



COSTRUIRE FIDUCIA, GENERARE CLIENTI

Marketing e comunicazione per gli studi professionali



6 maggio 2026
14 maggio 2026
20 maggio 2026
27 maggio 2026



Diretta Web 09.30 - 12.30



RELATORI

Giovanna Boschetti

Avvocato, Counsel CBA Studio legale e tributario

Gabriella Ferraro

Esperta di marketing, business development e comunicazione, Partner IOCAP Società Benefit

Isabella Fusillo

Esperta di strategia, marketing, comunicazione e PR per studi legali e fiscali, Partner Gruppo Stratego

TESTIMONIAL

Nicola Di Molfetta

Direttore Editoriale di LC Publishing Group

Giulia Ravasio

Marketing Manager di Orsingher Ortu Avvocati Associati



CREDITI FORMATIVI

È stato richiesto l'accreditamento per maturare **12 cfp** ODCEC.

È stato richiesto l'accreditamento per Avvocati, in attesa di risposta dal CNF.



MATERIALE DIDATTICO

Materiale didattico in formato PDF



PRESENTAZIONE

Negli ultimi anni il mercato dei servizi professionali è cambiato in modo strutturale.

I clienti sono più informati, più selettivi e meno fedeli. La concorrenza è aumentata, anche tra studi medio-piccoli. Allo stesso tempo, le regole deontologiche restano un vincolo imprescindibile, spesso percepito come un freno a qualsiasi iniziativa di marketing e comunicazione. Questo percorso nasce per lavorare dentro questa complessità, non per aggirarla. L'obiettivo non è fare marketing nel senso generico del termine, ma aiutare gli studi professionali a:

- chiarire il proprio posizionamento,
- comunicare in modo credibile e coerente,
- costruire fiducia nel tempo,
- rendere più intenzionale e meno casuale l'acquisizione clienti,
- capire dove e come usare l'AI senza esporsi a rischi inutili.



PROGRAMMA

I incontro

DEONTOLOGIA, MERCATO E POSIZIONAMENTO DELLO STUDIO

Obiettivo: definire il perimetro di ciò che è lecito e utile e impostare il posizionamento come base dell'acquisizione clienti.

Evoluzione del mercato dei servizi professionali

- Pressione competitiva sugli studi piccoli e medi
- Cambiamento delle aspettative dei clienti

Deontologia e marketing

- Informazione, decoro, trasparenza
- Cosa è consentito e cosa espone a rischi
- Falsi miti sul marketing legale e professionale

Posizionamento dello studio

- Specializzazione e nicchie
- Target e bisogni reali
- Valore distintivo percepito dal cliente

Output

- Prima bozza di posizionamento dello studio

II incontro

COMUNICAZIONE E BRAND PER ATTRARRE I CLIENTI GIUSTI

Obiettivo: costruire una comunicazione coerente con il posizionamento e orientata all'acquisizione clienti.

La differenza fra marketing dei prodotti e marketing dei servizi

Brand dello studio professionale

- Reputazione e fiducia
- Studio e professionista: equilibrio e rischi

Messaggi e linguaggio

- Come comunicare competenza senza autoreferenzialità
- Linguaggio comprensibile e credibile

Canali e strumenti di comunicazione

- Sito web: elementi essenziali
- LinkedIn e contenuti informativi
- Newsletter e comunicazione continuativa
- Eventi on line, offline, ibridi

Output

- Messaggi chiave e canali prioritari

Testimonianza sui canali e strumenti di comunicazione a cura di Giulia Ravasio

III incontro

ACQUISIZIONE CLIENTI NEGLI STUDI PROFESSIONALI

Obiettivo: affrontare in modo esplicito e concreto il tema dell'acquisizione clienti, coerente con deontologia e posizionamento.

Come scelgono i clienti uno studio professionale

- Criteri di scelta di commercialisti e avvocati
- Ruolo di fiducia, reputazione e specializzazione

Le principali leve di acquisizione clienti

- Passaparola e referral
- Clienti esistenti e sviluppo della relazione
- Collaborazioni e reti – network e networking

Errori frequenti nell'acquisizione clienti

Output

- Mappa delle leve di acquisizione clienti più adatte allo studio

IV incontro

MEDIA, PR E AI A SUPPORTO DELLA VISIBILITÀ E DELLO SVILUPPO

Obiettivo: chiudere su visibilità autorevole e uso concreto dell'AI negli studi professionali.

Parte 1 - Media e PR

Media e studi professionali

- Quando ha senso esporsi
- Media come leva di autorevolezza, non promozione

Parte 2 - AI per marketing e comunicazione

Dove l'AI è utile negli studi professionali

- Supporto a contenuti, sintesi e preparazione
Miglioramento della comunicazione verso clienti e prospect

Limiti e rischi

- Deontologia, riservatezza, dati

Output

- I prossimi passi per aumentare la mia visibilità?

Testimonianza sui Media e studi professionali a cura di Nicola Di Molfetta

PREZZO DI LISTINO € 690 + IVA

iscriviti subito >

QUOTE ADVANCE BOOKING

per iscrizioni 10 giorni prima della data d'inizio evento valide solo per Professionisti

NO PRIVILEGE € 552 + IVA

CLIENTI PRIVILEGE € 496,80 + IVA

Al fine di consentire la corretta attivazione del corso le iscrizioni verranno accettate fino alle ore 12:00 del giorno precedente l'evento