



Le tre competenze chiave che un avvocato deve possedere per avere successo nel panorama attuale, sono la capacità di generare nuovo business, la conoscenza delle attività dei suoi clienti e l'abilità nel *networking*. Ma questi non sono principi che dovrebbero trovare applicazione in un'azienda? Non sono attività che deve svolgere un manager? Sono domande logiche e pertinenti, direi. E la logica risposta è che noi cosa altro siamo se non un'azienda e manager di noi stessi? L'incipit, è tratto da un articolo del Sole 24ore di circa due anni fa, e i tre punti sono già oggetto negli di corsi di aggiornamento e seminari che, negli Stati Uniti, vengono già tenuti da speaker motivazionali, veri e propri guru del settore. Ma sono ormai imperativi per chi voglia oggi svolgere la professione e sopravvivere in contesti completamente diversi rispetto a quelli che hanno caratterizzato l'avvocatura. Anche noi dobbiamo prenderne semplicemente atto e in tal senso già si vedono pubblicazioni in questa direzione, e già l'Ordine di Milano nel 2008 aveva pubblicato un quaderno. In alcuni precedenti interventi avevo posto in evidenza il totale sconvolgimento delle dinamiche di base della nostra professione, i nuovi scenari che impongono di adattarsi ad una categoria come la nostra, sempre aggrappata a quella sacralità classica, di stampo ciceroniano, da cui è difficile scrollarsi e che, probabilmente, ci ha spinto nella scelta di questa strada che vogliamo continuare a percorrere. Ma i percorsi sono cambiati. I contesti e le dinamiche sono diversi. Qualcuno di noi sapeva che in alcuni studi di notevoli dimensioni, anche in Spagna, è presente la figura del knowledge manager? Io ammetto la mia ignoranza, in quanto mi definisco ancora un maniscalco del diritto che lavora ancora da solo nella sua bottega, da solo. I colleghi che già operano in realtà più grandi e strutturate sicuramente ne sanno più di me e della maggioranza di coloro che si ostinano ancora a lavorare come ci hanno insegnato. Ma, ripeto, il mondo intorno a noi cambia. Prendiamone atto. E' il momento di cambiare anche noi. Non basta avere sulla strada una targa, più o meno vistosa, con la scritta "Avvocato" per attrarre nuovi clienti, o anche per mantenere quelli che ci siamo faticosamente guadagnati. Non basta, e non serve, fare civile, fare penale o amministrativo, per sopravvivere professionalmente. Serve un qualcosa di più. Se i nostri vecchi maestri ci sentissero fare questi discorsi si scandalizzerebbero. Americanate, direbbe qualcuno. Forse. Anzi sicuramente. E che male c'è ad adeguarsi se serve a sopravvivere? Pensavamo che le nostre competenze dovessero essere quelle giuridiche pure, forse anche un po' di verbosità e abilità istrionica nel parlare, nell'affabulare clienti e giudici. Oggi invece scopriamo che è necessario il *networking*. Non solo la capacità di avere molte conoscenze, ma anche quella di saperle gestire e finalizzarle per i nostri poco reconditi scopi lavorativi. Dobbiamo poi conoscere le attività dei nostri clienti. Strano e forse difficilmente comprensibile ed adattabile a molti di noi. Dovremmo forse seguire il nostro cliente spacciatore per capire come gestisce la sua azienda? O accompagnare l'amministratore di condomino durante assemblee in cui i condomini si lanciano affilati strali verbali? Probabilmente conoscere le attività dei clienti è un messaggio destinato a chi di noi si occupa di aziende. Ma è del tutto vero? Forse avere un

quadro chiaro e completo di come funziona la gestione di un condominio potrebbe permetterci di conoscere meglio l'attività dell'amministratore ed individuare soluzioni che gli permettano di svolgerla in maniera più produttiva o eliminando rischi e responsabilità. Così facendo potremmo giungere al primo dei consigli che ci vengono dati: generare nuovo business. E' questa ormai la nostra attività principale, quella a cui dobbiamo dedicarci maggiormente. Non lo studio delle cause, o l'aggiornamento professionale, che ci viene oggi addirittura imposto- L'attività principale di un avvocato oggi è quella di generare nuovo business. E ciò non deve essere inteso come aumento della clientela, ma nel senso più corretto di creare nuove attività di lavoro, nuovi settori, nuove possibilità che generino a loro volta il necessario flusso di introiti che ci permetta di sopravvivere. Brutta parola, ma che decisamente rende l'idea della situazione che viviamo. E allora, cari colleghi, pensiamo a prepararci ad un non lontano futuro, in cui oltre ai corsi di aggiornamento in materia di novità normative e giurisprudenziali, processo telematico e cassa forense, seguiremo corsi per accrescere non solo il numero dei clienti, ma anche per individuare un nuovo spazio di contenzioso o di consulenza dove porsi come miglio referente per la nuova area di utenza. Non basterà un programma gestionale; quello dobbiamo comunque averlo ed aggiornarlo costantemente, anche solo per le fatture da inviare alle P.A. Ma dovremo rimetterci in gioco e gestire noi stessi. Il messaggio che ci viene lanciato, non è quello che ben abbiamo dovuto recepire di diventare avvocati telematici, ipertecnologici e connessi ogni momento con i nostri processi, anche per ricevere una PEC mentre ci troviamo su una spiaggia dei Caraibi o nel mezzo di una scalata sull'Annapurna. Quindi non dovremo cercare nuovi clienti, bensì creare nuove aree di business. E' quest'ala nostra nuova missione (mission), e per farlo dovremo avere una rete di contatti (network), cui non basterà mandare gli auguri di natale, ma dovrà essere gestita in maniera professionale (networking). E per farlo potremmo dover seguire un seminario, tenuto da uno psicologo il cui titolo sarà Understanding people. Ma non facciamo già fatica a capire i nostri petulanti clienti e le loro lamentele? Non è già il nostro lavoro, o almeno la parte triste, quella di ascoltare ore di giuridicamente inutili racconti della loro vita? Verissimo, ma oggi, tra le nostre competenze dovremo aggiungere quella di farlo in maniera professionale e finalizzata. Del resto abbiamo un nuovo trend per diventare un buon avvocato secondo il quale: *Being a great lawyer is about three things: 1. Accepting unequivocally that it is not about you. 2. Recognising that for all the law you know and the brilliance of your mind, what you know is just a ticket to ride, and finally and crucially. 3. To be able to work inside the client's head. Vi risparmio la traduzione. In bocca al lupo cari colleghi.*

Gianni Corto dell'Aiuto

Avvocato del Foro di Roma

Le nuove competenze legali

Scritto da Gianni Corto Dell'Aiuto
Lunedì 17 Novembre 2014 13:21
