

# LEGAL **BUSINESS** WORLD

• Editie Nederland • Nummer 5 • 2018 • [www.legalbusinessworld.nl](http://www.legalbusinessworld.nl)

## Het advocatenkantoor als marketingmachine

Door Ruud Verduin

In deze editie o.a.

Eerste Global Legal Forum. Conferentie enthousiast ontvangen

Transparantie. Te starten bij procedures

Een aanpak om u te onderscheiden in een overvolle markt

Lage kosten en hoge betrokkenheid

Bewuste keuzes maken. Het Day One-gevoel

## Business of Law



[www.legalbusinessworld.nl](http://www.legalbusinessworld.nl)



# REDBREAST

LITIGATION FINANCE

Als de kosten van de zaak het probleem zijn.

Redbreast financiert omvangrijke procedures in commerciële geschillen in binnen- en buitenland. Indien u zich afvraagt of een zaak in aanmerking komt, neem contact op met

Rein Philips op 085 822 63 80 óf mail naar [rein.philips@redbreast.com](mailto:rein.philips@redbreast.com).

**[www.redbreast.com](http://www.redbreast.com)**



# Onderscheidend vermogen

In deze editie wederom veel interessante artikelen rondom de business of law. Een van de terugkerende thema's in deze uitgave is het creëren van onderscheidend vermogen en waarde. Ruud Verduin beschrijft dit in het cover artikel 'Het advocatenkantoor als marketingmachine' en legt het nogmaals uit in de bijbehorende video. Ook andere auteurs benoemen waarde creatie en onderscheidend vermogen, of laten met een voorbeeld zien dat een innovatie kan bijdragen aan transparantie en waarde creatie voor de klant.

Dit jaar is LegalBusinessWorld de trotse strategie en mediapartner van het nieuwe seminar 'De zaak op orde'. Het betreft een middag vol inspiratie en vernieuwing met 1 keynote, 9 korte power talks, compacte rondetafelgesprekken en natuurlijk de ruimte om sprekers en andere te ontmoeten tijdens de borrel. Zoals u wellicht al heeft gezien publiceren wij in iedere editie van dit emagazine 1 of 2 interviews met de sprekers. In deze editie gaat Sjoerd van der Velden o.a. in op het succes van hun vernieuwende wijze van werken en de B Corp-certificering en Dries Beljon neemt ons mee in o.a. de LEAN wijze van werken.

Kortom, weer meer dan genoeg om inspiratie uit op te doen.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Met vriendelijke groet,  
Hermen Veneberg  
Uitgever LegalBusinessWorld NL



## Uitgever

LegalBusinessWorld NL  
Hermen Veneberg  
Joek Peters  
hveneberg@igrowthlegal.com  
jpeters@igrowthlegal.com

## Redactie

LegalBusinessWorld redactie  
MBL Media

## Adverteren/Media advies

Capital Media Services B.V.  
mail@capitalmediaservices.nl  
024 - 360 77 10

## Design & Layout

LateNight studio's

## Algemene informatie

info@legalbusinessworld.nl  
©iGrowthLegal B.V.  
KvK 61819387

## LegalBusinessWorld™

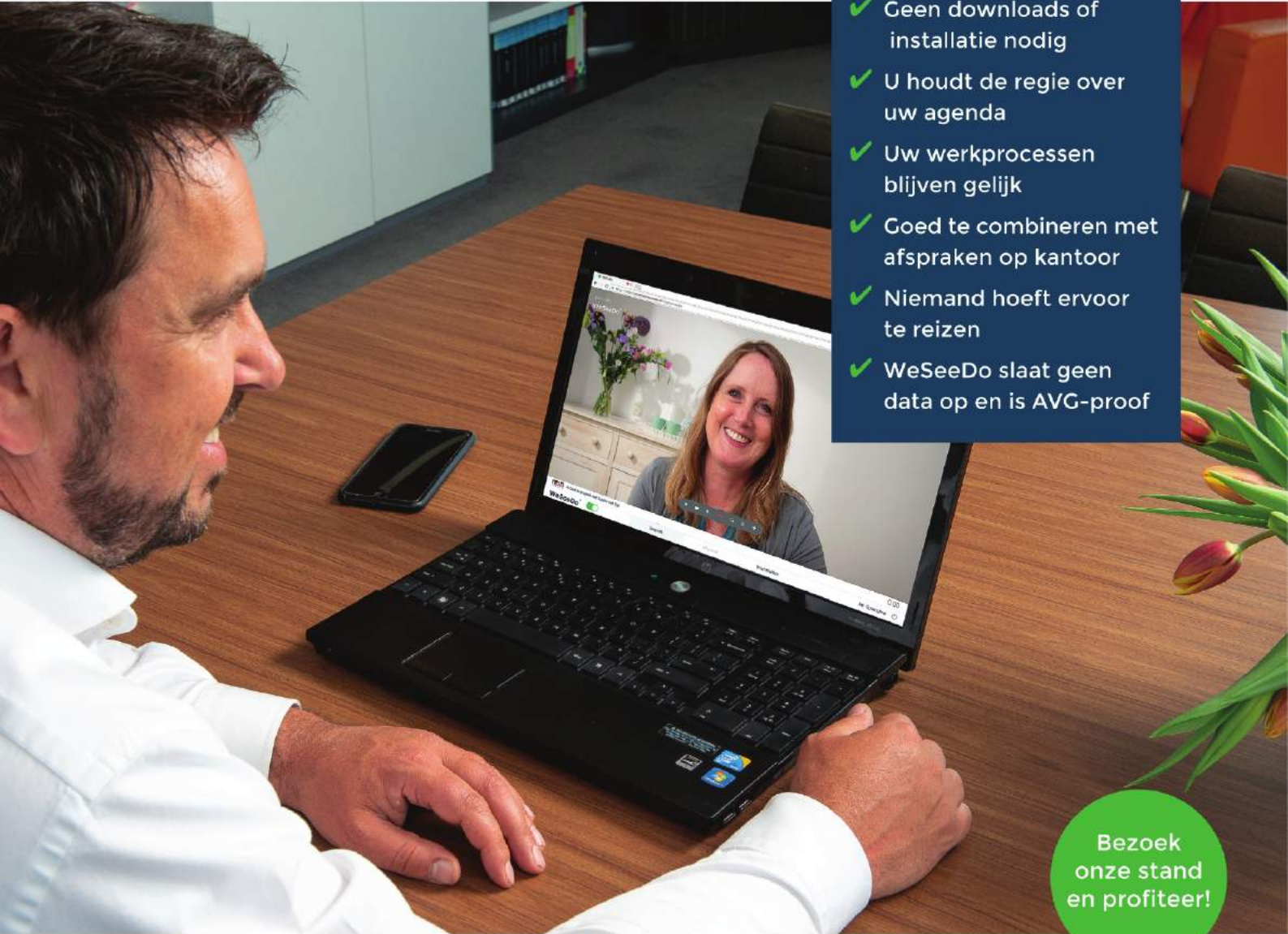
LegalBusinessWorld NL  
[www.legalbusinessworld.nl](http://www.legalbusinessworld.nl)  
LegalBusinessWorld International  
[www.legalbusinessworld.com](http://www.legalbusinessworld.com)

eMagazine NL: 8 edities per jaar  
eMagazine Int: 10 edities per jaar



Cover: Ruud Verduin

# WeSeeDo<sup>o</sup> is de uitkomst voor de advocatuur



- ✓ Geen downloads of installatie nodig
- ✓ U houdt de regie over uw agenda
- ✓ Uw werkprocessen blijven gelijk
- ✓ Goed te combineren met afspraken op kantoor
- ✓ Niemand hoeft ervoor te reizen
- ✓ WeSeeDo slaat geen data op en is AVG-proof

Bezoek onze stand en profiteer!

U heeft een drukke praktijk, houdt veel ballen in de lucht. Deadlines zijn er altijd, maar ontwikkelingen in een dossier heeft u niet altijd in de hand. Uw cliënten vragen allemaal aandacht. Hoe houdt u dan de controle over uw agenda? WeSeeDo helpt u daarbij! Zelfs op een hectische dag kan uw secretaresse met WeSeeDo eenvoudig een persoonlijk gesprek met uw cliënt regelen. Niemand hoeft ervoor te reizen: de cliënt niet en u niet. Met één druk op de knop is er oogcontact. En door de veilige verbinding is privacy gegarandeerd.

WeSeeDo voldoet aan de ICT richtlijnen van de NoVA, NEN 7510 en ISO 27001

Bezoek onze stand tijdens het Eeuwcongres. Kom langs, we laten u graag real life zien hoe WeSeeDo werkt. En wilt u direct starten met WeSeeDo? U kunt dan gelijk profiteren van onze speciale congressaanbieding. **Neemt u het WeSeeDo pakket af o.b.v. een jaarcontract, dan ontvangt u de deelnamekosten aan het Eeuwcongres t.w.v. € 100,- terug.**





07



23



30



42



35



52



61



77



74



66

## ARTIKELEN

- 7 Het advocatenkantoor als marketingmachine, Ruud Verduin
- 30 Eerste Global Legal Forum. Conferentie enthousiast ontvangen, Marjan Hermkes
- 35 Transparantie. Te starten bij procedures, Johan Koggink
- 42 Waarom kiest de klant voor u? Een aanpak om u te onderscheiden in een overvolle markt, Julius Scholten

## INTERVIEW

- 23 Lage kosten en hoge betrokkenheid. Een interview met Sjoerd van der Velden
- 52 Bewuste keuzes maken. Het Day One-gevoel. Een interview met Dries Beljon

## INTERNATIONAAL

- 61 The Value Series. An interview with Chief Value Partner Carl Herstein
- 66 Advancing the Legal Ecosystem by being all-inclusive: Challenges and Opportunities, An interview with Vishnu Prasad
- 74 Are Courtrooms Becoming Obsolete? Jasper van der Kooij
- 77 Improved client service: getting rid of hourly billing, Laura Verhees

## OVERIG

- 58 Leadership (eBook) gratis download
- 81 Adverteerdersoverzicht



# MCG

Specialisten in mens- en organisatieontwikkeling voor professionals. MCG.

Wij helpen advocaten en notarissen bij het efficiënt en marktgericht inrichten van hun kantoor. We begeleiden bestuurders bij vragen rondom aansturing, maatschapsvraagstukken en partnerevaluatie.

We ondersteunen bij de optimale selectie, inzet en ontwikkeling van junior- tot seniortalent, bijvoorbeeld door assessments uit te voeren. In spannende situaties begeleiden we als mediators. Tot slot ondersteunen we bij de ontwikkeling van ondernemerschap door gerichte training.

Concrete oplossingen, daar houden wij van.

Utrecht • 030 236 94 85 • [www.meijerconsultinggroup.nl](http://www.meijerconsultinggroup.nl)



Spandaw  
Consultancy  
Group

Barteld Spandaw



## Masters in Investigation

Spandaw Consultancy Group is een recherchebureau dat zich richt op Onderzoek, Integriteit en Security Risk Management. U kunt bij ons onder andere terecht met vragen over veronderstelde fraudezaken (alimentatie, verduistering, contractbreuk) met een zakelijke achtergrond of die de persoonlijke levenssfeer raken.

Neem vrijblijvend contact met ons op voor advies in uw casus.

[www.spandawconsultancygroup.nl](http://www.spandawconsultancygroup.nl)  
0594 - 519 633



# Het advocatenkantoor als marketingmachine

Door Ruud Verduin, directeur Smart Connections

## Klanten komen van Venus en advocaten komen van Mars

Dat is wat kort door de bocht en generaliserend en er zijn natuurlijk uitzonderingen, maar professionele dienstverleners zijn over het algemeen – je ziet, ik houd wat slagen om de arm om je niet direct in de gordijnen te jagen - niet goed in het inspelen op de werkelijke behoeften van hun klanten. En ja, ik heb enig recht van spreken, want ook ik ben een professionele dienstverlener.

Ik gebruik hier bewust het woord 'klanten' in plaats van het formele en afstandelijke woord 'cliënten', dat in de advocatuur gebruikelijk is. Want hoe je klanten ook noemt, zelf voelen ze zich gewoon klant. En het is zeer de vraag of je nog wel gebaat bent bij die formele en afstandelijke opstelling. Mijn suggestie is dat je er tegenwoordig goed aan doet om te kiezen voor betrokkenheid, voor customer engagement, in plaats van afstandelijkheid.

Laten we ons eens in de klant verplaatsen. Maar al te vaak weten klanten van professionele dienstverleners zoals advocaten en consultants niet welk resultaat ze gaan krijgen, wat ervoor gedaan gaat worden, wat het gaat kosten en hoelang het gaat duren. Bij de NS vinden we het al vervelend als onze trein twee minuten vertraagd is, terwijl het soepel laten draaien van een landelijk treinennetwerk toch echt behoorlijk ingewikkeld is. En bij de kapper zouden we vreemd opkijken als de knipbeurt twee keer zo duur werd, omdat het toch meer haren bleken te zijn dan de kapper vooraf had ingeschat. Maar in de professionele dienstverlening vinden we het heel normaal dat zowel het resultaat als de kosten onvoorspelbaar zijn. Natuurlijk kunnen we daar allerlei redenen voor aanvoeren. Maar als je dat eens vanuit de positie van de klant bekijkt, dan zal je zelf vast ook voelen dat dat een beetje schuurt. Of heel veel schuurt.

En dat terwijl klanten van juridische dienstverleners die diensten vaak nodig hebben op momenten dat de emoties toch al hoog zijn opgelopen, zoals bij conflicten, echtscheidingen, overnames en ingewikkelde transacties. Dat zijn spannende situaties waar de meeste klanten maar weinig ervaring mee hebben en waarvan ze de finesses en de consequenties niet kunnen overzien. Daar bovenop krijgen ze dan ook nog eens een hoge rekening voor een onbegrijpelijk product met soms ook niet eens een gewenste uitkomst. Als professionele dienstverleners vinden we dat heel normaal. Maar hoe professioneel is dat eigenlijk?

### **Op weg naar een klantgerichte praktijk**

Van oudsher zijn de meeste praktijken ingericht rondom de professional. Kijk bijvoor-

beeld naar de huisarts. De arts behandelt in zijn kamer de patiënt en ondertussen stroomt de wachtkamer vol met nieuwe patiënten die te midden van hoestende en bacteriën uitstotende lotgenoten geduldig wachten tot de arts hen binnenroept. Patiënten schikken zich, omdat ze nu eenmaal de unieke diensten van de arts nodig hebben en moeilijk ergens anders terecht kunnen. Er is een grote afstand tussen de professional, de arts, en de klant. De arts is uniek in zijn deskundigheid, of anders toch zeker monopolist in zijn rayon.

In toenemende mate is dat echter niet meer het geval. Klanten vragen van hun dienstverleners meer transparantie, concretere resultaten en beter voorspelbare rekeningen. Dit geldt voor artsen, die ook steeds meer uit hun ivoren toren komen, maar evenzeer voor advocaten. Dit betekent dat kantoren meer klantgericht zullen moeten worden.

### **De klant aan het stuurwiel**

Klanten worden veeleisender en vragen om meer zekerheid, meer transparantie in communicatie, meer betrokkenheid en andere prijsstructuren. Een van de redenen hiervoor is dat klanten hun klantervaringen uit andere sectoren projecteren op de relatie met hun professionele dienstverleners. Als je wel je nieuwe auto helemaal zelf online kunt configureren en realtime de prijs omhoog of omlaag (meestal omhoog) kunt zien gaan, waarom kan dat dan bij een advocaat niet? En als je bij je boekhouder realtime in een dashboard kunt zien hoe je boekhouding ervoor staat, waarom zou dat dan met je juridische dossier niet ook kunnen? Klanten zijn beter geïnformeerd en kritischer dan ooit en het zal dus ook meer moeite kosten om een juridische klant tevreden te stellen. Dit maakt dat we opnieuw moeten nadenken over welke



klanten we willen hebben, hoe we voor hen de meeste waarde kunnen realiseren, hoe we daartoe onze praktijk moeten inrichten en wat we gaan doen om die klanten binnen te halen en vast te houden.

In een wereld waarin klanten steeds beter geïnformeerd zijn en zich nieuwe concurrenten aandienen met andere waardeproposities, bedieningsmodellen en prijsstructuren, zit de klant steeds vaker zelf aan het stuurwiel. Ook de technologische ontwikkelingen gaan steeds sneller.

### **Nieuwe technologie zet oude business-modellen onder druk**

Zowel technologiebedrijven als een toenevend aantal legal startups noodzaken bestaande kantoren tot verandering. In Nederland heeft het platform voor juridische innovatie Dutch Legal Tech inmiddels zo'n 1.000 leden. Online platforms zoals advocaat-zoeken.nl zorgen voor meer transparantie en daarmee voor meer concurrentie in de markt. Bij dienstverleners zoals Ligo, Firm24 en DoeHetZelfNotaris kunnen klanten eenvoudig zelf contracten op maat samenstellen.

Zelflerende technologie wordt ook steeds vaker ingezet. Een voorbeeld hiervan is het in Nederland ontwikkelde NDA Lynn, dat op basis van kunstmatige intelligentie geheimhoudingscontracten beoordeelt. In de fusie- & overnamepraktijk is kunstmatige intelligentie om data te analyseren inmiddels al gemeengoed en is het handwerk aan het verdwijnen.

Nu wordt artificial intelligence nog vaak ingezet om het leven van de jurist makkelijker te maken. Naarmate deze systemen ruimer beschikbaar zijn en goedkoper worden, gaan ook juridische afdelingen bij bedrijven ermee

werken. Zij zullen dan aanzienlijk minder werk uitbesteden aan advocatenkantoren dan tot nu toe. Het kan natuurlijk niet uitblijven dat dit ook kleinere klanten gaat bereiken. Zo biedt de Nederlandse start-up Legalloyd een geautomatiseerde advocaat aan, die veel voorkomende contracten kan opstellen en daarnaast middels modules zoals 'welke ondernemingsvorm past bij mij' ook advies geeft. Deloitte berekende dat in 2025 door inzet van kunstmatige intelligentie 39% van de juridische sector in Groot-Brittannië zal zijn geautomatiseerd, wat gelijk staat aan 114.000 banen.

De positieve kant hiervan is dat vooral de complexe werkzaamheden over zullen blijven. Er zal minder werk zijn, maar het wordt wel uitdagender en leuker. De markt voor juridische dienstverlening zal echter wel veranderen en kantoren doen er goed aan zich hieraan aan te passen.

## **Het advocatenkantoor als marketingmachine**

### **Hoe uniek ben je?**

Eerst even een simpele vraag: hoe uniek ben jij? Als je uniek bent, dan komen je klanten vanzelf op je af, staan je klanten in de rij en kun je elk tarief vragen dat je maar wilt. Ben jij een van die unieke dienstverleners? Dan hoef je niet verder te lezen, want dit artikel is vooral geschreven voor die professionals die niet uniek zijn. Denk er even een paar minuutjes over na, of doe de uniekheidstest op [www.smartconnections.nl/uniekheidsmeter](http://www.smartconnections.nl/uniekheidsmeter).

Maar als je niet heel erg uniek bent, dan zal je manieren moeten vinden om je te onderscheiden met iets anders dan je vakinhoudelijkheid.

## B&C Melissen *advocaten*

*B&C Melissen Advocaten  
wil graag uitbreiden met  
één of meerdere  
ambitieuze advocaten (m/v).*

*Komt u ons team aanvullen?  
Mail dan naar mevr. B. Wekking  
(wekking@bc-advocaten.nl) of  
bel 055-541 14 77.*

[www.bc-advocaten.nl](http://www.bc-advocaten.nl)

## Samenwerking gezocht

Er wordt gestreefd naar een plezierige samenwerking op basis van kostendeling, individueel of door inpassing van een kantoor, met behoud van eigen identiteit.

Onze binnenkort te betrekken kantoorruimte bevindt zich op een prachtige plek in Apeldoorn. Het kantoor biedt o.a. een receptie, vergaderruimtes, parkeermogelijkheid, onder aantrekkelijke voorwaarden.

# Procederen in Oostenrijk?

Wijnkamp Advocatuur / Advokatur GmbH

Nederlandstalig advocatenkantoor gevestigd in Oostenrijk.

Meerdere advocaten  
Meerdere specialismen  
Communicatie in de Nederlandse taal.

A-6460 Imst, Sirapuit 7 Oostenrijk

T: +43 (0) 5412 / 64640 F: +43 (0) 5412 / 64640-15

M: [office@wijnkamp-advocatuur.com](mailto:office@wijnkamp-advocatuur.com) W: [www.wijnkamp-advocatuur.com](http://www.wijnkamp-advocatuur.com)



En dat andere, dat heet marketing. Dus gaat het over klantervaringen, over emoties, over connecties, over relaties en over klantenbinding. Dat gaat niet over de kennis van je vak, maar over al die dingen eromheen.

Als je niet heel erg uniek bent en je klanten kunnen kiezen uit diverse aanbieders, die min of meer gelijkwaardig zijn, dan moet je op een andere manier naar jezelf gaan kijken. Als je wilt groeien - of misschien zelfs om te overleven - moet je naar jezelf kijken als marketingmachine.

### **Marketing is echt iets anders dan het versturen van nieuwsbrieven**

Met marketing bedoel ik niet het maken van de website en het organiseren van evenementen. Marketing is de wijze waarop je jezelf en je kantoor vermarkt. Dus: marketing is hoe goed je je doelgroepen en hun behoeften doorgrondt, hoe scherp je je waardeproposities en positionering hebt geformuleerd, hoe goed je de klantervaring (de customer experience) weet vorm te geven in lijn met de behoeften van je klanten en jouw businessmodel, hoe effectief je klanten weet binnen te halen, te bedienen en aan je te binden. Want als je daar niet goed in bent, dan zal je de concurrentiestrijd vroeg of laat verliezen. Ben je uniek? Maak je dan geen zorgen want je klanten hebben geen keus. Ben je niet zo uniek? Dan wordt het tijd om jezelf te gaan zien als een marketingmachine.

### **De 4 pijlers van klantwaarde**

De kern van elke onderneming is het realiseren van klantwaarde. Sommigen zien klantwaarde als de winst die je op je klanten maakt – de waarde *ván* de klant. Anderen zien klantwaarde als de waarde die je *vóór* je klanten realiseert. Het is mijn overtuiging dat

het én-én is: je moet waarde voor klanten realiseren omdat ze anders naar een ander gaan, en als je geen waarde voor jezelf weet te realiseren dan is je praktijk geen lang leven beschoren.

Om je klantwaarde te laten groeien zijn er 4 belangrijke pijlers:



- 1. Begrijpen.** Begrijp wat je doelgroep wil, wat ze drijft en waar de kansen liggen
- 2. Beogen.** Ontwikkel relevante klantproposities, waarmee je optimaal voorziet in de behoeften van je klanten
- 3. Bieden.** Richt je organisatie zo in om in de behoeften van klanten te voorzien tegen zo laag mogelijke kosten
- 4. Betrekken.** Haal klanten binnen en bedien ze met een optimale *customer experience*

### ***1. Begrijpen: inzicht in wat klanten werkelijk willen***

#### ***Wat willen klanten?***

Succesvolle zakelijke dienstverleners begrijpen beter dan een ander wat hun klanten

werkelijk willen en weten daarop beter in te spelen. Als je een beetje om je heen vraagt wat klanten zoal voor verwachtingen hebben dan komen daar dingen uit als het bereiken van het gewenste resultaat, kostenbesparing, tijdsbesparing en risicobeperking. Als het gaat om de klantervaring dan komen daar wensen uit als alert, transparant, proactief. Als het over de kosten gaat dan hoor je dingen als rekening houden met budgetbeperkingen, kosten vooraf duidelijk, resultaatafhankelijke vergoeding.

Dit is wat klanten zeggen, maar uit ervaring weten we allemaal dat mensen niet altijd doen wat ze zeggen. Voordat je gaat sleutelen aan elementen als je prijsmodel of je doorbelastingsstructuur is het daarom verstandig om eerst goed te kijken naar de waarde die je levert.

### ***Welke waarde lever je?***

Klanten betalen je niet voor wat je doet, maar voor de waarde die je levert. Waarde is echter subjectief: waarde wordt gecreëerd in het hoofd van de klant. Het is gerelateerd aan het belang van het gewenste resultaat en zijn inschatting van hoe ingewikkeld het is om dat resultaat te realiseren. De waarde neemt toe met het belang en de gepercipieerde complexiteit. Hoe hoger de waarde, des te minder prijsgevoelig de klant zal zijn. Dat is waarom fusie- en overnamespecialisten zulke hoge tarieven kunnen vragen. Ben je echtscheidingsadvocaat? Dan zal je hogere tarieven kunnen vragen als je je specialiseert in een vermogende doelgroep, waar de belangen en de complexiteit groter zijn.

Waarde wordt dus bepaald door de klant. Het is goed om te beseffen dat waarde subjectief is en dus niet per se overeenkomt met de

kosten die jij ervoor moet maken om die waarde te realiseren. Slimme advocaten weten de brug te slaan tussen de verwachtingen van de klant en wat ervoor gedaan moet worden om daar invulling aan te geven. Of om de verwachtingen tijdig bij te stellen.

### ***Niet iedere klant is hetzelfde***

Het is goed om te beseffen dat ook in vergelijkbare situaties niet iedere klant hetzelfde is. Sommige klanten zijn voorzichtig van aard en hechten meer aan houvast en zekerheid. Andere zien hun advocatenkantoor als een statussymbool en betalen graag wat extra voor een bekende naam. Weer anderen zien zichzelf als dealmaker en komen pas tot zaken als ze er een korting uit kunnen slepen.

Deze onderliggende motivaties bepalen vaak in grote mate het gedrag van klanten. Bekijk je klanten eens vanuit dit persoonlijkheidsperspectief en je zult ze vast al snel kunnen typeren. De volgende stap is dan om daar ook op in te gaan spelen.

### ***2. Beogen: jouw waardepropositie***

Mensen kopen oplossingen voor problemen die te ingewikkeld, te delicaat of te groot zijn om zelf op te lossen. Dat maakt dat je moet uitleggen wat je doet in een taal die de klant begrijpt. Omdat klanten moeilijk vooraf kunnen inschatten wat het resultaat is dat je gaat leveren gaan ze af op de kenmerken die je uitstraalt: je waardepropositie. Dit behelst het expliciet maken van wat je te bieden hebt, inclusief de tastbare resultaten en werkwijze die een klant kan verwachten en je garanties en bewijsvoering om die te onderbouwen. Een heldere waardepropositie geeft je focus en helpt je klanten om zich een beeld te vormen van wat ze van je mogen verwachten.



Boek een cursus op [osr.nl/aanbod](https://osr.nl/aanbod)



# De praktijk zit in onze theorie

en daar scoor jij punten mee

## Een heel najaar gevuld met **interessante** opleidingen

Inhoudelijke verdieping, actuele juridische kennis of verbetering van je beroepsvaardigheden, OSR Juridische Opleidingen heeft ook dit najaar weer een ruim aanbod praktijkgerichte opleidingen.

Onze topdocenten komen allemaal uit de praktijk én nemen deze mee naar de cursus met veel praktijkvoorbeelden, casuïstiek en handvatten die je direct kunt toepassen.

*“Breng het geleerde in de praktijk door onder woorden te brengen wat je morgen anders gaat doen”*



Wat breng jij morgen  
in de praktijk?

Veel zaken paste ik onbewust toe  
maar door deze cursus kan ik  
zaken bewust inzetten en ook  
bewust niet inzetten afhankelijk  
van wat ik wil bereiken.

de praktijk  
in theorie



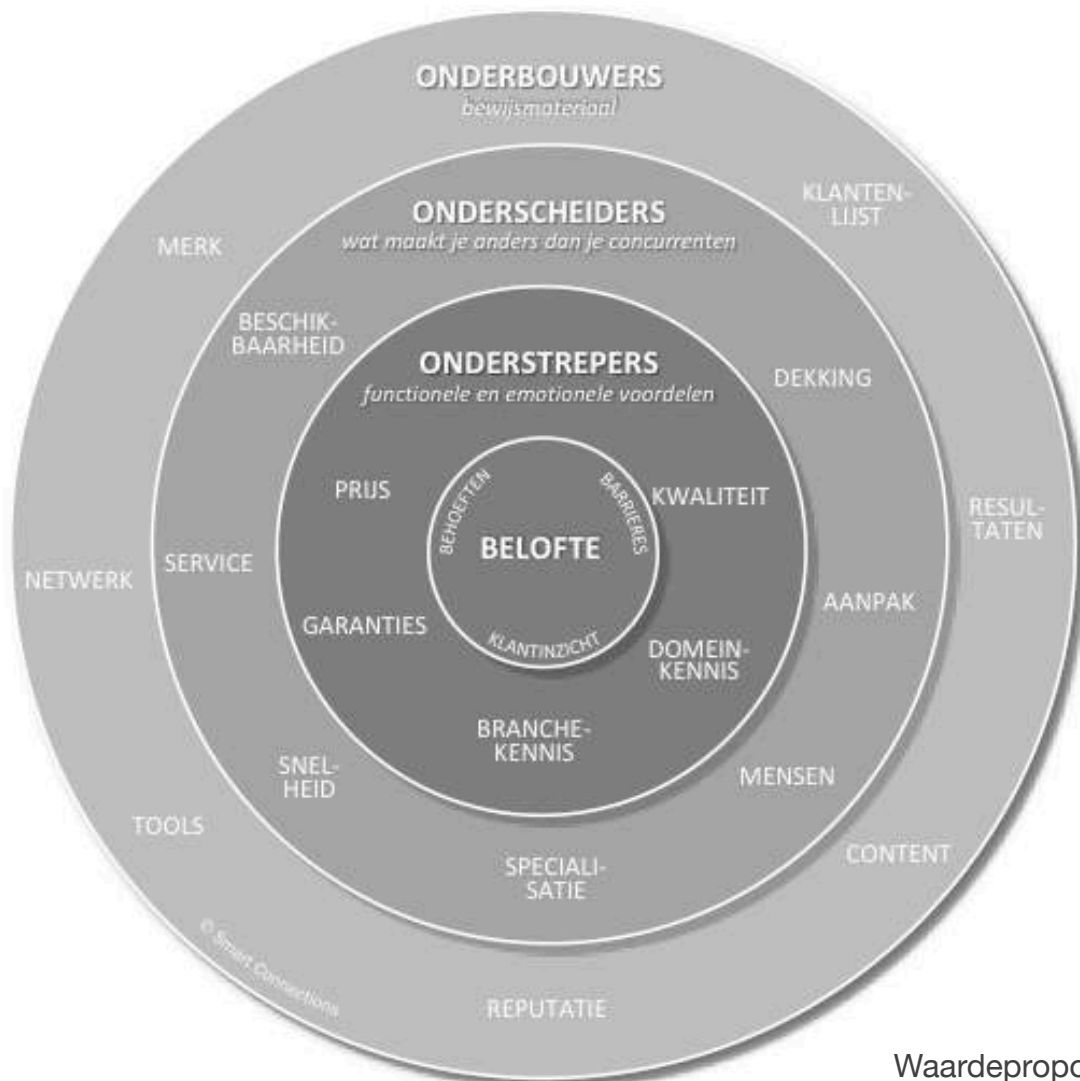
### Wat verkoop je eigenlijk?

Het is belangrijk om te beseffen wat je verkoopt. Van oudsher zijn advocatenkantoren heel goed in hun vak. In wetskennis, voeren van correspondentie, onderhandelen, procederen. Maar in een tijd waarin alles verandert onderscheid je je niet meer zo eenvoudig met alleen je product. Dan zul je je moeten focussen op de klant. De klant moeten kennen, je organisatie daarop afstemmen en zorgen dat je klanten bindt en boeit, met iets dat ze niet op de volgende hoek van de straat ook kunnen krijgen.

Je waardepropositie baseer je op drie dimensies. De *eerste dimensie* betreft de behoeften

van je doelgroep. Het heeft namelijk weinig zin om goed te zijn in iets waar niemand behoefte aan heeft. Behoeften kunnen in de loop der tijd verschuiven – bijvoorbeeld onder invloed van technologische ontwikkelingen – dus houd regelmatig de vinger aan de pols.

De *tweede dimensie* betreft jouw competenties in relatie tot de behoeften van je doelgroep of doelgroepen. Voor bijvoorbeeld het begeleiden van een fusie tussen twee luchtvaartmaatschappijen zal je over specifieke juridische kwaliteiten, diepgaande kennis van de luchtvaartindustrie en kennis van de wetgeving in de betrokken landen moeten beschikken.



Waardepropositiemodel



De *derde dimensie* wordt gevormd door de concurrentie. Klanten zullen namelijk altijd naar jou kijken in relatie tot de alternatieven die ze hebben. Als je je niet positief onderscheidt van de concurrentie, dan bestaat de kans dat ze voor een ander kiezen. Er zijn verschillende manieren om je te onderscheiden, bijvoorbeeld op domeinkennis, reputatie, klantrelatie en prijs. Praktijken die zich niet weten te onderscheiden zullen ondervinden dat ze veelal moeten concurreren op prijs. Dat kan een bewuste keuze zijn, maar is veel vaker het gevolg van het ontbreken van een bewuste keuze om aan dit onderdeel van je marketingmachine te sleutelen.

Uit eigen ervaring kan ik vertellen dat je er goed aan doet een helder beeld te hebben van wat je kunt, het soort klanten dat je wilt bedienen en het soort opdrachten dat je wilt aannemen. Ooit heb ik een opdracht aangenomen om een verzekeringsmaatschappij te helpen met hun nieuwe positionering. Mijn specialismen zijn klantgerichtheid en relatie-management, dus het was al bijzonder dat ik deze opdracht kreeg. Ik had weliswaar geen idee waar ik moest beginnen, maar zowel de klant als het geld waren aantrekkelijk, dus ik huurde een positioneringsspecialist in en begon vol goede moed aan de opdracht. Ik deed mijn best en de klant was uiteindelijk tevreden, maar het kostte veel meer tijd en energie dan begroot. Het geld ging vooral op aan extra uren van de ingehuurde specialist en de tijd en energie had ik bij nader inzien beter aan beter passende klanten kunnen besteden.

Mijn les: schoenmaker blijf bij je leest. Dan is het natuurlijk wel belangrijk dat je weet wat je leest (lees: je waardepropositie) is.

### ***Kies je klanten***

Advocatenkantoren zijn veelal nog georiënteerd op de kern van hun dienstverlening, op hun product. Daarmee zijn ze niet altijd gefocust op de juiste klanten. Tegelijkertijd kijken klanten steeds meer naar de gehele *customer experience*. Dit maakt het belangrijker dan ooit om je te focussen op de groep klanten die op zoek is naar wat jij biedt en de wijze waarop je doet wat je biedt.

Het kiezen van de klantgroepen waarvoor je wilt werken, is bij het opstellen van je waardepropositie een essentiële stap.

In het algemeen kun je ervan uitgaan dat klanten vooral waarde hechten aan het resultaat en niet zozeer aan wat je daarvoor doet. Grote bedrijven willen veelal weinig risico lopen en zijn bereid om extra te betalen voor een zekerheidsverhogende werkwijze, zoals extra overleggen en controleslagen. Kies je voor een corporate doelgroep, dan zul je een propositie moeten hebben waarin zekerheid en professionaliteit vooropstaat. Kleine MKB-ondernemers en particuliere klanten zijn vaak minder bereid te betalen voor allerlei overhead en extra zekerheid. Dus wil je die doelgroep aanspreken dan kies je eerder voor een pragmatische werkwijze. Die keuze resulteert in een andere waardepropositie, want het is in de praktijk lastig om op een authentieke manier geheel verschillende doelgroepen tevreden te stellen. Dit nog even los van hoe moeilijk het is om bij je werk te moeten switchen van een 'alles-drie-keer-controleren werkwijze' naar een 'pragmatische lage-kostenaanpak'.

Het kiezen van je klanten heeft dus zowel voor jezelf als voor je klanten grote voordelen.

### **Wie is je ideale klant?**

We kennen allemaal de 80/20-regel, die zegt dat 80% van je winst komt van 20% van je klanten. Ik zeg niet dat je alleen maar ideale klanten moet zien te krijgen en de rest moet laten schieten. Maar het is wel belangrijk om goed voor ogen te houden wie je ideale klant is, zodat je je kunt organiseren op een manier die voor die klanten goed werkt en je je inspanningen erop kunt richten om dat soort klanten binnen te halen. Je zult ervaren hebben dat je niet met elke klant een even goede relatie hebt. Sommige klanten die eerst veelbelovend leken bleken later toch vooral frictie en problemen op te leveren. Andere klanten zijn misschien met een kleine opdracht bij je binnengekomen en zijn nu al tien jaar een trouwe klant die alle juridische werk bij jou uitbesteedt. De eerste categorie resulteert in veel negatieve energie en kosten, de tweede groep klanten levert je goede marges op en je wordt er nog blij van ook.

Wie is jouw ideale klant? Hoe ziet die eruit, wat neemt hij bij je af en waarom? Als je eens kijkt naar de groep klanten waar je blij van wordt, dan kan het zomaar zijn dat je overeenkomstige karakteristieken vindt. Ze passen beter bij wie jij bent, hoe jij werkt en hoe je de bedrijfsvoering van je praktijk hebt ingericht. Misschien zijn ze wat flexibeler als het gaat om prijs, zijn ze wat minder gefocust op snelheid en vinden ze een persoonlijke relatie heel belangrijk. Is dat wat voor jou werkt en goed bij jou past? Dan vormen deze kenmerken de blauwdruk van jouw ideale klant.

En wat als je niet de klanten aantrekt die het beste bij je passen? Dan wordt het tijd om eens kritisch naar jezelf te kijken en je marketing aan te passen.

### **3. Bieden: het inrichten van een klantgerichte organisatie**

We zijn begonnen bij het begrijpen van de klant. Wat zoekt hij en wat wil hij voor elkaar krijgen? Dit noemen we ook wel de job-to-be-done, de taak die de klant wil verrichten. Je kent ongetwijfeld het voorbeeld dat klanten geen boormachine, willen maar gaten in de muur. En eigenlijk willen ze ook geen gaten in de muur, maar willen ze een schilderij ophangen. Als je dat eenmaal begrijpt dan kun je ze beter van dienst zijn. Misschien door ze geen boormachine te verkopen maar door er eentje te verhuren of door een mannetje te sturen dat de gaten boort. Of misschien wel door het schilderij met superplakband aan de muur te bevestigen. Hoe beter je begrijpt wat de jobs-to-be-done van je klanten zijn, hoe beter je daarop kunt inspelen.

Daarna hebben we gekeken naar de waarde die je beoogt te creëren voor je doelgroepen. Dit begint bij heldere keuzes wat je wilt zijn voor wie, het ontwikkelen van relevante proposities waarmee je je onderscheidt van je concurrenten en het ontwerpen van een hierbij passende *customer experience*.

### **Verbouwen van je winkel**

Tot zover is het allemaal nog min of meer een papieren exercitie. Alhoewel, als het goed is heb je ook al heel veel met klanten, potentiële klanten en ex-klanten gesproken om uit te vinden wat hun behoeften en barrières zijn en hoe ze over jou denken. Maar nu is het tijd om je proposities en beoogde *customer experience* daadwerkelijk te gaan realiseren en tot leven te brengen. Ik noem dit 'bieden' ofwel het zorgen dat je winkel op orde is.

Dit is vergelijkbaar met het verbouwen van



# De PO Deal All Inclusive: 12 maanden onbeperkt cursussen volgen voor een vast bedrag!

‘Gemak,  
kwaliteit en  
flexibiliteit.’

Van Uiter &  
Quist Advocaten  
Oosterhout

Voor iedere juridische professional is het volgen van opleidingen anders. Met de PO Deal kunt u 12 maanden onbeperkt cursussen volgen, zo maakt Sdu het voor u een stuk eenvoudiger én goedkoper! Genoeg redenen om eens te bekijken wat de PO Deal voor uw kantoor kan betekenen. Ruim 600 klanten gingen u al voor. De voordelen op een rij:

- **Overzichtelijk** Een vaste prijs van € 2.095 voor de periode van 12 maanden
- **Compleet** Ruim 350 cursussen per jaar, volg er zoveel als u wilt binnen uw rechtsgebied
- **Praktisch** Cursuslocaties zijn goed bereikbaar en beginnen vaak na de spits
- **Interactie** Onze cursussen met topsprekers worden door klanten gewaardeerd met een 8+
- **Flexibel** Komt er wat tussen? Geboekte cursussen mogen kosteloos worden geannuleerd
- **Eenvoudig** Met uw online account boekt u gemakkelijk cursussen

Nieuwsgierig? [www.sdujuridischeopleidingen.nl](http://www.sdujuridischeopleidingen.nl)

**Sdu**

oprecht  
de beste  
keuze

een winkel. Je hebt keuzes gemaakt wat voor soort winkel het moet worden en samen met de architect heb je een nieuw ontwerp gemaakt. Nu is het tijd voor de aannemer om aan de slag te gaan. Uiteraard maak je daarvoor eerst een plan, een roadmap, want bouwen doe je fasegewijs. Eerst de buitenmuren en het dak. De binnenmuren en het schilderwerk komen pas daarna.

### ***Het is het totaal dat telt***

Als we onszelf zien als een marketingmachine dan gaat het bij 'bieden' om het zodanig inrichten van al je klantinteractiepunten, je processen, je organisatie, je software en je mensen dat je daarmee de beoogde optimale klantervaring zult realiseren. Klanten hebben ervaringen op elk klantinteractiepunt: je website, je telefoonservice, jouw bezoek aan hen, hun bezoek aan jouw kantoor, de ontvangst bij de receptie, de wachttijd in de ontvangstruimte, het gesprek, je correspondentie, het inloggen in je online klantenportaal, je factuur, je relatieonderhoud etc. Al deze ervaringen tellen ze bij elkaar op tot een totaalbeeld. De goede ervaring in het eerste telefonische contact kan teniet worden gedaan door een ongewenste wachttijd in de ontvangstkamer. Het positieve beeld uit het verleden kan afbrokkelen door te lang niks van je te laten horen.

Klanten ervaren alle details, maar voegen die in hun hoofd samen tot een totaalbeeld. En omdat klanten naar jou kijken vanuit een totaalbeeld, doe je er goed aan om dat zelf ook te doen. Dus hoe aardig je receptioniste ook is, dat compenseert niet dat je je klant langer laat wachten dan hij verwacht. Het gaat om het bewust orkestreren van de totale ervaring van het eerste contact tot aan de laatste factuur. Voor veel klanten is het afnemen van ju-

ridische diensten iets dat ze niet dagelijks doen. Het is een onbekend traject met vaak een onzekere uitkomst. Door vanuit de klant naar jezelf te kijken en alle contacten met de klant vanuit dit gezichtspunt te orkestreren zorg je voor een positieve en onderscheidende klantervaring.

## **4. *Betrekken: binnenhalen, bedienen en binden van de juiste klanten***

### ***Het begint bij vertrouwen***

Een van de moeilijkste aspecten van marketing in professionele dienstverlening is het ontastbare karakter van het product. Dit maakt dat het opbouwen van vertrouwen een essentiële stap is om nieuwe klanten binnen te halen. Een van de beste manieren om vertrouwen te wekken is het laten zien van recente successen, klantervaringen en testimonials. Denk ook aan heldere klantbeloften, transparantie en garanties, want ook die helpen klanten om de eerste stap over de drempel te zetten.

### ***Van tevreden klant naar loyale klant***

Het fundament van elke professionele dienstverlener wordt gevormd door duurzame klantrelaties. Als we denken vanuit klantrelaties dan is een tevreden klant niet genoeg. Dan willen we loyale klanten, die terug blijven komen en liefst ook nog onze ambassadeur zijn richting hun vrienden en bekenden. Om dat te realiseren zullen we de klant op een dieper niveau moeten raken, want relaties ontstaan niet vanzelf. Kijk maar om je heen in je eigen privéleven, bijvoorbeeld naar je vriendenlijst op Facebook. Veel 'relaties' zijn oppervlakkig en uitwisselbaar en maar een paar zijn werkelijk van diepe betekenis. Bij je zakelijke relaties geldt dit ook. Met hoeveel van je



Van Odijk Advocaten is succesvol en groeit. Daarom zoeken wij een:

# Advocaat-medewerker

## Het profiel

- Je bent communicatief vaardig en je werkt nauwkeurig;
- Je bent analytisch en vakinhoudelijk sterk;
- Je bent in staat om mee te denken met een ondernemer;
- Je bent ambitieus en een teamplayer met een afgeronde stage;
- Je hebt passie voor je vak en echte interesse in cliënten.

## Het aanbod

- Uitdagende brede ondernemingsrechtelijke praktijk;
- Een onafhankelijke en bloeiende praktijk met focus op het MKB;
- Uitstekende, inhoudelijke ontwikkelingsmogelijkheden zowel 'on the job' als door de mogelijkheid gespecialiseerde opleidingen (zoals Grotius) te volgen;
- Werken op een mooie locatie in Utrecht;
- Een kantoor met een collegiale en informele sfeer, waarbij de menselijke maat voorop staat.

Voor meer informatie of contact, kijk op onze website: [www.vanodijk.nl](http://www.vanodijk.nl)



# VAN ODIJK ADVOCATEN



## Corporate Law & Litigation

*Deeply rooted in St. Maarten so we can weather any storm*

Lexwell established on Sint Maarten in 1992. Ever since we are the trusted legal adviser for a variety of domestic and multinational companies, as well as government and regulatory organisations. We offer the full range of corporate and commercial legal services and we specialize in project development and project financing.

We also provide personal and tailored advice on divorce and family law, immigration matters and family business issues.

For more information please visit [www.lexwell.net](http://www.lexwell.net) or send us an email: [info@lexwell.net](mailto:info@lexwell.net)



Linkedin-contacten voel je een echte band? Welke leveranciersrelatie zou je echt niet kunnen missen? En hoe is dat voor jouw klanten? Zouden ze jou heel erg missen of ben je eenvoudig uitwisselbaar?

Klantloyaliteit, wat we ook wel customer engagement noemen, ontwikkelt zich meestal over een langere periode, waarbij het opbouwen en behouden van vertrouwen een basisvoorwaarde is. Ondanks dat vertrouwen een basis vormt, zorgt het op zich niet voor customer engagement. Daar is iets anders voor nodig en dat andere noem ik relationele relevantie. Relationele relevantie is datgene wat maakt dat klanten jou als zo bijzonder ervaren dat ze hun enthousiasme actief uitdragen naar anderen zonder daarvoor beloond te worden. Het is de uitdaging van elke onderneming om zich zo te organiseren dat ze relationeel relevant worden en blijven.

Naast de feitelijke service-ervaring is het daarom uiterst belangrijk om de relatie te onderhouden, zelfs als er geen lopende zaken zijn. Relatieonderhoud zal per definitie persoonlijk en relevant moet zijn. Hoe persoonlijker en hoe groter de emotionele component hoe dieper de relatie wordt ervaren. In de praktijk is het echter vaak lastig om met elke klant vaak en diepgaand mens-tot-mens contact te hebben. Tegenwoordig zetten we daar dan slimme klantrelatietools voor in, zoals gepersonaliseerde nieuwsbrieven en persoonlijke signaleringen. Hoe persoonlijker het contact hoe beter. Effectief relatiemanagement overstijgt dan ook de zakelijke communicatie en houdt rekening met persoonlijke voorkeuren van de individuele klantcontactpersoon. Dit maakt dat er een behoefte is aan een 360 graden klantbeeld op basis waarvan

de klantinteractie actief wordt aangestuurd. Bij een klein kantoor zit dit 360 graden klantbeeld in het hoofd of de agenda van de advocaat. En alle klantinteractie doet hij zelf, dus hij kan deze in elk contact heel relevant en persoonlijk maken. Bij een groter kantoor ligt hier een interessante uitdaging.

### **Waarom CRM geen software is**

Naarmate er meer mensen bij de relatie zijn betrokken en naarmate klanten via meer kanalen – website, telefoon, klantenportaal, nieuwsbrief, evenementen – contact hebben, wordt het onderhouden van de klantrelatie een complex geheel. Zodra het kantoor wat groter wordt is het daarom belangrijk om hiervoor andere oplossingen te realiseren zoals een adequaat CRM-systeem. Ik gebruik hier bewust het woord ‘CRM-systeem’ en niet ‘CRM software’, want CRM gaat over veel meer dan software. In veel organisaties is CRM-software niet meer dan een vergaarbak van veelal slecht bijgehouden en verouderde klantdata. Met veel moeite kan iemand die dat echt wil er iets in terugvinden. Dat is niet de juiste manier om naar CRM te kijken en mijn advies is om CRM als een integraal samenspel van werkwijze, mensen en software te zien. Het begint niet bij de software, maar bij de klant. CRM moet niet gaan over software maar over hoe je optimaal je klantrelaties beheert. Hier valt nog veel meer over te zeggen, maar laten we dat bewaren voor een ander artikel.

### **Klantgerichtheid is een reis, niet een bestemming**

We hebben gezien dat om een succesvolle marketingmachine te zijn je moet beginnen bij het begrijpen van wat je klanten willen en wat hun achterliggende drijfveren en motivaties zijn. Hoe beter je je klanten begrijpt, des te

beter je je doelgroepen kunt kiezen en voor hen waardevolle proposities en onderscheidende klantervaringen kunt ontwikkelen. Het inrichten van je organisatie daarop is vergelijkbaar met een verbouwing. Alle elementen – processen, mensen, systemen, organisatie, communicatie - moeten netjes in elkaar passen. Klanten ervaren tenslotte alleen het totaalbeeld.

Maar klantgerichtheid is een reis, niet een bestemming. Wat nu voor je werkt zal dat over 5 jaar niet meer doen. Klantbehoeften veranderen onder invloed van technologische

ontwikkelingen en hun ervaringen in andere sectoren. Concurrenten staan niet stil en het risico van disruptie door nieuwe aanbieders is groter dan ooit tevoren. Klantgericht worden is niet iets dat je even kunt doen en dan van je actielijst kunt schrappen. Het is iets dat je elke dag moet doen. Het beïnvloedt alle aspecten van je business en vraagt betrokkenheid van iedereen in je organisatie. Is dat te veel moeite? Dan kun je maar beter die unieke dienstverlener zijn waarvoor de klanten tot in lengte van jaren in de rij staan, want anders kan die rij straks weleens korter zijn dan je lief is.

*Ruud Verduin met een korte en heldere uitleg over onderscheidend vermogen, de verschillen in organisaties en waar op te letten.*





Mogen we ons even aan u voorstellen? De naam is Swier cs. Aangenaam. Swier cs is een zeer ervaren gerechtsdeurwaarderskantoor met landelijke dekking. Bij Swier cs hebben we een uitgesproken opvatting over ons vak. In onze samenwerking met u als advocaat, gaan we graag zo helder mogelijk te werk. Zodat u precies weet waar u met ons aan toe bent. Dat uitgangspunt, gekoppeld aan onze compacte omvang zorgt voor een hoogwaardige, en altijd persoonlijke dienstverlening. U kunt ons met een gerust hart uw losse opdrachten, de ondersteuning bij executie, of het hele executietraject toevertrouwen. Dat is weer een zorg minder. [www.swiercs.nl](http://www.swiercs.nl)

**swier cs**  
gerechtsdeurwaarders  
incassospecialisten





# Lage kosten en hoge betrokkenheid

Een interview met Sjoerd van der Velden, mede-eigenaar en oprichter van Bruggink & Van der Velden Advocaten & Belastingadviseurs

*In aanloop naar het seminar 'De zaak op orde' op 4 oktober 2018 publiceren wij interviews met de sprekers.*

## **Kunt u in een paar zinnen uzelf en uw organisatie beschrijven?**

Bruggink & Van der Velden Advocaten Belastingadviseurs BV (BvdV) is ongeveer 13 jaar geleden door Harm Bruggink en mij opgericht, omdat wij klaar waren met de traditionele advocatuur. Wij wilden zelf vrijheid om te ondernemen en met ondernemende advocaten en fiscalisten samenwerken. BvdV is gebouwd op dat fundament van ondernemerschap. Bij ons bestaat geen traditionele hiërarchie, maar juist veel vrijheid om eigen keuzes te maken. Geen urenfabriek die op winstmaximalisatie uit is. Iedereen bij ons heeft evenveel zeggenschap, alle informatie is voor iedereen beschikbaar en iedereen deelt mee in de winst.

Inmiddels ben ik ruim 20 jaar actief in de advocatuur. Ik begeleid ondernemers van start tot en met exit. Ik adviseer over de passende vennootschappelijke structuur, diverse commerciële contracten en begeleid fusie- en overnametrajecten. Ook houd ik mij bezig met aansprakelijkheidsrecht en vastgoedtransacties.

### **Wat is uw missie voor de komende jaren?**

Samen met onze ondernemende kantoorgenoten ervoor zorgen dat onze klanten, collega-ondernemers, kunnen blijven bouwen aan hun onderneming. Tevens zijn wij trots op onze officiële B Corp-certificering. Wij behoren zelfs wereldwijd tot de 10% best presterende B Corps op het gebied van 'workers'. B Corp is een van oorsprong Amerikaans wereldwijd netwerk van organisaties die bijdragen aan een duurzame en verantwoorde samenleving. Wij zijn het eerste advocaten- en belastingadvieskantoor met deze certificering in Nederland. Een 'unusual suspect'. Het certificaat gaat naar bedrijven met sociale en/of ecologische impact, die verantwoordelijkheid nemen, transparant zijn én bijdragen aan de economie van de toekomst. Voor verkrijging van het certificaat dient een pittig assessment te worden doorlopen. Wereldwijd zijn er inmiddels meer dan tweeduizend B Corps, verdeeld over meer dan dertig landen. Andere Nederlandse B Corp-bedrijven zijn onder meer Dopper, Triodos en Tony's Chocolonely. Wereldwijd is bijvoorbeeld ook Ben & Jerry's een B Corp.

Wij willen als dienstverlener graag een goed en concreet voorbeeld zijn voor onze cliënten en andere organisaties, en hen inspireren om ook impact te maken. Zo ondersteunen wij bijvoorbeeld ook Social Impact Factory

Utrecht, de landelijke hotspot voor social ondernemen aan het Vredenburg. Wij vinden onze maatschappelijke rol belangrijk en willen die verder uitbouwen.

### **Veel kantoren hanteren 'unique selling points' en 'unique value points', maar zijn daar eigenlijk niet echt onderscheidend mee. Wat doet u om uw eigen identiteit/uniciteit te borgen en te verhogen?**

BvdV is inmiddels een begrip. Binnen de advocatuur en voor ondernemers. Omdat wij dingen echt anders doen. Wij zijn een commercieel kantoor, een 'one-stop-shop' voor ondernemers, met alle disciplines onder één dak, maar anders georganiseerd. Wat ons anders maakt is het eigen ondernemerschap van onze advocaten en fiscalisten.

### **Hoe borgt u de kwaliteit van het kantoor?**

Ons kantoor is aantrekkelijk voor mensen die autonomie belangrijk vinden en willen meedondernemen. Mensen weten vaak prima wat goed is voor zichzelf, en voor het kantoor. Bij

*'Een vierdaagse werkweek is de norm'*

ons kun je eigen keuzes maken. Wij gaan uit van vertrouwen. Daarnaast werkt iedereen bij ons parttime. Een vierdaagse werkweek is de norm. Wij menen namelijk dat een goede balans tussen privé, werk en vrijheid leidt tot creativiteit. Het is geen lopendebandwerk en goede ideeën ontstaan op onverwachte momenten, als je het werk even hebt losgelaten of zelfs iets totaal anders aan het doen bent. Op de racefiets, in de kroeg of waar dan ook. Wij menen dat minder werken daarmee ook juist meer kan opleveren.

### **Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste verandering op het gebied van uw klantrelatie?**

Ongetwijfeld zal legaltech een steeds grotere rol gaan spelen. En wat voor bepaalde kantoren wellicht nu nog wat te duur is zal goedkoper worden. Goede digitale tools zijn natuurlijk belangrijk, maar veel belangrijker zijn de mensen. Goede, betrokken medewerkers. Sociale vaardigheden, persoonlijke benadering en creativiteit. Dat zal belangrijk blijven.

### **De marktdynamiek is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen, dit heeft impact op menig organisatie. Hoe voorziet u bij deze dynamiek in een bestendige groei?**

Er gebeurt van alles en er is sprake van relatieve onvoorspelbaarheid. De advocatuur blinkt niet uit in veranderingsbereidheid. De traditionele partnerstructuur zal daar ook debet aan zijn. Is moeilijk wendbaar. Partners c.q. aandeelhouders die geen plaats maken voor jonger talent met nieuwe ideeën en mogelijk ook weinig belang hebben bij verandering.

Wij zijn met ons model evenwel wendbaar en kunnen snel op ontwikkelingen inspelen. Wij hebben er vertrouwen in nieuwe uitdagingen aan te kunnen.

### **Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven en hoe houdt u 'de zaak op orde'?**

Ik denk dat het goed is om ook en misschien vooral naar andere branches te kijken. Vernieuwing komt vaak van buiten. Ik lees over hoe andere ondernemingen zijn georganiseerd, hoe zij ervoor zorgen dat medewerkers het beste uit zichzelf halen. Bijvoorbeeld

'Corporate Rebels ([www.corporate-rebels.com](http://www.corporate-rebels.com)) is interessant om te volgen.

Zij schrijven over inspirerende organisaties wereldwijd.

### **Klanten stellen steeds hogere eisen aan sector/branche- en vakkennis. Hoe ervaart u dit en hoe speelt u hierop in?**

Naast vakkennis wordt inderdaad ook andere kennis gevraagd. Het gaat niet alleen om vakinhoudelijke kennis, klanten moeten ook in ander opzicht vertrouwen in je hebben. Dat je oprechte interesse hebt in de klant en de business. Ons eigen ondernemerschap helpt daarbij.

### **Hoe ervaart u de druk van concurrentie?**

Intern is er geen concurrentie. Zo kan iedereen bij ons bijvoorbeeld aandeelhouder worden (als aan objectieve, financiële criteria is voldaan én de groep daarmee instemt) en is het aandeelhouderschap in tijd beperkt (tussen 10-13 jaar, waarna je als zogenoemde advocaat of counsel aan kantoor verbonden kan blijven), waardoor talent altijd kan doorstromen.

Natuurlijk is er externe concurrentie en die zal vast alleen maar toenemen. Ook door toetreders buiten de advocatuur. Echter kunnen een duidelijk profiel, een goede kwaliteit en juiste verhouding met de prijs en duidelijke keuzes ten aanzien van rechtsgebieden waarop je wel en niet actief bent, het kantoor toekomstbestendig maken.

### **Prijs(concurrentie) is voor langetermijn-groei vaak niet het beste instrument. Hoe ziet u dit en kijken jullie ook naar nieuwe business modellen?**



# Wie weet alles over bedrijfswaardering?



Bedrijfswaardering, iets waar een Register Valuator alles over weet.

Meer weten? Lees er alles over in het Van Waarde Magazine, een uitgave van het NIRV, Nederlands Instituut van Register Valuatoren.

Meld u kosteloos aan op onze website: [www.nirv.nl/nl/magazine](http://www.nirv.nl/nl/magazine) en blijf op de hoogte van alle ontwikkelingen die van invloed zijn op de waarde van uw onderneming!



## Juist... de Register Valuator!

**Aantjes Zevenberg**  
ADVOCATEN

**CASSATIE**  
IN CIVIELE ZAKEN

Mr. K. Aantjes  
[aantjes@ aantjeszevenberg.nl](mailto:aantjes@ aantjeszevenberg.nl)

Mr. F.I. van Dorsser  
[vandorsser@ aantjeszevenberg.nl](mailto:vandorsser@ aantjeszevenberg.nl)

070-3906260 | [www.aantjeszevenberg.nl](http://www.aantjeszevenberg.nl)

Praktijkgericht,  
heldere taal en docenten  
uit het werkveld

kom  
juridisch  
trainen

De docenten van Kom juridisch trainen staan voor u klaar om gerechtsdeurwaarders en medewerkers te trainen. Zowel via open inschrijving als incompany bieden wij cursussen aan.

Wilt u maatwerk en toetsing, laat het ons weten.

*Kom trainen!*

#### PE cursussen

20 september	Beslagvrije voet	Utrecht
27 september	Dagvaardingsformaliteiten	Deventer
4 oktober	Betekenen in het buitenland	Zwolle
10 oktober	De gerechtsdeurwaarder en de AWB	Utrecht
1 november	Beslagformaliteiten	Amsterdam

#### Cursussen medewerkers

17 september	Executenen	Utrecht
25 september	Erfrecht en geldvorderingen	Deventer
1 oktober	IPE 1	Utrecht
9 oktober	Beslagvrije voet	Utrecht
29 oktober	Dagvaarding en procedure	Amsterdam

*Met recht wijzer*

Kom juridisch trainen  
Spinner 6  
8456 HZ DE KNIPE

T: 06 22 90 20 18  
E: [info@kom-trainer.nl](mailto:info@kom-trainer.nl)  
W: [www.kom-trainer.nl](http://www.kom-trainer.nl)

Wij zijn door ons model relatief goedkoop. Wij hebben lage kosten omdat iedereen bij ons door de winstdelingsregeling daar belang bij heeft. Door die lage kosten kunnen wij lage tarieven rekenen. Wij willen echter zeker geen prijsvechter zijn. Dat leidt uiteindelijk tot niets.

Naast kwaliteit is voorspelbaarheid van kosten belangrijker voor de klant dan de laagste prijs. Een prognosesystematiek kan daarbij helpen. In de kern komt het er op neer dat bij aanvang aan de betrokken advocaat de rechtspositie wordt gevraagd en de oplossings-scenario's, welke resultaten worden beoogd (met een kwantificering van de onzekerheden), en welke investering hiermee gemoeid is. Na afstemming van de prognose gaat de advocaat aan het werk, na afloop van een taak kijkt de advocaat of het beoogde doel is bereikt. Indien nodig wordt de aanpak en prognose vervolgens in overleg met de klant aangepast. De klant kan zo accuraat en actueel kosten reserveren. De advocaat dient daarbij kritisch te kijken naar het rendement van de inspanningen. Collega's kunnen hierdoor elkaar ook meer gericht feedback geven.

### **Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten? Maakt u dit kenbaar en zo ja, hoe doet u dat?**

Wij vragen vanzelfsprekend regelmatig aan klanten hoe zij onze dienstverlening hebben ervaren. In verband met die zojuist genoemde prognosesystematiek is er ook veel contact met de klant en ontstaat er ook snel een duidelijk beeld.

### **Inzet op vernieuwing is noodzakelijk maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenpost. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?**

Bij ons worden dingen opgepakt zodra dat door iemand nodig wordt gevonden. Er is ook vrijheid en tijd om te onderzoeken en experimenteren. Een paar kantoorgenoten zijn bijvoorbeeld bezig geweest met 'big data' software om meer inzicht te krijgen. Bijvoorbeeld om betere kosteninschattingen te kunnen maken. De software bleek voor ons nog niet goed toepasbaar, maar dit zijn interessante ontwikkelingen. Sinds kort zijn we bijvoorbeeld betrokken bij een platform voor medewerkersparticipatie waarbij blockchain techniek wordt gebruikt. Dit is een mooie, praktische toepassing van die techniek. Ik ben benieuwd waartoe het uiteindelijk zal leiden. We blijven kijken naar mogelijkheden.

### **Welke marketing- en business development activiteiten vindt u het meest effectief om nieuwe klanten mee te werven en/of bestaande klanten te behouden?**

Kennisdeling door presentaties, workshops en 'legal content marketing' kan goed werken, mits de kwaliteit goed is en het op basis is van de informatiebehoefte van de klant.

### **Advocaat en ondernemerschap, hoe ziet u dit?**

Wij vinden het belangrijk dat iedereen bij ons op kantoor de vrijheid heeft om te ondernemen. Binnen kantoor en eventueel ook daarbuiten. De parttime werkweek helpt daar ook bij. De 'ondernemende medewerker' klinkt echter innerlijk tegenstrijdig. Een echte ondernemer profiteert immers van winst maar loopt, anders dan de medewerker, ook grotere risico's. Bij ons onderneemt iedereen daadwerkelijk mee, met bijbehorende zeggenschap, transparantie, lusten én lasten. Dat is goed voor ons en voor onze klanten. Het is goed voor ons omdat iedereen meedenkt,



waarvan iedereen bij het kantoor profijt heeft, en het is goed voor onze cliënten omdat wij ook uit eigen ervaring begrijpen wat ondernemerschap inhoudt.

### Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?

Mijn dag is geslaagd als ik mij nuttig heb kunnen maken, als het betekenis heeft.

Sommigen beschouwen 'purpose' als modieuze onzin, maar ik denk dat het ook belangrijk is voor de aantrekkingskracht van een organisatie en bijdraagt aan het resultaat. Betekenisvol werk maakt mensen namelijk bevlogen, betrokken. Dat is goed voor de onderneming, iedereen die daarbij hoort en de klanten.

## Oproep voor nieuwe onderzoeken

Jaarlijks voeren gevestigde en jonge onderzoekers in opdracht en onder begeleiding van het programma Handhaving en Gedrag onderzoeken uit over de naleving van wet- en regelgeving. Wilt u dit ook?



Het programma stuurt binnenkort een oproep uit voor nieuwe onderzoeken. Wilt u deze ontvangen? Stuur dan een mail naar [call2018@hetccv.nl](mailto:call2018@hetccv.nl).

### Procedure

Wordt uw onderzoeksvoorstel geselecteerd, dan pitcht u uw onderzoeksvoorstel tijdens het congres Handhaving en Gedrag op donderdag 1 november. Daar kunt u uw ideeën ook toetsen aan de praktijk. De onderzoekers met de vier meest relevante onderzoeksvorstellen kunnen hun onderzoek uitvoeren en publiceren bij uitgeverij BOOM. De bijdrage per onderzoek bedraagt maximaal 50.000 euro.

Meer info: [hetccv.nl/onderwerpen/naleving-toezicht-en-handhaving/gedragsonderzoek/](http://hetccv.nl/onderwerpen/naleving-toezicht-en-handhaving/gedragsonderzoek/) en [congrshandhavingengedrag.nl](http://congrshandhavingengedrag.nl)

## Wint uw project de innovatieprijs Handhaving en Toezicht 2018?

Werkt u aan een bijzonder project dat gericht is op een gezonde, veilige en rechtvaardige samenleving of een beter milieu? Een project dat vernieuwend is en landelijke aandacht verdient? Meld dit project dan vóór 15 juli aan op [verkiezingenhandhavingtoezicht.nl](http://verkiezingenhandhavingtoezicht.nl).

Het beste project wint de innovatieprijs van 2018 en wordt flink in het zonnetje gezet. Projecten uit alle domeinen waar handhaving en toezicht een rol spelen, maken kans. Zoals openbare ruimte, milieu en welzijn, onderwijs, energie, telecom, vervoer, werk en inkomen, voeding, zorg en financiën.

De verkiezingen Handhaving en Toezicht zijn bedoeld om innovatie in het toezichts- en handhavingsvak te stimuleren.

De verkiezingen zijn een initiatief van



Samenwerkende Rijksinspecties



CIVIELE CASSATIE, PROCESBEGELEIDING OF PREJUDICIËLE VRAAG BIJ DE HOGE RAAD?

## Alt Kam Boer advocaten

Zie onze website [www.altkamboer.com](http://www.altkamboer.com) voor een track record over de afgelopen 18 jaar. Vaste prijsafspraken mogelijk.

Info: mr H.J.W. Alt  
PB 82228, 2508 EE Den Haag | T: 070 - 358 94 79 | F: 070 358 51 97 | E: [alt@altkamboer.com](mailto:alt@altkamboer.com)







*De Hoge Raad der Nederlanden is de hoogste rechter op het gebied van civiel recht, strafrecht en belastingrecht. De Hoge Raad is geen derde instantie maar cassatierechter. Dat betekent dat de Hoge Raad beoordeelt of de feitenrechter het recht goed heeft uitgelegd en toegepast. Als cassatierechter beantwoordt de Hoge Raad rechtsvragen en draagt zo bij aan de ontwikkeling van het recht en de rechtsbescherming. Ook zorgt de Hoge Raad voor rechtseenheid. Zo vervult de Hoge Raad een belangrijke maatschappelijke taak. Om dat zo goed mogelijk te doen, stelt de Hoge Raad zich dienstbaar aan de samenleving op. Aan de Hoge Raad is het parket verbonden. Het parket is onafhankelijk en geeft onder leiding van de procureur-generaal rechtsgeleerde adviezen aan de Hoge Raad.*

# Wetenschappelijk medewerkers

**sectie civiel** v/m 32-36 uur per week

## Functie-inhoud

Het betreft een hoogwaardige juridische functie. U verleent bijstand bij het opstellen door de advocaat-generaal van conclusies ten behoeve van de civiele kamer van de Hoge Raad, door onder meer het verzamelen van wetenschappelijke documentatie, het verrichten van literatuur-, jurisprudentie-, wetsgeschiedenis- en dossieronderzoek en het schrijven van concepten voor conclusies. U bespreekt de door u opgestelde stukken met de advocaat-generaal voor wie u werkt.

## Functie-eisen

U heeft rechten gestudeerd (master/doctoraal) aan een Nederlandse universiteit en beschikt over een grondige kennis van en inzicht in het burgerlijk recht. Publicaties, bij voorkeur op het gebied van civiel recht, strekken tot aanbeveling. Juridische ervaring na de studie is vereist. De Hoge Raad is geïnteresseerd in sollicitanten met een algemene, brede ervaring, maar ook in meer gespecialiseerde juristen.

## Bijzonderheden

Het betreft een functie voor een periode van 5 à 6 jaar. Daarna wordt u geacht uw loopbaan elders voort te zetten. Leden van het wetenschappelijk bureau gingen over naar de rechterlijke macht, universiteiten, departementen, advocatuur of bedrijfsleven.

Er is binnen het wetenschappelijk bureau voldoende gelegenheid om cursussen te volgen.

## Salaris

Salariëring vindt plaats aan de hand van het Bezoldigingsbesluit Burgerlijke Rijksambtenaren 1984. Afhankelijk van het aantal jaar werkervaring, kennis en opleiding zal inschaling plaatsvinden in schaal 11 met een maximumsalaris van

€ 4.809,66 bruto per maand bij een volledige werkweek, exclusief 8% vakantiegeld en eindejaarsuitkering. Bij 6 jaar relevante juridische werkervaring (waarvan ten minste één jaar bij de Hoge Raad) en bij goed functioneren kan een bevordering als ambtenaar naar schaal 12 met een maximum salaris van € 5.450,88 bruto per maand of een benoeming tot gerechtsauditeur met een overgang naar salariscategorie 11 rechterlijke macht (= ± ambtelijke schaal 12) volgen. Tevens biedt de Hoge Raad der Nederlanden goede secundaire arbeidsvoorwaarden zoals betaald ouderschapsverlof, vervoersplan en de mogelijkheid om een deel van uw arbeidsvoorwaarden zelf samen te stellen (IKAP).

## Informatie

Inlichtingen kunnen worden ingewonnen bij mevrouw J.E. (Josien) van der Werff, tel. 070-3611107, mevrouw M. (Marleen) Holthuis, tel. 070-3611430 (wetenschappelijk medewerkers bij de sectie civiel) en bij mevrouw L.C. Willemse, tel. 070 – 3611393 (medewerker P&O). Voor informatie over de Hoge Raad, het parket en het wetenschappelijk bureau kunt u ook terecht op de website [www.hogeraad.nl](http://www.hogeraad.nl).

## Sollicitatie

Belangstellenden kunnen hun schriftelijke sollicitaties inclusief C.V. en cijferlijst onder vermelding van sectie civiel, tot en met 10 september 2018 sturen naar de Hoge Raad der Nederlanden, t.a.v. stafunit P&O, Postbus 20303, 2500 EH Den Haag. U kunt uw sollicitatiebrief inclusief curriculum vitae en cijferlijst ook digitaal versturen naar [vacature@hogeraad.nl](mailto:vacature@hogeraad.nl). De sollicitatiegesprekken zullen in beginsel plaatsvinden op 17 en 18 september 2018.

Acquisitie n.a.v. deze advertentie wordt niet op prijs gesteld.

50% Law firms use network equipment with critical vulnerabilities

90% Law firms do not have incident response procedures

# Eerste Global Legal Forum

## Conferentie enthousiast ontvangen

Een verslag van het Global Legal Forum door Marjan Hermkes, partner adviesbureau L-IME

Het Global Legal Forum is opgericht door Law Pundits, aanbieder van opleidingen en tevens evenementenorganisator, met steun van de gemeente Den Haag en The Hague Convention Bureau.

Het [Global Legal Forum](#) is een wereldwijd platform dat overheden, onderwijs, de rechterlijke macht, advocatenkantoren, general counsel en legaltech bedrijven bij elkaar

brengt om samen te werken aan uiteenlopende thema's, die een impact hebben op het bedrijfsleven, de maatschappij en de juridische wereld.

Op 23 en 24 augustus 2018 vond in het Vredespaleis in Den Haag de eerste conferentie plaats met als thema:

- Legal Technology
- Blockchain
- AI – Changing dynamics in law

Wat een prachtige locatie om een podium te bieden aan een internationaal gezelschap van sprekers, die ieder vanuit een ander blikveld kijken naar de impact van legaltech op het juridische domein. Een vlammend betoog over regelgeving en ethische kwesties. Over de noodzaak van samenwerking tussen technische en juridische professionals en over gelijke toegang tot het recht, voor iedereen.

### **Technologie is prachtig maar heeft sturing nodig**

De aftrap door Lokke Moerel, Senior Of Counsel bij het Amerikaanse advocatenkantoor Morrison & Foerster, Professor Global ICT Law aan de Universiteit Tilburg en lid van de [Cyber Security Council](#) zette de toon voor het congres. Technologie is prachtig maar heeft wel sturing nodig. Bij het gebruik van data moeten we ons houden aan de fundamentele ethische principes: non-instrumentalisering, gelijkheid, non-discriminatie en toestemming. En als het gaat om artificial intelligence (AI) geldt bovenal dat de mens centraal moet staan (geen vooroordeel), er moet menselijke controle moet zijn (geen black box) en er moet altijd een menselijke verantwoording zijn (dus geen vinger wijzen naar het algoritme). De zaal is het er roerend mee eens.

### **Juridische sector mag meer oog hebben voor innovatie**

In de paneldiscussie die volgde 'Should there be Regulation on the Use of Tech and Code in Law?' stelde Maurits Westerik, IP- & IT-advocaat bij Bird & Bird, dat wetgeving achterloopt op technologische ontwikkelingen en dat de juridische sector meer oog mag hebben voor innovatie maar geen risico's durft te nemen. Panellid Sophia Adams Bhatti, Director of Legal and Regulatory Policy - Law Society of

England and Wales, pleitte voor een samenwerking tussen advocatenkantoren die willen innoveren en geeft aan dat dit in de UK al gebeurt. Co-creatie initiatieven zijn in Nederland ook niet meer zo vreemd. Denk aan KEI, digitaal procederen en de vorming van Silex.

### **Techneuten en advocaten hebben meer met elkaar gemeen dan gedacht**

Westerik, een van de weinige advocaten die overigens zelf ook programmeert, stelde in zijn inspirerende toespraak 'Lawyers and Coding: Myths and Reality' dat technische professionals en juridische professionals meer met elkaar gemeen hebben dan over het algemeen wordt gedacht. Uiteindelijk draait het in beide vakgebieden in de kern namelijk om regels en dus om code. Ik ben er even stil van en moet het tot me door laten dringen. En terwijl ik erover nadenk, vraag ik me af wat dan zo belemmerend werkt tussen deze professionals. Is het de eigenzinnigheid die zowel advocaten als techneuten kenmerkt? Of is het de communicatie? Want ja, ze werken beiden met code, maar ik heb toch meer dan eens het idee gehad dat ieder in zijn eigen wereld leeft en elkaar maar moeilijk begrijpt, omdat ze een andere taal spreken.

### **Samenwerken in multidisciplinaire teams**

Ik merkte dat ik uit mijn stoel opveerde toen Jaap van den Herik, Professor of Computer Science and Law aan de Universiteit Leiden, vanuit het publiek aanhaakte op het thema samenwerking en opperde dat er meer samengewerkt moet gaan worden in multidisciplinaire teams. Zeker nu er vanuit de overheid meer aandacht lijkt te komen voor de onderbelichting van technologische mogelijkheden in rechtenstudies en er in het onderwijs initiatieven worden gestart om studenten wegwijs te maken in



# WAT IS UW VISIE OP DE TOEKOMST VAN DE ADVOCATUUR?



Michael Swier

"Het is belangrijk dat een gerechtsdeurwaarder de advocaat ontzorgt. Wanneer de advocaat de inhoud beschikbaar heeft, neemt de gerechtsdeurwaarder zijn verantwoordelijkheid. Hij ziet het stuk na op formaliteiten en brengt het tijdig uit op iedere denkbare locatie in Nederland.

Als er een beslag gelegd moet worden of een vonnis ten uitvoer moet worden gelegd, gebeurt dit zorgvuldig en wordt dit direct aan de advocaat teruggekoppeld. Dit geeft de advocaat de rust en alle ruimte om zijn aandacht te richten op zijn eigen vakgebied."

[www.swiercs.nl](http://www.swiercs.nl)

**swier cs**  
gerechtsdeurwaarders  
inrosspecialisten



Anton-Pieter van Logtestijn

"Nu kennis toegankelijker wordt en tijd beperkter, is het zaak juist af en toe stil te staan: waar voeg ik waarde toe en hoe blijf ik relevant.

Door vragen te stellen, je te verplaatsen in de positie van de bestuurder, kun je tijd en kennis met elkaar verbinden. De uitkomst is verrassend, voor jurist én cliënt."

[www.symbius.nl](http://www.symbius.nl)

**S**  
SYMBIUS  
the first legal solutions



Bert Hokken

"Advocaten kunnen zich steeds minder verschuilen achter hun exclusieve label, reputatie of opleiding. Nieuwkomers uit uithoeken van de markt weten klanten beter te bedienen en de jurist wordt steeds minder schaars. Legal Tech zal de advocatuur in de komende jaren in rap tempo verder veranderen.

Inzicht, daadkracht én de juiste man- en vrouwkracht zijn essentieel om het kantoor klaar te stomen voor de nieuwe realiteit. Hoe gaat u er voor zorgen dat u niet tot die kantoren behoort die ten onder gaan? Een forse uitdaging, die vraagt om visie, de juiste mensen en het lef om innovatief te ondernemen."

[www.terrasearch.nl](http://www.terrasearch.nl)

**TEARRA**  
management search



Katelijne  
van Barneveld-Peters

"Specialist versus generalist: beiden vervullen een belangrijke rol binnen de advocatuur. Vakinhoudelijke specialisatie is nodig om de advocatuur naar het hoogst haalbare niveau te tillen.

Een generalist heeft alleen toekomst in samenwerking met een specialist, niet als solist. In die samenwerking wordt 'generalisme' een onmisbaar specialisme."

[www.vean.nl](http://www.vean.nl)



Gerard Tanja

"De ideale kantooromvang van een advocatenkantoor bestaat niet, maar kan wel goed vastgesteld worden.

Kantooromvang is afhankelijk van een aantal factoren en wordt met name bepaald door het marktsegment waarin een kantoor/de partners werkzaam (willen) zijn, de "kernwerkzaamheden" van het kantoor en het type klanten dat men wil bedienen. Deze combinatie bepaalt het onderliggende bedrijfsmodel, ideale omvang en uiteindelijk winstgevendheid.

Toenemende rivaliteit vereist een nauwkeurige analyse."

[www.venturisconsulting.com](http://www.venturisconsulting.com)

**VENTURIS**  
CONSULTING GROUP  
Law firm management strategy



Peter Goes

"Wat telt bij klantenbinding en kantoorverrijking is dat wij de klanten en hun markten door en door kennen. Dan is een half woord genoeg. Duidelijke adviezen in bondige zinnen. Juridisch jargon is overbodig.

Kennis van de markt van klanten maakt het werk voor onze stagiaires en medewerkers ook veel relevanter."

[www.windtlegal.com](http://www.windtlegal.com)

**Windt Le Grand Leeuwenburgh**  
ADVOCATEN

legaltech. Dat zijn ontwikkelingen waar ik blij van word. Samenwerken loont!

### **Nederland zet flink in op legaltech**

Het blijkt overigens dat we het in Nederland zo slecht nog niet doen. Neem bijvoorbeeld de [Legal Tech Alliantie](#), waarin alle HBO-Rechten opleidingen samenwerken en de verschillende hogescholen vrijelijk hun onderwijsmateriaal delen. Ook Katja van Kranenburg, partner bij CMS en Hoofd Human Capital Agenda bij de [Dutch Blockchain Coalition](#), geeft tijdens de paneldiscussie 'Integrating Legal Technology in Legal Academics: Law School Perspective' aan dat zij geregeld doceert over legaltech, en met haar steeds meer collega's, die doordrongen zijn van het besef dat legaltech een impact gaat hebben op hun professie.

### **Legaltech Start-ups**

En dat legaltech een impact heeft, liet Raymond Blijd van [Legal Pioneer](#) zien. Onder de naam LegalComplex visualiseert Blijd het aantal legaltech start-ups wereldwijd, hoeveel financiering is verkregen en in welke tijdsperiode. De getallen liegen er niet om en geven een aardig inzicht. Volgens Tyler Todd, advocaat en COO van het Amerikaanse 1LAW, kent legaltech een geschatte marktwaarde van \$18 miljard.

### **Bewustwording komt op gang**

De juridische branche ziet langzaam maar zeker steeds meer van de mogelijkheden van legaltech en de uitdagingen die digitalisering met zich meebrengt. Technologie kan beslist bijdragen aan het toegankelijker maken van het recht met als ultiem doel: gelijke toegang tot het recht voor iedereen.

De schaduwkant van digitalisering, die werd toegelicht door Alexander Pisemskiy van de

[CSI Group](#) in de sessie 'Cyber Security Threats in Law: Unforeseen Challenges', zorgde voor wat bezorgdheid in de zaal. Uit onderzoek blijkt namelijk dat advocatenkantoren slecht beschermd zijn tegen online bedreigingen en zich hiervan niet voldoende bewust zijn. Hier ligt een duidelijke taak om op te pakken, waarbij wederom uiteraard onderwijs een belangrijke rol speelt.

### **Wat gebeurt er binnen nu en 5 jaar?**

De tweedaagse conferentie sloot af met een drietal paneldiscussies 'Embracing Technology: Action Plan for In-House Counsels, Action Plan for Law Firms and Action Plan for Government'. Bij deze discussies stond de vraag centraal wat er binnen nu en 5 jaar gebeurt. Sandra van Heukelom, staats- en bestuursrechtadvocaat en hoofd van het [team digitale transformatie](#) bij Pels Rijcken en voorzitter van de stuurgroep van de Dutch Blockchain Coalition, ziet interessante bewegingen rondom de regie op gegevens en de ontwikkeling van een self-sovereign identity. Westerik ziet een verandering in de manier waarop zaken worden gemanaged en zou graag gebruik maken van een echt gebruikersvriendelijke tool voor Legal Project Management (LPM). En van Kranenburg ziet, net zoals het Amerikaanse panellid Todd, binnen nu en 5 jaar de opkomst van 3D-scanning technologie.

Hoe het daadwerkelijk gaat zijn, zal de tijd ons leren. Ik, hoorde dat iedereen erg tevreden was en ik heb genoten van de interessante gesprekken met bezoekers uit Dubai, Duitsland, Engeland, India, Rusland, Verenigde Staten, Zwitserland en natuurlijk uit eigen land. En ik zie uit naar het vervolg op deze conferentie volgend jaar.



Cloud

USB

Images

Mail

Copy

Files

Finance

## Bewijsbeslag leggen op documenten, boekhouding, social media of e-mail?

### Digitaal Bewijsbeslag

De wereld digitaliseert steeds verder. Servers 'in the cloud', smartphones, social media, office 365 en encryptie, het zijn zomaar wat kreten waar u in de bewijsbeslagpraktijk mee te maken krijgt. Waar voorheen ordners in beslag werden genomen, moet nu eerst toegang tot een PC of server worden verkregen en data worden ontsloten.

Sinds de invoering van de Handhavingsrichtlijn betreffende intellectuele-eigendomsrechten in 2007 is DigiJuris als IT-specialist actief de partij die deurwaarders helpt bij het leggen van bewijsbeslag. En zeker als dit geen dagelijkse kost is, is een ervaren IT-partner wenselijk.

### Bewaring

In het verlengde van de beslagpraktijk treedt DigiJuris op als gerechtelijk bewaarder van in beslag genomen data. Data wordt in een beveiligde omgeving op de juiste wijze bewaard. Hierdoor blijft de leesbaarheid van data gewaarborgd.

### Daarom DigiJuris:

- Jarenlange ervaring
- Uitsluitend gericht op digitaal beslag
- Dubbelzijdig scannen van grote hoeveelheden papieren informatie
- Ter plaatse 'duiden' van relevante documenten
- Goede technische- en procesmatige ondersteuning
- De juiste (digitale) input voor een goed proces verbaal







# Transparantie

## Te starten bij procedures

Door Johan Koggink, directeur bij Van Benthem & Keulen advocaten & notariaat

Bedrijfsjuristen stellen terecht steeds meer eisen aan de kwaliteit van hun juridische dienstverleners. De vraag is dan: wat is kwaliteit?

In gesprekken met vele bedrijfsjuristen proberen wij deze vraag stelselmatig te onderzoeken. De elementen, die dan door bedrijfsjuristen worden genoemd, zijn onder meer pragmatisch en oplossingsgericht adviseren, kennis van de business context/sector, een goede prijs-kwaliteitsverhouding en transparantie. In dit artikel zullen wij specifiek ingaan op het element transparantie.

## De roep om transparantie

In het algemeen zien wij dat transparantie vanaf de start van de financiële crisis in 2008 een belangrijk onderwerp is geworden. Dat is niet verbazingwekkend, omdat de financiële crisis in feite ook een vertrouwenscrisis was. Kan ik bijvoorbeeld banken, verzekeraars, accountants nog wel vertrouwen? Dienstverleners moesten het geschonden vertrouwen herwinnen en de roep om transparantie nam sterk toe.

### *‘De financiële black box bij procedures’*

De wens van transparantie geldt ook voor de advocatuur. Bedrijfsjuristen verwachten transparantie over het te verwachten resultaat, de stappen die worden genomen, de onderlinge werkverdeling, de wijze van communiceren en last but not least: de kosten. Het komt toch helaas nog vrij regelmatig voor dat cliënten in de advocatuur verrast worden door een factuur. Deze factuur wijkt dan substantieel af van de verwachtingen die de cliënt bij de start van de zaak had.

Dit onbestemde gevoel over de financiële ‘black box’ speelt versterkt bij procedures. Moet ik als cliënt nu wel of niet een civiele procedure starten? Weegt het financieel belang wel op tegen de advocaatkosten? Kan ik niet beter schikken?

Als ergens in een situatie behoefte is aan transparantie vooraf, dan is het wel bij civiele procedures. Van Benthem & Keulen kan dat bieden met de door haar ontwikkelde Litiga-

tion Valuator, een digitale tool die past in onze filosofie over legaltech en een concrete invulling geeft aan het element ‘prijzekerheid’ binnen ons serviceconcept [vanDienst](#).

## De meerwaarde van de Litigation Valuator

In onze visie heeft legaltech alleen zin als het zich vertaalt in concrete meerwaarde voor de cliënt. Hoe realiseert de Litigation Valuator deze meerwaarde voor de bedrijfsjurist?

De werking van deze legaltech-applicatie komt, kort gezegd, op het volgende neer. Nadat de behandelend advocaat het dossier heeft bestudeerd (en eventueel een ‘pre-litigation advice’ heeft gegeven) vult hij de Litigation Valuator in. Hij wordt daarbij gedwongen om, via een slim systeem van beslisbomen, alle in theorie mogelijke processtappen te doorlopen en daarbij, in dialoog met de cliënt, een inschatting (aan de hand van een in te vullen percentage tussen 0 en 100) te geven van de kans dat een bepaalde processtap zich verwezenlijkt. Dat kanspercentage wordt vervolgens vermenigvuldigd met het aantal uren dat met de betreffende processtap gemoeid gaat en die uitkomst wordt weer vermenigvuldigd met het afgesproken uurtarief.

Om dit concreet te maken: stel dat de behandelend advocaat bij het bestuderen van het dossier constateert dat er een grote kans is dat de bevoegdheid van de rechtbank zal worden betwist (bijvoorbeeld omdat er sprake is van een ‘battle of forms’ en de verschillende algemene voorwaarden verwijzen naar verschillende wijzen van geschillenbeslechting). Hij vult dan bijvoorbeeld een kans van 80% in. Die kans wordt vermenigvuldigd met het aantal uren dat de advocaat bezig zal zijn

met het “verwerken” van dit incident. Doordat wij inmiddels al enige tijd met de Litigation Valuator werken, is een database opgebouwd (die uiteraard in de loop der tijd steeds verfijnder en gedetailleerder wordt) waarin aan de hand van eerder ingevulde Litigation Valuator is opgeslagen hoelang een advocaat bij een procedure, als die welke aan de orde is, gemiddeld gezien bezig is met de betreffende processtap (in ons voorbeeld dus: het bestuderen van de incidentele eis, het opstellen van de conclusie van antwoord in het incident en het bestuderen van het incidentele vonnis, eventueel overleg met de cliënt en het bestuderen van het incidentele vonnis). ‘Big data’ dus. Stel dat de advocaat daar in het totaal 10 uur mee bezig zou zijn. Omdat de kans op het incident is ingeschat op 80%, wordt 8 uur gealloceerd bij de cliënt (indien deze een vaste prijs of een ‘capped fee’ zou

wensen) en is 2 uur gealloceerd voor het risico van Van Benthem & Keulen. Immers, als een vaste prijs of een ‘capped fee’ wordt overeengekomen en het risico verwezenlijkt zich, dan is de betreffende advocaat 10 uur met het incident bezig, maar krijgt hij slechts voor 8 uur betaald. Daarmee maakt de Litigation Valuator dus inzichtelijk welk risico Van Benthem & Keulen bereid is voor eigen rekening te nemen.

### Procedurele transparantie

Hiermee zorgt de Litigation Valuator niet alleen voor financiële transparantie maar ook voor procedurele transparantie. De cliënt ontvangt een uitdraai waarop (ook in grafische vorm) de risico-inschatting te zien is en het aantal aan een betreffende processtap maximaal te besteden uren. Daardoor weet de cliënt niet alleen financieel waar hij aan toe is,

Gert Jan Boeve

**VAN BENTHEM & KEULEN**  
ADVOCATEN & NOTARIAAT

Litigation Valuator

**Nieuwe berekening maken**

**Bestaande berekening bekijken / vergelijken**

**Nieuwe versie van bestaande berekening maken**

**Gemiddelden**

Eiser 
Gedaagde

**Maak nieuwe berekening**



*“Dus Credit Navigator ondersteunt het hele proces, van facturatie tot en met schuldbewaking?”*

*“Jazeker, geen probleem!”*

## Haal het maximale rendement uit Credit Navigator!

Met **Credit Navigator** is heel veel mogelijk. Het is niet voor niets onder gerechtsdeurwaarders de meest gebruikte software. Onderzoek wijst uit dat veel gebruikers slechts een gedeelte van de functionaliteit benutten. Dat kan beter. Bredere inzetbaarheid, meer efficiency en een hoger rendement zijn haalbaar. Vrij eenvoudig zelfs. Vraag het onze business consultants. Zij kennen alle ins en outs van Credit Navigator en weten exact waar de gerechtsdeurwaardersmarkt in deze tijd om vraagt, waar kleine en grote organisaties behoefte aan hebben. Zo bieden zij u advies op maat. Advies waarmee u direct aan de slag kunt en snel profijt van heeft.

Wilt u ook maximaal rendement uit Credit Navigator? Wacht niet langer. Bel vandaag nog 030 608 44 22 of ga naar [www.eurosystems.nl](http://www.eurosystems.nl)



Dossiernummer  
076/060207  
versie 1 (23/04/2013)

Categorie  
Non-conformiteit

Te alloceren uren

🕒 36,53

€ 9.132,50



Waarvan zekere tijdsbesteding 24,60

Waarvan onzekere tijdsbesteding (risico cliënt) 11,93

Niet te alloceren tijdsbesteding (risico VBK) 34,67

<b>Eiser</b>	Eiser incident	Gedaagde incident	Conservatoir beslag	Totaal	Download begroting
--------------	----------------	-------------------	---------------------	--------	--------------------

Vorbereiden dossier	>	% ⓘ	100 %	🕒	1.50	🕒	250,00	€	375,00	🗨️
Vorbereiden met cliënt	>	%	100 %	🕒	2.20	🕒	250,00	€	550,00	🗨️
Communicatie	>	% ⓘ	%	🕒		🕒		€		🗨️
Overige rolhandelingen	>	%	100 %	🕒	0.40	🕒	250,00	€	100,00	🗨️
Dagvaarding	⏴	% ⓘ	91 %	🕒	9,38	🕒	250,00	€	2.340,00	🗨️

Opstellen dagvaarding	Verwachte tijdsbesteding	<input type="text" value="7,50"/>	Te alloceren zekere tijdsbesteding	7,50
Bespreken dagvaarding met cliënt	% kans op activiteit	<input type="text" value="100"/>		
Wijzigingen n.a.v. cliëntoverleg	Uurtarief activiteit	<input type="text" value="2017: € 250"/>		
Correspondentie deurwaarder	<b>Kosten activiteit</b>	<b>€ 1.875</b>		
Aanbrengen zaak (rolhandeling)				

Akte overlegging producties	>	% ⓘ	38 %	🕒	0,38	🕒	250,00	€	95,00	🗨️
Conclusie van antwoord	>	% ⓘ	100 %	🕒	2.20	🕒	250,00	€	550,00	🗨️
Conclusie van antwoord in reconventie	>	% ⓘ	%	🕒		🕒		€		🗨️
Comparitie van partijen	>	% ⓘ	78 %	🕒	6,68	🕒	250,00	€	1.670,00	🗨️

maar ook procedureel omdat inzichtelijk wordt welke procedurele risico's hem te wachten staan en hoe groot de kans is dat die zich voordoen.

Die risico's moet de advocaat natuurlijk wel kunnen uitleggen en dat leidt in de praktijk vaak tot een zinvolle discussie met de cliënt en een strategische aanpak van de procedure, plus een goede afstemming van de wederzijdse verwachtingen. Indien de inschatting bijvoorbeeld is dat er kans is op een grote bewijsopdracht en daarmee een enquête, contra-enquête, conclusie na enquête enzovoort, dan is ook meteen duidelijk dat het niet alleen zinvol is om extra aandacht te besteden aan de bewijspositie, maar kan ook de vraag rijzen of het bijvoorbeeld niet verstandiger is om een eventuele procedure in te leiden met een voorlopig getuigenverhoor. Dit alles natuurlijk in overleg met de cliënt en dat leidt er niet alleen toe dat de procedure op een zo strategisch mogelijke wijze wordt 'ingestoken' maar uiteindelijk kan ook op kosten worden bespaard.

In het zojuist gegeven voorbeeld zal, nadat de voorlopige getuigenverhooren zijn afgerond, vaak al wel duidelijk zijn welke kant de procedure op gaat en ligt een schikking waarschijnlijk meer voor de hand dan het volledig uitprocederen van de zaak.

### **De volgende stap in legaltech**

Met de Litigation Valuator heeft Van Benthem & Keulen een unieke legaltech applicatie ontwikkeld die de bedrijfsjurist en de CFO niet alleen op voorhand financiële zekerheid biedt over wat de procedure maximaal gaat kosten, maar daarnaast ook volledige transparantie geeft in de processtappen en de kans dat

deze zich verwezenlijken. Daarnaast geeft de applicatie aan welk financieel risico wij voor onze rekening nemen indien besloten wordt om te gaan procederen.

Dat het hier gaat om een unieke ontwikkeling, is inmiddels ook in de markt onderkend: de Litigation Valuator is dit jaar genomineerd voor de meest prestigieuze ICT prijs, de Computable Award 2018! Wil je dat de Litigation Valuator deze Award wint? Stem dan [hier](#) voor uiterlijk 7 oktober. *Onze stem heb je -red.*



**De eenvoudigste conference call dienst van Nederland.**

- Vele advocaten gebruiken het -

Meer dan 100.000 gebruikers.

Inbelnummers in 70+ landen.

Gratis uw conferencecall opnemen.

Binnen 1 minuut geregeld.

Geen contract.

Geen file, geen reistijd.

**Vraag uw gratis pincode aan en u kunt direct een conferencecall plannen.**

[www.conferencecall.nl](http://www.conferencecall.nl)





Jacques Sluysmans  
advocaat bij de Hoge Raad  
070-31 31 057



Ruben Wiegerink  
advocaat bij de Hoge Raad  
070-31 31 076

VAN DER FELTZ  
a d v o c a t e n

...onderneming / arbeid  
**VASTELAND  
ADVOCATEN**

**VASTELAND ADVOCATEN HEEFT  
PLAATS VOOR EEN: ERVAREN  
ADVOCAAT / PARTNER (M/V)**

Vasteland Advocaten is gevestigd in het centrum van Rotterdam. Onze praktijk richt zich op het ondernemingsrecht, arbeidsrecht, sociaal zekerheidsrecht, letselschaderecht en vastgoed.

Ons kantoor staat open voor uitbreiding met een advocaat/partner, bij voorkeur (deels) werkzaam in het ondernemingsrecht, die qua persoonlijkheid past bij het karakter van ons kantoor, dat wij zelf omschrijven als informeel, hard werkend maar met oog voor een prettig werkklimaat, met een cliëntenbestand dat een mix is van particulieren en bedrijven, commercieel en sociaal. Je houdt ruimte om zelf jouw balans tussen werk en privé te bepalen. Wil jij bij ons op kantoor een eigen praktijk opbouwen gebaseerd op basis van kostendeling, neem dan contact met ons op.

Vasteland 78 | 3011 BN Rotterdam  
010 - 440 34 40 | [info@vastelandadvocaten.com](mailto:info@vastelandadvocaten.com)

[www.vastelandadvocaten.com](http://www.vastelandadvocaten.com)

**Prakken  
d'Oliveira** | HUMAN  
RIGHTS  
LAWYERS

**Vacature:**

advocaat-medewerker migratierecht

Prakken d'Oliveira is een Amsterdams advocatenkantoor gevestigd aan de rand van het Oosterpark. De advocaten van de sectie migratierecht verlenen rechtsbijstand op het gebied van asielrecht, regulier vreemdelingenrecht en nationaliteitsrecht. We staan mensen bij op basis van gefinancierde rechtsbijstand of op betalende basis.

De sectie migratierecht wil zich versterken met een nieuwe collega op het gebied van het reguliere migratierecht, met een nadruk op arbeidsmigratie. Wij zoeken een gedreven advocaat met tenminste vijf jaar ervaring in dit rechtsgebied en met een netwerk en (betalende) praktijk. Ervaring in gerelateerde rechtsgebieden strekt tot aanbeveling. Wij hechten aan diversiteit op de werkvloer en zullen dat aspect in de beoordeling meewegen.

Wij bieden een uitdagende praktijk, een informele werksfeer in een prachtig kantoor, en competitieve arbeidsvoorwaarden. Toetreding tot de coöperatie kan in de toekomst een optie zijn.

Sollicitaties met cv uiterlijk 19 oktober 2018 aan:  
[sollicitaties@prakkendoliveira.nl](mailto:sollicitaties@prakkendoliveira.nl). Voor vragen over deze vacature kan contact worden opgenomen met mw. Mogge-Ooms.

[www.prakkendoliveira.nl](http://www.prakkendoliveira.nl)



## Waarom kiest de klant voor u?

Een aanpak om u te onderscheiden in een overvolle markt

Door mr. Julius Scholten, partner bij Law4ce

Een waardepropositie moet staan als een huis. Een huis wordt van de grond af opgebouwd aan de hand van een tekening, waarin de wensen van de toekomstige bewoners zijn opgenomen. Een huis bouwen betekent dat je nadenkt over de indeling. Samenwerken met de architect, de aannemer en de elektriciens. Dat vergt soms wat geduld en inzicht in processen. Ik hanteer deze metafoor om een veel gebruikt model (zie figuur 1: Het propositiehuis) verder toe te lichten. In dit model gaan we vanaf de grond in zes stappen naar het dak, namelijk het onderscheidend vermogen.

## Voorkomen van omzetlekkage is ook een kwestie van goed vooruit plannen

Weten dat je start met de fundering en eindigt bij het dak, zodat je geen lekkage krijgt. Een bouwwerk, stap voor stap, zodat het huis tegen een stootje kan en opgewassen is tegen alle weersinvloeden van buiten.

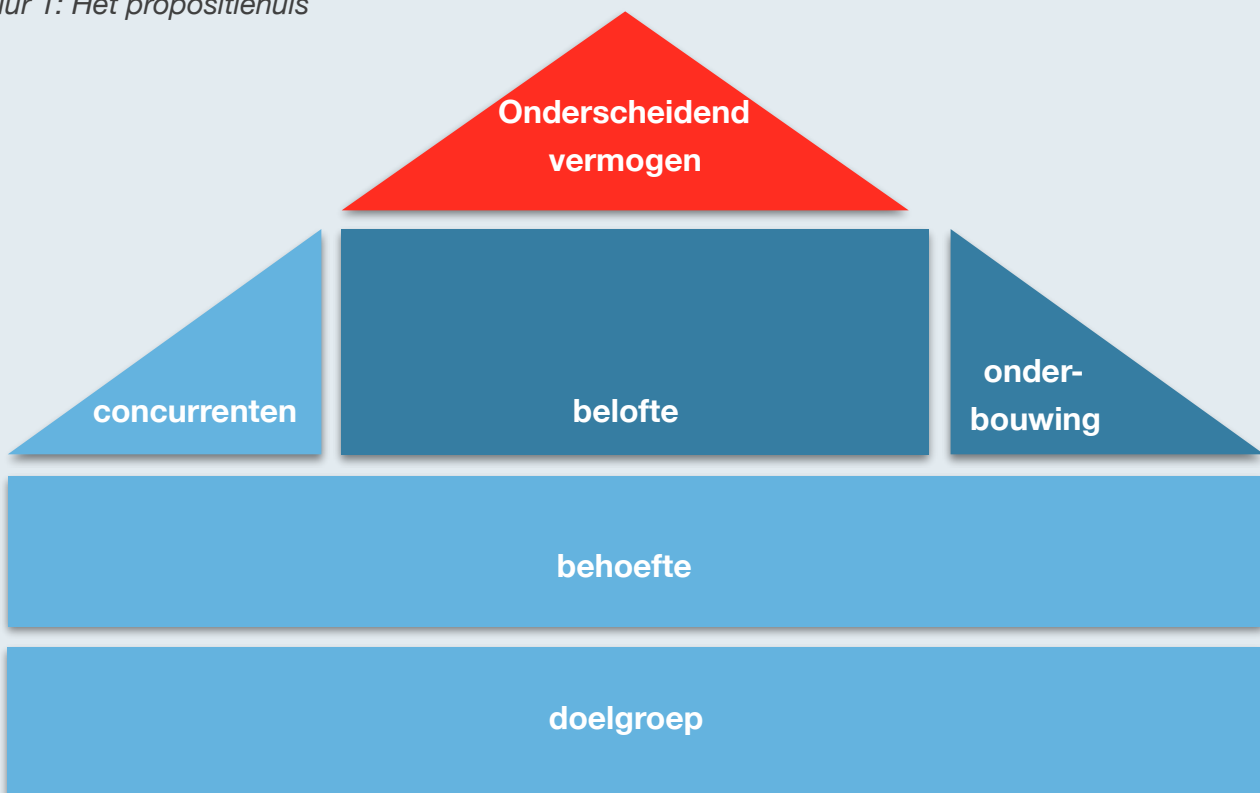
Modellen, zoals deze in pyramidevorm, hebben als doel om een vereenvoudigde versie van de werkelijkheid te tonen zodat we zaken in perspectief kunnen zien. Sinds de oude Egyptenaren kijken we met bewondering naar deze bouwwerken en de modellen. Ze zijn vaak simpel en doeltreffend. Denk maar aan de bekende marketingdriehoek met het spanningsveld tussen Prijs, Product/ Dienst en Promotie. Mijn betoog sluit dan ook aan bij de gedachte dat een ouder model niet altijd betekent dat het niet meer opgaat. Juist

hoe beter gebouwd hoe langer we het kunnen aanschouwen.

De vergelijking met een huis en hoe dit tot stand komt lijkt erg veel op hoe organisaties en afdelingen georganiseerd zijn en hoe de mensen daar samenwerken. Als er niet van tevoren is nagedacht over de organisatie, missie en visie, dan loop je het risico dat de enige gedeelde waarde bijvoorbeeld hetzelfde dak en dezelfde airco zijn die de verschillende ego's samenhoudt. Dat merken klanten ook heel snel.

Kantoren die toekomstproof willen zijn weten dat het anders moet en dat het anders kan. Plaatjes zeggen vaak meer dan tekst. Omdat de afbeelding van het propositiehuis ook heel duidelijk is en je er gelijk een beeld bij hebt gebruik ik deze metafoor van een huis dan ook graag.

*Figuur 1: Het propositiehuis*





# WAT IS UW VISIE OP DE TOEKOMST VAN DE ADVOCATUUR?



Herman Dreef

“Onderwijs is een dynamisch gebeuren waar voortdurend wordt nagedacht over hoe het effect en rendement te verhogen.

Binnen de permanente educatie zou, naast de actuele vakinhoudelijke kennisuitbreiding, meer ruimte moeten komen voor de ontplooiing van andere skills om als advocaat blijvend van waarde te kunnen zijn in een snel veranderende maatschappij.”

[www.academia-e.nl](http://www.academia-e.nl)

**Academia-e**



Conchita van Rooij

“Door de overheid wordt er steeds meer op de gesubsidieerde rechtsbijstand bezuinigd. Ik kan mij zo voorstellen dat in de volgende eeuw de gesubsidieerde rechtsbijstand zal zijn vervangen door een ander stelsel, bijvoorbeeld een verzekeringsstelsel waarbij een ieder tegen een zeker bedrag verzekerd zal zijn voor rechtsbijstand.”

[www.advocaatconchita.nl](http://www.advocaatconchita.nl)



Rolf Oetelmans

“Fase vier van de industriële revolutie is ingezet en gaat gepaard met baanbrekende ontwikkelingen én continuïteitsbedreigende risico's. Het 'industriële internet' kenmerkt zich door steeds verdergaande digitalisering en onderlinge verbondenheid tussen producten, waardeketens en bedrijfsmodellen. Het internet der dingen, cloud computing en systemen die ons denkproces deels of volledig kunnen overnemen, zijn tegelijk een vloek en een zegen voor de arbeidsmarkt.

Aon inventariseert de mogelijke gevolgen en adviseert over de stappen die u kunt nemen om uw risico's beter beheersbaar te maken.”

[www.aon.nl](http://www.aon.nl)



Arjen Paardekooper

“Specialisatie, zowel vakinhoudelijk als geografisch, met een uitbreiding van de dienstverlening op aansluitende gebieden.

De German Desk van Blenheim en Blenheim Corporate Finance zijn daar een voorbeeld van. Blenheim laat zich in haar toekomstvisie leiden door de vraag waar zij voor haar cliëntele waarde kan toevoegen.”

[www.blenheim.nl](http://www.blenheim.nl)

**BLENHEIM**



Laura Boomsma-Shriber

“Het familierecht en de rol en het belang van kinderen daarin is sterk in beweging. De familierechtadvocaat 2.0 is naast een juridisch dienstverlener met name ook een betrokken teamspeler.

Hij/zij begeleidt de cliënt in transitie naar een nieuwe fase waarbij de partners niet langer partners zijn, maar nog wel ouders. Maatwerk en het zoeken naar de gemeenschappelijke belangen van partijen stelt de cliënten optimaal in staat bewust en goed geïnformeerd beslissingen te nemen die van groot belang zijn voor hun toekomst en die van hun kinderen.”

[www.boomsma-shriber.nl](http://www.boomsma-shriber.nl)



Jan Tegenbosch

“Toen ik mijn praktijk begon kwam net de PC met harde schijf op de markt en die maakte betaalbare automatisering voor kleine advocatenkantoren mogelijk. Nu beschikt iedereen over apparaten die veel kunnen en via Internet razendsnel communiceren. Daarnaast is er een ruime keus aan hulpmiddelen voor het stroomlijnen van de praktijk.

Het ambacht van advocaat blijft een kwestie van zorgvuldige aandacht en een creatieve aanpak, waarbij de toenemende digitalisering zorgt voor meer tijd voor de inhoud. Als voorzitter van g-a-a-p.nl zorg ik er voor dat de AdvoPerfect pakketten en dienstverlening bij de tijd blijven.”

[advoperfect.nl](http://advoperfect.nl)

**AdvoPerfect®**

Ik kwam 7 jaar geleden tijdens mijn advieswerk voor Syntens (nu opgegaan in de KvK) in aanraking met het model van het propositiehuis (PPH). Dit had als doel om (sociale) innovatie te stimuleren. Gebaseerd op value proposition modellen van Phillips en Unilever is dit ook vertaald voor het MKB. Ik zie juist nu anno 2018 het propositiehuis als een mooie manier om positionering te beschrijven. De urgentie is hoog om het verschil te maken. Bij de KvK wordt dit model nog steeds gebruikt om de behoefte duidelijk te maken voor het MKB.

### **Onderscheidend vermogen voor kantoren en advocaten bepalen de toekomst**

Om te onderstrepen hoe belangrijk de propositie is richt ik mij bij bestaande organisaties heel vaak op de bovenste punt van de driehoek waar het dak en de gevel vaak met een groot opschrift aangeven welke organisatie er is gehuisvest. Vaak met op de website een prachtige belofte, slogan die het onderscheidend vermogen moet aantonen. Maar wat als we de tekst op de gevel weghalen, en alleen de slogan van de diverse organisaties tonen? Wie kan mij dan nog vertellen bij welke organisatie ze horen?

*‘Advocaten houden vaak van de standaardkleur blauw’*

Sessies met advocaten, waarin een lijstje met slogans wordt voorgeschoteld met de vraag om de juiste slogan bij de juiste organisatie te zetten leveren overigens gemakkelijke tafereel op zoals de verkeerde slogan bij het verkeerde kantoor en ook niet bestaande slogans bij bestaande kantoren.

Wat ik ook opvallend vind is dat bijvoorbeeld op LinkedIn bij veel profielen van advocaten gekozen wordt voor de kleur blauw. Dit is ook illustratief voor hoe men omgaat met het belangrijke aspect van onderscheidend vermogen. Natuurlijk gaat het mij niet om dit detail en is dit niet het doel van het eerste contact, maar het zegt vaak bij de start van een strategische analyse veel over hoe men zich bij alles opstelt en vaak niet verder nadenkt over hoe men overkomt en zich positioneert in de markt.

Ik concludeer dat er nog veel te doen is om echt onderscheidend te zijn. Kortom, vaak blijkt dat vele van de geuite beloftes niet meer zijn dan van hetzelfde laken een pak!

### **Business Model Canvas: de kostenstructuur en de bronnen van inkomsten**

Het Business Model Canvas (BMC) is ontwikkeld door de Zwitserse bedrijftheoreticus Alexander Osterwalder. Het is verwant aan en ook vaak een vervolg op het PPH en zeker ook relevant om andere vragen te beantwoorden: een ontwerp voor de perfecte waardepropositie.

Dit model gaat vooral ook over hoe en langs welke distributiekanaal je de belofte en boodschap naar buiten brengt en waar de inkomsten en kostenstromen uit bestaan. Uiteraard worden deze elementen ook in het PPH meegenomen. (Zie figuur 2 Business Model Canvas).

**Advocaten kunnen zich beter positioneren**  
Advocaten kunnen zich beter positioneren. Dit klinkt wellicht als een open deur, maar mijn ervaring is dat als je erover spreekt met advocaten positionering toch in de beleving als minder urgent wordt gevoeld. De reactie is nog te vaak dat andere afdelingen hiervoor



# WAT IS UW VISIE OP DE TOEKOMST VAN DE ADVOCATUUR?



Tom de Waard

"In de commerciële praktijk is het grootste gevaar af te drijven naar 'commodity' dienstverlening. Om waarde te kunnen blijven toevoegen en kwaliteit te behouden, moet de focus liggen op 'bet the company' zaken, d.w.z. zaken die bepalend zijn voor het lot van de onderneming.

Bij een boetiekkantoor gaat het om de kwaliteit van de persoonlijke dienstverlening door de individuele advocaat. Een ervaren cliënt weet immers voor iedere zaak het meest gekwalificeerde kantoor te kiezen."

[www.dewaardsinke.com](http://www.dewaardsinke.com)



Karik van Berloo

"Met de toenemende en telkens wijzigende wet- en regelgeving is het onmogelijk alle ontwikkelingen op alle rechtsgebieden goed bij te houden.

Specialiseren is onvermijdelijk. Maar dat vergt wel een brede basis. Want wie nooit de loep van zijn rechtsgebied afhaalt, is zich niet bewust van relevante ontwikkelingen daarbuiten."

[www.eldermans-geerts.nl](http://www.eldermans-geerts.nl)

Eldermans | Geerts



Bregje Boelens

"De ontwikkelingen in het familie- en erfrecht gaan snel. Opleiding en kennisdeling worden hierdoor steeds belangrijker. Als nichekantoor dat zich toelegt op het familie- en erfrecht zijn wij vooruitstrevend.

Zo hebben wij een eigen wetenschappelijk bureau en verzorgen wij opleidingen via onze door de NOvA geaccrediteerde opleidingsinstelling FEIN. Wij hebben veel aandacht voor opleiding van de bij ons werkzame advocaten en kennisdeling met professionals werkzaam op het gebied van het familie- en erfrecht."

[www.familie-erfrecht.nl](http://www.familie-erfrecht.nl)



Helen Fruytier

"Nadruk op specialisatie een verarming van het ambacht?"

De advocaat als trusted advisor is een veelgekozen positionering. Komt deze keuze onder druk te staan nu de nadruk - ook door de orde - op diepere specialisatie wordt gelegd? En betekent dit het einde van de kleine generalistische praktijk?"

[www.flib.nl](http://www.flib.nl)



Gitte Stevens-Waltmans

"Artificial intelligence" zal steeds meer worden toegepast in de (eenvoudige) juridische dienstverlening. Niets echter zal de menselijke factor in combinatie met niche-kennis kunnen vervangen. Het recht is geen invuloefening en gevoels zijn niet digitaal.

In het strafrecht is het van belang dat je met je cliënt een team vormt waarbij wederzijds vertrouwen en respect essentieel zijn. Geen standaard verhaal of aanpak, maar een creatieve benadering met oog voor het individu maakt juist het verschil."

[www.gs-advocatuur.nl](http://www.gs-advocatuur.nl)

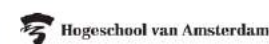


Robbert Land

"De juridische beroepspraktijk is volop in beweging. Kijk alleen al naar de impact die technologische ontwikkelingen hebben op het werk van de juridische professionals en de 'more for less challenge' voor juridische afdelingen. De juridische beroepspraktijk heeft dan ook behoefte aan professionals die kennis hebben van het recht en bovenal expert zijn in het organiseren en inrichten van juridische diensten en processen.

In de deeltijdmaster Legal Management ontwikkelt de juridische professional zich tot expert in het organiseren en inrichten van juridische diensten en processen."

[www.hva.nl/mlm](http://www.hva.nl/mlm)





verantwoordelijk zijn of dat alle trends en ontwikkelingen van geen of mindere invloed zijn op de advocatuur. Ik zie inmiddels bij de grotere kantoren dat afdelingen als Business Development en Kennismanagement alleen goed functioneren als er ook begrip en waardering is voor een (onderscheidende) missie en visie. Samenwerken met experts binnen en buiten de organisatie maakt echt een wereld van verschil in resultaten. Alert zijn op nieuwe concurrenten in een snel veranderende markt is voor iedereen belangrijk. Iedere medewerker moet doordrongen zijn van de noodzaak om verschil in waarde, prijs en onderscheidend vermogen aantoonbaar te maken

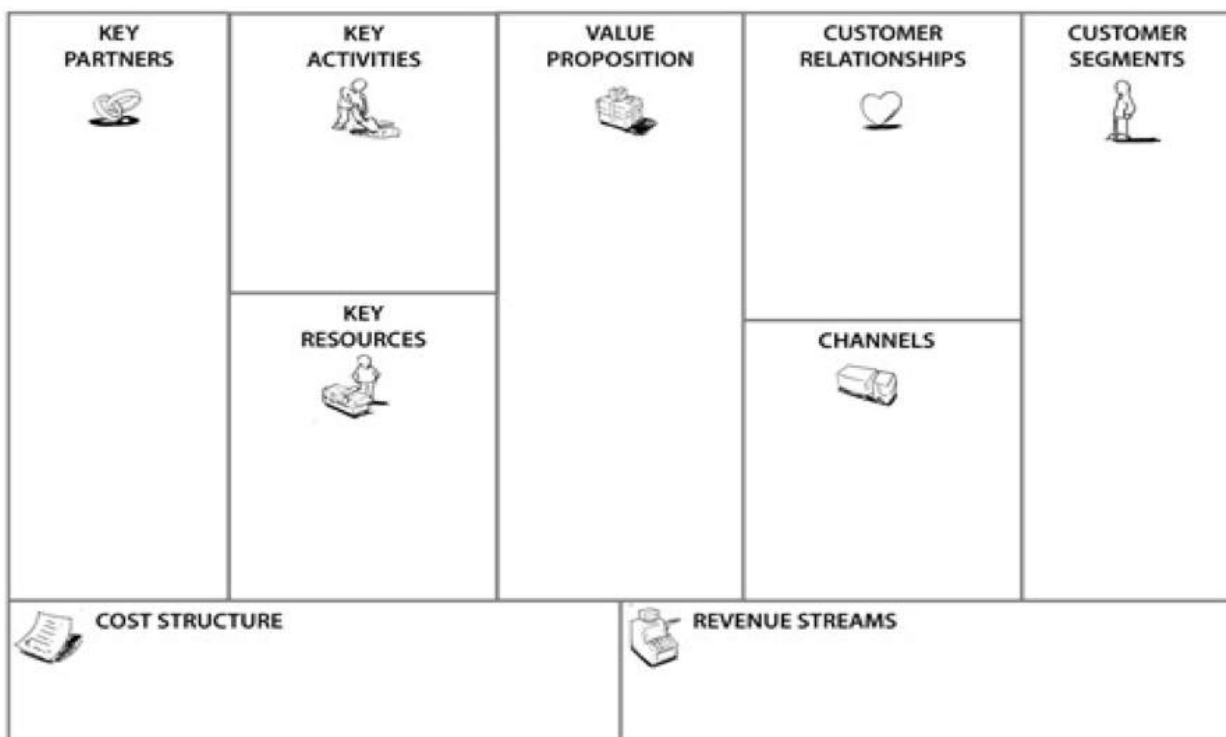
Wat maakt een advocaat uniek, hoe blijf je de concurrentie voor? Als businesscoach heb ik al veel advocaten bij deze strategische vraagstukken geholpen. Vandaar ook dat ik

graag met advocaten en teams praat over het neerzetten van een propositiehuis voor advocaten en daarbij ook inga op een BMC. In 6 stappen (ver)bouwen aan het toekomstbestendige huis. Hierbij wordt gedefinieerd wat het kantoor drijft en maken we keuzes om vervolgens te focussen op klantrelaties die passen bij de propositie.

De belofte (missie en visie), staat centraal in het 'kantoorhuis' en is de kern van de propositie. Een goed hulpmiddel is de Balanced Score card als het over een stip op de horizon gaat en de discussie gevoerd wordt over de toekomststrategie en de visie die hierbij past.

Inzicht hebben in waar het uiteindelijk allemaal om draait en waar we naartoe gaan met de organisatie. Een duidelijk plaatje om aan te geven dat centraal een visie en een misse staan, die het hart en kernwaarden vormen

Figuur 2: Businessmodel canvas



# WAT IS UW VISIE OP DE TOEKOMST VAN DE ADVOCATUUR?



Frank van der Noll

"Complexere vraagstukken vragen om specialistische kennis.

Bij het verantwoord benutten van marktkansen of beslechten van conflicten komen onderwerpen als bedrijfswaardering, bedrijfsschade of geschillen over economische waarde prominent naar voren. Hierbij is een Register Valuator complementair aan bestaande juridische dienstverlening, juist omdat deze specialistische kennis heeft van deze onderwerpen. Hierdoor ontstaat interdisciplinaire samenwerking die voor onze cliënten daadwerkelijk van meerwaarde is."

[www.nirv.nl](http://www.nirv.nl)



Roel Mertens

"Sommige advocaten verwachten dat computers uiteindelijk met artificiële intelligentie (AI) een juridische beslissing kunnen maken. AI kan echter nooit bepalen of deze ook rechtvaardig is. Correctie door een mens blijft noodzakelijk.

Digitalisering stelt wel andere eisen aan de opleiding en leidt vlugger tot aansprakelijkheid. Maar het leidt niet tot het einde van de menselijke advocaat."

[www.ou.nl/visie](http://www.ou.nl/visie)



Bram de Haas van Dorsser  
Jessica Niezen  
Sjoerd van der Velde

Founders Ovidius

"Het vakmanschap overtreft het materiaal" \*; zo omschreef Publius Ovidius Naso de bronzen deuren van het paleis van Apollo.

Ook als advocaat maak je met kennis en kunde het verschil. Sterker, advocaten met specialistische kennis hebben de toekomst.

Als dank voor zijn wijze raad, vierden wij recent de 2061e geboortedag van de naamgever van ons kantoor.

\* Metamorfosen II:5."

[www.ovidiuslaw.nl](http://www.ovidiuslaw.nl)



Rein Philips

"Ouderen vergeten dat Alice een robot is", lees ik in de krant. Vergeet de cliënt straks dat mr. Jansen een robot is? En mr. Jansen dat de cliënt een robot is?

Het zou kunnen. Vast heel efficiënt. Wij moeten het waardevolle zoeken dat ons van robots onderscheidt, en daar aan werken."

[www.redbreast.com](http://www.redbreast.com)



Robert Klaassen

"De tijd waarin de generalist het strafrecht er een beetje bij deed is voorbij.

De strafadvocaat beschikt over de expertise om bij voorkeur reeds in de voorfase van het strafproces de juiste strategie te bepalen, teneinde alzo sturing te geven aan een zo optimaal mogelijke afloop voor de verdachte."

[www.winsmart.nl](http://www.winsmart.nl)



Caroline Lagendijk

"Juridische specialisatie, up to date marktkennis én het vermogen om commercieel mee te denken.

Betrokkenheid tonen in het oplossen én voorkomen van juridische problemen, maar vooral ook meerwaarde bieden door de juridische realiteit te vertalen naar commerciële kansen."

[www.straatmankoster.nl](http://www.straatmankoster.nl)



waar alle bedrijfsonderdelen mee verbonden zijn. De verbinding, gaat over de belofte, intern en extern. (Zie ook het eerder gepubliceerde [artikel](#) pagina 45.)

‘Het dak gaat eraf!’ Zo hoor je wel eens bij optredens als men juichend en enthousiast is over de performance van een band. In onze opstelling echter is het dak juist het laatste wat eraf moet, omdat dit vitale onderdeel het onderscheidende vermogen aangeeft en letterlijk alles wat op de gevel staat en wordt aangeprezen hiermee samenhangt. Het is dé bindende factor.

### **Hoe gaat het propositiehuis in de praktijk in zijn werk?**

In zes stappen formuleren we de doelgroep (zie figuur 1 Het propositiehuis), achterhalen we de werkelijke behoefte en waar de klanten om vragen. Zo formuleer je vervolgens de belofte aan je relaties. De kantoren die deze stappen doorlopen weten dat de klant centraal zetten vaak betekent dat de oplossing van een probleem meestal ver buiten de juridische context ligt. Het is geen snelle invuloefening waarbij bij elk stadium maar één goede oplossing bestaat. Het is een kwestie van tijd, prioriteiten stellen en veel open vragen beantwoorden.

#### *Spelregels propositiehuis*

- Begin onderaan bij de doelgroep
- Werk stap voor stap naar boven
- Zorg dat de elementen kloppen met elkaar
- Valideer dit met alle betrokkenen en met de doelgroep

### **De doelgroep**

De fundering van elk huis wordt gevormd door de keuze van een doelgroep. Voor wie

hebben wij de beste oplossing in huis. Door samen te brainstormen en ervaringen te delen verrast het mij vaak hoe goed men diverse doelgroepen en relevante onderwerpen, die hier spelen, kan aangeven. Alleen door pragmatische redenen zijn vaak vanuit het verleden geen keuzes gemaakt en is er dus ook geen focus. Een bekend gegeven: maak je als organisatie geen keuzes dan geef je de regie uit handen en wordt de keuze gemaakt door de concurrentie en de klanten. Het definiëren van de doelgroep is niet een invuloefening die men er snel even bij doet. Het vergt een goede analyse en vooral tijd.

Een paar extra handvatten:

- Focus op de kerngroep(en) die je wilt bereiken. Breng dus de beslissers en het relevante netwerk in kaart: wie wil je aanspreken?
- Hoe betrokken is de doelgroep bij jouw diensten en producten (of het ontbreken ervan)?
- Welke ervaring heeft de doelgroep met soortgelijke diensten.
- Check: past deze doelgroep bij de gekozen distributie- en communicatiekanalen en bij de strategische keuzes van ons kantoor?

### ***De behoefte: AIDA in relatie tot de propositie is een evergreen***

Denk als het gaat om de belofte en de behoefte in dit verband ook aan de regels van Simon Sinek, die op zoek gaat naar het ‘Waarom’ alvorens het over ‘Hoe’ en ‘Wat’ te hebben. In een plan zet je uiteen waar je nu staat en ook waar de concurrentie mee bezig is. De onderbouwing van je belofte is cruciaal. Weten waarom het draait bij de doelgroep betekent het goed in kaart brengen van klantwensen. Herkennen en erkennen. Geen



oordeel vellen, maar eerst registreren. Je kunt zowel functionele als emotionele behoeftes onderscheiden en ook, net zoals in de perfecte elevator pitch, een lonkend perspectief formuleren. De spreekwoordelijke 'kers op de taart'.

'Klantsafari's' voor sommigen een beproefde methode om kennis op te halen uit de markt, waarbij een continue feedback wordt gevraagd over hoe de service beter kan. Als het over behoefte gaat wordt dat vaak aan het thema van AIDA (Attention Interest Desire Action) gekoppeld. Hoewel sommigen zullen zeggen dat AIDA 'old school' is geldt voor mij het principe: zolang het nog goed werkt zeker gebruiken en hanteren bij de waardepropositie.

### **De belofte is de kern van de propositie**

Kies het centrale woord of dilemma uit de behoefte omschrijving en formuleer een aantrekkelijk aanbod. Formuleer je slogan of boodschap en doe geen beloften die niet waargemaakt kunnen worden (verkoop geen futures). En controleer met de doelgroep of de belofte aantrekkelijk is geformuleerd!

*'Onderbouwing betekent een eigen positie innemen'*

De onderbouwing bepaalt je geloofwaardigheid. De klant zal nu denken 'dat klinkt allemaal heel mooi, maar waarom zou ik die belofte geloven?'

De onderbouwing gaat over het hoe en waarom. Het is de sleutel in de vertaling van kennis naar de commerciële praktijk en helpt om vooroordelen te minimaliseren.

### **De concurrentie**

Elke professional moet zijn markt goed in de gaten houden en uiteraard goed kijken wat de collega's doen. Daarbij is voortdurend de vraag van belang hoe je in het veld past en op welke wijze je je kan onderscheiden. Je kunt daarbij een concurrentieanalyse maken en kijken naar welke diensten en beloftes worden gemaakt. En als het even kan ook het bewijs en ervaring in scores over service van de dienstverlening.

Voor één ding, in een markt waar veel dezelfde spelers actief zijn, moet worden opgepast: het kuddegedrag. Niets is zo dodelijk als doen wat anderen doen omdat het altijd zo gebeurde. Dat lijkt enorm veel op koeien die bij elkaar staan in de wei in de gedachte dat er veel mals en sappig gras te vinden is, maar waar veel koeien bij elkaar staan is vooral heel veel...

**Beroepsaansprakelijkheid advocaten?  
HOOGSTE TIJD OM UW  
VERZEKERING TE UPDATEN!**

Bij Nederlands grootste verzekeraar komt de beroepsaansprakelijkheid voor advocaten te vervallen per 1-1-2018. Hoogste tijd daarom om uw verzekering tegen het licht te houden. Ron Borgdorff biedt maatwerk in beroepsaansprakelijkheidsverzekeringen voor advocaten.

Ron Borgdorff is verzekeringsspecialist voor notarissen, advocaten en vrijgevestigde juristen. Ron kent de specifieke risico's van deze juridische beroepsgroepen. Met ruim 25 jaar ervaring staat hij borg voor een persoonlijk, gedegen advies op maat en korte lijnen.

**U wilt een financieel adviseur met verstand van uw zaken?**

Neem contact op voor een afspraak.

WWW.RONBORGDOFF.NL  
van Boetzelaerlaan 24H  
3828 NS Hoogland

**RON BORGDOFF**  
FINANCIEEL ADVISEUR VOOR  
NOTARIAAT & ADVOCATUUR

25 JAAR  
ADVISEUR  
KORREL  
NOTARIAAT & ADVOCATUUR

VERZEKERINGEN ZOWEL ZAKELIJK ALS PARTICULIER OA:  
BEROEPS- EN BEDRIJFSAANSPRAKELIJKHEID • GELD- EN FRAUDE  
• ARBEIDSONGESCHIKTHEID • RECHTSBIJSTAND • RECONSTRUCTIE

Het Eeuwcongres wordt mede  
mogelijk gemaakt door:

100 JAAR  
ADVOCATENBLAD



**AON**  
Empower Results®

BaseNet

Boomjuridisch



legallaunch®  
ALWAYS CONNECTED WITH YOUR CLIENTS

**NiRV**  
Nederlands Instituut voor  
Register Valuators

**Sdu** oprecht  
de beste  
keuze

**WeSeeDo**  
Realtime online communication

**Wolters Kluwer**  
When you have to be right

BEZOEK DE STANDS

25 september 2018  
12.00 - 18.00 uur  
theater Spant! | Bussum

EEUWCONGRES

Xpert HR





# Bewuste keuzes maken

## Het Day One-gevoel

Een interview met Dries Beljon, advocaat en co-founder LEAN LAWYERS

*In aanloop naar het seminar 'De zaak op orde' op 4 oktober 2018 publiceren wij interviews met de sprekers.*

### **Kunt u in een paar zinnen uw organisatie beschrijven?**

Fintech wordt legaltech en de 'oude' advocatuur wordt links en rechts ingehaald als ze niet meeverandert, is onze mening. In de zomer van 2016 zijn mijn compagnon Paul van den Berg en ik LEAN LAWYERS begonnen vanuit die overtuiging.

Bij de start van ons kantoor zijn we geïnspireerd geraakt door de LEAN-filosofie en aan de hand van de gedachten in het boek The LEAN Start-up van Eric Ries bouwen we ons kantoor uit. Stap voor stap, brick by brick en volgens het idee van 'create - measure - learn'.



## **Wat is uw missie voor de komende jaren?**

Onze missie is simpel, namelijk het leveren van toegevoegde waarde. Elke dag weer, 365 dagen per jaar. Geen overbodige, ingewikkelde stukken, maar steeds weer heldere en

*‘Law made simple, niets meer, niets minder’*

praktische oplossingen voor het probleem. Altijd zoeken naar de beste, de efficiëntste oplossing. 'Law made simple' noemen we dat. Niets meer, niets minder.

## **Veel kantoren hanteren ‘unique selling points’ en ‘unique value points’, maar zijn daar eigenlijk niet echt onderscheidend mee. Wat doet u om uw eigen identiteit/uniciteit te borgen en te verhogen?**

### *DNA*

Veel kantoren spreken erover, zetten het op een website en gelukkig ook steeds meer kantoren handelen er ook naar. Het zit niet alleen in onze naam, maar ook in ons DNA om continu bezig te zijn met verbetering, met het zoeken naar nieuwe wegen.

### *Vanaf scratch*

Wij kunnen dat ook, omdat we het kantoor vanaf scratch op een LEAN-manier hebben opgebouwd. Wij hebben geen overtollige ballast. Geen ‘shit of yesterday’. Wij kunnen vrij ondernemen en met een blik op de toekomst. Een toekomst waarbij we niet alleen over 1 tot 3 jaar relevant willen zijn, maar ook over 5, 10 en over 15 jaar. We zijn niet bang om daarin te investeren. De markt, maar nog belangrijker onze cliënten en mensen voelen en zien dat.

### *Platform DOConDEMAND*

Dat onze blik op het juridische speelveld ambitieus en vooruitstrevend is, blijkt alleen al uit het feit dat wij vorig jaar de website [DOConDEMAND.nl](http://DOConDEMAND.nl) hebben gelanceerd.

Dit is een online platform waarmee we de juridische wereld voor iedereen - jong en oud, particulier en ondernemer, relatie of geen relatie - openen. Vanaf de eerste dag bieden we via DOConDEMAND gratis 250 (juridische) modellen aan. En dat aantal wordt op korte termijn groter, veel groter.

DOConDEMAND onderstreept ook onze boodschap dat het anders moet. Dat het niet zo kan zijn dat relaties betalen voor iets wat standaard is althans, dient te zijn. Dat er dus alleen betaald dient te worden voor toegevoegde waarde.

### *Flexpool*

Naast de aan ons verbonden advocaten schakelen wij regelmatig zorgvuldig geselecteerde advocaten en juristen in, die niet (altijd) permanent aan ons kantoor zijn verbonden, maar wel het LEAN-DNA hebben.

Deze advocaten, juristen en consultants vormen een flexibele schil rondom LEAN LAWYERS, The LEAN FlexPool. Hierdoor zijn wij in staat om op korte termijn de meest efficiënte en geschikte propositie voor onze relaties in te richten en arbeidsintensieve projecten, maar ook losse zaken, samen met onze relaties snel in goede banen te leiden.

Hoogwaardige juridische kennis wordt hiermee op een flexibele manier toegankelijk. Vaak tegen scherpere tarieven en snellere doorlooptijden, zodat onze relaties ook daar direct van profiteren.

# WAT IS UW VISIE OP DE TOEKOMST VAN DE ADVOCATUUR?



Marco van der Ree

“Een leven lang leren. In deze snel veranderende tijd wordt verwacht dat we blijven op ons vakgebied en nieuwe vaardigheden aanleren.

De Universiteit Leiden biedt een heel breed cursusaanbod en specialisatietrajecten op elk vakgebied, voor beginnende en ervaren juristen. Daarmee is het Leids PAO één van de grootste aanbieders.”

[www.paoleiden.nl](http://www.paoleiden.nl)



Joek Peters

“Het belang van de Business of Law als internationaal kennisgebied zal de komende jaren fors toenemen.

Ontwikkelingen op het gebied van nieuwe pricing en business modellen, HRM, Marketing & Sales en LegalTech zijn niet land- of rechtssysteem gebonden. Juist door over de grenzen te kijken, te zien wat wel en niet werkt en waarom, vergroot de kans op eigen succes.”

[www.legalbusinessworld.nl](http://www.legalbusinessworld.nl)



Edmond Gevaerts

“De flexibele schil is een integraal onderdeel van de optimale personeelsbezetting van ieder toekomstgericht advocatenkantoor.”

LegalMatch levert, naast senior advocaten en partners voor vaste posities, ook gespecialiseerde advocaten voor een flexibele schil of voor specifieke projecten. Advocaten die de werkwijze en cultuur van het kantoor van hun opdrachtgever begrijpen en daar naar handelen.”

[www.legalmatch.nl](http://www.legalmatch.nl)



Erwin Bouwman

“Nu juridische kennis steeds meer ontsloten wordt en de juridische vaardigheden van de advocaat steeds meer als vanzelfsprekend worden beschouwd, is persoonlijkheid doorslaggevend voor het zijn van een succesvol advocaat.

Om daar meer inzicht in te kunnen krijgen, heeft Legal People de FACT-meting ontwikkeld, een online assessment speciaal voor juristen.”

[www.legalpeople.nl](http://www.legalpeople.nl)



Marieke Bakker

“Onze cliënten verwachten steeds meer dat we hun business partner zijn. Daarnaast zullen nieuwe technologieën, zoals artificial intelligence, onze sector en manier van werken ingrijpend veranderen.

Dit alles maakt dat wij juridisch en fiscaal talent meer mogelijkheden bieden en het verwerven van extra vaardigheden stimuleren, bijvoorbeeld door te werken met blockchaintechnologie en het ontwikkelen van legal chatbots.”

[loyensloeff.com](http://loyensloeff.com)



Sander van Essen

“In de toekomst wordt flexibiliteit steeds belangrijker. Door samen te werken ben je zo groot als je moet of wil zijn.

Samenwerking is een uitdagende en sterke keuze. Binnen Netlaw maken de kantoren deze keuze al bijna 30 jaar met succes.”

[www.netlaw.nl](http://www.netlaw.nl)



## *Legal Project Management*

Als er een zaak of een groter project binnenkomt, kijken wij altijd direct op een projectmatige manier daarnaar. Wie kan wat het beste doen? Leveren wij wel toegevoegde waarde? Kunnen we een deel uitbesteden? Halen we er iemand uit de The LEAN FlexPool bij? LEAN/legal projectmanagement dus, direct vanaf de start en altijd.

### **Hoe borgt u de kwaliteit van het kantoor?**

Door ontzettend veel te investeren en extreem duidelijk te zijn in onze communicatie met onze relaties en de potentiële relaties. Wij kiezen er namelijk niet voor om alles maar zelf op te pakken.

## *‘Bewuste keuzes maken’*

Grofweg 80% van het werk dat een advocaat doet, is nu of in de nabije toekomst te automatiseren of te standaardiseren. Wij kiezen ervoor die andere 20% van het werk te doen. Het werk waar we echt toegevoegde waarde leveren, het werk waar we met kantoor impact kunnen maken. Ja, wij voorzien ook in die standaard 80 procent en bieden daar oplossingen voor, maar waar de cliënt echt blij van wordt en waar onze mensen blij van worden is het werk waar waarde wordt toegevoegd.

### **Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste verandering op het gebied van uw klantrelatie?**

Heel veel werk dat advocaten nu nog doen is – zoals gezegd – te automatiseren, te modelleren of te standaardiseren. Dat werkt gaat verdwijnen en waarschijnlijk sneller dan menig advocaat verwacht. Het draait dus om de

eerdergenoemde toegevoegde waarde. Is je cliënt daarvan overtuigd, dan kun je impact maken. Lever je commodity werk of heeft de cliënt het gevoel dat je te weinig toevoegt, dan gaat hij op zoek naar alternatieven. Daar moet je niet alleen over 3 tot 5 jaar mee bezig zijn, maar nu al.

Daarbij verandert de wereld om ons heen in rap tempo. Denk aan AI, blockchain, WeChat, Amazon Alexa of Google Duplex: hoe gaan dit soort ontwikkelingen ons werk beïnvloeden of de manier waarop potentiële cliënten ons vinden? Laten we als advocaten niet denken dat dit soort grote veranderingen aan ons voorbij gaan of ons werk niet zullen beïnvloeden. Dat gaat wel degelijk gebeuren. Denk aan de veranderende hotelwereld en de taxibranche.

### **De marktdynamiek is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen, dit heeft impact op menig organisatie. Hoe voorziet u in deze dynamiek een bestendige groei?**

Het gaat niet om de aantallen, maar het feit dat we in krap 2 jaar tijd gegroeid zijn van 2 naar 15 medewerkers, geeft in ieder geval het gevoel dat we hiermee iets goed doen. We blijven continu zoeken naar nieuwe innovaties en zullen hier fors in blijven investeren.

### **Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven en hoe houdt u ‘de zaak op orde’?**

Simpelweg door elke dag te kijken naar wat er buiten de advocatuur gebeurt. Door veel te lezen, te bekijken en veel – en niet altijd juridische – events en congressen te bezoeken. Wij kijken verder dan de juridische sector en proberen daarvan te leren, lessen uit te trekken en dit te vertalen naar een manier om als



kantoor in de toekomst impact te kunnen blijven maken. Vergelijk het met de 'Day One-filosofie' van Jeff Bezos (CEO Amazon). De buitenwereld kan je naar Day Two duwen als je krachtige trends niet snel zult of kunt omarmen, zegt Bezos. Als je met ze vecht, vecht je waarschijnlijk tegen de toekomst. Omarm ze en je hebt de wind in de rug, of de wind in de zeilen – beter gezegd.

### **Hoe ervaart u de druk van concurrentie?**

Intern, binnen kantoor, ervaren wij geen druk van concurrentie. Het klinkt misschien gek maar wij en ook onze medewerkers hebben geen urennormen, wij kennen geen hiërarchisch model en hebben geen onnodige overhead. Wij geven onze mensen ruimte voor creatieve ideeën en juichen 'out of the box' oplossingen toe. Ideeën en oplossingen waar cliënten en relaties en – wij dus ook – blijer van worden.

Externe concurrentie van advocatenkantoren ervaren wij ook niet. We zijn meer bezig met kansen dan met concurrentie. Externe druk van nieuwe spelers en door innovatie ervaren wij als extreem positief. Stap voor stap schudt dat de markt op en wij proberen er ons voordeel mee te behalen. We zijn een jong kantoor met waanzinnig leuke mensen, hebben mooie en leuke cliënten en de spreekwoordelijke 'wind in de zeilen'.

Als we het elke dag een beetje beter proberen te blijven doen voor onze cliënten en onze mensen, het Day One-gevoel blijven benadrukken en snel beslissingen blijven maken, wie weet wat voor moois er nog in het verschiet ligt.

**Prijs(concurrentie) is voor lange termijn-groei vaak niet het beste instrument. Hoe**

### **ziet u dit en kijken jullie ook naar nieuwe businessmodellen?**

Met enkel het verlagen van je prijs win je de oorlog niet. Daar zijn wij heilig van overtuigd. Je kunt niet de hoofdprijs vragen voor iets waar je geen waarde aan toevoegt. Maar voor werk waar je waarde toevoegt, zal men altijd bereid zijn te betalen. En ja, wij kijken continu naar nieuwe businessmodellen en kansen. Alles met een focus op de cliënt en de relatie. Dat zit nou eenmaal in ons DNA.

### **Inzet op vernieuwing is noodzakelijk maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenvast. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?**

Naast juridische inhoudelijke groei bieden we onze mensen ook ruimte voor creatieve ontwikkeling door het volgen van cursussen op zelf gekozen gebieden. Dat past perfect bij onze 90/10-regel.

### *'90/10-regel'*

Net als Google en Hootsuite hanteren wij de 90/10 regel. 10% van je tijd besteed je bij LEAN LAWYERS aan creatieve/innovatieve activiteiten die je als persoon aanspreken en goed zijn voor jouw ontwikkeling en daarmee ook voor de ontwikkeling van het kantoor. Blijve medewerkers maken blijde klanten en dat maakt ons als partners en oprichters ook weer blij.

Zoals al eerder aangegeven zit innovatie en de wens om hierin te investeren in ons bloed, in het LEAN-DNA, zo gezegd. We zien dat dit noodzakelijk is om in de toekomst ook nog relevant te blijven. Innovatie-uren zijn misschien niet direct declarabel, maar o zo

belangrijk om straks ook nog relevant te zijn en om impact te blijven maken. En dus is innovatie belangrijk om straks nog declarabel, of beter nog, winstgevend te kunnen zijn.

**Welke marketing en business development activiteiten vindt u het meest effectief om nieuwe klanten te werven en/of bestaande klanten te behouden?**

Het gaat in onze ogen niet om specifieke marketing of business development activiteiten, maar het gaat om het totaalplaatje. Het belangrijkste is 1. onderscheidend vermogen en 2. custom centricity te voelen en uit te dragen, en dat online, maar zeker ook offline te laten zien. We hebben online met bijvoorbeeld DOConDEMAND.nl een hele mooie

propositie, maar die propositie stelt weinig voor als het niet past bij de rest van onze propositie of - beter gezegd - onze filosofie.

*'Het Day One-gevoel moet overheersen, dan is de dag geslaagd'*

**Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?**

Als onze mensen en onze relaties een mooie dag hebben gehad en we een dag hebben gehad waar we waarde hebben toegevoegd. De dag hoeft niet perfect te lopen, maar het Day One-gevoel moet overheersen. Dan is mijn dag echt geslaagd.

# TOGA *atelier*

## S c h o u t

**Kwaliteit met oog voor detail**

BIO-toga van lichtgewicht Cool Wool



[www.toga-atelierschout.nl](http://www.toga-atelierschout.nl)

[info@toga-atelierschout.nl](mailto:info@toga-atelierschout.nl)



*Ons nieuwe adres is:*

Claes de Vrieselaan 82 A  
3021 JS Rotterdam  
Tel.: 010 245 07 66  
di t/m vr 9:00 - 17:30  
zaterdag op afspraak



# Call Care

Telefoonservice voor de advocatuur



Telefoonservice



Agendabeheer



Opvang Overflow

Wij werken voor +200 advocatenkantoren,  
kennen de juridische terminologie en werken discreet

Call Care Nederland | 010 – 280 3333 | [info@callcare.nl](mailto:info@callcare.nl) | [www.callcare.nl](http://www.callcare.nl)

## Leadership

*What's Next?*

Lessons From The Trenches

*By Patrick J. McKenna*

Het nieuwe book van  
Thought Leader Patrick J.  
McKenna

Een must read voor iedere  
leidinggevende in de ju-  
ridische sector.

**DOWNLOAD HET eBOOK HIER  
OF LEES HET eBOOK ONLINE**



# LEGAL BUSINESS WORLD INTERNATIONAL

Artikelen uit LegalBusinessWorld  
International en The Future Lawyer



# De zaak op orde

4 oktober 2018

## Law4ce

*Presenteert*

### Een praktische middag voor de zelfbewuste advocaat

De Zaak op Orde gaat in op die vitale onderdelen om te groeien en er voor te zorgen dat je kan doen waar je goed in bent, het meeste plezier van krijgt en waar je ook de beste waarderingen voor ontvangt. In dit seminar krijg je in 9 'Power Talks' inspiratie om concreet toe te passen. Naast alle inspiratie voor vernieuwing beschik je aan het eind van de dag ook over nieuwe praktische handvatten. En je krijgt 2 PO punten en een certificaat van deelname. Voor meer informatie, [klik hier](#)

*Dit seminar wordt mede mogelijk gemaakt door onze partners*





# The Value Series

## A ClariLegal interview with Carl Herstein,

Chief Value Partner at Honigman Miller Schwartz and Cohn, LLP

By Cash Butler and James Johnson



Welcome to the first instalment of the ClariLegal interview series as we explore what industry experts think about value when consuming or delivering legal services. These industry thought leaders share their views and insights into the concept of value and the value exchange as it relates to the legal industry.

We had the pleasure of interviewing Carl Herstein, Chief Value Partner at Detroit based Honigman Miller Schwartz and Cohn, LLP, at his office in Ann Arbor, Michigan. Carl has been a practicing attorney since 1976, having spent his entire legal career at Honigman. Carl was previously the chair of the Billing and Collection Committee; he notes how serving on the committee taught him the importance of efficiency, understanding client goals, and fostering communication between clients and the firm.

As Honigman's Chief Value Partner, Carl is responsible for all aspects of value delivered by the firm, including pricing, process improvement, project management, and client concerns. In his role,



Carl is both a resource for the firm's partners and proactively works to champion the importance of providing value to clients, including the benefits of legal project management methods and tools, and innovations in the delivery of value and legal services.

Carl remarks how, as a mid-sized, Detroit-based firm, Honigman had a front row seat to view downturns in the Michigan automotive industry and learned to focus on delivering value to customers, long before the legal industry woke up to the importance of value in business during the 2008 recession. Carl notes how economic downturns taught the firm "the critical importance of being focused on ... clients, being focused on efficiency, and providing great value". Carl believes Honigman's clients understand the firm is cost- and value-conscious through being lean and focused on client goals and values, and through its innovative use of project management and preferred vendor management tools and expert service firms.

We started the substantive portion of the interview by asking Carl the big question – what does value mean to him? Carl notes how value can mean "different things to different people", pointing out how "sometimes people say it's all about price...some people say 'no, it's something else'. Importantly, Carl cited eight factors, which Honigman also lists on its website, as defining value:

- *Outstanding quality* – a necessary, but not sufficient, indicator of value
- *Proportionality* – the firm understands client objectives and ensures that costs are

proportionate to the business problem the client faces

- *Efficient resource allocation* – the firm assigns the right staff for the particular kind of work, keeping in mind client preferences as to the degree of partner involvement
- *Service and communication* – we are a service business and communication is the first requirement for good service
- *A commitment to help* – the firm understands the client's business and is passionate about achieving the client's goals
- *Price* – we want our client's to feel that the price is fair for what they receive
- *Predictability* – the firm is committed to providing a consistent experience, and the clients can rely on the budgets provided for the work that is within the agreed upon scope
- *"Something added"* – the firm strives to provide clients with service they didn't expect, such as identifying and handling a legal issue the client is unaware of before it becomes a problem to the client.

We asked Carl how his firm measures the delivery of value to its clients. Carl says that the firm conducts an annual survey of its attorneys to collect feedback they've received from clients about the services the firm provides. Carl also notes how the firm is employing project management tools to determine what services to provide to clients and to communicate to those clients about ongoing services. Carl cites how Honigman asks its attorneys to communicate with and report to clients "not just in terms of the monthly bills but as frequently as the clients would like ... doing the kinds of things that clients are asking firms to do".

Asking Carl about his opinion of how the concept of value is communicated in the legal industry, he notes how the industry can do a much better job at communication. Carl believes improving the communication process should begin during the training of new lawyers in law school and the first few years of practice. Law schools need to adopt courses in project management, process improvement, collaboration and legal innovation, and law firms need to continue those efforts, just like the efforts being adopted at Honigman. He notes, for example, how in-house counsel, who often serve as the client's face to outside counsel, have also been trained in the adversary model of law. As a result, they sometimes believe that it is not appropriate to be fully open with their outside counsel counterparts since there is still "a bit of that adversarial relationship, as opposed to one where people are acting more like collaborators and have a trusting relationship with one another".

Carl believes that, to achieve the service model both law firms and clients are looking for, clients should "be more forthcoming about not just the cost of services they're willing to pay, but also their goals, their priorities, and how they want their matter planned", while their lawyers must be straightforward in asking those questions, prompting clients to share this information in as much detail as possible, and then listening well to the clients' answers, responding accordingly, and making use of the information to benefit the client as much as possible. Clients and lawyers need to work together as a collaborative team. That means open communication, honest feedback, planning work together, and taking the time now

to understand the goals and priorities for the tasks that they have jointly undertaken.

We asked Carl about the fact that many clients use an RFP process to help determine who to hire. Carl says RFPs can be a valuable tool, and his firm uses them selectively when it purchases services too. But Carl cautions that developing a good RFP is not an easy task. It requires the purchaser of services to provide sufficient information to potential service providers so that it can get useful answers. Usually the more the RFP discloses about the needs and objectives of the purchaser, the better the responses. Responding to an RFP is an intensive and time-consuming process, and Carl relates that he has heard many firms express frustration that legal RFPs often don't give enough information to allow firms to respond as well or as creatively as they would like. Good pricing requires good scoping and good scoping requires a clear understanding of what is to be achieved and how.

We asked Carl about how clients can be more effective at communicating the value they want to their legal service provider. Carl believes the key is training legal service providers, as Honigman encourages its attorneys to do, to ask the right questions of the client at the inception of every matter, particularly if the client isn't clearly articulating how the work the service provider is offering to do matches those goals and expectations. Carl emphasizes that it is also sometimes the case that a client may not understand all the circumstances or potential ramifications of their situation; as a result, law firms can be limited in their discussion of value with clients by the information (or lack thereof) at hand.

Accordingly, Carl suggests that lawyers “keep constantly coming back to ... what the client’s goals are, what the expectations are ... given how the matter has evolved.”

Turning the issue around, we also asked Carl how his firm communicates the value it seeks from its own service providers. Carl notes how much of a challenge there still is in communicating with legal service vendors, although there has been a good deal of improvement in recent years. Carl believes the key to communicating with vendors is to be both clear and upfront with expectations about sought-after value. Carl cites the growing number of vendor selection and management tools that make communication with vendors much easier. Carl suggests defining a common “vocabulary” for both law firms and legal service vendors to work from, because without standardized terms and common meanings, it is impossible to fairly compare the products being delivered for the price charged. Honigman has moved to a preferred vendor program; while it is a non-exclusive model out of respect for client preferences, Honigman has carefully vetted and developed contractual relationships with key vendors, aimed at insuring that clients get all eight components of value that Honigman itself seeks to provide when employing third party vendors on a client’s behalf.

Finally, Carl again suggests improvements in the training of lawyers; Carl notes how law school education can “focus on the lone, heroic [lawyer] ... who without the help of anyone else is able to win the case!”

But Carl points out, in reality, the practice of law is more frequently a team effort requiring administrative and project management skills

in addition to legal knowledge and training.

Opening the floor for Carl’s last thoughts, he cites the trend of clients viewing law firms as just another vendor in the supply chain as clients have become very conscious of the cost of legal services. But, while acknowledging that it is perfectly legitimate to hold law firms accountable for service, performance, price, and other aspects of value, just like other vendors, Carl also pushed back a bit on that trend, noting that lawyers are unique because they have a fiduciary relationship with their clients and a code of professional ethics. Carl also notes that, from a business perspective, law firms are restricted by partnership models that can impose constraints on law firms that service vendors in other verticals don’t have, because those other vendors are corporations or similar limited liability entities. Carl urges that clients should take advantage of law firms’ uniqueness compared to other service providers, and strive to benefit from the collaborative potential of the relationship that those unique factors are intended to foster. a routine, repetitive legal matter may value price above all else to keep costs down, or may value exemplary customer service so that the recurring matter will be taken care of without the customer needing to spend any time or thought on it – think of a business that must regularly file legal applications in the ordinary course of business.

---

*Disclaimer: The statements of the interviewees in the Value Article Series are opinions and observations of a personal nature and do not necessarily reflect the opinions and policies of their respective employers.*



## About

[Carl Herstein](#) is a real estate attorney who has experience in the areas of finance, tax appeals, interest/usury, and equine law. He is well known for his writings on Michigan real property law and his authoritative work on Michigan usury law, which have been cited by the



courts and utilized by practitioners. He has also worked extensively on the structure and documentation needed to settle complex real estate tax

appeals. As [Honigman's](#) Chief Value Partner, he works extensively on legal project management, alternative fee structures, and matters relating to the cost-efficient practice of law. Honigman, is a preferred vendor for ClariLegal.

[James Johnson](#) is principal attorney of [First](#)



[Venture Legal](#), a Cambridge, MA-based law practice working with early-stage startups. He assists entrepreneurs and small business owners with corporate formation and structuring, contracts, commercial law,

employment matters, and early-stage fundraising. His practice utilizes alternative fee structures to deliver value-based service to early-stage ventures.

[Cash Butler](#) is a seasoned legal technology innovator. He has over 18 years of experience in the legal vertical market, primarily working in eDiscovery, litigation & compliance. Cash is an expert at legal vendor and project management and is the founder and CEO of ClariLegal, a preferred Litigation/Legal vendor management

platform that matches corporations and law firms with the right vendors who have the right service offering at the right price.



The ClariLegal solution saves time and money. [ClariLegal](#) also improves, quality and project transparency which helps corporation and law firm customers gain more in control of the litigation. Cash practices and believes in continuous business process improvement through the smart application of technology to provide better, faster, less expensive, more secure legal service delivery that improves outcomes.

Cash is also an avid hockey, baseball and football fan with a strong affinity for Boston College and the University of Michigan.

## Advancing the Legal Ecosystem by being all-inclusive:

Challenges and Opportunities

An interview Vishnu Prasad , CEO Law Pundits

**Vishnu, among other activities you are Founder of Law Pundits evolving from a one-man law tuition service into a legal academic services firm and expanding into other areas of the legal ecosystem. What inspired you to start this company, what's it about and what are the core activities?**

Law Pundits indeed, was founded as a tuition service for law students when I was a post-graduate law student at the London School of Economics. As soon I graduated, I joined a law firm, but I did work on Law Pundits during my free time. It has pivoted quite a bit from its initial days and evolved over the years to do several activities. We were able to expand to several other areas of the legal sector. We are very focussed on experimenting and

innovating in the legal field, it could be as minor as taking the legal recruiting process online in India or something like creating an advertisement platform exclusively for the legal industry.

I feel, a sense of entrepreneurship, creativity and passion to solve problems could be the reason why any enterprise begins. Law Pundits also started on this premise. One of the reasons why I started Law Pundits was that some of the law students at LSE were facing certain challenges because students were coming from different legal systems and as I was a student doing an LLM after having gained some exposure and experience in law, I was able to help the other students especially those law students in their undergraduate studies. Many people from Civil Law countries that came in were not familiar with the Common Law system, I was able to help them out and support myself as well at the time. Then it branched out into a range of different services.

The core inspiration as I realized early on was that law, in spite of being a centuries old profession, had potential for doing things differently and I personally wanted to create something that would be beneficial to the legal community as well as for the public. That was the reason behind starting Law Pundits.

Our core activities presently include, law related events and legal conferences, connecting people from the legal community to the general public, promoting the rule of law as well as increasing access to justice and bringing together various stakeholders from within the legal industry. We have several other activities that we have planned on a global scale, pre-

dominantly one of them would be to make sure that we align ourselves with the UN Sustainable Development Goal of Promoting Peace and Justice.

**Your mission is “to create a better world through the advancement of law”. In what way do you try to achieve this?**

I mean, take any country in this world - Those countries that fall under the category of “developed” or “advanced” all have one thing in common, a very robust legal and justice system. While innovation, scientific discoveries, sports etc. are highly important as well for countries, it would be pointless to have all that without a progressive justice system, awareness of laws and proper access to justice. Our aim is to create a better world through the advancement of law and that is the motto upon which we operate.

We are doing multiple things to make sure that law is advanced and is attainable to the public. We do this through a combination of different activities - Providing information on law, helping with access to good legal education, spreading the knowledge about legal technology to the public etc. are ways in which we are attaining this objective. With one of our prominent events, we promote legal education through our partner law schools around the world so that the advancement of law is possible and also so that the law students based around the world are able to get access to the legal education of advanced countries like the United States or certain countries in Europe, after they get sufficient training, they go back to their countries and are able to implement the best practices into their own legal systems.



**You've now organized the Global Legal Forum Conference in The Hague from August 23-24, 2018. There are many other legal tech events as well. What makes you stand out between your colleagues?**

[Global Legal Forum](#) is not just a legal tech event by itself, we chose legal tech as the theme for it but GLF aims to bring together various stakeholders from the legal industry to a common platform so that Access to Justice goals are attained from different stakeholders. With what is going on in the legal sector right now and in the technology sector, we understand that the importance of having more discussions and creating roadmaps on a global scale to take it forward so that the legal sector and the public can benefit at large.

Of course there are many other legal tech events and most of them have been doing a fantastic job of promoting the legal tech sector. At the present stage where the world is at in terms of innovation in law, certainly multiple events and discussions surrounding topics are essential and I am really glad to see it happening. However, these events are usually region specific and with focuses mainly for legal tech or hackathon events. GLF is more about bringing together multiple stakeholders from the legal industry to create meaningful actionable plans that can be implemented at scale.

**If you have to choose 3 unique selling points which 3 should you choose to describe your business and why?**

Law Pundits is a platform where lawyers, the public, law schools, legal tech companies, the legal in house counsels, can come together. There is something for everyone. That is some-

thing not many organizations in our domain are able to provide. While we understand we can't be everything to everyone, we also realise that there is no such organization or firm which where all the people can come together to interact with each other and learn from each other and we plan to be that firm which is able to bridge that gap. Having said that our three USPs would be *Demystify*, *Connect* and *Innovate*.

Many people who do not have a legal background have problems approaching lawyers or even knowing about their rights, we strive to demystify law to those people who have problem approaching lawyers or applying law to their situations, serve the legal industry through creative innovations and provide valuable connections and insight through our events.

**How do you think tech will impact the legal profession? In what way, will it significantly alter the traditional role of the lawyers as trusted intermediaries?**

I really believe a lot more innovation will happen in law in the next 5 years than whatever little innovation has happened in legal sector in the past few centuries. Many roles that were traditionally done by the lawyers will most certainly be automated, but with that several opportunities will be presented as well. Engineers and scientists could play a significant role in the legal sector now more than ever before. With chat bots being able to answer basic legal queries, it is likely that the public in general would learn more about rights and laws that would affect them since it would easily be accessible to them. With technology in place right now to predict the likelihood of winning the case if it goes to trial, clients can take a call

on whether to pursue a matter. Furthermore, there are so many tasks within the legal sector which can be automated especially with regard to contracts, document review etc.

However this does not mean that lawyers will be totally replaced. Lawyers have this human component and emotional intelligence or emotional support which is needed for many legal matters like divorce proceedings or criminal defence. It will be a while before clients might get comfortable and willing to handle things on their own without the help of a trained lawyer.

### **Can you share some of the tech companies you follow closely?**

We do follow tech companies very closely and one our top favourites is Ross Intelligence because they are among the pioneers when it comes to AI and legal technology.

We are also following one company from The Hague very closely, they are not a legal tech company but the application is very useful and important in legal technology as well. They have a tech where soldiers can interact with each other using a VR background. The application of that technology is going to be immense if it can be made acceptable into the judicial and legal system.

We are also looking at the application of this bot, it's an American legal tech company that we are following closely. It is also very interesting in terms of the impact it can have on the legal profession as they help with the parking ticket situations. While this is being done only for parking tickets at this stage, its application could be extended to other areas as well.

### **The number of legal start-ups focused on tech has grown dramatically in recent years. Any thoughts on why?**

Whenever there is a surge in any industry or sector, it is because of the potential or opportunity. Legal technology is no different. Legal tech is very much a part of the 4th industrial revolution. While all of the legal tech start-ups might not be successful, the innovation that is going on in this area should certainly be welcome. It is also much needed. Legal tech companies help in democratizing the legal sector with better access to justice. Legal tech is not limited just to lawyers or people with legal training. There are a lot of tech start-ups where the founders have no legal training or say a degree from a law school, they are purely people from a technical background. It is a field open to everyone. This combined with the advent of other technologies like blockchain, AI, machine learning in all other sectors have had an impact on the legal sector as well.

### **You closely watch the legal tech start-up community. What's your advice for someone thinking about starting a new legal tech or legal start-up?**

In the US alone the Legal sector is a \$400 billion dollar industry, In UK it is approximately \$42 billion and globally (including US) it is almost \$1 trillion. It is undeniably a big sector which can accommodate a lot of innovative companies. While it is obvious, I would say a deep understanding of the problem that you are trying to solve and finding a faster and simpler way to resolve it is definitely a plus point. Places like Crunchbase have good data of the businesses that operate in the legal technology space. It would be helpful to analyse if what you want to do is already being

done and if so, what can you do to make it better.

**Do you think the legal industry disrupted by various technologies needs specialized attorneys to resolve the regulatory and operational challenges arising from a new technology?**

As the legal tech industry grows the challenges that it presents is also going to increase. That has happened for every sector. For example, if we look at the banking sector, which is highly regulated these days were self-regulated in most countries in the 70s and 80s. Later on there have been several situations whereby governments have recognized the need to have more regulations and now it is one of the most regulated sectors.

With the legal tech sector, it is still in the early stages, that does not mean we have to wait for something really consequential to happen to have a discussion around the regulatory aspects. Very recently the Law Society of England and Wales have been having significant discussions on regulating the use of AI and codes in law. Regulatory challenges are definitely going to arise but I feel the sector should be left to do more innovation before being regulated. Lawyers who have a good understanding about Block chain, technology and AI would certainly be needed to advise not only companies operating in this space, but the legislators as well.

**What's overall your opinion on the current processes in the legal sector when you think about development, planning and implementation of (innovative) tech strategies?**

Let's be honest here, there is work within the legal domain that can be automated and done faster and with much fewer errors. We are at a stage where changes to the legal profession is happening really quickly and law is inherently a profession that has not changed significantly for centuries.

The biggest challenge facing the legal tech sector would be in educating the lawyers not just on how to use the new technology, but to embrace it. Many firms and in house departments based in some countries have been quick to adapt technology but the same cannot be said as a general trend.

**Do you see differences between American and European firms in their daily operation and how they develop, plan and implement (innovative) tech strategies?**

Absolutely. I have had the opportunity to analyse the different legal tech companies operating around the world. North America certainly has the highest number of legal tech companies around the world. One of the main reasons could be because law firms and legal departments in the US have been quick at adopting and implementing new technologies, which encourages more legal tech companies. A lot of innovation is happening in other parts of the world as well. A majority of the firms in Europe and Asia that have initiated the process of adopting technology into legal practice seem to have their main offices in the US. Although there are domestic and EU centric firms that have been innovating and leading the way in technologically aligning their practice in EU, US law firms seem to be far ahead in the implementation process.



**The legal profession is changing and professionals need to be more business and tech savvy. What do you see as the biggest challenge for the legal professional in let's say five years from now?**

The biggest challenge will be for the existing legal professionals who are in a state of denial that technology will not impact them or their practice will somehow be immune from technological advances. For others it presents them with opportunities in the form of being able to do a lot more meaningful legal work, greater time devoted for their clients, better access to justice, and significant reduction in time taken in decision making process in courts. The ancillary challenges could be a re-training of lawyers to include coding. This could also present opportunities for law schools to devise a curriculum to deal with the innovative law programs and courses needed to address the challenges and opportunities that legal technology presents.

---

**About the Author:**

[Vishnu Prasad](#) is a Lawyer, Entrepreneur, Educator and Legal tech enthusiast. As Founder and CEO of [Law Pundits](#), he leads a team of technologists, sales heads, designers, event professionals and marketers. He is also responsible for new initiatives, activities and expansion of Law Pundits. He oversees the various verticals of Law Pundits and conferences and summits that Law Pundits organises globally. He currently heads the Global Legal Forum, an initiative for promotion of access to justice through technology and attaining Sustainable Development Goal of Law and Justice.

He founded India's first and largest Legal Tech Conference – The Legal Tech Fair and The first law exhibition in India - The Legal Education and Services Expo and created the first exclusive advertisement networking platform exclusively for legal sector – The Law Ad Network.

In 2014 he was also a “Fastcase 50” award recipient, the award recognizes 50 of the smartest, most courageous innovators, techies, visionaries, and leaders in law. He is also a distinguished Fellow of Royal Society of Arts in London.

As part of his passion project, he is also the license holder for TEDxThiruvananthapuram, the largest TEDx event in the state of Kerala in India.

Prior to starting Law Pundits, Vishnu was a corporate lawyer having practiced in both India and UK. He was also the visiting professor at Regents Business School where he taught Business Laws to Management Students.

Vishnu holds an LLM from London School of Economics and an LLB from University of Kerala.





"This event was eye-opening and affirmative at the same time"

Head of IP Department, Podravka, Delegate 2017

# IP WORLD SUMMIT 2018



Main Conference:  
8th - 9th October, 2018

Post Conference Workshop:  
10th October, 2018

Schiphol Amsterdam,  
The Netherlands

## MANAGING DIGITAL CHANGE AND FUTURE PROOFING YOUR IP STRATEGY AT A GLOBAL LEVEL

### Global IP Experts Include:



**Patrick Patnode**  
President of Licensing  
GE Ventures



**Jerry Xia**  
Chief IP Counsel, Asia-Pacific  
Honeywell International Inc.



**Dr Changhae Park**  
Vice President, Intellectual  
Property Monetization  
NXP Semiconductors



**Dr. Stephan Wolke**  
Chief Executive Officer  
Thyssenkrupp Intellectual  
Property GMBH



**Claudia Tapia**  
Director IPR Policy  
Ericsson



**Giovanni Visintini**  
Counsel - Brands |  
BP Legal - Brands  
BP Plc.



**Sonia Cooper**  
Senior Patent Attorney,  
IP Policy and Strategy  
Microsoft



**Satish Tiwary**  
Head IP  
Airbus

**30+**  
SESSION  
LEADERS

**200+**  
PARTICIPANTS

**15+**  
HOURS  
DEDICATED  
NETWORKING  
SESSIONS

**40+**  
COUNTRIES  
REPRESENTED

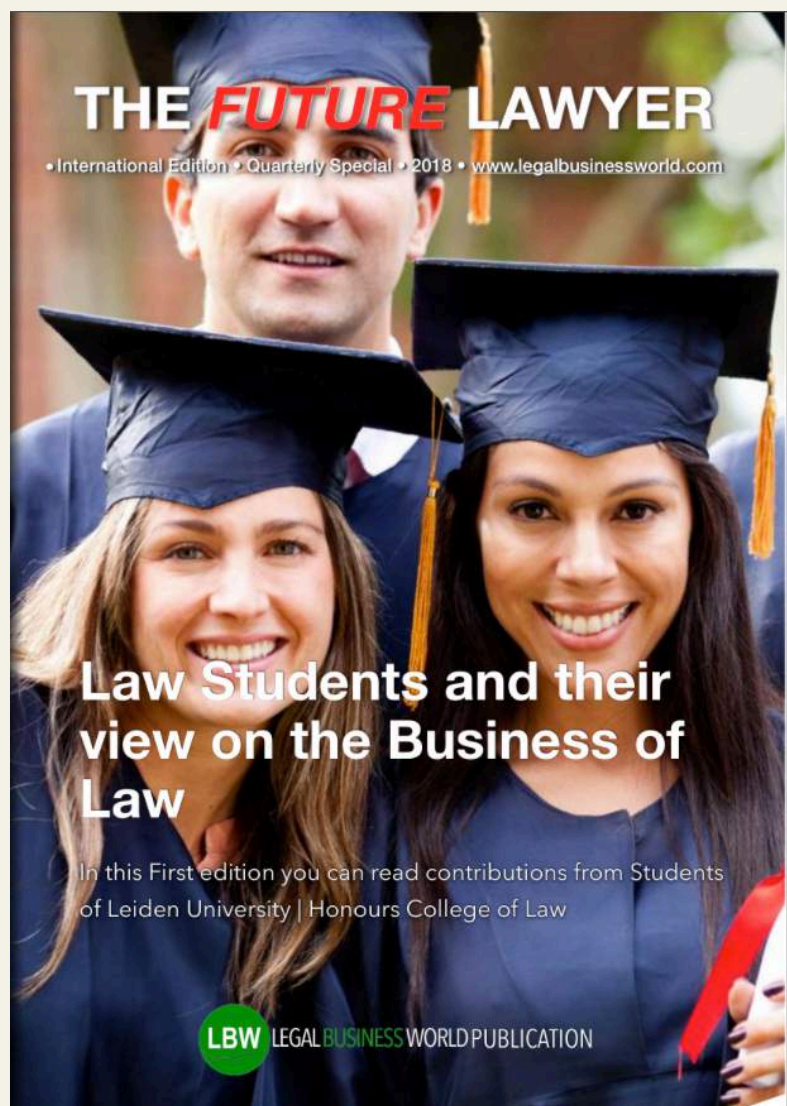
**BOOK NOW  
AND SAVE  
UP TO  
€800!!**



# THE **FUTURE** LAWYER

## STUDENTEN OVER DE JURIDISCHE MARKT

Een selectie uit [The Future Lawyer](#),  
Universiteit van Leiden - Honours College







# Are Courtrooms Becoming Obsolete?

By Jasper van der Kooij

Law has the image of being one of the most classical professions and this is not undeserved: lawbooks are largely written in archaic words, judges and lawyers wear robes in court and in some countries they even wear wigs. Although there is nothing wrong with these examples - for me it is one of the aspects that gives law its charm - there is room for improvement. In order to make lawsuits more efficient the whole process needs to be modernized. In this article I will explain how lawsuits can be modernized, and discuss the advantages and disadvantages of such a system and deduce whether I think it will happen in the future.

## **The modernized lawsuit**

How can lawsuits be modernized? For example, the Dutch judicial system is already modernising in some areas. Some cases do not require a court session at all anymore, parties just have to send in their claim and exhibits and the judges will send their decision.

Such a system can be expanded even more by giving judges the possibility of asking the parties questions in an online platform. Parties will have the option to provide answers and thereafter, judges can send their decision, without being restricted by court sittings. What are the advantages of modernizing lawsuits this way?

### **Advantages of modernization**

Firstly, this could help increasing accessibility to law. Bringing a case to court can be very expensive and time-consuming. In an online lawsuit, parties are able to send in their documents and they will not have to show up in a courtroom. Instead the judges will decide the case in their own office and send their decision afterwards. This will help lower costs and cases will also be less time-consuming. Small businesses and individuals will profit most from this, because currently some do not have a chance to prosecute at all due to high legal fees. By lowering the costs, also smaller cases have a chance to be justified. As a result, this could lead to more cases being filed. The second group that can profit from this are lawyers. Especially small firms will receive more assignments of parties that would previously not bring a case to court. Also bigger firms can profit from online lawsuits. A completely digital process can go much faster, thus firms will be able to accept more cases.

### **Risks of the modernized lawsuit**

Should modernization go this far? Having the complete juridical process in an online environment could bring huge problems. Firstly, there is the risk of the system being hacked, where someone could down the system or steal files. These files can often contain very sensi-

tive information, so one of the main concerns when digitizing lawsuits will be how to secure it. Dutch courts are already facing competition of another digital judge.

A company called e-Court provides an arbitration service that completely takes place online. The advantage of using e-Court is that it is much cheaper than the legal fees in court. A judgement by e-court costs 85 euros, instead of a maximum of 476 euros you would pay to the court. However, lately e-Court has been criticized.

1. e-Court has a financial motive, as they may get involved more often, if they decide in favour of the companies paying them.
2. There is a lack of transparency in the process. Parties are not told who judges the case and they do not publish their sentences.
3. Critics raise the question whether an online judge should be handling cases about debtors who have defaulted, because personal circumstances should be considered in these cases.

The first two issues can be solved by the courts themselves. If they also switch to online lawsuits, then they will be able to lower their prices and offer a better independent and transparent alternative. The last issue provides an ethical dilemma: will taking away a personal aspect of lawsuits lead to immoral sentences? I see no reason why a judge would not take personal circumstances into account when forming his sentence online. If a judge is provided with enough information, then he should form his sentence in the same way as when the defendant is sitting in front of him. This is also expected from a judge to do, as he should be independent

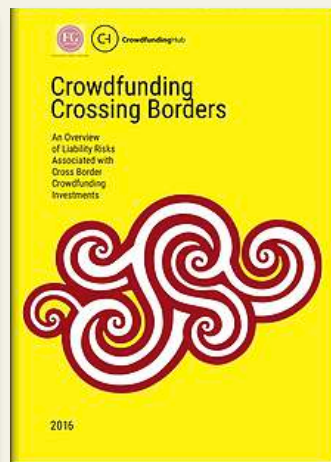
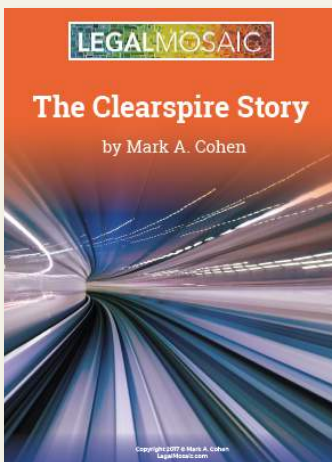
## Conclusion

Will courtrooms become obsolete? Having parts of the judicial system taking place online is already being applied and showing its benefits. Overall it is cheaper and faster, which contributes to law accessibility and also lawyers can profit from this. However, it can possibly also cause issues. There must be put in a lot of effort into making the system invol-

nerable to hacking. Also, judges should keep in mind the personal circumstances of defendants, although he is not there in the courtroom. However it can be expected from judges that this would not influence their decision. In conclusion, increasing parts of the judicial system are already taking place online and it will be a matter of time before courtrooms become completely obsolete.

# THE LEGAL LIBRARY

[WWW.LEGALBUSINESSWORLD.COM/LIBRARY](http://WWW.LEGALBUSINESSWORLD.COM/LIBRARY)





# Improved client service: getting rid of hourly billing

By Laura Verhees

A chauffeured ride to an appointment; declaring travel time to client A while working on a case for client B in the car. Whether you can become partner depends on your turnover figures because money is the norm. Hubert-Jan van Boxel used to be part of prestigious law firms until his burn out. In his book 'De Groenteboer uit Den Haag' he opens up about the hunger for money in big law firms and (ab)use of the hourly rate [source: nrc.nl].

Hourly billing will be, or already is, outdated.

There is room for a different approach that will not thrive on money and profits, but will explore ways to provide excellent client service.

The client now wants control over their budget and insurance about prices. As Mark A. Robertson (partner in Robertson & Williams) said: "The fact is, business clients are more and more demanding that their law firms look at alternatives to hourly billing as a way of translating the value of legal services as the client sees it—not as the law firm sees it."

San Diego Law Firm has created an infographic that shows arguments against the hourly billing system. Firstly, lawyers are required to meet certain quotas that will pressure them into invoicing unfairly (see the introduction) and will lead to stressed-out and overworked lawyers. Secondly, the hourly billing arrangement rewards inefficient work. Lastly, career advancements are based on billed hours and not skill level [source: Infographic Directory by Brian Wallace].

In this article, alternative fee arrangements (AFAs) will be considered further. Mainly the fixed fee and capped fee will come up for discussion, since these are the most commonly used arrangements (respectively 77 percent and 53 percent) [source: abajournal.com]. In the light of client service and satisfaction, the benefits of the AFA will be evaluated and highlighted.

First of all, the fixed fee arrangement will be considered. According to Patrick J. Lamb, there are five types of fixed fee arrangements that should be distinguished: (1) a fixed price for a broad portfolio of issues the client could be having, (2) a fixed price for a type of case, (3) a fixed price for each phase in a case, (4) a fixed price for a type of case that runs for a certain period of time and for a number of issues and (5) a fixed price applies for an agreed upon certain period of time. Clients can express concerns about fixed fees, such as: the outside counsel will stop working when costs equal the fixed fee and outside counsel will only staff the case with cheaper, ill-suited labor. There is a solution to these concerns, namely holding back an amount of the fee, that will be paid when the lawyer has achieved

the desired result. The holdback can be seen as the lawyer's profit and as a form of sharing the client's risk. It also shows confidence in the abilities of the firm to achieve the agreed result.

In short, a fixed fee arrangement as described has the following benefits:

- Budget certainty for the client;
- Shared risk;
- Managing costs and risks relative to the client's investment;
- Fixed revenue for the lawyer; and
- A financial incentive to get the client's desired and agreed outcome.

[Source: Henry Turner Jr., partner with Valorem Law Group LLP]

By applying fixed fees, client service will be ensured by the budget certainty and a shared risk. In turn, the financial incentive will create bigger chances of a case actually being solved. A fixed fee has its advantages and could also reduce misunderstandings and disputes over legal fees and costs. But a fixed fee does not always come without trouble and dispute. Dutch law firm Endtz & Co, now bankrupt, had a payment disagreement with its biggest client, even though they did apply fixed prices. Fixed fees can be very beneficial for both the client and the firm itself as long as clear agreements have been made about terms and prices. Good communication is key.

As mentioned above, another alternative fee arrangement is the capped fee. "Under a capped fee agreement, the client pays on an hourly basis but the law firm agrees that the total bill will not exceed a set amount. A cap is often accompanied by a minimum fee, which

sometimes is referred to as a ‘collared’ fee agreement.” [Source: *2Civility Illinois Supreme Court on Professionalism*]

A capped fee is an alternative fee arrangement that uses hourly billing. Unlike the hourly billing that was described in the introduction, the client will have insight in the final bill which allows the client to control their budget. Law firm Heussen mainly uses the capped fee arrangement and as partner Stan Robbers says, this is because the client wants insight in the final costs. When the costs rise above the capped fee, the lawyer could engage in conversation with the client if there is actual additional work or if the circumstances have changed [source: *Advocatenblad 02/2015*]. Nevertheless, lawyers are encouraged to work efficiently instead of prolonging the procedure to increase the billable hours.

A capped fee will assist clients in keeping control over their budget, thus providing client service. The extra assessment when the costs are higher than the final fee is both a benefit for the client and the lawyer. If the circumstances show that extra work will have to be done, the lawyer gets paid for the work and the client is assured that the lawyer keeps working effectively.

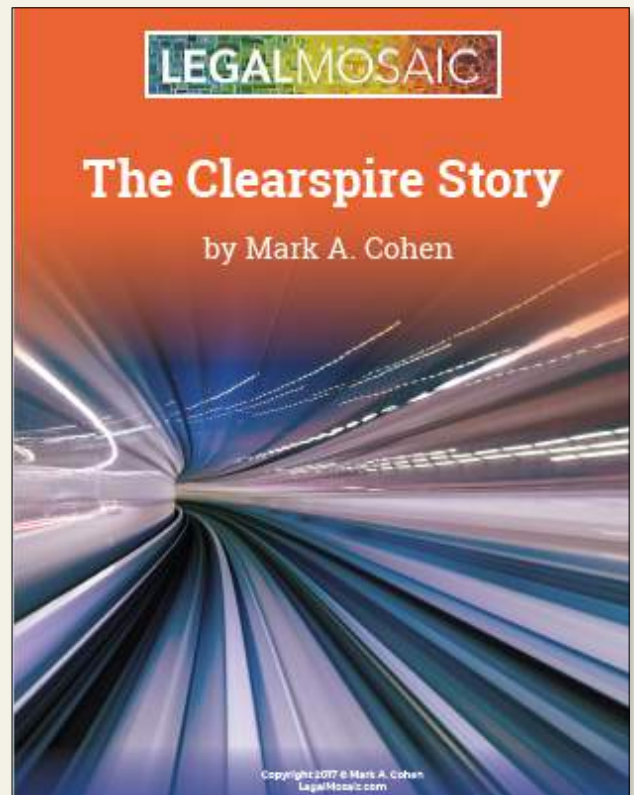
Hourly billing is the traditional pricing model for law firms, but the time has come for another model to take the central spot. Working as a lawyer should not be about billing every hour possible, but about client satisfaction, which will create long term and profitable relationships. Clients are less likely to take their business elsewhere over a price misunderstanding if the fee is predictable. The AFAs mentioned

in this article will give clients clarity about the final fee and control over their budget. The described fixed fee has an extra incentive for the lawyer to achieve results and with the capped fee arrangement additional work can be taken in account to suit the necessary hours. Both arrangements stimulate and reward efficient work, and provide client service, thanks to the transparency of the prices.

And remember, it will not just be about making money, but also about satisfying clients and creating valuable relationships.

---

Download these ePublication in our Library (click on the Cover | Choose eBook or PDF). Click here to go to [the library](#)





their relationship with their clients becomes more technological savvy and therefore legal professionals (and law student) need to have a great interest in technology and dual qualification (law and science) might become more common. Easy to be automated skills will disappear and other (more technical) skills need to be learned all the time. Universities may have a supportive role here. Rather than working from a traditional, physical office, legal professionals will be more flexibly organised in a virtual way with meeting hubs. Clients will probably expect to pay less or nothing for the easier legal work but more complex work will

probably lead to a more intense “partnership” with clients.

So in conclusion: you have to have a great interest in technology and go for a double degree become the rule instead of the exception. Keep learning outside your field is very important to stay up to date and to ensure that the legal world does not go beyond the facts. The design of the work will change, a more flexible working atmosphere will arise between employers and employees and last but not least, technical developments and a stronger bond between clients and lawyers will lead to partnership.



**Call Care** Telefoonservice voor de advocatuur

Telefoonservice | Agendabeheer | Opvang Overflow

Wij werken voor +200 advocatenkantoren, kennen de juridische terminologie en werken discreet

Call Care Nederland | 010 – 280 3333 | [info@callcare.nl](mailto:info@callcare.nl) | [www.callcare.nl](http://www.callcare.nl)



Op zoek naar **informatie** of een **specialist** op het gebied van **Kinderontvoering**?

Ga naar:  
<https://www.kinderontvoering.net>



Aantjes Zevenberg advocaten	34	Prakken d'Oliveira Human Rights Lawyers	58
Alt Kam Boer advocaten	28	Redbreast	2
B&C Melissen Advocaten	10	Ron Borgdorff	50
Call Care	41, 80	SDU	17
CCV	28	Spandaw Consultancy Group	6
De zaak op orde Seminar 4 oktober 2018	60	SwiersCS	22
DigiJuris	26	Telecom360 / Conferencecall.nl	53
Euro Systems	38	Toga Atelier Schout	57
Eeuwcongres	51	Van der Feltz advocaten	58
Hoge Raad der Nederlanden	29	Van Odijk Advocaten	19
Kom juridisch trainen	34	Vasteland Advocaten	58
Lexwell Attorneys at law	19	WeSeeDo	4
Meijer Consulting Group	6	Wijkamp Advocatuur / Advocatuur GmbH	10
Nederlands Instituut van Register Valuators (NIRV)	34	Visiepagina	32,44,46,48,54
OSR Juridische Opleidingen	13	International Negotiation Competition	82



The countdown to the 2018 INC has begun!



*International  
Negotiation  
Competition*

Sponsored by



CENTRE for EFFECTIVE  
DISPUTE RESOLUTION

FOR LAW STUDENTS  
2018 CARDIFF, WALES

#futurenegotiators

Find out more about our organising partner [CEDR](#)

and sponsor [Latham&Watkins LLP](#)