



# Útmutató a Jogászdíj jelöltjeinek és nyerteseinek

## A díj kommunikációs használatáról

### A KOMMUNIKÁCIÓ ÉS A DÍJ PRESZTÍZSE

Magyarországon a jogászai tevékenység és az ügyvédi munka presztízse nem túl nagy. Túlságosan kötődik a „szükség”-hez és ahhoz a képzettséghez, hogy a jogi munka drága szolgáltatás. A benne rejlő tudás, az évek hosszú során kialakuló rutin értéke csekély, az értük tett erőfeszítés becsülete alacsony. A Wolters Kluwer díj társadalmi funkciója épp az, hogy a jogászai munkában rejlő minőséget, erőfeszítést és értéket kiemelve.

### A KOMMUNIKÁCIÓ EREJE

Minden díj erejét növeli, ha a díjazottak maguk is büszkék rá, s ha büszkék rá, akkor érdemes a díjat mindenkinek a maga kommunikációs csatornáin is megemlíteni, kiemelni. Minél többen büszkék rá, annál erősebb lesz a díj ismertsége és presztízse. Ez pedig a díjazottak és a jelöltek presztízst is növeli.

### A LEHETSÉGES MEGJELENÉSI FORMÁK

A Jogászdíjra készülni, pályázatot írni önmagában sem kis munka – a díjazott munkát elvégezni pedig eredetileg is sok erőfeszítést igényelt. Joggal hívhatja fel rá a figyelmet a díjazott cég vagy személy, hogy egy külső és független értékelő fórum nagyra értékelték a díjazottak vagy a listára jelöltek tevékenységét.

Néhány példa arról, hol érdemes megjelentetni a Jogászdíjról szóló információkat:

- Céges aláírás
- Levélpapír vagy elektronikus levél állandó elemeként
- Céges weboldal nyitó oldala
- Az egyes jogászok céges életrajzáinak tartalmaként
- Facebook posztok
- LinkedIn posztok
- LinkedIn életrajzok
- Google Adwords és egyéb online vagy offline marketing anyagok
- Roll-upok
- Céges publikációk felületén

### A SHORTLISTRE KERÜLÉS KOMMUNIKÁCIÓJA

Magyarországon csak a győztes pozíciója az érdekes, a listára kerülés tisztelete nálunk még nem alakult ki. Pedig az is fontos eredmény, hogy mely cégek és kik kerültek be a győztesek lehetséges körébe, hiszen a jogászai munka érdeme nem mérhető pontosan méterekkel és centikkel. A zsűri sokszor kemény viták árán jut el a győztes megnevezéséhez; a díjra jelöltek is komoly elemzés és gondolkodás után érik el az esélyesek közé kerülést. Így erre a pozícióra is joggal lehet büszke mindenki. Nemzetközi díjak esetében is természetes, hogy a jelölést ugyanúgy kommunikálják, mint a díj megnyerését.