Legal Business Strategie & ActiePlan

Ontwerp & realiseer een duurzaam gezond kantoor

Toelichting

ambition	• Wat is de definitie van succes? • Wat zijn doelen t.a.v. omzet, winst, winstmarge, winstaandeel, klantengroei, klantentevredenheid, teamgroei, positie in rankings, aantal & omvang van geacquireerde klanten, medewerkerstevredenheid, etc. etc..
think	• De analyse van de huidige situatie • Sterkten & zwakten van de eigen organisatie, denk aan - Mensen: hun deskundigheid, vaardigheden, ervaring, cases - Middelen: IT, budget, netwerk, verwijzers • Kansen & bedreigingen in de markt: - klanten, concurrenten, markt- en juridische ontwikkelingen
build	• Op welke markten/klantengroepen gaan we succes realiseren? • Met welke propositie & dienstverlening gaan we die markten benaderen? • Ons onderscheidende voordeel t.o.v. de concurrentie • Welke keuzes maken we (obv analyse) over te ondernemen activiteiten en initiatieven • Wat zijn prioriteiten voor uitvoering: welke activiteiten moeten we starten? Welke daarvan zijn noodzakelijk, belangrijk of wenselijk?
operate	ActieKalender • Wie • Wat • Wanneer • Wat is daarbij nodig (mensen, middelen, budgetten)

©LegalBizDev.nl (2025)

AMBITION

Ambitie komende 3 jaar	
Maatsstaf voor succes	
SMART doel voor 12 maanden	

THINK

Analyse

EXTERN	
Kansen	**Bedreigingen**

INTERN	
Sterkten	**Zwakten**

Strategische kernvragen

		EXTERN	
		Kansen	**Bedreigingen**
INTERN	Sterkten	**1** Hoe gaan we onze sterkten benutten om de kansen in de markt te pakken (=omzet maken)? Welke activiteiten horen daarbij?	**3** Welke initiatieven moeten we nemen om ons met onze sterkten te verdedigen tegen concurrenten en negatieve externe ontwikkelingen?
	Zwakten	**2** Wat moeten we intern verbeteren (onze zwakten aanpassen) om kansen in de markt te grijpen?	**4** Wat moeten we intern reorganiseren (onze zwakten aanpassen) om niet door de externe bedreigingen opgeslokt te worden?

BUILD

Strategie

Welke doelgroepen / sectoren zijn in focus?	
Wat zijn hun 2-3 belangrijkste behoeften/vraagstukken ?	
Welke diensten biedt je daarvoor aan ?	
Wat wordt je prijsstelling en hoe leg je dat uit aan cliënten ?	
Wat wordt nu de propositie ?	
Hoe komen we in contact met doelgroep (en de beslissers daarbinnen)?	

Positionering & (Personal) Branding

Noem 3-5 aspecten waarin jij e/o kantoor zich onderscheidt van de concurrenten?	
Waar blijkt dat uit (voorbeelden / ervaringsverhalen)?	
Wat is jouw elevator pitch ?	
Hoe ga je daarmee je doelgroep benaderen ?	
Welke netwerken ga je daarbij inschakelen?	

Concretiseren naar activiteiten

Noodzaak activiteiten die fundamenteel noodzakelijk zijn voor een gezonde praktijk (bijv regelmaat contact met primaire verwijzers, website, introductie in internationaal netwerk – e.e.a. sterk afhankelijk voor type kantoor en de markt die ze bedient). Zonder deze activiteiten heeft de praktijk weinig toekomst.

Belangrijk activiteiten die waardevol zijn want ze dragen bij aan succes maar geen noodzaak (bijv website, publiceren, linkedin, congresdeelname)

Wens activiteiten die extra waarde/resultaten toevoegen boven op de 'noodzaak en de 'belangrijk' (bijv. sponsoring)

	ACTIVITEITEN		
Strategie	**Noodzaak**	**Belangrijk**	**Wens**
1 Waar/hoe we geld gaan verdienen			
2 Interne verbeteringen om kansen in de markt te grijpen			
3 Hoe te verdedigen tegen concurrenten en negatieve markt-ontwikkelingen			
4 Hoe te voorkomen dat bedreigingen ons opslokken			

build

OPERATE

	WAT	Wie	WANNEER (maanden/kwartalen)					WAARMEE	METEN = WETEN
	Activiteit & actie-stappen	Trekker	Jan	Feb	Mrt	Q2	Q3	Benodigde middelen, geld, , etc.	Succes maatstaf
Noodzaak	1.								
	2.								
	3.								
	4.								
	5.								
Belangrijk	1.								
	2.								
	3.								
	4.								
	5.								
Wens	1.								
	2.								
	3.								
	4.								
	5.								

operate