

# Outils LJA

## Manager et communiquer

### Cahiers pratiques Avocats et communication

<http://e-magazine.lamy.fr/actualites/detail/74345/construire-son-reseau-social-le-virtuel-un-complement-du-reel.html>

27/03/2014

#### **Construire son réseau social : le virtuel, un complément du réel**

**Brigitte Van Dorsselaere - Image Juridique**

*À l'ère du numérique et du partage, s'il est important de construire son image sur le net et d'être présent et actif sur les réseaux sociaux virtuels, il ne faut pas, pour autant, oublier de cultiver le contact réel, qu'il s'agisse de mieux se faire connaître via le papier et les relations entre personnes physiques. Le réseau social virtuel doit compléter le réseau social réel, en aucun cas le remplacer.*

#### **Les réseaux sociaux virtuels...**

Les réseaux sociaux (LinkedIn, Twitter, Facebook, Viadeo, MySpace, etc.) aident à renforcer l'identité de chacun, y compris du cabinet d'avocats, à augmenter sa visibilité et à valoriser l'image du cabinet si on y est suffisamment dynamique.

Sur la forme, il convient d'y véhiculer l'image visuelle du cabinet (logo, couleurs, charte graphique, etc.) pour qu'il soit bien reconnaissable sur le réseau social.

Sur le fond, le cabinet devra transmettre son dynamisme, en mettant en avant sa veille, ses prises de position, sa réactivité, sa modernité, son ouverture... Sa démarche sera ainsi efficace si elle obéit à certains principes.

Ces actions renforceront le référencement du cabinet par les moteurs de recherche et aideront le client à choisir son avocat.

## **Mais pas que...**

Le réseau social se construit aussi par le réel : le papier, loin d'être mort, et les relations entre personnes physiques.

Le papier reste aujourd'hui un support précieux pour se faire connaître et étendre son réseau social. La communication papier est historiquement la plus utilisée et les entreprises continuent à y recourir. Les magazines, imprimés et plaquettes restent incontournables et reprennent même une certaine vigueur.

Dans les cabinets, le papier se partage ainsi en interne d'un bureau à l'autre et en externe auprès des clients, prospects, journalistes, etc. La communication papier présente, en effet, encore aujourd'hui à l'heure du numérique, bien des atouts car il correspond mieux à de nombreux usages. Le papier se conserve, laisse une trace physique, permet de diffuser un texte long (étude, rapport, etc.), attire davantage l'œil en provoquant un impact visuel, crée une émotion plus forte que le numérique et permet une plus grande mémorisation comme cela a pu être constaté. Le papier reste donc un support promotionnel incontournable, pour les entreprises comme pour les cabinets d'avocats. Il ne doit pas être remplacé par l'information numérique ; les deux doivent, au contraire, se compléter.

Il en est de même des relations virtuelles via les réseaux sociaux, qui ne remplacent, en aucun cas, les relations réelles entre des personnes physiques.

Comme au bon vieux temps, rien ne vaut le contact humain. Aussi, le cabinet organisera utilement des événements, des petits déjeuners débats dans ses locaux pour que les clients, partenaires, prospects et autres puissent entrer en relation directe avec les avocats du cabinet, d'homme à homme. Le cabinet participera aussi à des conférences, ou mieux à des formations en plus petit comité, afin de nouer un contact relationnel humain avec les auditeurs ou participants.

La communication du cabinet sera d'autant plus efficace et équilibrée si sa communication écrite (presse, etc.) se trouve complétée par une communication orale. Sans compter que certains avocats s'avèrent plus portés vers l'écriture tandis que d'autres seront bien « meilleurs » dans le contact relationnel. Le cabinet exploitera ainsi le potentiel de chacun.

En tout état de cause, qu'il s'agisse de communication virtuelle ou bien réelle – sur le papier ou dans le cadre de relations humaines – il est clair que l'important est d'avoir un contenu à véhiculer. À l'heure du partage, les contenus à valeur ajoutée n'ont jamais été aussi stratégiques pour la communication des cabinets.