

het laagste tarief kunnen krijgen. Dat voel je op zeker moment wel aan. Dan moet je toch duidelijk maken dat het zo niet werkt in de advocatuur. Want met een laag tarief en meer uren ben je misschien wel duurder uit. Die communicatie luistert heel nauw. Het spanningsveld is enorm.'

Eventueel misbruik – mensen die wel geregeld de gratis helpdesk bellen, maar nooit klant zullen worden – moet je als kantoor incalculeren, zegt Ulli Hoogland van Artec Neval. 'Dat gebeurt in de detailhandel ook. Mensen laten zich bij een speciaalzaak uitgebreid voorlichten over een wasmachine om hem vervolgens elders te gaan kopen. Ons risico is trouwens kleiner; we geven natuurlijk persoonlijk advies. In feite lever je een uniek product dat een ander kantoor nooit op dezelfde manier zal bieden. Als je het goed doet, creëer je bovendien een band met een beller. Zo'n gesprek is een visitekaartje.'

De logische vraag is natuurlijk: kan het wel uit? Per slot van rekening zijn advocatenkantoren óók ondernemingen die aan het einde van de dag de kassa gevuld willen zien. Vlietstra: 'Vergelijk het met de proefrit die je gaat maken als je een auto wilt kopen. Met de tijd die wij investeren in de helpdesk, genereren we echt nieuwe business. Dus ja, het kan dus inderdaad uit.'

Met vanDienst komt Van Benthem & Keulen – 59 advocaten, zes notarissen en zeven juristen – bovendien goed uit de verf bij pitches en aanbestedingen, betoogt de marketingmanager. 'We zitten nu eerder dan voorheen aan tafel bij nieuwe grote opdrachtgevers. Hier en daar zien we nu zelfs dat concurrerende kantoren bij hun inschrijving soortgelijke diensten moeten accepteren als standaardnorm.' Ook Hoogland ziet alleen zwarte cijfers. 'Als het niks opleverde, waren we er al lang mee gestopt.'

COLUMN



Dolph Stuyling de Lange

Stop met klungelen

In welk kantoor wordt er niet geklaagd over cliënten die te lang zelf hebben gedokterd aan hun juridische kwalen?

Grappig genoeg betrekken advocaten dit inzicht zelden op hun eigen niet-juridische onderwerpen. Dus op het gebied van kantoororganisatie wordt er nogal wat aangeklungeld. Alles moet sowieso in de marge van de praktijk – 'de cliënt gaat nu eenmaal voor' – maar goed en efficiënt omgaan met zulke uiteenlopende thema's als personeelsbeleid, kantoorinrichting, marketing, financieel beheer, knowhow en ICT vraagt om kennis en ervaring die je nu eenmaal niet in je rechtenstudie hebt opgedaan.

Een lijstje van punten waar veel kantoren vorderingen kunnen maken:

- vastleggen van visie en strategie;
- personeelsbeleid: werven, functieomschrijvingen, beoordelingen, beloningsbeleid, opleidingen;
- kantoor: locatie en ruimtebehoefte, verdeling van ruimte die efficiency en samenwerking maximaal ondersteunt, gastvrij onthaal voor cliënten, parkeerfaciliteiten, onderhoud, schoonmaak;
- marketing: gericht cliënten werven die passen in de strategie, geen hobbyisme (zoals sponsoring van de club van je kinderen), onderscheidend positioneren van je kantoor;
- financieel: financiën van een advocatenkantoor zijn relatief eenvoudig; uren tijdig en volledig schrijven, daarover overleggen met betrokkenen (in geval van te weinig declara-

bele uren, maar ook bij te veel uren of te weinig uren voor zaken als marketing), regelmatig declareren en daadkrachtig debiteuren rappelleren, kantoorkosten goed beheren (bijvoorbeeld periodiek offertes aan alternatieve aanbieders vragen), goed systeem van winstverdeling opzetten dat aansluit bij de visie en strategie van kantoor;

- knowhow: zorgen dat iedereen de benodigde informatie gemakkelijk voorhanden heeft (ook in geval van thuiswerken), goed en kritisch overleg met uitgevers, zorgen voor efficiënt systeem van modellen en voorbeelden, intern delen van kennis, delen van kennis met cliënten;
- ICT: goed onderhoud, goede backup, regels over privégebruik van telefoons en computers, regelmatige bijscholing. Kies 'van de plank' en laat zo min mogelijk speciaal op maat maken.

Voor alle onderwerpen geldt dat het zinvol is periodiek eens een APK te laten uitvoeren door een daarvoor ingehuurde externe professional: die kijkt er weer fris en onafhankelijk tegenaan. Sommige onderwerpen lenen zich heel goed voor (partiële) uitbesteding zoals personeelsbeleid (tot en met partnerbeoordeling) en marketing. Veel zal in eigen huis moeten worden gedaan, maar als er dan een goed draaiboek ligt, door een deskundige opgesteld, gaat dat doorgaans veel beter.

Kortom: besteed niet meer uit dan nodig, maar haal wel periodiek extern professioneel advies.