

2012 : concilier plan de rigueur en interne et projets de communication en externe

Paru sur Les Cahiers pratiques de la Lettre des juristes d'affaires
3 février 2012

<http://e-magazine.lamy.fr/actualites/detail/49347/2012-concilier-plan-de-rigueur-en-interne-et-projets-de-communication-en-externe.html>

Brigitte Van Dorsselaere
Image Juridique

Le début d'année, c'est pour chacun d'entre nous la période des bonnes résolutions. Si pour 2012, c'est le plus souvent un plan de rigueur qui s'impose, cela n'exclut pas pour autant d'investir dans sa communication externe, tout au contraire. Les cabinets d'avocats ne doivent pas laisser passer cette réelle opportunité, qui constitue un investissement pour demain, une nécessité et une force en interne. C'est le moment de poser un regard critique sur le passé pour composer une vision prospective du cabinet.

Communiquer, un investissement pour demain

De façon générale, décider de développer sa communication externe, que ce soit en recrutant ou bien en faisant appel à un prestataire externe, c'est avant tout miser sur l'avenir pour créer du *business*. Ceci est vrai aussi pour les cabinets d'avocats, et c'est aussi vrai en 2012, en période de crise.

Prendre cette décision en 2012, alors que, bien souvent, on gèle les rémunérations en interne, loin d'être à contre-courant, se révèle même tout à fait justifié.

En effet, la baisse d'activité risque de générer davantage de temps disponible pour chacun. Ce temps ainsi « récupéré » sera utilement réaffecté au développement de la communication du cabinet en vue de rendre la structure plus visible. Car, le plus souvent, si les avocats ne communiquent pas, c'est bien faute de temps, non faute de compétence.

La rédaction d'articles, l'animation de conférences ou de formations sont effectivement très consommatrices de temps et restent toujours très accessoires par rapport au traitement des dossiers du cabinet et à l'exercice professionnel de l'avocat.

Si l'activité Communication demeure ainsi secondaire en temps normal, c'est le moment de la développer en temps de crise. Et ce serait dommage de ne pas en profiter...

Se remettre en cause en période de crise, une nécessité

Surtout que la démarche tournée vers la communication, si elle est conseillée, s'impose d'elle-même en période de crise.

Le cabinet d'avocats doit, en effet, nécessairement s'adapter à ce nouvel environnement à la fois social, économique et humain.

S'il veut se distinguer de ses concurrents, se faire connaître dans son secteur d'intervention et renforcer son image pour être performant au sortir de la crise, il doit se remettre en cause à la lumière de la crise. Il doit prouver qu'il a su s'adapter au climat de la crise et se rapprocher des valeurs de demain. L'image du cabinet en dépend. Ce sera l'occasion de faire évoluer ses messages, le contenu de son site ou de sa plaquette pour que les contenus véhiculés soient adaptés au climat social.

Créer une dynamique de groupe, une force

Ce projet commun au cabinet d'avocats permettra enfin de générer au sein de la structure une véritable dynamique de groupe, ce qui se révèle particulièrement appréciable en temps de crise et de rigueur. L'action sera ainsi aussi bénéfique au niveau de la communication interne.

Des actions de formation des membres du cabinet auront l'intérêt de réunir les avocats au sein d'un même projet et de leur faire ensuite gagner bien du temps lorsque l'activité du cabinet aura repris. Il peut s'agir, par exemple, de prévoir des formations à la rédaction d'articles à paraître dans la presse. Il peut aussi être utile d'apprendre aux avocats à répondre efficacement à des interviews de journalistes, à présenter de façon plus harmonisée leurs supports de formation ou encore à mieux réexploiter leurs travaux quotidiens...

Ainsi formés et rôlés à la technique de la communication, qu'il s'agisse d'interventions écrites ou orales, les avocats seront ensuite bien plus performants et pourront mieux concilier l'exercice de leur métier avec l'activité de communicant.

Ce projet commun de communication, étendu à tous les domaines de compétences du cabinet, profitera au cabinet tout entier. Il convient ainsi de mettre en lumière tous les événements majeurs attendus de 2012 : communiquer efficacement et régulièrement sur les recrutements, les nominations et cooptations, l'ouverture de bureaux, l'extension des locaux. Ces actualités contribuent aussi à renforcer le « moral des troupes » en temps difficiles.