



Temps de lecture : 3"

Eliott & Markus est ravi d'annoncer l'arrivée de [Dalila Hammadi](#) qui prend le poste de Directrice Clients Internationaux avec un focus particulier sur la région EMEA.

Dalila pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?

Je m'appelle Dalila Hammadi, je suis née au Maroc, pays que j'ai quitté après mon bac pour poursuivre mes études en France et en Angleterre. J'ai vécu dans ces 3 pays et ma dernière expérience à l'internationale était à Londres où j'ai travaillé une quinzaine d'années dans la communication, le marketing et la RSE. J'ai eu la chance d'évoluer dans une pluralité de contextes, cultures, communautés et de mœurs qui me permettent aujourd'hui de naviguer dans plusieurs environnements et d'adopter les codes culturels en vigueur. Cette expérience humaine et professionnelle me permet aujourd'hui de travailler auprès des clients dans le cadre de leur développement à l'international tout en ayant une approche globale et une sensibilité locale.

En tant qu'ancienne responsable Business Développement, marketing et communication dans des cabinets d'avocats internationaux, pourquoi avoir fait le choix de travailler en agence de communication et quelles sont les compétences que vous apportez désormais aux clients d'Eliott & Markus ?

Ayant travaillé en effet une dizaine d'années dans des cabinets internationaux dont Allen & Overy, cabinet du *magic circle* et Dentons le plus grand cabinet d'avocats au monde ; j'ai eu l'opportunité de collaborer avec des associés de *Tier 1* et d'évoluer au sein d'équipes marketing, communication, business développement monde. Basculer en agence de communication m'a paru être une évidence dans l'évolution de ma carrière. Je résumerai mes compétences autour de trois axes principaux.

Le premier étant une forte compréhension des cabinets d'avocats, leurs enjeux, leur environnement, leur métier et leurs clients. Travailler au sein d'un cabinet de conseil ou d'avocats requiert de la résilience, de l'autonomie et la prise de bonnes décisions souvent au nom d'associés qui ont un emploi du temps et un quotidien extrêmement chargés.

J'ai également accompagné les cabinets dans la conception de stratégies marketing internationales sur plusieurs marchés grâce à des analyses approfondies et des plans de communication clairs et pertinents. Travailler sur plusieurs juridictions, comprendre les



enjeux et particularités de chaque marché m'a permis de développer une compétence interculturelle qui m'aide dans mon quotidien à développer des stratégies de développement à l'international obéissant à certaines spécificités où il est indispensable d'adapter le contenu marketing à la typologie de client et de marché.

Finalement, ma troisième compétence serait la gestion de la relation client. Les grands cabinets d'avocats sont à la fois le relais de leurs clients habituels souhaitant étendre leurs activités à l'international mais également le contact local des clients étrangers qui veulent comprendre les particularités d'un système juridique qui leur est souvent inconnu, afin de mieux y adapter la forme de leur développement économique. Avec ce postulat en tête, rester au plus près de ses clients, personnaliser au mieux la relation est crucial dans un cabinet d'avocats. Malheureusement certains cabinets passent outre cette relation client par manque de temps et de ressources adéquates. Ayant travaillé sur l'élaboration de plans CRM (Customer Relationship Management), je ne peux que souligner l'importance d'entretenir une relation étroite avec ses clients qui souvent attendent de leur avocat d'agir également comme conseiller économique.

Quels sont vos objectifs chez Elliott & Markus ?

Aujourd'hui je suis fière et ravie de pouvoir transposer mon expérience en immersion dans le marketing et la communication juridique au profit des clients actuels et futurs d'Elliott & Markus. A mon sens c'est un mariage parfait ! Mon objectif est d'offrir à nos clients notre compréhension parfaite et sans équivoque des cabinets d'avocats, et de manière plus générale des cabinets de service professionnels, en mettant à leur disposition un accompagnement à 360 degrés et en profondeur sur tous les volets de la communication.

Le marketing juridique a également pour objectif d'améliorer l'image de marque du cabinet d'avocat et ayant travaillé en interne en cabinets il est indispensable à mon sens de se faire accompagner par des professionnels sur des sujets sur lesquels un cabinet d'avocats ou les équipes marketing internes n'ont pas forcément le temps ni les ressources d'aborder tels que la stratégie de marque, le marketing de l'offre, la production de contenus, le site web, l'influence digitale, les relations presse, le référencement etc...

Avez-vous un mantra ou une phrase fétiche à nous confier ?

Améliorer l'expérience client et devenir complice de sa réussite est mon objectif au quotidien.