

Dans mes formations, cours ou encore dans mon ouvrage *Cabinet d'avocats*[\[1\]](#), je rappelle les vertus suivantes de la spécialisation :

- La sélection des clients et des dossiers encourage la qualité du travail ;
- La concurrence est mieux connue donc plus maîtrisable ;
- Les initiatives de communication et de marketing sont plus ciblées donc connaissent un meilleur retour sur investissement ;
- Le bouche à oreille est plus efficace et rapide concernant un cabinet dont les domaines de compétence sont clairement établis ;
- La presse sollicite des spécialistes quand elle a besoin de commentaires ou d'avis ;
- La spécialisation favorise l'activité de publication ;
- Les autres cabinets d'avocats sont des prescripteurs pour les cabinets spécialisés.

Toutes les raisons énumérées ci-dessus ont un impact direct sur la communication et le marketing.

Si ceci est vrai pour les cabinets d'avocats, ça l'est également pour les autres métiers de conseil.

La peur de ne pas afficher certaines compétences de peur de passer à côté d'opportunités est un mauvais calcul. Le client potentiel veut frapper à la bonne porte et se détournera face à une offre pléthorique.

Une seule exception, cependant : la sommité incontestée.

Consultée comme l'oracle, elle a le droit d'avoir un avis sur tout. Mais les sommités incontestées sont rares...et elles ont moins besoin de communication et de marketing.