

# VOORWOORD

De Nederlandse advocatuur en het notariaat zijn al jaren vol van de gedachte dat het *anders* moet, beter. De concurrentie neemt toe, cliënten zijn kritischer, tarieven staan onder druk, jonge advocaten willen minder hard werken vanwege de *work-life balance*, enzovoort, enzovoort.

Naast dit *denken* wordt er ook voldoende over *geschreven* en *gepraat*. Het Rotterdamse adagium '*geen woorden, maar daden*' is nog niet tot alle maatschappen, dagelijkse besturen en managing partners doorgedrongen.

Dit boek helpt dat te doorbreken.

In de competitieve juridische markt kan praktijkontwikkeling niet worden uitgevoerd met een ad-hoc aanpak zoals een eenmalige lunch of het bijwonen van zomaar een netwerkevenement.

Er is geen advocaat of notaris die het zou durven een juridisch complexe zaak te beginnen zonder gericht onderzoek, uitgebreide analyse en studie, of raadpleging van deskundigen. Geen professional zou proberen een belangrijke deal te sluiten zonder gepaste due diligence, risico-inventarisatie, businesscase of aansprakelijkheidsbeperkingen.

Dus waarom zou u iets zo belangrijks als uw cliëntencontact en business development op een minder efficiënte en methodische manier aanpakken? Hebt u zich ooit afgevraagd hoe succesvol u zou (kunnen) zijn in acquisitie als u daarbij dezelfde discipline en inspanningen toepast die u in het juridische vakwerk gebruikt?

De belangrijkste ingrediënten voor effectieve en efficiënte business development zijn:

- strategische planning;
- tactische uitvoering;
- gedisciplineerde follow-up.

Hoe komt het dat sommigen daarin zo succesvol zijn zonder enige (lees: zichtbare) inspanning? Welke kwaliteiten en kenmerken onderscheiden deze *rainmakers* van de rest? Het belangrijkste is dat deze *rainmakers* een andere *mindset* gebruiken. Ze bekijken de wereld vanuit het oogpunt van de cliënt en zijn behoeften (niet vanuit de wet- en regelgeving). Ze hebben geduld en uithoudingsvermogen. Geduld om tijd en aandacht te investeren in relaties en het uithoudingsvermogen om dat lang vol te houden. Ze proberen eerst te helpen en te geven zonder meteen iets terug te verwachten wat op zaken en omzet lijkt. Ze begrijpen heel goed dat het belangrijkste bezit van een juridische professional een lijst met loyale cliënten is en dat de ontwikkeling en het behoud van die cliënten de belangrijkste bezigheden zijn om de langetermijntoekomst van het kantoor te garanderen.

Dit boek helpt daarbij.

## Voor wie is dit boek?

Dit boek is vooral voor die advocaten en notarissen die echt werk willen maken van hun relatieontwikkeling, cliëntenbenadering en omzetontwikkeling, maar het moeilijk vinden om dat in praktijk te brengen. Velen van hen voelen zich niet voldoende vertrouwd met deze materie: het is geen deel van de universitaire studie en ook niet van de beroepsopleiding, maar anno nu moet het wel gebeuren. Dat is een grote stap in het onzekere. Die stap uit de comfortzone is voor velen in de juridische dienstverlening een opgave.

De advocaat of notaris die deze stappen buiten de eigen comfortzone wil leren kennen en begrijpen, vind in dit boek de kennis en toepassing van verschillende commerciële theorieën die hem (of uiteraard haar) in staat stellen om zichzelf te ontwikkelen en te verbeteren op het terrein van business development.

Zij die willen begrijpen waarom cliënten lastige vragen stellen en hoe daarmee om te gaan, die hun eigen cliëntengroep verder willen uitbouwen EN daarvoor verantwoordelijkheid willen nemen, dát zijn mensen die dit boek op waarde zullen weten te schatten.