Image not found or type unknown

AVOCAT : COMMENT GÉRER AU MIEUX SA E-RÉPUTATION ET SON IMAGE ?

Fiche pratique publié le **29/08/2023**, vu **663 fois**, Auteur : HL Communication Digitale

Lorsque l'on exerce une profession libérale comme celle d'avocat, il est essentiel de soigner sa e-réputation et son image sur le web.

Il est de plus en plus fréquent que les clients potentiels se renseignent sur les réseaux sociaux, les sites d'avis ou les blogs avant de choisir un professionnel du droit. Voici quelques conseils pour gérer au mieux sa présence en ligne et valoriser son expertise.

1. Gérer les avis et les commentaires

Les **avis et les commentaires** laissés par les clients ou les internautes sont une source d'information précieuse pour les prospects, mais aussi pour les avocats eux-mêmes. Ils permettent de mesurer la satisfaction des clients, de recueillir des feedbacks constructifs et de renforcer la confiance. Il est donc important de surveiller régulièrement les avis et les commentaires publiés sur les différentes plateformes (Google My Business, Facebook, LinkedIn, etc.) et de répondre à chacun d'entre eux, qu'ils soient **positifs ou négatifs**. En cas d'avis positif, il faut remercier le client et lui montrer sa reconnaissance. En cas d'avis négatif, il faut rester courtois et professionnel, reconnaître ses éventuelles erreurs et proposer des solutions pour améliorer la situation. Il faut éviter de se justifier, de se défendre ou de contester l'avis, car cela pourrait aggraver le conflit et nuire à l'image de votre **cabinet d'avocats.**

> ? Un avis négatif ? Prenez-le à contre-pied et saisissez cette opportunité de vous démarquer par le biais d'une réponse subtile et ingénieuse.

2. Poster du contenu cohérent

Pour **gérer sa e-réputation et son image**, il ne suffit pas de réagir aux avis et aux commentaires, il faut aussi être proactif et créer du contenu pertinent. Il s'agit de partager son savoir-faire, ses compétences et ses valeurs avec son audience, tout en respectant les règles déontologiques de la profession. Le contenu peut prendre différentes formes : articles de blog, vidéos, podcasts, infographies, etc. Il doit être adapté au public visé, à la plateforme utilisée et aux objectifs poursuivis. Il doit être régulier, varié et de qualité. Il doit apporter de la valeur ajoutée aux internautes, en répondant à leurs besoins, à leurs questions ou à leurs problématiques. Il doit aussi refléter la personnalité et le **style de l'avocat**, sans être trop promotionnel ou trop personnel.

> ? Syndrôme de la page blanche ? Inspirez-vous de l'actualité, des sujets du moment et, pourquoi pas, des questions fréquentes posées par vos clients afin de trouver des

sujets de rédaction ou de discussion.

3. S’exprimer correctement et répondre avec tact

La manière dont un avocat s’exprime sur le web est déterminante pour **sa e-réputation** et son image. Un avocat se doit de :

- utiliser un langage clair, précis et adapté à son interlocuteur ;
- éviter les fautes d’orthographe, de grammaire ou de syntaxe, qui pourraient entacher sa crédibilité
- respecter les règles de politesse et de bienséance, en saluant ses interlocuteurs, en utilisant des formules de politesse et en évitant les termes trop familiers ;
- faire preuve de tact et de diplomatie dans ses réponses, en tenant compte du contexte, du ton et des émotions de son interlocuteur
- éviter les réponses trop brèves ou trop longues, trop sèches ou trop familières, trop agressives ou trop passives ;
- chercher à instaurer un dialogue constructif et respectueux avec son audience.

? N’hésitez pas à développer et affirmer votre propre style, notamment sur les réseaux sociaux où l’expression est libre. Attention, cependant, à conserver un certain cadre et ne pas enfreindre les règles déontologiques auxquelles est soumise la profession.

? HL-COMMUNICATION DIGITALE ?

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés