

‘Verkopen van het kantoor is als verkopen van tweedehands auto’

Christ’l Dullaert, New York

Je zou denken dat de grotere kantoren het geld, de visie en de mankracht hebben om van hun sites wat moois te maken. Vanuit het perspectief van een potentiële cliënt bekeken, zien die sites er echter slecht uit. Je zult via de sites naar een advocaat op zoek zijn! De meeste sites geven verwarrende informatie over secties, rechtsgebieden en je merkt dat de meeste kantoren toch nog de fout maken om maar vooral geen enkel rechtsgebied te willen missen. Men kan alles.

Een goede uitzondering vond ik de websites van Holland Law en Freshfields. Daar heeft men in ieder geval wel nagedacht over de *core business* en die is helder geformuleerd. Op zoek naar een bestuur dat verantwoordelijk is voor het advocatenkantoor, kan men snel informatie vinden bij CMS Derks, Nauta Dutilh en Pels Rijcken, waarbij Pels Rijcken uitblinkt in grote toegankelijkheid van de bestuursleden, en bij CMS Derks een speciaal e-mailadres voor het bestuur is gecreëerd.

Natuurlijk zijn de Angelsaksische collega’s veel sterker in marketing van hun eigen werk en hun kantoor. Onlangs heeft een Amerikaans bureau een prijs ingesteld voor de beste Amerikaanse website, dat wil zeggen de site die de beste internationale informatie geeft. De Amerikanen zijn nog wel op hun eigen continent georiënteerd, dus informatie in een andere taal komt men weinig tegen.

De ‘Global Law Firm Awards’ zal plaatsvinden op 15 mei voor de site die de beste Arabische, Chinese, Franse, Russische (taal) informatie bevat. Het idee achter deze Award komt van een vertaalbureau voor de advocatuur. Zij menen dat nu Google al in 97 talen verschijnt, ook de advocatuur globaler moet opereren middels internationaal toegankelijke sites.

Deze Award is maar een voorbeeld van de Amerikaanse aandacht voor marketing. Een ander voorbeeld is het recentelijk verschijnen van verschillende artikelen over ‘Competitive Intelligence’. In het *ABA Journal* van februari dit jaar werd daar de nodige aandacht aan besteed. Competitive Intelligence is het bestuderen en analyseren van openbare externe informatie

ten behoeve van het formuleren van een strategie ten opzichte van concurrenten en (potentiële) cliënten. Die kennis kan een kantoor helpen zijn eigen strategie verder te bepalen en verfijnen.

De Nederlandse advocaat vindt het verkopen van zichzelf en zijn kantoor maar moeilijk en bijna net zo ordinaar als het verkopen van tweedehands auto’s. Toch is nadenken over marketing van het eigen kantoor niet alleen nuttig om nieuwe cliënten binnen te halen, maar ook een goede manier om de werkwijze en het ‘unique selling point’ van het kantoor nog eens onder de loep te nemen. Vaak ontbreekt de tijd bij menig kantoor om daar eens bij stil te staan. En dat is slecht vanuit verkoop oogpunt, maar ook vanuit kantoorefficiëntie en kantoorstrategie.

Advocaten kunnen trouwens een leuke test doen naar hun eigen *rainmaking*-vaardigheden op www.sugarcrest.com. Veramerikaniseren is nergens voor nodig, en een website als die van strafpleiter Joseph Tacopina www.tacopinalaw.com (in de rubriek ‘press’), blijft hopelijk ver weg. Maar weer wat klantgericht denken kan beslist geen kwaad.

Samenvattingen disciplinaire uitspraken op internet

Vanaf eind februari zijn in de databank van de Nederlandse Orde van Advocaten toegankelijk via www.advocatenorde.nl en BalieNet, geanonimiseerde samenvattingen opgenomen van relevante disciplinaire uitspraken vanaf begin 2004. Het gaat om beslissingen van het Hof van Discipline en beslissingen van de Raden van Discipline waartegen geen hoger beroep is ingesteld. Tevens is de zoekfunctie van de databank aangepast, waardoor gericht op datum en/of instantie kan worden gezocht. De samenvattingen staan los van de rubriek Disciplinaire beslissingen in het *Advocatenblad*. Die beslissingen worden als voorheen geselecteerd, bewerkt en zo nodig geannoteerd door de Commissie Disciplinaire Rechtspraak.

AGENDA

Aanpakken van recreatielawaai

Op 20 april wijdt de Nederlandse Stichting Geluidshinder haar jaarlijkse Geluidshinderdag aan ‘horeca- en evenementenlawaai’. Recreatielawaai staat in de top-5 van meest storende geluidsbronnen in Nederland. Zo’n 2 miljoen Nederlanders worden er door gehinderd, waarvan bijna de helft in ernstige mate. Het overgrote deel van hen wordt gehinderd door kermissen, horecagelegenheden en massa-

evenementen in de open lucht. Er is slechts een beperkt wettelijk kader om alle vormen van geluidsoverlast van deze bronnen aan te pakken. Tijdens de Geluidshinderdag 2005 zal de gemeentelijke praktijk centraal staan. Deelname kost € 170 voor NSG-donateurs, € 220 voor niet-donateurs en € 25 voor studenten. Meer informatie en aanmelding: www.nsg.nl, resp. info@nsg.nl.