

Handleiding – Hoe omschrijf ik mijn product

Bij blended.law dagen we juristen uit om hun dienstverlening te vangen in een product. Je kunt hiermee inhaken op een bepaalde actuele behoefte, een terugkomend probleem dat je signaleert bij je cliënten. Of je kadert een juridische dienst waar jij erg goed in bent, wellicht in een branche waar je veel ervaring mee hebt.

In deze handleiding leggen we uit hoe je je product kunt kaderen, waar je welke informatie kunt plaatsen.

NB Normaal is less more, maar nu is weinig vaak gewoon te weinig. Je stuurt je teksten door naar strategisch tekstschrijver Anneke, en zij schrapt liever dan dat ze erbij schrijft. Ook als je vragen hebt, of twijfels, kun je dat gewoon in het document zetten, of met haar overleggen via anneke@blended.law (aanwezig op maandag en woensdag).

Enkele algemene schrijfgeregels:

- De tekst wordt in derde persoon geschreven.
- Juridische termen leg je uit
- We hanteren de je-vorm bij blended.law.
- Korte zinnen



Schuw geen woorden als 'bedrijf' in plaats van 'onderneming', 'directeur' in plaats van 'bestuurder', 'ontslag' in plaats van 'wederzijds goedvinden'. Je kunt dat later in je tekst nog juridisch definiëren.

De keukentafeltruc.

Vind je het lastig om je product te beschrijven, wat er het belangrijkste eraan is, hoe je je product uitlegt? Doe dan de 'keukentafeltruc'. Dit is een journalistieke truc om de nieuwswaarde van een situatie te definiëren. De nieuwswaarde van jouw product is je *selling point*.

Stel je voor, je komt in je huis en een vriend van een vriend zit aan de keukentafel. Hij is niet juridisch onderlegd en zegt: "Hé, je vriend vertelde dat je je hebt aangesloten bij blended.law, maar ik begrijp niet wat je product inhoudt. Wat ga je nu eigenlijk aanbieden via blended.law?" Probeer te vangen wat je tegen die persoon zou zeggen, met welke zin je zou beginnen. Vaak is die veel simpeler dan de eerste juridische kwalificatie die je te binnen schiet.

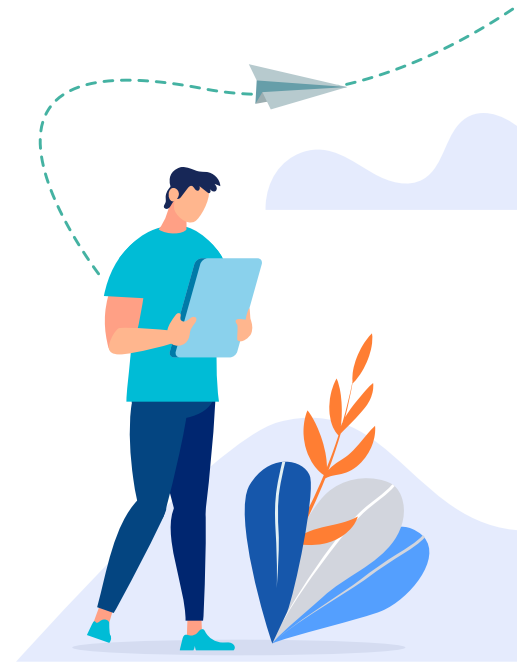


Is je antwoord nog wat kaal? Laat dan je *imaginary friend of a friend* nog wat vervolgvragen stellen... "Wanneer gebruik je dat precies, wat voor situaties?" "Waarom is dit handig?" "Waarom ben jij hier goed in?" Probeer de antwoorden te vangen die je tegen deze persoon zou zeggen en schrijf ze op. Dit is een ideaal startpunt voor de teksten die je verder gaat schrijven.

Titel

We zien veel jargon binnenkomen. Daar zoekt een cliënt niet op. Je kunt vaak beter een te enge omschrijving geven, in plaats van een te brede toepassing. Een brede omschrijving is op zowel alles als niets toepasbaar, dus dat zal een cliënt niet aanspreken wanneer hij zoekt naar een product.

Een voorbeeld: Als je schrijft 'directeursadvies bij naderend faillissement', dan begrijpt vaak ook een niet-directeur dat als zijn positie vergelijkbaar is met de directeur. Als je schrijft 'risico-analyse aansprakelijkheid bij insolventie' dan klinkt dat mooier. De kans is alleen groter dat de cliënt niet bij je product uit zal komen.



Inleiding

De inleiding prolongeert op de praktische titel. Je kunt het beste een inleiding schrijven als een nieuwsbericht. Doorloop daarvoor de volgende stappen.

1. Wat is het probleem dat je signaleert? Zoals 'wanneer je een vergunning aanvraagt en niet goed let op alle regelgeving, kan dat maanden onnodige vertraging opleveren.'
2. Wat is de oplossing die je levert? 'Herman Vermeer scant je bouwaanvraag en -tekeningen aan alle bestaande regelgeving (...).'
3. Waarom is dat handig? 'Met deze scan bouwaanvraag weet je de slagingskans van jouw aanvraag (...).'
4. Wie gaat dat doen? 'Herman Vermeer is specialist in bestuursrecht en omgevingsrecht (...).'

Wat

Bij de 'wat' prolungeer je eerst op de situationele aspecten van het probleem. "Vaak wanneer een nieuwe bestuurder aantreedt, is er onduidelijkheid over de financiële status van de onderneming". Of "Wanneer je een werknemer wilt ontslaan, is de meest gebruikelijke weg een vaststellingsovereenkomst te tekenen." Vervolgens leg je de juridische aspecten uit van jouw product, zoals wat ervoor nodig is, wat je scant, wat je oplevert.

Wie

Hier krijg je de keuze. Je kunt een beschrijving geven van jezelf, of als je vindt dat je cliënt wat meer moet worden gedefinieerd, over je cliënt.

Als je jezelf wilt beschrijven:

- Hoe lang zit je in het vak?
- Heb je extra opleidingen genoten?
- Wat zijn jouw kenmerken als advocaat?
- Etc.

Misschien heb je al tekst voor opgesteld eerder, die kun je natuurlijk gewoon indienen ook.



Als je je cliënt wilt definiëren:

- Wie is de cliënt (werkgever/ondernemer/zzp'er)
- In welk situatie bevindt die zich (die voor het eerst een aanbesteding zal doen / wiens opdracht is opgezegd)
- Welke benadering hij zoekt (die voor de zekerheid wil checken / die wil aanvechten / die praktische oplossing wil)

Wanneer

Wat is de situationele reden om jou in te schrijven, waar in het proces kan de cliënt je inschakelen?

Tip: er is vaak een barrière voor de cliënt om juridische hulp in te schakelen. Bijvoorbeeld omdat de cliënt al zelf een contract heeft opgesteld. Of omdat de cliënt post niet heeft geopend. Ga in op deze barrière door dit te omschrijven. Door te laten zien dat het voor jou de gewoonste zaak van de wereld is, zal een cliënt je sneller aanspreken.

Hoe

Hierin specificeer je hoe je het gaat doen. Een intake, een gesprek, welke documenten stuur je op, tot wanneer kan de cliënt bij de tegenpartij verwijzen naar zijn advocaat (ook als formaliteit). Beschrijf ook de wijze en het aantal contactmomenten met de cliënt. Zie je beren op de weg omdat je bang bent dat de cliënt teveel van je vraagt? Benoem ook wat er niet onder valt. Of schrijf hier hoeveel uur je er in totaal ongeveer aan zult werken.

Resultaat

Omschrijf kort wat je cliënt ontvangt, welke zekerheden, welke gemakken het hem oplevert.