

Imago op achterstand



Al een paar weken worstel ik met het volgende. Ik begrijp simpelweg niets van het nieuwe concept wat ik gemakshalve maar even de Kruidvat-notaris noem. Een paar gedachten wil ik graag met u delen. Om te beginnen, ik ben zeer voor ondernemerschap binnen het notariaat. Het is leuk om nieuwe producten en diensten op te zetten en nieuwe wegen aan te boren. Dat vraagt creativiteit en geeft energie. En het geeft vitaliteit aan de beroepsgroep. Maar wat je doet, moet wel geloofwaardig zijn. Het moet passen binnen het *framework* 'notaris'. Want voor je eigen geloofwaardigheid en voor dat van de beroepsgroep is van groot belang dat je het imago niet onderuithaalt.

EVEN SNEL

Ons imago is iets om heel zuinig op te zijn. Dat bepaalt hoe het publiek naar ons kijkt en dat imago staat al onder druk. Daarnaast, om succesvol te zijn met je nieuwe activiteit, is van belang dat het voor het publiek begrijpelijk en logisch is wat je doet. Daar gaat het bij mij mis. Voor mij past het imago van Kruidvat totaal niet bij het zijn van notaris. Niet omdat er iets mis mee is, maar omdat Kruidvat zich op een totaal andere manier in de markt profileert dan wij. Daar ga je even snel naartoe voor dagelijkse verzorgingsproducten of een goedkoop kindercadeautje. Maar daar verwacht je geen testament of samenlevingscontract.

WANHOPIG

De woordvoerder van Kruidvat geeft aan dat Kruidvat en de betrokken notarissen met deze nieuwe activiteit de toegang tot de notaris laagdrempeliger willen maken. Een heel nuttige doelstelling. Maar ik vraag me af of dit doel op deze manier wel wordt bereikt. Want het straalt iets wanhopigs uit wanneer je als notaris blijkbaar zo ver gaat dat je je producten aanbiedt via Kruidvat. Daarmee wordt het vertrouwen van het publiek in het

notariaat en ons imago alleen maar verder ondermijnt en niet versterkt. Een ander nadeel is, dat je je op deze manier profileert als stemelaar. Het versterkt het beeld dat wat wij doen niet veel meer is dan een simpele druk op de knop. En dat is toch een beeld dat wij als notariaat niet willen neerzetten? Al is het maar omdat we dat niet zijn! We hebben dit mooie vak toch gekozen om voor mensen het verschil te maken? Om orde te scheppen in hun chaos?

AUTHENTIEK EN ONDERSCHIEDEND

Wij hebben toch Kruidvat niet nodig om ons product te verkopen? Op wat voor type kantoor je notaris bent, het maakt uiteindelijk niet uit. Om succesvol te zijn, zul je zichtbaar moeten zijn voor je doelgroep. Op een manier die past bij die doelgroep. Authentiek en onderscheidend in wat je doet, helder communiceren en consistent en betrouwbaar zijn. Allemaal dingen die we heel goed kunnen zonder Kruidvat. Sterker nog, het Kruidvat-concept maakt het juist moeilijker om goed zichtbaar te zijn en het zet je imago op achterstand. Bij het passeren van de akte kun je nog wel iets goed maken, maar niet veel.

OPRECHT

Voor iedereen zijn er kansen in de omgeving om je zichtbaarheid te vergroten. Grijp deze kansen! Ga met mensen in gesprek, besteed aandacht aan hen. Niets verlaagt de drempel voor mensen om bij je binnen te komen meer, dan hen het gevoel geven dat ze je persoonlijk kennen en dat je oprecht in hen bent geïnteresseerd. ■

Deze column wordt afwisselend geschreven door Teska van Vuren (notaris) en Marcel Pheijffer (hoogleraar accountancy).