

PROFILERING: HOE WORD IK (H)ERKEND?

'De beste reclame voor een advocaat is gewoon goed z'n werk doen.'

Er is nog een groot aantal (vooral iets oudere) advocaten die deze gedachte hoog in het vaandel hebben. Het is ook een waarheid als een koe. Immers, cliënten hebben behoefte aan een kundige en ervaren advocaat om hun probleem op te lossen. Het is alleen lastig dat er inmiddels zo véél advocaten zijn die hun werk 'goed' doen.

60% van de consumenten zegt dat ze geen verschil zien tussen advocaten(kantoren).

Dit gegeven maakt het voor advocaten alleen maar belangrijker om aandacht te besteden aan een herkenbaar profiel en goede zichtbaarheid.

Dan komen er allerlei vragen naar boven zetten:

- Hoe wordt het zichtbaar dat juist u écht heel goed bent?
- Hoe kunnen cliënten weten dat ze bij u in goede handen zijn?
- Hoe kunnen ze u vergelijken met anderen?

Oftewel, als u er niet voor zorgt dat uw potentiële cliënten weten dat u bestaat, hoe kunnen zij het dan weten?

‘Ik kijk nooit reclame, ik koop alleen bekende merken.’ Deze uitspraak van een onbekende Nederlander ergens in 2007 demonstreert heel helder dat cliënten wel degelijk gevoelig zijn voor de reclame, maar dat niet willen/kunnen erkennen. Mensen kopen geen producten die ze niet kennen of waar ze niet van gehoord hebben. Hetzelfde geldt voor de ‘aanschaf’ van adviseurs.

In het nog steeds groeiende woud aan advocaten, wetende dat potentiële cliënten steeds kritischer aankijken tegen deze beroepsgroep, wordt het vraagstuk ‘*hoe kom ik aan cliënten?*’ in toenemende mate beheerst door de eerste stap: bekendheid. Daarbij komen drie vragen aan de orde:

1. Weet de wereld dat u bestaat?
2. Als ze dat weet, weet ze dan ook wat u en uw kantoor te bieden hebben?
3. En waarom dat zo veel ‘beter’ is dan het aanbod van anderen? (Over ‘beter’ komen we later nog te spreken).

Uit ervaring weet ik dat dat de eerste vraag vrij makkelijk met ‘JA’ beantwoord wordt. Vraag 2 en vooral vraag 3 worden vaak van een aarzelend antwoord voorzien. Desinteresse? Onwetendheid? Voorzichtigheid of (valse) bescheidenheid? Dit hoofdstuk laat zien dat bekendheid en profileren geen hogere wiskunde zijn. Met gezond verstand en de tips en tricks in dit hoofdstuk gaat u een eind komen. Als u tenminste uit uw stoel komt en het daadwerkelijk gaat doen.

Profileren, wat is dat dan eigenlijk?

Pak de Van Dale erbij en er staat: *het eigen karakter vertonen*. Daarmee zijn precies de twee kernelementen gegeven waar het bij advocaten en notarissen over gaat: