

**11 stappen naar
beter business development**

Meer business door minder 'verkopen'



Van prospect naar cliënt: 7 contactmomenten nodig

LEGALBIZDEV.nl

1

- Van **prospects** naar **cliënt** via 7 contactmomenten, bijv:

website

nieuwsbrief

aanbeveling

persartikel

blog

netwerk event

presentatie

persoonlijk gesprek

seminars

congressen



- De prospect komt niet vragen om die momenten.
 - Het is aan u om die te creëren.
 - Met regelmaat.
 - Met persoonlijkheid & inhoud



Bezint eer ge begint

LEGALBIZDEV.nl

2

- **Maak een plan (2 A4 is voldoende)**
 - Waar richt ik mijn energie op?
 - Waar kan ik mijn sterke kanten benutten?
 - Welke bedrijfstakken en organisaties heb ik in het vizier
 - Wie ken ik daar, en wie wil ik leren kennen?
 - Wat moet ik daar voor doen?
- **Maak keuzes**
 - Slechts 24 uur in een dag;
u kunt uw tijd maar 1 keer besteden
 - U kunt niet ALLES doen,
en al helemaal niet TEGELIJKERTIJD
 - Beter 1 prospect ècht goed benaderen, dan 2 halfslachtig



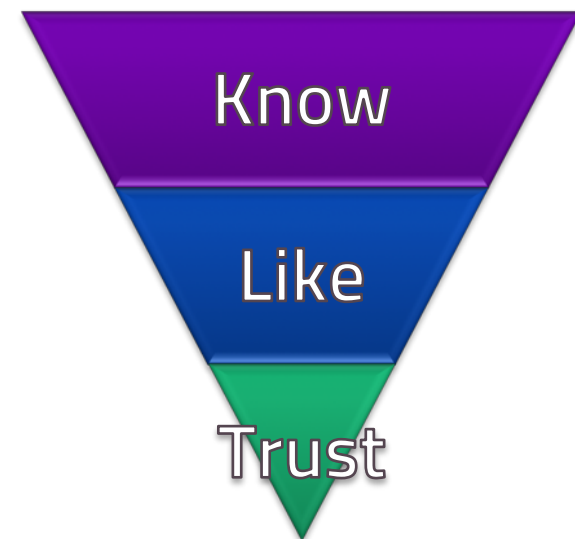


Vertrouwen komt te voet (en gaat te paard)

LEGALBIZDEV.nl

3

- Prospects moeten u KENNEN.
Zodat ze u kunnen (H)ERKENNEN.
Dan kan VERTROUWEN groeien.
Dat is de basis voor business
- Tempo wordt bepaald door prospect.
U kunt dat tempo slechts beïnvloeden:
 - Goed getimed,
 - Kwalitatief ingevuld
 - Op passende contactmomenten.





Onderhoud het contact, regelmatig.

LEGALBIZDEV.nl

4

- Ook als er geen zaak onderhanden is
 - Minimaal 1 maal per kwartaal
- Passend bij de relatie met uw cliënt
 - Een korte update van ontwikkelingen
 - Een relevant nieuwsfeit
 - Een interessant artikel
- 'Relevant' en 'interessant' in de ogen van uw cliënt, niet in uw eigen ogen of die van uw communicatieadviseur





Cliënttevredenheid is méér dan een gewonnen zaak

LEGALBIZDEV.nl

5

- **Evalueer het verloop van een dossier**
 - Wie deed wat? Wat was daarvan de toegevoegde waarde?
 - Over welke onderdelen was cliënt tevreden? Waar had het beter gekund?
- **Stel uw cliënt open vragen.**
 - “In hoeverre ben u tevreden, cliënt?”
 - “Wat kunnen wij als kantoor verbeteren?”
- **De ervaringen van uw cliënt geven u echt inzicht in uw kwaliteit en hoe die ervaren wordt.**
- **Doe het 4-6 weken na afsluiting van een dossier**





Cliënttevredenheid is méér dan een enquête

LEGALBIZDEV.nl

6

- Iedereen, ook uw cliënt, heeft er een hekel aan om mee te doen aan onderzoek en er nooit meer iets van te horen.
- De enquête levert informatie. Uw gebruik daarvan levert toegevoegde waarde.
- Rapporteer de resultaten aan cliënten.
Geef aan wat u ermee gaat doen.
 - Óók als u besluit niets te doen: vertel het.
- Als u ook maar één verbeterpunt uit de enquête haalt, krijgt u de erkenning van uw cliënt. Er is geen betere basis voor groeiend vertrouwen en potentieel extra werk.





CRM is méér dan een adressenbestand

LEGALBIZDEV.nl

7

- Centrale opslag van cliëntgegevens verhoogt efficiency & gebruik.
 - Voorkomt dubbeling en dus vervuiling.
 - Inzichtelijk wie welke contacten onderhoudt bij cliënten voorkomt.
 - Introduceren van kantoorgenoten wordt makkelijker.
- Koppeling met omzet- en urenadministratie geeft inzicht in omzetontwikkeling
 - Inzicht in welke secties welk werk doen (en welke concurrenten er werk doen) geeft inzicht in mogelijkheden voor meer werk.
- Verrijken van uw database met relevante (markt- & cliënt-) vergroot kennis van de cliënt bij alle advocaten.
 - LinkedIn is wordt alleen maar belangrijker als informatiebron





Uw ambassadeur = bron van referenties

LEGALBIZDEV.nl

8

- Één op vijf van uw tevreden cliënten is zó tevreden dat ze het spontaan rondvertellen.
- 3 van die 5 tevreden cliënten doen dat niet: ze denken er niet aan. Aan u de taak om ze daarbij te helpen: vraag het ze!
 - “Wie in jouw netwerk zou interesse hebben in mijn manier van adviseren/aanpakken?”
 - “Wil je me helpen met een introductie bij <XYZ>?”
- Uiteraard houdt u uw ‘referent’ op de hoogte van vorderingen.
 - Een bedankbriefje (zeker als deze handgeschreven is) doet wonderen voor de relatie en daarmee het groeiende aantal referenties.





Clënten verschillen – uw benadering dus ook

LEGALBIZDEV.nl

9

- Niet alle cliënten zijn even belangrijk voor kantoor
- Belangrijke cliënten, vooral die met toekomstpotentieel, verdienen andere (lees: betere) aandacht dan minder belangrijke
 - Onbelangrijke cliënten ... bestaan die überhaupt?
- “Belangrijk” is niet alleen kwestie van ‘groot’ en ‘omzet’.
 - Kijk ook vooral naar potentieel en winstgevendheid





Mentaliteit van advocaten overstijgt belang van juridische kennis

LEGALBIZDEV.nl

- Juridische kwaliteit is al lang niet meer voldoende om nieuwe cliënten aan te trekken.
 - Er zijn 15.000 advocaten die claimen dat ze goede juristen zijn: cliënten hebben zeer ruime keuze.
- Opbouw en onderhoud van relaties (ook als er geen werk te vergeven is) is cruciaal voor lange termijn succes.
 - Know, like, trust
- Relaties zijn gebaseerd op vertrouwen, niet op uw laatst gewonnen zaak.
- Pas als relatie goed is, krijgt u een kans om uw deskundigheid te etaleren.

JUST DO IT



10



Cliënten zijn mensen en hebben een hekel aan verkopers. Net als u.

LEGALBIZDEV.nl

- Ga niet leren 'verkopen': u vindt het niet leuk en dus wordt t nooit succesvol

NEE!

VERKOPERS
NIET WELKOM

11

- Ga niet als deskundige boven uw cliënt staan en uw deskundigheid etaleren.
- “Als je een hamer hebt, lijkt elk probleem op een spijker.”
Zet de juridische bril eerst een af en kijk naar het bredere plaatje.
- Luister naar uw cliënt (wat is ècht belangrijk?) en adviseer over
 - aanpak,
 - uitvoering en
 - gevolgen voor tijdsbesteding en kosten.

