

Soft Skills

Comunicazione è strategia

di Amalia Di Carlo - Ufficio stampa di Marketude

Master di specializzazione

International commercial contracts – Knowledging, negotiating, drafting

Scopri di più

Lo abbiamo già detto, di certo, ma mai come in questo periodo storico ,a mio avviso, è fondamentale sottolineare come la comunicazione all'interno di uno studio professionale non sia e non debba essere una mera appendice di esso, una sorta di soprammobile del quale non si può fare a meno, e più che altro per non essere criticati dai competitor e guardati con sospetto dai clienti, piuttosto che valorizzarlo e porlo in una posizione di primo piano.

La comunicazione, e a dirlo non siamo noi che la facciamo, ma lo dimostrano fatti e studi, deve, sottolineo l'imperativo categorico, con il marketing e il business development, entrare a far parte della stanza dei bottoni, essere leva strategica di prim'ordine all'interno degli studi professionali.

Secondo una ricerca presentata lo scorso ottobre al Law Firm Marketing Summit a Londra, e riportata dal Global Legal Post, la maggior parte dei team di marketing e sviluppo aziendale (MBD) degli studi legali (circa il 65%) trascorre la gran parte del proprio tempo a risolvere problemi ordinari, piuttosto che pianificare e gestire iniziative strategiche.

[CONTINUA A LEGGERE](#)

Master di specializzazione

International commercial contracts – Knowledging, negotiating, drafting

Scopri di più