



**Kyboko**

EMPOWERING BUSINESS  
DEVELOPMENT

# **11 stappen naar beter business development**

**Meer business door minder 'verkopen'**

# Van prospect naar klant: 7 contactmomenten nodig



# 1

- Prospects worden pas klant nadat ze 7 maal contact hebben gehad met u of uw kantoor

website

aanbeveling

blog

presentatie

seminars

nieuwsbrief

persartikel

netwerk event

persoonlijk gesprek

congressen



- De prospect komt niet vragen om die momenten.
  - Het is aan u om die te creëren.
  - Met regelmaat.
  - Met persoonlijkheid & inhoud



- Maak een plan (2 A4 is voldoende)
  - Waar richt ik mijn energie op?
  - Waar kan ik mijn sterke kanten benutten?
  - Welke bedrijfstakken en organisaties heb ik in het vizier
  - Wie ken ik daar, en wie wil ik leren kennen?
  - Wat moet ik daar voor doen?
- Maak keuzes
  - Slechts 24 uur in een dag;  
u kunt uw tijd maar 1 keer besteden
  - U kunt niet ALLES doen,  
en al helemaal niet TEGELIJKERTIJD
  - Beter 1 prospect ècht goed benaderen, dan 2 halfslachtig



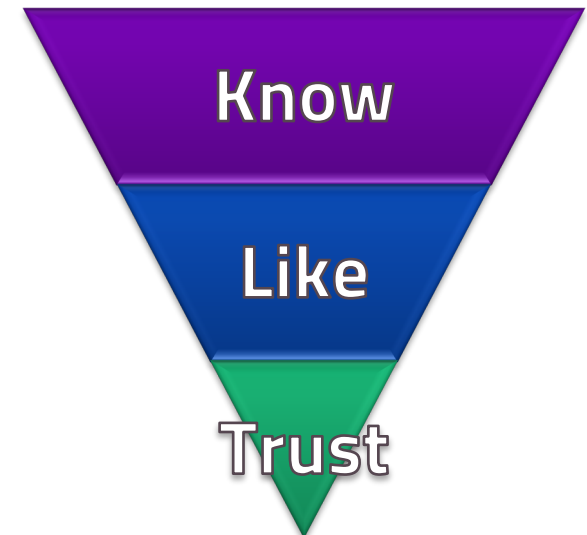
# 2

# Vertrouwen komt te voet (en gaat te paard)



## 3

- Prospects moeten u **KENNEN**.  
Zodat ze u kunnen (H)**ERKENNEN**.  
Dan kan **VERTROUWEN** groeien.  
Dat is de basis voor business
- Tempo wordt bepaald door de prospect.  
U kunt dat tempo wel beïnvloeden:
  - Goed getimed,
  - Kwalitatief ingevuld
  - Op passende contactmomenten.



# Onderhoud het contact, regelmatig.



## 4

- Ook als er geen werk onderhanden is
  - Minimaal 1 maal per kwartaal
- Passend bij de relatie met uw klant
  - Een korte update van ontwikkelingen
  - Een **relevant** nieuwsfeit
  - Een **interessant** artikel
- "**Relevant**" en "**interessant**" in de ogen van uw klant, niet in uw eigen ogen of die van uw communicatieadviseur





## 5

- **Evalueer** het verloop van een dossier
  - Wie deed wat? Wat was daarvan de toegevoegde waarde?
  - Over welke onderdelen was klant tevreden? Waar had het beter gekund?
- Stel uw klant **open vragen**:
  - *“In hoeverre ben u tevreden, klant?”*
  - *“Wat kunnen wij als kantoor verbeteren?”*
- De **ervaringen van uw klant** geven u echt inzicht in uw kwaliteit en hoe die ervaren wordt.
- Doe het 4-6 weken na afsluiting van een dossier



# Klanttevredenheid is méér dan een enquête



## 6

- Iedereen, ook uw klant, heeft er een hekel aan om mee te doen aan onderzoek en er nooit meer iets van te horen.
- De enquête levert **informatie**. Uw gebruik daarvan levert **toegevoegde waarde**.
- Rapporteer de resultaten aan klanten.  
Geef aan wat u ermee gaat doen.
  - Óók als u besluit niets te doen: vertel het.
- Als u ook maar één verbeterpunt uit de enquête haalt, krijgt u de erkenning van uw klant. Er is geen betere basis voor groeiend vertrouwen en potentieel extra werk.



# CRM is méér dan een adressenbestand



# 7

- Centrale opslag van klantgegevens verhoogt efficiency & gebruik.
  - Voorkomt dubbeling en dus vervuiling.
  - Inzichtelijk wie welke contacten onderhoudt.
  - Introduceren van kantoorgenoten wordt makkelijker.
- Koppeling met omzet- en urenadministratie geeft inzicht in omzetontwikkeling
  - Inzicht in welke teams welk werk doen (en welke concurrenten er werk doen) geeft inzicht in mogelijkheden voor meer werk.
- Verrijken van uw database met relevante informatie vanuit (nieuwsbrieven) en over klant (media) vergroot kennis van de klant bij alle medewerkers.
  - LinkedIn is wordt alleen maar belangrijker als informatiebron







## 8

- Één op vijf van uw tevreden klanten is zó tevreden dat ze het spontaan rondvertellen.
- 3 van die 5 tevreden klanten doen dat niet: ze denken er niet aan. Aan u de taak om ze daarbij te helpen: vraag het ze!
  - “Wie in jouw netwerk zou interesse hebben in mijn manier van adviseren/aanpakken?”
  - “Wil je me helpen met een introductie bij <XYZ>?”
- Uiteraard houdt u uw ‘referent’ op de hoogte van vorderingen.
  - Een bedankbriefje (zeker als deze handgeschreven is) doet wonderen voor de relatie en daarmee het groeiende aantal referenties.





## 9

- Niet alle klanten zijn even belangrijk voor kantoor
- Belangrijke klanten, vooral die met toekomstpotentieel, verdienen andere (lees: betere) aandacht dan minder belangrijke
  - Onbelangrijke klanten ... bestaan die überhaupt?
- “Belangrijk” is niet alleen kwestie van ‘groot’ en ‘omzet’.
  - Kijk ook vooral naar potentieel en winstgevendheid



# Mentaliteit is belangrijker dan kennis



# 10

- Vakinhoudelijke kwaliteit is al lang niet meer voldoende om nieuwe klanten aan te trekken.
  - Er zijn duizenden professionals : klanten hebben zeer ruime keuze.
- Opbouw en onderhoud van relaties (ook als er geen werk te vergeven is) is cruciaal voor lange termijn succes.
  - Know, like, trust
- Relaties zijn gebaseerd op vertrouwen, niet op uw laatste opdracht.
- Pas als relatie goed is, krijgt u een kans om uw deskundigheid te etaleren.



# Klanten zijn mensen en hebben een hekel aan verkopers. Net als u.



# 11

- Ga niet leren 'verkopen': u vindt het niet leuk en dus wordt 't nooit succesvol
- Ga niet als deskundige boven uw klant staan en uw deskundigheid etaleren.
- *"Als je een hamer hebt, lijkt elk probleem op een spijker."*  
Zet de vakinhoudelijke bril af en kijk eerst naar het bredere plaatje.
- Ga luisteren (wat is ècht belangrijk voor klant?) en adviseer over
  - aanpak,
  - uitvoering en
  - gevolgen voor tijdsbesteding en kosten.





# Kyboko

EMPOWERING BUSINESS  
DEVELOPMENT



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



[@kyboko](https://twitter.com/@kyboko)



[Dirk Heuff](https://www.linkedin.com/company/DirkHeuff)



[DirkHeuff](https://www.facebook.com/DirkHeuff)

Kyboko is een gespecialiseerd advies- & trainingsbureau voor business development en voor de professionals die daarin werken.

Klanten en opdrachtgevers schakelen ons in voor structurele verbetering van hun klantgerichtheid, profilering, acquisitie en klantenbinding. Die leidt tot betere klantrelaties en verbetering van omzet en marge.

Professionals waarderen Kyboko niet alleen om de vakinhoudelijke kennis en ervaring op het gebied van *legal business development*, maar ook om de pragmatische manier van opereren.