

MEMOIRE DE RECHERCHE

Sophie Colin

COMPARATIVE EVOLUTION OF LAW FIRMS' COMMERCIAL DEVELOPMENT STRATEGIES IN FRANCE AND IN THE UNITED STATES SINCE THE 1970'S AND FUTURE PERSPECTIVES ON THE FRENCH MARKET



Master Grande Ecole

Majeure Marketing

Majeure : Media Event & Communication and Business Marketing Strategy

Thème : Rôle de la perception de la responsabilité sociale des entreprises dans la décision d'achat

Sous la direction de Ewan Ormiston

Année académique : 2010-2011

CONTENTS

Introduction	5
Global context	5
Problematic.....	7
I. Positioning professions : their specificities in the services' market	8
1. Preliminary definitions.....	9
2. The sociology of professions	15
a. Several sociological theories apply to the professional market.....	15
b. The organization of the professional market has evolved	20
3. The marketing of professions.....	23
a. A traditional reluctance when talking of marketing	23
b. A shift in marketing practices.....	25
II. The evolution of law offices' commercial development strategies.....	30
1. A huge evolution in the United States since 1977	31
a. American legal advertising since 1977	31
b. An evolving attitude toward marketing.....	37
2. French law offices are much more regulated	40
a. The European Union creates new legal professions	41
b. The code of conduct is strongly regulating the business view of law	43
3. Key points of similarities and dissimilarities	46
III. How to create a customer preference?	50
1. A specific internal organization	51
2. An evolving perception of marketing	58
3. How do the future lawyers perceive legal marketing?	63
Conclusion.....	67
IV. Future perspectives on the French market.....	69
Bibliography	89

EXECUTIVE SUMMARY

La mondialisation et l'évolution globale de la société (éducation, technologie) obligent désormais les professions libérales à s'adapter aux marchés dans lesquels ils pratiquent. Le marché légal est en pleine expansion, avec une évolution des besoins et des demandes de la part des clients, dont les exigences sont devenues plus fortes. Ce marché a connu une révolution en 1977 aux Etats-Unis, en reconnaissant le droit constitutionnel des avocats à communiquer sur leurs compétences. La libéralisation du marketing a entraîné sur le marché nord-américain une avalanche de pratiques plus ou moins rigoureuses. La profession légale française, en revanche, est toujours fortement réglementée. Ce mémoire étudie les spécificités des professions libérales, tant en termes de positionnement sociétal qu'en termes de stratégies commerciales ; l'objectif de cette analyse étant de l'adapter aux professions juridiques d'abord nord-américaine puis française, cette dernière évoluant dans le même sens que la première. Le deuxième objectif est de proposer à la profession juridique française une base de réflexion sur une vision commerciale qu'ils devront tôt ou tard adopter.

Globalization and the global evolution of society (education, technology) force the liberal professions to adapt the markets in which they practice. The legal market is in full expansion, with an evolution of needs and demands from customers, whose requirements are stronger and stronger. This market experienced a revolution in 1977 in the United States, recognizing the constitutional right for lawyers to advertise on their skills. Marketing liberalization led, on the North American market, to floods of more or less rigorous practices. The French legal profession, on the other hand, is still strongly regulated. This thesis studies the professions' specificities, as in terms of social positioning as in terms of commercial strategies ; the objective of this analysis being to adapt it to the legal professions, firstly the North American one, secondly the French one, this latter evolving in the same direction as the first. The second objective is to propose the French legal profession a reflection basis on a commercial strategy they will have sooner or later to adopt.

BIBLIOGRAPHY

Articles

- AMYX, Douglas, BRISTOW, Dennis, ROBB, Jeffrey. Source credibility in Attorney Advertisements. *Services Marketing Quarterly*. 2009, n°30, p.377-396.
- BARSZCZ, Caura. Le Marketing des cabinets d'avocats d'affaires. *Juristes associés*. 2010. 4ème volet.
- BLOOM, Paul. Effective marketing for professional services. *Harvard Business Review*. September-October 2004.
- CAPPELLETTI, Laurent. Le management de la relation client des professions : un nouveau sujet d'investigation pour le contrôle de gestion. *Revue Management & Avenir*, 31.
- CHAMPY, Florent. *La sociologie française des « groupes professionnels » - Ascendance interactionniste, programme épistémologique dominant, ontologie implicite*. In : Présentation au CESS, Séance n°5. 11 février 2004.
- CHAPOULIE, Jean-Michel. Sur l'analyse sociologique des groupes professionnels. *Revue française de sociologie*. 1973. 14-1. p.86-114.
- CHASERANT, Camille and HARNAY, Sophie. Déréglementer la profession d'avocat en France ? Les contradictions des analyses économiques. *Revue Internationale de Droit Economique*. 2010. p.147-183.
- COLLIER, R. 'Be smart, be successful, be yourself...': representations of the training contract and trainee solicitor in advertising by large law firms. *International Journal of the Legal Profession*. Vol.12, No.1, March 2005.
- COOPER, Lou. The hardest marketing jobs in the world. *Marketing Week*. 2 September 2010.
- DARDEN, Donna K., DARDEN William R. and al. The Marketing of Legal Services. *The Journal of Marketing*. Spring 1981, Vol.45 No.2, p.123-134.
- FISHMAN, R. A Personal View of Legal Marketing's Long Strange Journey - « First, Let's Sell All the Lawyers ». *Law Practice*. October-November 2005. Vol.31 No.1.
- FREIDSON, Eliot. The Changing Nature of Professional Control. *Annual Review of Sociology*. Vol.10 (1984). p.1-20.

- HODGES, Silvia, YOUNG, Laurence. Unconsciously Competent: Academia's Neglect of Marketing Success in the Professions. *Journal of Relationship Marketing*. 2009. 8:36-49.
- ISAAC, Henri. Les normes de qualité dans les services professionnels : une lecture des pratiques à travers la théorie des conventions. *Finance Contrôle Stratégie* 1, 2 (1998), p.89-112.
- JENSEN, Dominic. Les statuts alternatifs à l'association. *Lettre des Juristes d'Affaires*. 10 janvier 2011. N°1004.
- KARPIK, Lucien. L'économie de la qualité. *Revue française de sociologie*. Avril-Juin 1989. Vol.30, n°2. p.187-210.
- KOTLER, Philip, CONNOR, Richard Jr. Marketing Professional Services. January 1977.
- LAZEGA, Emmanuel. Analyse de réseaux d'une organisation collégiale : les avocats d'affaires. *Revue française de sociologie*. 1992. Vol. 33-4, p.559-589.
- PARADEISE, Catherine. Les professions comme marchés du travail fermés. *Sociologie et Sociétés*. 1988. Vol. 20, n°2, p.9-21.
- POWELL, Michael J. La nouvelle presse juridique et les métiers du droit. *Actes de la recherche en sciences sociales*. Mars 1994. Vol. 101-102, p.63-76.
- SHIMP, Terence and DYER, Robert. How the Legal Profession Views Legal Service Advertising. *Journal of Marketing*. July 1978. Vol. 42, No. 3, p. 74-81.
- SMITH, Robert E. and Meyer, Tiffany S. Attorney Advertising: A Consumer Perspective. *The Journal of Marketing*. Spring 1980, Vol.44 No2, p. 56-64.
- TAYLOR, Steven T. Legal Ad Update: Man Bites Pitt Bull, Pitt Bull Wins His Day in Court. *Of Counsel*. December 2004. Vol.23, n°12.
- VEZINAT, Nadine. Une nouvelle étape dans la sociologie des professions en France. Bilan. *Sociologie*. 2010. Vol.1, n°3.

Books

- CHADUTEAU, Olivier. *Positionnement et développement des cabinets de services professionnels*. Colombelles ; EMS Editions, 2006. 150p.
- KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary. *Principles of Marketing*. 12^{ed}. Prentice Hall, 2007, 736p.
- PINDYCK, R., RUBINFELD, D., *Microéconomie*, 6^{ème} édition, Pearson Education, chp 17
- THAISNE, Jean-Jacques. *La déontologie de l'avocat*. Dalloz. 6^{ème} édition. 2009.

Legal texts

- COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES. *Communication from the Commission - Report on Competition in Professional Services*. 9 février 2004, consulted on March 1st, 2011.
- SUPREME COURT OF THE UNITED STATES. *Bates v. State Bar of Arizona*. Argued: January 18th 1977. Decided: June 27th 1977.
- DARROIS, Jean-Michel. *Rapport sur les professions du droit*. Mars 2009. 169p.

Websites

- http://www.americanbar.org/content/dam/aba/migrated/marketresearch/PublicDocuments/Lawyer_Demographics.authcheckdam.pdf. Consulted on March 20th 2011.
- <http://www.census.gov/popest/states/tables/NST-EST2008-01.xls>. Consulted on March 21st, 2011.
- http://www.cnb.avocat.fr/index.php?id_plugin=2868&path=pluginCNB/index.php&action=plugin. Consulted on March 20th, 2011.
- <http://archives.cnb.avocat.fr/VieProfessionAvocat/ObservatoireCahiers.php>. Consulted on March 20th, 2011.

- http://www.insee.fr/fr/publications-et-services/default.asp?page=dossiers_web/population/population_francaise.htm.
Consulted on March 21st, 2011.
- <http://www.dictionnaire-juridique.com/definition/barreau.php>, consulted on March 24th, 2011.
- <http://law.gsu.edu/ccunningham/PR/Bates.htm>
- <http://www.gbltd.com/case-studies/womble-carlyle>
- <http://www.fishmanmarketing.com/?t=26&PR=65>