

Marketing- en franchise- formules in het notariaat

Notarissen wachten, om met oud-KNB-voorzitter Jan Gambon te spreken, niet meer 'tot het grind knerpt'. Zij slaan de handen ineen om aan marketing-stootkracht te winnen. Ook bundelen zij krachten om te besparen op overheadkosten, kennis te delen en/of vakinhoudelijke innovatie te bevorderen. Deze maand: een terugblik en een kijk in de toekomst met hoogleraar en lector Rob van Otterloo.

Concurreer op kwaliteit en reputatie

Notarissen moeten zich op de markt meer onderscheiden door de kwaliteit van hun dienstverlening en meer investeren in juridisch talent. 'Je moet mikken op de beste klanten en de beste juristen', zegt Rob van Otterloo, hoogleraar Organisatie van de juridische dienstverlening aan de Universiteit van Amsterdam en lector *Organizing Legal Services* aan de Hogeschool van Amsterdam. Hij beziet de huidige ontwikkelingen op de notariële markt en de toekomst van de juridische dienstverlening.

TEKST Lex van Almelo | FOTO Truus van Gog

Sinds de introductie van marktwerking is het aanbod van notariële dienstverlening duidelijk in beweging gekomen. Dat maakt de serie waarin slechts een klein deel van de marktinitiatieven werd belicht wel duidelijk. De Goedkoopste Notaris brak de markt open en maakte de weg vrij voor andere websites waar notaristarieven worden vergeleken. De site ontketende een ware prijenslag onder notariskantoren, die hun akten als product in de markt zetten. Om nog goedkoper te zijn, moet de consument bij sommige formules meer zelf doen in de voorbereiding. Het testament en het samenlevingscontract van de HEMA zijn het voorlopige toppunt van deze ontwikkeling. Daarbij rijzen twijfels of de notaris zijn zorgplicht voldoende kan waarmaken en niet onder de kostprijs werkt – in de hoop nieuwe klanten te werven die later terugkomen voor iets anders. **AKTIE** Notarissen ziet in 'het aanbieden van standaardakten tegen lage tarieven met een "uitgeklede" dienstverlening' zelfs zijn 'kernactiviteit'. Als je dat positief uitlegt, kun je zeggen dat de 'striptease' duidelijk maakt wat de beperkingen zijn van confectie, zodat de notaris vervolgens zijn toegevoegde waarde kan laten zien.

Afbreukrisico

Volgens een deelnemer aan een goedkope standaardformule kleeft er een afbreukrisico aan uitgeklede dienstverlening. Als een in de fuik gezwommen koopjesjager de dienst vindt tegenvallen of onverwacht meer geld moet uittrekken voor maatwerk, kan die zijn gram halen door een slechte review te plaatsen op één van de vergelijkingssites.

Een andere deelnemer aan een goedkope formule verzuchtte: 'Iedereen denkt dat we allemaal hetzelfde doen met als gevolg dat iedereen alleen maar kijkt naar de prijs in de offerte.' Bij consumenten is het beeld ontstaan dat alle notarissen hetzelfde op de plank hebben liggen en alleen maar op een knop hoeven te drukken om dat te leveren. Er zijn meer notarissen die het productdenken dodelijk vinden voor het imago van het vak. 'Het is je reinste darwinisme: de huidige marktbevingen verzwakken de soort', zegt een notaris met bedrijfskundige ervaring. Is dit niet te zwartgallig gedacht? Wat is de juiste marketingstrategie? Hoe ontwikkelt de markt van de juridische dienstverlening zich?

Reflex

Hoogleraar, lector en consultant Rob van Otterloo begint met een antwoord op de laatste vraag: 'Volgens de Schotse onderzoeker

Richard Susskind is men in het algemeen minder bereid om hogere fees te betalen voor standaardwerk en producten met een kleine toegevoegde waarde. Daarentegen blijft aan de andere kant van het spectrum een geweldige markt bestaan voor maatwerk dienstverlening, niet alleen voor advocaten, maar ook voor notarissen. Als je dus redelijke tarieven wilt hanteren, moet je opschuiven naar hoogwaardige, specialistische dienstverlening. Aan de onderkant van de markt zorgen warenhuizen en hbo-juristen voor een toenemende prijsconcurrentie. Temeer omdat de monopolies verder afbrokkelen. Er zijn geen zekerheden meer.' *Het notariaat is veel marktgerichter dan wij aanvankelijk dachten, hoewel de grootste veranderingen van buiten het notariaat komen...* 'Echte paradigmaverschuivingen komen altijd van buitenaf. Ik denk dat dat ook voor deze markt geldt. Ik vind de tuchtklacht tegen notarissen die meedoen met de HEMA een achterhoedegevecht, een hele negatieve reflex, die getuigt van weinig innovatief vermogen.' *Kun je de ideeën van Susskind, die 'the end of lawyers' voorspelt, zonder meer toepassen op Nederland?* 'Nee, maar wel zijn visie op standaard-versus-maatwerk. Als je standaardwerk blijft leveren, moet je opboksen tegen een geweldige concurrentie en kun je geen hoge tarieven rekenen. Bij hooggekwalificeerde dienstverlening wel. De testamenten en samenlevingscontracten van de HEMA zijn goed voor relatief eenvoudige situaties. Consumenten en mkb'ers kunnen de kwaliteit van de dienstverlener niet goed beoordelen. Daarom gaan ze af op andere aspecten. Hoe is de bejegening? Stelt de notaris goede vragen? Pakt hij mijn probleem kort en bondig aan?'



‘Ga op zoek naar unieke diensten, naar een uniek marktsegment’

Eén van de notarissen uit de serie spreekt van darwinisme...

Rob van Otterlo lacht, omdat dit woord bij hem ook was opgekomen bij de voorbereiding van dit gesprek. ‘Bepaalde soorten sterven uit, maar er komen ook weer andere. Ik las als reviewer van een tijdschrift over het belang om je snel aan te kunnen passen aan veranderende omstandigheden. De dienstverlening is jarenlang precies hetzelfde gebleven. Pas nu krijg je echter reuring in de markt. De instinctieve reactie daarop is: prijsconcurrentie. Maar dat is de verkeerde reactie. Ga op zoek naar unieke diensten, naar een uniek marktsegment. Ik zou branches en klantengroepen gaan opzoeken. Specialiseer je bijvoorbeeld in de retail of de bouw. Of als typische motor voor het mkb.’

Leaseauto weg

‘Het succes hangt ook af van de mate waarin je goede nieuwe juristen kunt aantrekken. Dat is cruciaal. En die krijg je alleen als je zelf goed bent.’

Maar de markt krimpt nu juist.

‘Daardoor is er een uitstroom geweest van kandidaten, die je straks weer moet aannemen. Kandidaten wegsturen, is geen verstandige reflex. Ik zou zeggen: snij in iets anders en doe eerder je leaseauto de deur uit. Ik vind dat ook cruciaal voor het imago van het vak. Ik heb er geen onderzoek naar gedaan, maar ik kan me voorstellen dat het negatieve imago van het notariaat een geweldige impact heeft op studenten.’

Zeggen dat alle notarissen top zijn, werkt niet, klaagt een notaris. Wat kan de Koninklijke Notariële Beroepsorganisatie (KNB) dan doen voor een beter imago van de beroepsgroep?

‘Dat is altijd lastig, want de KNB is een publiekrechtelijke beroepsorganisatie en

Zou u zelf naar de HEMA gaan?

‘Ik heb pas het testament van mijn moeder van 87 laten herzien bij de notaris. Ik ga liever naar de notaris.’

Waarom?

‘De fiscale gevolgen van jouw keuzen worden pas na langere tijd zichtbaar. Als de situatie enigszins complex is, zou ik mij niet zeker voelen bij een HEMA-testament.’

Reputatie

Is een akte nu een dienst of een product?

‘Ik ben geneigd te zeggen: een dienst. Akten maak je op maat en trek je niet van de plank. Maar soms lijkt het meer een product.’

Suggesteren notarissen die meedoen aan de prijzenslag niet zelf dat de akte een product is?

‘Ja, dat is vanuit marketingperspectief het domste dat ze kunnen doen. Je moet juist jouw expertise etaleren als meerwaarde ten opzichte van andere aanbieders. Maar, zoals gezegd, particulieren en mkb'ers kunnen de kwaliteit

niet echt herkennen. Die gaan daarom af op reputatie. En uit al mijn onderzoek blijkt dat je alleen doorverwijzingen krijgt op basis van reputatie. Ik zou notarissen willen oproepen: doe niet mee aan de prijzenslag. Je schaadt daarmee je reputatie. Concurrereer op kwaliteit en reputatie.’

Heeft de notaris die zich opstelt als juridische basisarts kans van slagen?

‘Die formule werkt alleen als je de prestaties verbetert door de bedrijfsprocessen te optimaliseren en zo goedkoop mogelijk werkt. Maar dat is meer kostenefficiency dan innovatie. Je zou ook producten en diensten moeten ontwikkelen die uniek zijn in de markt en die je een voorsprong geven op andere aanbieders. Dat kan door vergaande specialisatie of door een unieke vorm van dienstverlening. Anders valt er aan de onderkant van de markt niet veel te verdienen. Daar zullen nog wel wat kantoren sneuvelen.’



OP DE MARKT

ROUND UP



geen belangenbehartiger. Roepen dat notarissen allemaal even goed zijn, is flauwekul. Maar je kunt als beroepsorganisatie wel een rol spelen in het bestendigen van de kwaliteit.' *Hoe?*

'Kandidaat-notarissen moeten veel eerder perspectief krijgen op het ondernemerschap. Dat ze daar minstens zes jaar op moeten wachten, is niet meer van deze tijd. Mijn gevoel zegt dat je die termijn moet halveren. Verder zou het notariaat moeten stoppen met de aparte universitaire opleiding tot notaris. Ik heb twee termijnen in de raad van toezicht van de beroepsopleiding van kandidaat-notarissen gezeten. Ik zou zeggen dat de kandidaat-notaris een algemene universitaire studie rechten moet volgen en daarna een aparte driejarige beroepsopleiding. De studenten hebben dan een veel breder beroepsperspectief. Je kunt de kandidaat-notaris ook helemaal afschaffen, zoals één van de vorige KNB-voorzitters bepleitte. In de ogen van de klant is de kandidaat toch een mindere soort.'

Over darwinisme gesproken...

'Een aparte beroepsopleiding voor notarissen zou een geweldige sprong voorwaarts zijn. En vervolgens moet je zorgen dat de jonge talenten heel goed worden begeleid op de kantoren en de kans krijgen zich te ontwikkelen. Daar moet de KNB zich mee bemoeien. Dat is lastig, maar wel noodzakelijk.'

Gaan er nog meer klappen vallen op de markt?

'In het algemeen groeit de markt voor juridische dienstverlening. Maar als de crisis voorbij is, moeten notarissen niet weer op de oude voet verder gaan. Je moet de beste klanten en de beste juristen willen hebben.' ■

OVERZICHT FORMULES

In de serie is een – hopelijk – representatief beeld gegeven van de initiatieven op de markt. Hieronder proberen we een alfabetisch overzicht te geven van de formules die wij hebben weten te traceren. Ze zijn naar eer en geweten ingedeeld in categorieën, hoewel het bijna altijd gaat om mengvormen. Voor zover die bij ons bekend zijn, vermelden wij de namen van de kantoren of bedrijven die erachter zitten tussen haakjes. Het overzicht heeft niet de pretentie van volledigheid.

B-merken van gevestigde notariskantoren

- 123Notaris (Damsté Enschede)
- Going Dutch (Sterel CS Van Donkersgoed Abcoude)
- Profijtnotaris (Eemmeer Bunschoten/Spakenburg)
- Vivaldi (Actus)
- De Notarisfabriek (Kurk Jacobs Zaandam)

DHZ-achtigen

- AKTIE
- Basisnotarissen (drie kantoren in Vlaardingen, Doetinchem en Deventer)
- De Notarisfabriek (Kurk Jacobs Zaandam)
- DoeHetZelfNotaris (oud-notaris Henk Alers en twee niet-notarissen)
- Easy Notary (E&L Etten-Leur)
- Going Dutch (Sterel CS Van Donkersgoed Abcoude)
- HEMA
- Notaris Online
- OnlineFlexBV/Firm24.com (drie fiscalisten, Amsterdam)

Onlinemarketingsites

- De Notaristarieven (marketingbedrijf ANNIE Netwerk Lelystad)
- De Woonnotaris
- Inloopspreekurnotaris (Advocate Valérie Vallenduuk)
- Notaristarief
- Vraag De Notaris (marketeer en oud-kandidaatnotaris Gertjan de Geus)

Samenwerkingsverbanden/ franchiseformules

- Actus
- De Juridische Huisarts i.o. (Turn Legal)
- Formaat
- Huismerk
- Mobilaris
- Nationale notaris
- Netwerk
- Nico

Vergelijkingsites

- De Goedkoopste Notaris (oud-KNB-medewerker Peter Ruys)
- De Notarissenvergelijker (online marketingbureau Yonego)
- De Voordeligstenotaris (Notaris Support)
- MultiOfferte
- Notarisoffertes (onlinemarketingbureau Skydreams)
- Notaristarieven
- Notarissen Vergelijken (marketingbureau Tellus)
- Notarissen Vergelijker (te koop)

Diversen

- De Praktijkgenerator (o.a. notaris Luutzen Tamminga en oud-notaris Dirk de Lange)
- ING Notarisservice (E&L Etten-Leur)