

*‘Een kennismakingsgesprek met een nieuw bedrijf is niet eng’*

# Cold calling: campagne van de lange adem

Via vaste klanten, netwerk en mond-tot-mondreclame komt het meeste werk nog steeds vanzelf naar de advocaat toe, maar tegenwoordig moet de advocaat de cliënt ook actief opzoeken. Bij acquisitie en advocatuur denkt nog vrijwel niemand aan de mogelijkheid om de beoogde nieuwe cliënt gewoon op te bellen met de vraag of je lang mag komen. Ofwel: cold calling. Werkt dat? Een pionier deelt de ervaringen.

Juriaan Mensch

Niemand zit te wachten op telefonische verkopers die je 's avonds opbellen, net als je met je bord eten op schoot voor de tv schuift. Dé reden dat het bel-me-niet-register bestaat: de cold call is irritant. Maar je kunt het ook anders zien. ‘Je kunt stellen dat het een heel goede één-op-één communicatie-campagne is geweest.’ Aan het woord is Roel Laumans, marketing- en communicatiemanager van Nysingh advocaten en notarissen, dat cold calling zestien maanden lang inzette als onderdeel van een plan om nieuwe manieren van acquisitie voor te bereiden en te onderzoeken.

‘We wilden meer centraal grip krijgen op de aanwas van nieuwe klanten. Acquisitie staat niet boven aan het interesselijstje van advocaten en notarissen. Ze doen het wel, maar de meeste nieuwe cliënten komen niet omdat advocaten zelf bezig zijn met het leggen van goede contacten, maar via mond-tot-mondreclame

**‘De toon moest maximaal sympathiek zijn, niet pusherig en zeer laagdrempelig’**

en de netwerken. Dat gaat best goed, maar je bent afhankelijk van een proces waar je als kantoor minder grip op hebt.’

## Positief verrast

Nysingh richtte zich op het bedrijfsleven. Uitbreiden in die sector was gewenst, want een bepaald volume aan zaken is nodig om dieper te kunnen specialiseren, die expertise op peil te houden en te kunnen vermarkten. Laumans: ‘Daarnaast wilden we leren, kijken hoe de markt reageert: gaat het moeilijk of makkelijk?’ De campagne werd door de gebelde bedrijven goed ontvangen, zegt de marketingmanager. Veel bedrijven toonden zich positief verrast dat een advocatenkantoor zoiets doet.

Er werd gekozen om het bellen uit te besteden aan een gespecialiseerd bureau. Een advocaat is vaak te duur om zelf de telefoon ter hand te nemen, want er gaat veel tijd – gemiddeld tussen de twee en zes gesprekken – zitten in het ontdekken wie de juiste persoon is om mee te praten binnen het bedrijf. Voordat de belcampagne van start ging, werd het bureau eerst goed gebriefd over wat Nysingh voor kantoor is, wat de expertises zijn en hoe de mensen in elkaar steken. ‘We wilden dat ze heel goed begrepen wat onze kernkwaliteiten zijn. De toon moest tijdens het gesprek maximaal sympathiek zijn, niet pusherig en zeer laagdrempelig.’ In sommige regio's leidde zelfs één op de acht belletjes tot een afspraak, meldt Laumans.

**‘De meeste nieuwe cliënten komen toch via mond-tot-mondreclame en de netwerken’**

‘De advocaten zelf ontdekten dat het heel erg leuk en waardevol is om een kennismakingsgesprek te hebben met een mooi bedrijf. En dat het helemaal niet eng is. Men begrijpt nu ook dat als je op een sympathieke manier binnenkomt, dat bedrijven best willen praten over wat er speelt en ontdekken wat er nog meer is naast hun vaste advocaat,’ aldus Laumans.

## Vertrouwen winnen

‘Noone is interested in talking to you!’ Deze tekst siert de achterflap van de Cold Call Bible, een boekje met tips voor in de bureaula. Auteur Daniel Francès specialiseert zich met zijn bedrijf The Cold Call Company in telefonisch verkopen en het trainen van mensen die er zelf mee aan de slag willen. Hoe stap je uit je comfortzone en pak je de telefoon op? Want de angst voor cold calling is ongegrond, volgens Francès. Met name Nederland noemt hij een geweldig land om het middel toe te passen.

‘Nederlanders zijn een volk dat nauwelijks nee zegt. Maar loop vooral niet te



Roel Laumans: 'Bedrijven willen best ontdekken wat er nog meer is naast hun vaste advocaat'

koop met wat je allemaal kunt,' adviseert Francès. 'Mensen hebben er vaak minder geloof in dat je alles kunt. Focus alleen op je allersterkste punt. Als ik van zeven arbeidsrechtkantoren ieder zeven man zou hebben en ze zouden allemaal in de regio Amsterdam zitten, dan moeten ze nog allemaal zeven keer een uniek verhaal hebben.'

Goed vooronderzoek is onontbeerlijk. Wie is de groep die je wilt bereiken? Wat

'Zeg nooit  
simpelweg dat je  
de beste bent'

heeft de groep nodig en hoe groot is ze? Wie is mijn aanspreekpunt in die groep? Wie zijn de concurrenten die hetzelfde aanbieden? In de voorbereidingen voor

'Nederlanders  
zijn een volk  
dat nauwelijks  
nee zegt'

een cold call sessie is goed alles uitzoeken en je verhaal bepalen een vereiste. Bedenk goed wat je aanbieding is en hoe je dat zo compact mogelijk kunt melden. Wanneer je een virtueel product aanbiedt – zoals juridische diensten – gaat het om het vertrouwen winnen. Francès: 'Zeg nooit simpelweg dat je de beste bent.'

#### Langetermijnstrategie

Waar het kantoor in de markt staat en op welk punt in zijn ontwikkeling het is, maakt veel uit voor de effectiviteit van cold calling. Voor het topsegment en bepaalde gebieden is het geen wondermiddel en ventileert men scepsis, leert een informele belronde met advocaten van diverse kantoren. Een partner, werkzaam bij een top drie kantoor, ziet bij de echt grote cliënten die met panels werken voor cold calling geen plek. De panel reviews zijn zulke verfijnde processen geworden dat een belletje om daar tussen te komen weinig zin heeft, denkt deze partner. Cold calling is dus misschien niet voor iedereen een juist middel.

Het is een middel dat voor de advocatuur bij een langetermijnstrategie past. Laumans: 'Je moet niet verwachten dat je meteen heel veel nieuwe klanten krijgt. Bedrijven zijn heel erg loyaal aan hun kantoor. Daardoor moet je je niet laten frustreren: cold calling is een communicatiecampagne van de lange adem. Als je dat op een correcte manier doet, dan kan er helemaal niets verkeerd gaan. Je zet zaken uit, waardoor er op termijn klanten uit vandaan komen. Maar het duurt wel vrij lang.'