

Online is nu het sleutelwoord bij het delen van kennis met klanten en prospects, van kleinschalige tot drukbezochte webinars en zelfs podcasts. 'Ons doel blijft kennis delen.'

VER WEG, TOCH DICHTBIJ

ADVOCATENKANTOREN VINDEN ONLINE HUN WEG OM KENNIS TE DELEN

DOOR / MARK VAN DER HEIJDEN

'Hij loopt.' 'Zijn we live?' 'We zijn live. De eerste podcast.'

Zo trapt Vincent de Groot en Tom Profijt, allebei advocaat arbeidsrecht bij KienhuisHoving, de eerste aflevering van de podcast *Over Recht Gesproken* af, een nieuw initiatief van het advocaten- en notarissenkantoor uit Enschede en Utrecht. In deze podcast, ze zijn nu vijf afleveringen onderweg, bespreken steeds twee advocaten en/of notarissen van KienhuisHoving op een laagdrempelige manier juridische actualiteiten. In normale tijden organiseren veel kantoren ontbijtsessies, seminars of masterclasses waarin ze kennis delen en netwerken met klanten en prospects. Nu de coronaregels daar een streep doorheen zetten, en het sowieso onverstandig is met meerdere mensen in een ruimte te zijn, zoeken

kantoren naar andere manieren om contact te houden. Webinars met name, maar dus ook een podcast.

UITSTEL, GEEN AFSTEL

KienhuisHoving organiseerde voordat corona het land deels stillegde regelmatig masterclasses of events, vertelt Fokkelien Boorsma, verantwoordelijk voor de marketing en communicatie bij het kantoor en daarmee ook voor de onlineseminars en podcasts. 'Op jaarbasis tussen de 20 en 25 over actualiteiten of uitspraken. Hoofdzakelijk komen daar cliënten langs, de ondernemer zelf of bijvoorbeeld iemand van de afdeling HR, maar ook prospects.

In maart, net voor de intelligente lockdown, hadden we een volle agenda voor de maanden daarna. We hebben besloten alle evenementen uit te stellen tot het einde van het jaar,

in de hoop ze dan te kunnen organiseren. Op 22 september hadden we ons eerste fysieke event, en dat was direct de laatste.'

Maurice Sijben, oprichter van Sijben & Partners Advocaten in Heerlen, organiseert vaak kleinschalige ontbijtsessies voor tien tot vijftien deelnemers. 'We kiezen bewust voor kleinschalige sessies. In groepen van 35 tot 40 mensen heb je geen discussie. Met minder deelnemers kunnen mensen onderling ideeën opdoen en leren wij eveneens van onze deelnemers.'

Corona zette daar een streep door. 'Aanvankelijk dacht ik, ik doe niets online, maar het duurt nu al zo lang. Ik mis het klantcontact en de mogelijkheid met anderen over onderwerpen te discussiëren. Ik geniet van de interactie met de deelnemers.' Nysingh advocaten en notarissen



Fokkelien Boorsma van KienhuisHoving, met op de achtergrond het team podcastmakers.

ziet zichzelf als een kenniskan-
toor. 'Kennisoverdracht is een van
onze pijlers,' zegt Géri Delfgou,
businessdeveloper bij het kantoor
met vestigingen in Utrecht, Arnhem,
Zwolle en Apeldoorn. Nysingh is een
erkend opleidingsinstituut en biedt
naast live-evenementen al acht jaar
onlineseminars aan.

'We hadden een goede balans
tussen onlineseminars en live-
bijeenkomsten en -cursussen;
ongeveer twee derde online en een
derde live. Vanwege corona zijn we de
cursussen en bijeenkomsten online
gaan aanbieden. Juist nu er zoveel
vragen spelen, is het belangrijk om
het contact met de klant te houden
en kennis over te dragen.'

ROEP OM KENNIS

Nysingh heeft in Zwolle en Arnhem
een volledig ingerichte studio met
speciale achterwand voor projecties
en meerdere schermen waarop de ad-
vocaat zijn presentatie en kijkers kan
zien. Hiervandaan worden de events
gestreamd. Via chat kunnen vra-
gen worden gesteld en beantwoord.
Nysingh richt zich op onderwijs, zorg,

overheid en ondernemingen en biedt
hen events op relevante gebieden als
arbeids- en contractenrecht, privaats-
en bestuursrecht. 'Ons enorme
databestand is ons grote voordeel.
Er wordt specifiek gekeken voor wie
het event geschikt is, naar vakgebied
of functie. We hebben LinkedIn-
campagnes en er zijn veel geïnteres-
seerden die ons na mond-tot-mond-
reclame benaderen.'

Het kantoor biedt meer seminars en
cursussen aan en ziet ook een signi-
ficant groter aantal deelnemers per
event. Delfgou: 'Juist ondernemers en
juristen zijn kritisch in de besteding
van hun tijd. Ik heb de indruk dat
zij het heel prettig vinden dat de se-
minars en cursussen nu online zijn;
het kost minder tijd. En er spelen nu
grote vraagstukken bij ondernemers
en HR-managers.

Ook qua onderwerpen zijn we ver-
breed. We bieden bijvoorbeeld niet
alleen een regulier seminar aan op
het gebied van aanbestedingsrecht,
maar ook een leergang met vijf
verschillende onderwerpen. Er is
behoefte aan actualiteit. Volgende
week hebben we een seminar over

arbeidsrecht. Daar is een van de on-
derwerpen ook corona; bijvoorbeeld
hoe ga je om met het dragen van
mondkapjes? Zo zoeken we steeds
onderwerpen die kloppen met de
situatie waarin we nu zitten.'

Vragen stellen

De aanpak van Sijben & Partners
Advocaten staat daar bijna diame-
traal tegenover. Sijben zoekt ook in
onlineseminars naar interactie en
werkt in zijn sessies via Microsoft
Teams met maar tien tot vijftien
deelnemers. 'Dan heb je nog iets van
contact en voelt de klant zich vrij om
vragen te stellen. Als ze hun hand
opsteken, is dat goed te *handelen* in
een kleine groep, in een grote groep
wordt dat onoverzichtelijk en creëert
het chaos.'

Zelfs de presentatie is kleinschalig.
Sijben neemt plaats achter zijn eigen
bureau, een rustige omgeving met
een schilderij op de achtergrond.
Het gaat immers om de interactie.
'De kunst is in de eerste vijf minuten
een aantal vragen te krijgen. Als de
eerste vraag is gesteld, komen er
vanzelf meer. Ik stel open vragen ►

om de deelnemers actief te krijgen. Dan merk je dat de deelnemers, vaak professionals, bereid zijn hun mening te geven.'

Sijben merkt dat de behoefte aan kennis groot is. 'We hebben zojuist een mailing verstuurd voor zes bijeenkomsten over corona-uitspraken. Binnen een week hadden we ruim zeventig aanmeldingen. De inschrijvingen zijn heel divers, hetgeen de sessies vaak heel interessant maakt.'

LAAGDREMPELIG

Ook KienhuisHoving biedt online-seminars aan. Vanuit een ruimte van een audiovisueel bedrijf, een leverancier van het kantoor, spreken advocaten en notarissen van het kantoor via Microsoft Teams met de kijkers.

In september begon het kantoor daarnaast iets heel nieuws: podcasts. 'Een van onze nieuwe collega's is een fervent podcastluisteraar. Hij kwam met het idee,' vertelt Boorsma.

'Hij heeft een aantal enthousiaste advocaten erbij getrommeld. Het idee dat je kunt luisteren op het moment dat je wilt, sprak aan. En als je vanuit de organisatie zoveel enthousiasme krijgt, moet je daar iets mee.'

In podcasts van rond de 20 tot 25 minuten wordt de luisteraar bijgepraat over bijvoorbeeld regels omtrent thuiswerk of juridische vraagstukken voor startende ondernemers. 'We willen op een laagdrempelige manier juridische actualitei-

ten toegankelijk maken. Het is geen journalistiek, waarbij iemand vragen stelt en de ander antwoordt. Het zijn twee advocaten en/of notarissen die met elkaar in gesprek gaan.'

Elke aflevering loopt het aantal luisteraars op. 'Lang niet iedereen vindt het leuk om naar een seminar te gaan of een webinar te kijken. Dit is een mooie aanvulling op de manier van kennisdeling die we al hebben. Bij de eerste editie was er veel te vertellen over de NOW-regeling, dus we hadden direct een mooie kapstok om de podcast aan op te hangen.'

WE ZIJN ER NOG

'Kennisdelen is waar we van bestaan, dat is het werk van onze advocaten en notarissen. Dit is een manier om te laten zien wat we in huis hebben,' vervolgt Boorsma. Natuurlijk, bij livebijeenkomsten wordt genetwerkt. Dat gaat met onlineseminars en podcasts lastiger. 'We hebben ons doel dus bijgesteld; laten zien dat we er zijn, dat we nog steeds veel te vertellen hebben.

Ik denk dat men KienhuisHoving als een innovatief en hip advocaten- en notarissenkantoor ziet. We merken dat we steeds vaker cliënten binnen krijgen via onlinekanalen. Zeker de jonge generatie ondernemers is vooral online bezig.

Podcasts worden over het algemeen geluisterd door jonge hoogopgeleide luisteraars, en daar zullen ongetwijfeld potentiële cliënten van ons tussen zitten.'

Nysingh zoekt naar wegen om de online events meer interactief te maken dan enkel chats en polls, zegt Delfgou. 'We zoeken bewust naar interactie, ook de advocaten hebben hier behoefte aan. 'Binnenkort gaan we bijvoorbeeld presentaties van meerdere advocaten uitzenden.

Géri Delfgou-de Gier



Daarna organiseren we een vragen-sessie via Cisco Webex. De deelnemers kunnen dan vragen stellen aan de betreffende advocaat.'

Klanten zijn positief. Nysingh is zichtbaar en toont zich vooruitstrevend en ambitieus, hoort Delfgou. 'Ons doel blijft kennis delen. Daardoor wordt de advocaat gezien als een expert op dat gebied. Hij of zij wordt door klanten of prospects benaderd. Meer advocaten kiezen bij ons het podium en worden dus meer zichtbaar. Dat heeft een aanzuigende werking.'

PR-MIDDEL

Echt contact, dat blijft het meest effectief, zegt Zijben. 'Er is bij een onlineseminar minder ruimte voor humor of een zijsprong. Online is het korter en zakelijker. Er is discussie, maar minder intensief en wat strakker. Wat je ook mist, is dat mensen na afloop naar je toe komen met een

vraag. Dat gebeurt via Teams niet.'

Zijben heeft zijn naam gevestigd in de regio door het geven van honderden presentaties.

'Als ik nu wekelijks

een sessie houd met tien tot vijftien deelnemers, heb ik toch jaarlijks met enkele honderden deelnemers contact. Ons kantoor houdt zich hier heel actief mee bezig; het is voor de advocatuur een van de meest geschikte pr-middelen. Er ontstaat een binding met ons kantoor en daar komen vanzelf zaken uit voort.' ■

'Door kennis te delen wordt de advocaat gezien als expert'



Maurice Zijben