

Meer succes met pitches en aanbestedingen

Pragmatisch Efficiënt Cliëntgericht

*What if we train 'm,
and then they leave ...?*



*What if we don't
and they stay ...?*



*What if you do
and they apply it ...?*





Voor wie is dit bedoeld ?

Voor ...

Die ...

Advocaten

- Meer resultaat uit hun *pitches* willen halen.
- Vaker een aanbesteding willen winnen.
- Meer efficiency willen in hun pitchproces.

Staffunctionarissen

- Een grotere bijdrage willen leveren aan het pitch- en aanbestedingsproces.
- Een soepeler samenwerking met de advocaten nastreven.

Kantoordirecteuren

- Meer structuur in het pitchproces willen brengen opdat de succeskans en de efficiency daarvan verbeteren.
- Minder declarabele uren willen verliezen aan aanbestedingen en *pitches*.



Het probleem: lage successcores, hoge kosten

Deelnemers aan aanbestedingen, *pitches* en *request for proposal* (RfP) hebben lage successcores. Dat is niet zo vreemd omdat er tussen de vele deelnemers **maar één winnaar** is. Dat 'risico' is vooraf bekend en kan verlaagd worden door kritisch te kijken óf meedoen/inschrijven wel een verstandige keuze is.

Bovendien worden er **vele (non-declarabele) uren** besteed om deze pitches voor te bereiden. Al snel zijn er 2-3 mensen 2-3 dagen bezig. Dat kan de bestede tijd oplopen tot 25 tot 40 niet declarabele uren. Al met al een zeer kostbare bezigheid.

Marktverwachting: meer pitches

In de grootzakelijke markt zijn *pitches* een bekend verschijnsel: de wens om op objectieve gronden een kantoor op te nemen in het panel, is wijdverbreid.



De MKB-markt zal deze trend overnemen: in crisistijden kijken zij ook kritischer naar kosten. Bovendien wordt de transparantie over dienstverlening, kwaliteit en tarieven alleen maar groter en zijn er diverse partijen die de MKB-ers daarbij assisteren om meer *value-for-money* te realiseren.

Kortom, het is te verwachten dat er meer pitches, RfP's en aanbestedingen komen.



Behoefte van advocaten(kantoren)

Naast een hogere succeskans , willen de meesten ook graag een pragmatische en efficiënte aanpak voor de deelname aan een pitch/aanbesteding.

Het gaat dan om vragen als

- Wat hebben wij te bieden wat goed aansluit bij de wensen van de potentiële klant
- Hoe brengen we onze tarieven in lijn met de vragen uit de aanbesteding?
- Hoe goed past ons kantoor bij de selectiecriteria die beschreven zijn in de RfP?
- Hoe selecteren we de juiste advocaten om in de pitch te presenteren aan de klant?
- Welke advocaten en staffunctionarissen zijn meest geschikt om onze pitch voor te bereiden?

Onze aanpak is er op gericht om deze vragen zo objectief mogelijk te beantwoorden en daarmee een grotere succeskans te creëren, tegen lagere kosten.



Routekaart naar succes: een stapsgewijze & gestructureerde aanpak

Zodat er op efficiënte wijze een goed voorstel voor de potentiële cliënt tot stand komt.



Uw **mensen** maken de dienstverlening. Dus ook uw pitch. Het selecteren van de juiste mensen is een belangrijke bijdrage aan de succesansen.

Een **werkwijze** die gepland en gestructureerd is (maar geen keurslijf is), gecombineerd met heldere prioriteiten, draagt ook bij aan uw succesansen.

De combinatie van mensen en werkwijzen bepalen de **resultaten**, ook als het gaat om pitches en aanbestedingen.

De routekaart bevat de volgende te nemen stappen:





1. ***Wat is de echte vraag van de klant?***

Omdat de kwaliteit van uw pitch wordt bepaald door de mate waarin uw pitch aansluit bij de vraag van de klant. Een scherpe analyse van die vraag is daarvoor cruciaal.

Als u dit voor 95% helder heeft, gaat u alsnog contact maken met de klant zodat u 100% helderheid heeft over de vraag.

2. ***Bieden ja of nee?***

Als u echt weet wat de vraag is, kunt u ook beter inschatten of u echt in staat bent om die héél goed te beantwoorden. Daarmee maakt u een keuze: Het heeft weinig zin om tijd en moeite te besteden aan een pitch als u niet overtuigd bent van uw kansen en uw kwaliteiten.

3. ***PitchTeam samenstellen***

Dit is een groep van 2-3 mensen die de pitch voorbereiden: relevante informatie verzamelen, tekstvoorstellen schrijven, deadlines in de gaten houden etc. etc. Bij voorkeur mensen die elkaars gedachten scherp houden en die de kritische vraag niet uit de weg gaan.

4. ***Conceptvoorstel***

Dit begint met de kernboodschap van uw pitch: waarom moet de keuze van de klant op u vallen? Daarnaast is zichtbaar welke onderdelen verder moeten worden ingevuld en uitgewerkt. Het is niet vreemd als er meerdere conceptversies gemaakt worden: extra of wijzigende informatie leiden uiteraard tot aanpassingen.

5. ***Definitieve voorstel***

Alle details zijn hierin opgenomen en vormen samen het optimale antwoord op de vraag van de klant. Opmaak en layout moeten leesbaar, helder en uitnodigend zijn.



6. **Presentatie:** de kern van uw pitch op 2 A4. Als onderdeel van het gehele traject is er soms een presentatie. Naast inhoud is dan ook de toon en stijl belangrijk: straalt u vertrouwen, deskundigheid, begrip en professionaliteit uit. Omdat dit ook een *make-or-break* moment is, is oefenen van presentatie cruciaal voor succes.

Voordelen van deze aanpak

- Gestructureerde analyse van de klantvraag geeft snel inzicht in keuze om wel/niet te bieden. Dat scheelt tijd en dus geld.
- Stapsgewijze aanpak zorgt voor een voorstel dat optimaal aansluit bij de vraag van de klant.
- Inzet en inbreng van staffunctionarissen zorgen voor een zg. frisse blik die nodig is voor een onderscheidende presentatie aan de klant.



Uw opties

Om kantoren, partners en secties te assisteren bij hun pitches, zijn er een aantal opties ontwikkeld:

Inspiratie sessie

- Een inspirerende en informatieve presentatie over het pitchtraject, de routekaart en de succesfactoren.
- Voor advocaten met pitchervaring die inzicht willen krijgen in een pragmatische aanpak en de succesfactoren.

MasterClass

- Een dagdeel concreet aan de slag: hoe komen we tot een succesvolle pitch.
- Voor advocaten die efficiënt en pragmatisch tot een grotere succeskans willen komen.

PitchCoach

- Een externe deskundige als extra lid van uw pitchteam: samen werken aan de beste mogelijke pitch en presentatie.
- Voor *must-win* pitches.



De opties vergeleken



	Inspiratie sessie	MasterClass	PitchCoach
Inhoud			
Presentatie	X	X	X
Routekaart introductie	X	X	X
Templates introductie	X	X	X
Case behandeling		X	X
Praktijk tips & tricks		X	X
Templates in praktijkg		X	X
<i>LIVE</i> -begeleiding			X
Coaching PitchTeam			X
Templates in gebruik			X
Logistiek			
Locatie	Online	Uw keuze	Fysiek
Duur	90 min	dagdeel	2-4 dagen
Prijs per deelnemer	€ 95	€ 180	
Prijs per dagdeel			€ 395



What's in it for you ?

Wat u zult leren

- Echt begrijpen wat een klant zoekt bij een advocaat;
- De karakteristieken van een goed functionerend PitchTeam
- De stappen om te komen tot een cliëntgerichte pitch;
- De criteria die belangrijk zijn voor de keuze wel/niet bieden;
- De vragen die u ècht moet stellen voordat u uw voorstel schrijft;
- De kenmerken van een cliëntgericht voorstel
- Hoe u uw voorstel moet presenteren met de meeste impact

Wat u na afloop zult kunnen

- De waarde van RfP voor uw kantoor beoordelen
- Op objectieve gronden beslissen om wel/niet te bieden
- De juiste vragen stellen aan de klant voor 100% helderheid
- Een voorstel schrijven dat optimaal aansluit
- Een presentatie verzorgen die onderscheidend is en daardoor echt impact heeft.

Onze rol en bijdrage

- Vreemde ogen & frisse blik op de (aanpak van de) pitch.
- Onafhankelijkheid – geen ander belang dan het succes van het pitchtraject.
- Brede, bedrijfskundige achtergrond en ervaring met cliëntgerichte pitches en profilering.
- Ervaringen met pitchtrajecten bij andere kantoren, levert efficiencyvoordelen en voorkomt het 'uitvinden van het wiel'.



Meer informatie

Uw keuze voor externe begeleiding gaat niet over één nacht ijs. Meer informatie en wellicht een referentie zijn hoogstwaarschijnlijk van belang voor u. Een kennismaking neemt ook onzekerheden weg. Laten we daar mee beginnen.

Kennismaken

Dirk Heuff, heeft meerdere advocaten begeleid in hun partnertraject. Hij werkt al 12 jaar met advocaten en notarissen om hun praktijkontwikkeling naar het volgende niveau te brengen.

Dirk is de initiator van **LegalBizDev.nl**, een gespecialiseerd advies- & trainingsbureau voor business development binnen de advocatuur en het notariaat.



Dirk is ook de auteur van het *Handboek Business Development voor advocaten & notarissen* en oprichter van LegalBizDev.nl

✉ Redactie@LegalBizDev.nl

☎ 06 – 105 371 58

💻 www.LegalBizDev.nl



LEGALBIZDEV.nl