LegalBizDev.nl

DÉ 9 BOUWSTENEN VOOR EFFECTIEF BUSINESS DEVELOPMENT

BETERE PROFESSIONALS, BETERE PRAKTIJK

Januari ‘23

Bezint eer ge begint

1

Maak keuzes

- Kies je doelgroep; zodat zij jou ook kunnen kiezen
- Kies voor onderscheid: wees geen grijze muis
- Kies voor actie, want stilzitten levert zeker niets op
- Kies, want tijd, mankracht en budget zijn beperkt

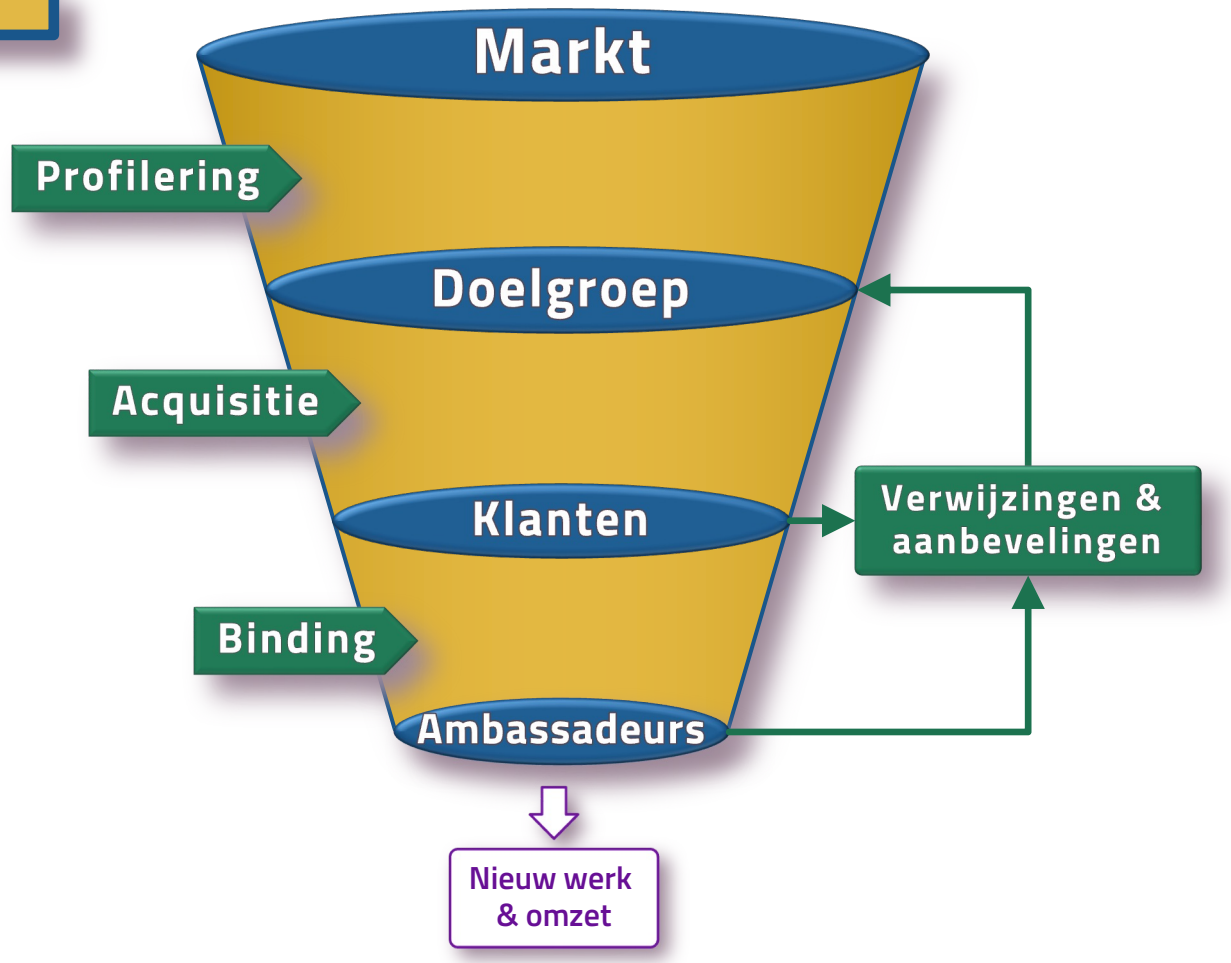
Twee pagina's A4 is al voldoende

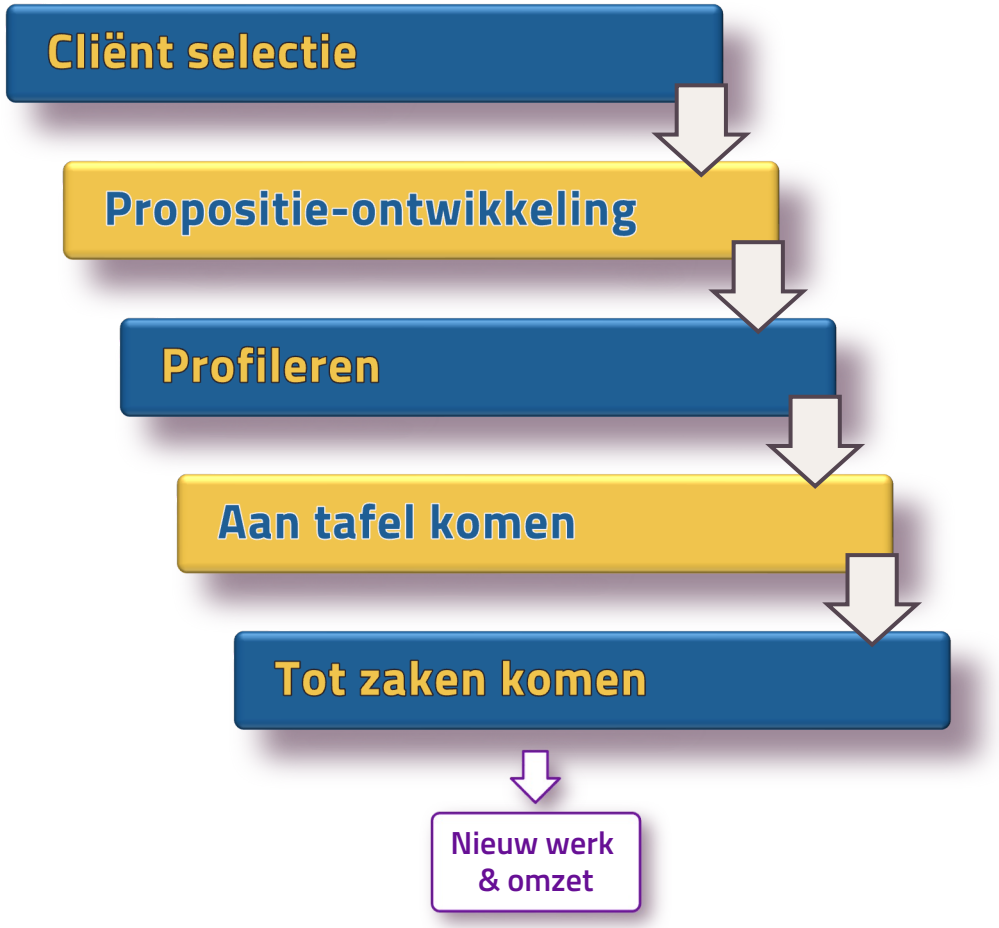
Maak een plan – stok achter de deur voor uitvoering

- Welke cliënten passen goed bij ons en ons specialisme? (doelgroep)
- Wat hebben we hen te bieden ? (propositie)
- Waarin onderscheiden we ons en hoe vertellen we dat? (profilering)
- Welke bestaande cliënten zijn echt waardevol voor ons? (binding)
- Welke activiteiten gaan we initiëren? (ActieKalender)

Bron van nieuwe business ... ... en hoe te benutten

2





Jouw klanten …

3

… Zijn méér dan een *'juridisch probleem met een creditcard'*.

… Hebben behoeftes die verder gaan dan alleen juridisch.

Zijn zeer divers qua

- Voorkeuren
- Juridische ervaring
- Budget

… Willen werken met adviseurs die ze

- Kennen
- Leuk/aardig/interessant vinden
- Vertrouwen

Selecteer zèlf je (nieuwe) cliënten

4

Vanuit inhoud …

1. Vraagstukken & jouw expertise
2. Relevantie voor ‘andere’ sectoren/potentiële cliënten
3. Identificeer beslissers & beïnvloeders
4. Vraag introductie of verwijzing
5. Profilering & introductie

Of vanuit relatie

1. Je eigen netwerk (persoonlijk & zakelijk)
2. Netwerk van je netwerk
3. Relevantie van ‘jouw’ vraagstukken voor netwerk
4. Identificeer beslissers & beïnvloeders
5. Vraag introductie of verwijzing

Ken je prospects en je cliënten

5

Zakelijk/inhoudelijk

- Verwachtingen en wensen
- Definitie van een ‘succesvol traject’
- Juridische ervaring
- Jargon/‘taal’

Menselijk

- Hun persoonlijke verwachtingen en wensen?
- Hun voorkeuren qua communicatie en overleg?
- Introvert v extravert, mensgericht v taakgericht, principieel v pragmatisch?
- Wat betekent deze zaak voor hen persoonlijk?

Ken jezelf & je kwaliteiten

6

Voor welke vraagstukken zouden nieuwe cliënten je moeten bellen?

Waarom juist jou?

Wat heb jij hen te bieden

- Specialisme
- Aanpak
- Prijs-kwaliteit

Definieer propositie

- Behoefte van cliënt
- Jouw belofte die dat invult
- Benefits van jouw belofte voor de cliënt

Wat onderscheidt jou & jouw propositie van anderen?

7

Wat betekent dat voor nieuwe cliënten?

- Relevant?
- Aansprekend?
- Onderscheidend?

Zorg dat je nèt boven het maaiveld uitsteekt

- Toon & stijl
- Origineel, authentiek en verrassend/prikkelend
- Laat je persoonlijkheid doorschijnen

Nodig uit & start de dialoog

- Ontwikkel de relatie
- Bouw aan Know-Like-Trust

Bestaande cliënten zijn veel waardevoller dan nieuwe

8

Bestaande cliënten leveren meer winst op voor kantoor

- De kosten/non-declarabele uren voor acquisitie zijn véél lager

Bestaande cliënten hebben méér behoeften

- Bewust en latent – bespreek het met ze
- Extra diensten (andere rechtsgebieden) introduceren kan binding vergroten

Cliënten verschillen in hun waarde voor kantoor

- Analyseer verschillen in huidige èn potentiële waarde => CliëntWaardeSegmenten
- Definieer aparte activiteiten om binding te vergroten

- 'Waardevol' is niet alleen kwestie van 'groot' en 'omzet'.
- Kijk ook vooral naar toekomstpotentieel en winstgevendheid

Business development is mensenwerk

en teamwork

LEGALBIZDEV.nl

9

Ontwikkel je mensen

- Cliëntgerichte vaardigheden leren & aanscherpen
- Een-op-een begeleiding
- Klankborden

Faciliteer hun werkwijze

- Juiste *tools*
- Geef speelruimte
  èn verantwoordelijkheden

Meet resultaten

- Meten = weten = leren = verbeteren
- Wat gemeten wordt, wordt gedaan

People x Process

↓

Performance

Vragen, sparren of kennismaken…?

Dirk Heuff

www.LegalBizDev.nl

Redactie@LegalBizDev.nl

06 – 105 371 58

LegalBizDev & Dirk Heuff