione si dividono in due grandi filoni: coloro che sanno cogliere le opportunità del mercato e farle proprie, mettendo in atto la pianificazione di una comunicazione vincente e quelli che, invece, si “approfittano” dei treni in corsa per afferrarli al volo, ma non avendo un bagaglio di competenze adeguato rischiano di deragliare e fornire un’immagine distorta della realtà che rappresentano.

COGLIERE LE OPPORTUNITA’

Per i professionisti è ormai fondamentale comunicare con cognizione di causa, e per far questo non bastano soltanto le competenze, l’esperienza e la specializzazione, ma è necessario fare uno sforzo in più e contestualizzare, calare nella realtà ciò che quotidianamente si fa.

Questo può voler dire spingersi oltre, rispetto al consueto uso di termini tecnici e commento di normative, e guardare approfonditamente la realtà, quello che accade, quello che i clienti sollecitano, quello che potrebbe avvenire, tracciare ipotesi e scenari concreti, per far sì che le competenze si trasformino in contenuti dall’alto valore aggiunto; che la comunicazione sia rivolta alle persone e faccia in modo di far comprendere con esempi concreti, numeri, illustrazioni, ciò che nella realtà comporta una norma.

Si tratta sicuramente di un passo avanti rispetto alle “vecchie” modalità di comunicazione, ma questa spinta evolutiva porta indubbiamente ottimi risultati.

[CONTINUA A LEGGERE](#)

10^a EDIZIONE

Master di specializzazione

TECNICA E REDAZIONE DEI CONTRATTI COMMERCIALI IN AMBITO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE



Disponibile in versione web: partecipa comodamente dal Tuo studio!

[accedi al sito >](#)