

## De notaris ontdekt nieuwe klanten!

Simpelweg de goedkoopste notaris! Met die slogan staat de digitale notaris bij Google aangemeld. Dat is niet het belangrijkste. "Goedkoop waar het kan, maar duur waar het moet, afhankelijk van de wens van de klant".

Klik je verder dan is de site van de digitale notaris even eenvoudig als helder.

"NOTARIS.COM biedt je belangrijke voordelen. NOTARIS.COM is 24 uur per dag digitaal bereikbaar, snel, gemakkelijk, werkt met lage basistarieven en biedt alle standaard notarisdiensten."

Notaris.com is er voor de eenvoudige recht toe recht aan zaken. Wordt het ingewikkelder dan verwijst de site naadloos door naar de notaris die aan de basis stond en staat van de site: Van Putten Van Apeldoorn notarissen. De 'Chinese muur' tussen de twee kantoren is zo klein mogelijk gemaakt. Beide kantoren maken deel uit van een notarispraktijk met 9 vennoten.

Het is even simpel als doeltreffend. En het heeft in crisistijd het notariskantoor uit Ede geen windeieren gelegd. Als een van de weinige notariskantoren gaat het goed. Handhaving van de omzet en op enkele terreinen zelfs uitbreiding. Veel andere notariskantoren kunnen dat dit jaar niet nazeggen.

Marketeer Bart van Emden begeleidde het kantoor bij de ontwikkeling van de budget en van de wat duurere notaris. "Bart heeft ons vooral op de klanten gewezen. Hoe denkt een klant? Wat wil die klant van ons? Alles uitleggen in Jip en Janneke taal. Niet ingewikkelder maken dan het is. Waar wij notarissen nog wel eens last van hebben".

Notaris Otto van de Vliet zegt: "Notaris.com is niet ingewikkeld. We geven een keuze. Heel veel zaken zijn standaard bij aankoop van onroerend goed, maar ook in het familie en ondernemersrecht." Saskia Jansen-van Egmond, kantoormanager bij het kantoor, vult aan: "Bij notaris.com kun je terecht voor reguliere standaard zaken. Wordt het wat ingewikkelder dan kom je bij Van Putten Van Apeldoorn terecht."

"Als er voor een toets een jurist nodig is dan kom je automatisch bij het kantoor terecht. Bijvoorbeeld als de oude akte niet standaard is dan is er een juridische toets nodig. Dan kun je niet terecht bij de digitale notaris maar wel bij het kantoor. Dan betaal je ook meer."

De klanten van het notariskantoor stapten niet massaal over op de digitale notaris maar bleven het kantoor trouw. Vooral nieuwe, jonge klanten maakten gebruik van de site.

"Het zijn twee gescheiden markten. Maar het is wel een aanvulling van ons kantoor. De budgetafdeling heeft een aanzuigende werking. En het stroomlijnt de processen, "geeft Otto van de Vliet aan. "De digitale notaris is laag drempelig. Mensen mailen meer. En via de mail krijgen we de veel gestelde vragen binnen", vult Saskia Jansen-van Egmond aan.

De twee afdelingen worden op kantoor niet begrensd door een waterscheiding. Er is van klanten veel overloop van de ene – goedkope- notaris naar de andere – iets duurdere- notaris. “Onze klanten zijn zeer tevreden. Onze winstmarge is ook goed. Voor onze klanten is het alleen maar makkelijk. Ze kunnen kiezen.”

Saskia: “Er is een overflow. Via de site komen een aantal klanten nu bij ons, het kantoor, binnen. We krijgen dan een mailtje naar Van Putten Van Apeldoorn.”

“Dat komt door onze werkwijze. We willen elke klant bedienen. Dat is een bewuste keuze. Dus moeten je prijzen en tarieven helder zijn. Daar kies je voor”, geeft Otto van de Vliet de nieuwe werkwijze, ingegeven door Van Emden, aan.

Van Emden is vooral heel belangrijk geweest bij het proces geven beiden aan. “We gingen eerst uit van een goedkoop basiskantoor. Waar de nadruk vooral op goedkoop lag. We bouwden daar tussen een Chinese muur. Het mocht niet duidelijk zijn dat het kantoor ook van Van Putten en Van Apeldoorn was,” geeft Saskia Jansen-van Egmond aan.

Van Emden is in het begin vooral gestart met vragen stellen. “Wat willen jullie precies? Een goedkoop c-kantoor?” Hoe gebruik je het beste de kracht van beide kantoren?

“Nu geven we klanten een keuze. Doe je dat niet dan gebruik je de kracht van beide kantoren, een goedkoop budgetkantoor en een gerenommeerd kantoor, niet. We hebben nu duidelijk twee smaken. We helpen de klanten te kiezen om een keuze te maken. We spelen volledig open kaart tegenover onze klanten. Bart is heel belangrijk geweest bij dat proces. Hij heeft ons erin getraind. Dat viel niet altijd mee. Wij willen het vaak toch moeilijker voorstellen dan het is. Maar hou het simpel was zijn devies. En zeg ook direct tegen de klant dat er een keuze is.”

De mond-tot-mond reclame doet vervolgens zijn werk. “We hebben gekozen voor een regionale aanpak. We zijn geen ramkantoor. Veel zaken er door draaien en als de klant niet om een contract vraagt het dure tarief rekenen. Zo zijn wij beslist niet. Zonder Bart was dat niet zo gegaan. Dan waren we – waarschijnlijk - wel zo’n ramkantoor geweest.”

Door de crisis staat een deel van de markt van de notarissen onder druk. Het gaat slecht in het onroerend goed. De notaris krijgt daar direct mee te maken. Maar in de goedkopere nieuwbouw is nog wel activiteit.

Van de Vliet: “Door notaris.com krijgen we daar wel een nieuwe markt binnen. De starters die de wat goedkopere huizen en vooral appartementen kopen. Die komen bij ons terecht. ” Jansen-van Egmond: “We worden in de hele wereld gevonden. Dat is heel leuk. Maar we werken toch vooral regionaal. Het komt nog zelden voor dat een klant uit Groningen hier zijn zaken regelt.”

Van de Vliet: “De digitale notaris is heel belangrijk voor je vindbaarheid en voor je bekendheid in de regio.”

De site is in juli van 2009 gestart. Saskia Jansen: "Op 15 juli, in de vakantieperiode, zijn we begonnen. Bewust in de wat rustige tijd. In het begin hadden we wat opstartperikelen, wat ict feilen. We hebben vooral heel veel aktes voor appartementen gedaan. Wel zo'n 250. Nu hebben we gemiddeld zo'n 100 bezoekers per dag op onze site. Maar bij het transport van een woning van 6 ton ga je de klanten echt helpen. We rekenden altijd 8 uur werk. Dat kost een dossier, maar een akte is zo klaar. We rekenden toch altijd 8 uur werk. Dat ronden we nu op een goede manier af. Bart heeft ons daar van bewust gemaakt. Je moet tegen klanten zeggen dat een akte voor een bv ook voor € 500,- kan in plaats van € 1000,-. Natuurlijk hoort daar ook een ander serviceniveau bij. Dat was een hele omschakeling. Door het goedkopere tarief hebben we een veel breder bereik gekregen. En we hebben andere jonge, digitale klanten erbij gekregen. Dat is de grote winst."

De klant gerichtheid van het kantoor is door de hulp van marketingconsultant Bart van Emden toegenomen. De hele dag met de klant bezig zijn, het is een nieuwe manier van werken geworden.

Van de Vliet: "Als er oudere mensen bellen, dan moet je je inleven in zo'n klant. Eerst luisteren en dan verder. En vooral antwoorden in normale taal. Notarissen moeten het hebben van uitleg. Dat moet je dan zo eenvoudig mogelijk doen."

"Het is een proces. Je moet je oude gewoontes over boord zetten. Bij de ene notaris gaat dat wat makkelijker dan bij de ander. We zijn allemaal specialisten die niet zo makkelijk uit de ivoren toren komen. Laat zien wat je hebt, dat het een ander concept is. Een eerlijk en duidelijk verhaal. Dan kun je als klant zelf kiezen of het bij je past", geeft Saskia Jansen-van Egmond de nieuwe werkwijze aan. De klanten zijn tevreden, de collega's kijken met enig dedain naar de nieuwe werkwijze van notariskantoor Van Putten Van Apeldoorn.

Dick van der Peijl.