



Als je door de bomen het bos niet ziet, kan elke haas
net zo goed een wolf zijn; of andersom...
Met het begrijpen van risico's en kansen is dit net zo.

BEHEERSEN VAN RISICO'S VANUIT CONTRACTEN, AANSPRAKELIJKHEID, PRODUCT RECALL, EN SCHADECLAIMS

**Veertig jaar praktijkervaring op
gebied van ondernemersrisico,
die wij graag met u delen.**

**Black Stallion B.V.
Jacques Timmers, consultant
+31 (0)6 2471 6388
jt@blackstallion-nl.com**

Even voorstellen

Jacques Timmers (1957). Na bijna 40 jaar bij multinationale spelers op het gebied van risicomangement te hebben gewerkt, is hij in 2018 overgestapt naar Black Stallion B.V., het bedrijf van zijn partner Noreen Sanford. Vanuit deze kleine en flexibele organisatie zet hij zijn kennis, enthousiasme en ervaring graag in voor ondernemers in Nederland en daarbuiten, die hierdoor vaak niet direct de stap hoeven te maken richting grote adviesbureaus.

CV in het kort:

1976-1979: Speedwell Reisbureaus B.V., Den Haag; diverse functies op het gebied van luxe reizen

1980-2006: Zurich Verzekeringen, Zurich Benelux en Zurich Insurance EMEA, Den Haag

- Schadebehandelaar en teamleider aansprakelijkheidsschade
- International claims manager
- Project leader multinational insurance programs and claims skills

2006-2018: Marsh Risk Consulting B.V., Rotterdam (onderdeel van Marsh & McLennan Group)

- Liability & Claims consultant
- Vice President claims consulting & product recall

2018-heden: Black Stallion B.V., Gouderak

- Consultant en directielid

Kennisgebied en Specialisme:

- Analyse en advies op het gebied van product- en proces-gerelateerde bedrijfsrisico's die tot aansprakelijkheidsclaims en terugroepacties kunnen leiden
- Doorlichten ondernemingen op het gebied van contractuele risico's in de supply chain (stroomopwaarts en stroomafwaarts), algemene voorwaarden etc.
- Strategie en bemiddeling in internationale business-to-business conflicten
- International litigation management (o.a. selectie en aansturen advocaten)
- Preparedness advies en begeleiding van bedrijven in product gerelateerde crisissituaties, zoals product recall (terugroepacties)

Nationaal en Internationaal:

Onze vestigingsplaats is Nederland maar onze focus is ook internationaal. Wij hebben een omvangrijk netwerk van partners in en buiten Europa (o.a. de Verenigde Staten, China en Hong Kong).

Jacques' moedertaal is Nederlands. Hij beheerst Engels, Duits en Frans vloeiend, incl. zakelijk/juridisch, Spaans (redelijk), en op conversatieniveau ook Italiaans en Mandarijns. Noreen's twee moedertalen zijn Engels en Kantonees, en zij beheerst zowel het Frans als het Mandarijns vloeiend.

*“Het mooie van ondernemen is doen waar je goed in bent.
En te werken met mensen die daar iets aan toevoegen.”*

Business as unusual



18^e-eeuws landhuis “In de Wereldt is veel Gevaer” in Voorburg. Foto: Dedalus - 11 September 2010 (upload date) | Licentie: CC-BY-SA-3.0-NL (wiki), via website Rijksmonumentendienst.

Ondernemen is kansen zien en risico's nemen om die kansen te benutten. Dat was in de tijd van de VOC al zo, en zo is het nog steeds. Een ondernemer met een beetje gezond verstand kent de risico's in zijn eigen markt en vakgebied wel, weegt deze af, neemt de noodzakelijke voorzorgen en gaat er dan voor.

Veel fysieke risico's zoals brand, inbraak en ongevallen zijn eenvoudig voor te stellen en vaak ook goed te beheersen en te verzekeren. Aansprakelijkheids- en reputatierisico's zijn soms abstracter, en worden sterker bepaald door moeilijk controleerbare externe factoren. In die zin is er “In de Wereldt veel Gevaer”.

Hoe werkt het in de keten van toeleveranciers bij kwaliteitsproblemen of contractgeschillen? Wat doe je met die Amerikaanse rechtszaak waar je ineens in verzeild raakt? Wat als je van het ene moment op het andere je producten moet terugroepen uit de markt?

De bomen en het bos

Een cliënt: *“Ik weet niet of ik de advocaat moet bellen, de verzekeringsadviseur, een overheidsorganisatie of een psychiater. Ik wil eigenlijk gewoon iemand van buiten erbij hebben die even in mijn schoenen kan stappen en ideeën kan geven. Een kop koffie erbij en een uurtje klankborden kan al veel inspiratie geven.”*

Wij zijn geen advocaten, verzekeringsadviseurs of overheid, en al helemaal geen psychiaters. Maar juist die “iemand van buiten” kunnen wij voor u zijn. Zeker als het gaat om één van onze specialismen.

Bel ons vrijblijvend als u het bovenstaande gevoel herkent. Bijvoorbeeld als het gaat om:

- Risico's op het gebied van product- en beroepsaansprakelijkheid
- Strategiebepaling bij schadeclaims door klanten, personeel of derden
- Input in crisisteams, bijvoorbeeld bij terugroepacties
- Kleine lettertjes, contractuele risico's, privacy statements en algemene voorwaarden
- Begeleiden en aansturen advocaten in geval van (Amerikaanse) schadeclaims en procedures
- Advisering op het gebied van export naar China, Taiwan, Hong Kong, ook bij claims en verhaal

Wij bespreken graag wat wij voor u kunnen betekenen, doen u een voorstel en maken nadere afspraken met u over de uitvoering en timing.

Op de volgende bladzijden vindt u gedetailleerde informatie over onze dienstverlening.

“Wat je zelf kunt doen hoef je natuurlijk niet uit te besteden. Maar het is best prettig om te kunnen checken of je goed bezig bent.”

Wat wij doen, en voor wie

De diensten die wij bieden omvatten onder andere:

Onderwerp	Onze diensten	Voor wie
Klankborden en Quick scan voor starters, ZZP en MKB.	Beeldvormen van onderneming/website i.v.m. risico's, en bestaande en nog ontbrekende bescherming daartegen. Klankborden en evt. rapport met advies en/of verwijzing.	Startende bedrijven Webshops ZZP & MKB
Aansprakelijkheids-scan	Een diepere analyse van algemene, dienst- en product-gerelateerde aansprakelijkheidsrisico's. Scenario's en weging relatieve risico's. Rapport met aanbevelingen.	ZZP & MKB Grotere bedrijven Exporterende bedrijven
Contractuele risico's	Doornemen hoe voorwaarden, contracten, e.d opgesteld worden en in de praktijk worden ingezet. Rapport met aanbevelingen.	ZZP & MKB Grotere bedrijven Exporterende bedrijven
Productaansprakelijkheid	Analyse van aansprakelijkheidsrisico's m.b.t. product(en), incl. processen van ontwerp tot after-sales. Inkooprisico. Scenario's en mogelijke impact. Rapport met aanbevelingen.	MKB, Grotere bedrijven Exporterende bedrijven Internationale business
Product Recall (terugroepacties)	Doornemen van de producten, identificatie, tracking & tracing, bestaande recallplannen, samenhang met supply chain, case simulatie. Mondeling advies of schriftelijke rapportage. Deelnemen in recall-crisisteam van de cliënt.	Alle bedrijven die <u>producten</u> fabriceren of verhandelen, ook in geval van business-to-business
Claims en B2B geschillen	Adviseren bij bepalen en controleren van de strategie. Samenwerking stakeholders, bijv. verzekeraars. Selectie en aansturing externen zoals advocaten. Cliënt bepaalt onze rol.	ZZP, MKB, Middelgrote ondernemingen, Export, Internationale business
Amerikaanse claims / Litigation management	Advies eerste actie. Selectie en aansturen van advocaat. Vertaalslag praktijk naar juridisch en omgekeerd. Begeleiding cliënt in alle aspecten.	Bedrijven die claims uit USA ontvangen

In de praktijkvoorbeelden in deze brochure vindt u meer details over wat wij voor u kunnen betekenen.

Onze dienstverlening is het delen en toepassen van onze ervaring in risicobeoordeling en -advisering. Wij zijn geen juridisch adviesbureau, verzekeringsagent of -makelaar, of advocatenkantoor. Onze doelstelling is om u input te geven vanuit onze brede praktijk, waardoor het inschakelen van andere, vaak dure, adviesbureaus wellicht niet nodig is of veel doelgerichter en efficiënter kan plaatsvinden.

Voor de goede orde: U bent de opdrachtgever tegen de met ons overeengekomen fee, en niemand anders. In geval van samenwerking met, of verwijzing naar, andere professionals hebben wij daar geen financieel belang bij en ontvangen wij van die derde partijen geen commissie of andere incentive.

“Als ik advies vraag verlang ik kennis, maar ook praktijkervaring en inlevingsvermogen om dit op mijn situatie toe te passen.”

Filosofie, Principe en Werkwijze

Filosofie

Theoretische kennis is belangrijk, maar ervaring uit de praktijk is nodig om theorie toe te kunnen passen. Voor ons betekent het dagelijks contact met ondernemers bovendien, dat wij bij iedere opdracht en in ieder gesprek blijven leren, en onze ervaring blijven uitbreiden, zodat wij die ook weer kunnen inbrengen.

Jacques Timmers, over zijn overstap naar Black Stallion B.V.: *“In mijn loopbaan heb ik royaal de gelegenheid gehad om in de praktijk brede ervaring op te doen. Ik merk nu hoe prettig het is deze te delen met ondernemers, en hierdoor tegelijkertijd zelf met twee benen in de praktijk te blijven staan. In deze setting kan dit op een nog persoonlijker, laagdrempeliger en flexibeler wijze.”*

Als kleine organisatie met nauwelijks overheadkosten kunnen wij onze dienstverlening aanbieden tegen aantrekkelijke tarieven. Wij bieden optimale flexibiliteit in de scope en omvang van de opdrachten.

Principe

Natuurlijk vormen openheid en vertrouwelijkheid de basis onder de samenwerking met onze klanten. De informatie die u met ons deelt blijft tussen ons, tenzij u ons opdracht geeft deze met andere betrokken partijen te delen.

Wij zijn vanaf het eerste contact transparant over wat wij (en ons netwerk) wel en niet voor u kunnen betekenen. Als wij een belangenconflict vermoeden of een andere reden zien waarom wij een opdracht niet kunnen aanvaarden of voortzetten, dan informeren wij u onmiddellijk.

U bent onze opdrachtgever. Wij stellen uw belangen centraal bij de uitvoering van onze werkzaamheden. U bepaalt welke vorm van rapportage u wenst, van een samenvattende e-mail tot een formeel rapport.

Werkwijze

Voordat u met ons in zee gaat hebben wij een vrijblijvend gesprek, zodat u zich een indruk kan vormen over ons. Wij leren uw onderneming graag eerst kennen en uw vraag of probleem goed begrijpen. Een opdracht kan beperkt blijven tot een paar uurtjes sparren, of bestaan uit een omvangrijker project. Wij werken pragmatisch en hebben geen vaste project- en servicemodellen op de plank liggen. Waar het bij ons om draait is waar onze klanten behoefte aan hebben en werkelijk iets mee kunnen.

In verreweg de meeste gevallen kunnen wij onze klanten zelf op weg helpen op het moment dat zij te maken hebben met een vraag binnen ons vakgebied. Daarnaast beschikken wij over een groot netwerk in Nederland en daarbuiten voor heel specifieke vragen.

Tarieven en voorwaarden

- Uurtarief na opdracht, indien mogelijk met inschatting van het verwachte aantal uren vooraf
- Reis- en verblijfskosten i.v.m. uitvoering opdracht op basis van actuele uitgaven, zonder opslag
- Algemene voorwaarden Black Stallion B.V. van toepassing; zie onze website of offerte/bijlage

**Voor meer informatie:
Jacques Timmers**



Bellen: +31 (0)6 2471 6388

Mailen: jt@blackstallion-nl.com

Lezen: <http://blackstallion-nl.com>

Black Stallion B.V.
KvK-nummer: 68266618
BTW-nummer: NL8573.67.328.B01
Bankrek./IBAN: NL70 INGB 0007 8281 15
Kantooradres: Beemd 1, 2831XH Gouderak

Tel.: +31 (0)6 2471 6388

E-mail: jt@blackstallion-nl.com

PRAKTIJKVOORBEELDEN

Veertig jaar praktijkervaring op gebied van ondernemersrisico, die wij graag met u delen.

**Black Stallion B.V.
Jacques Timmers, consultant
+31 (0)6 2471 6388
jt@blackstallion-nl.com**

“Wat ik intussen begrijp is dat het begrip ‘risico’ veel breder is dan wat door mijn verzekering gedekt wordt. Een risico kan trouwens ook een kans zijn.”

In de praktijk*

Valse start voorkomen

Voor Algemene voorwaarden vertrouwen veel startende ondernemers op standaardvoorbeelden die op internet te vinden zijn. Begrijpelijk, en soms ook prima. Maar sluiten zij aan bij de producten en activiteiten van het bedrijf? En hoe zit het aan de inkoop-zijde? Wat moet je doen om je voorwaarden echt effectief in te zetten? Met ons advies kunnen wij ondernemers helpen om hier sterker in te komen staan.

Kleine exporteur, grote risico's

Een fabrikant van een speciaal type machines was benaderd door een Amerikaanse multinational voor een potentiële order. Alleen: het contract dat hij kreeg toegestuurd bevatte voorwaarden waarin alle risico's van ongevallen, ook in geval van verkeerd gebruik, bij hem gelegd werden. Na een ochtend klankborden had hij genoeg argumenten om - ondanks het krachtverschil met de Amerikaanse klant - een evenwichtiger verdeling van verantwoordelijkheden overeen te komen.

Trampolinepark

Een exploitant van een indoor trampolinecentrum wilde het risico van ongelukken en schadeclaims minimaliseren. Hij had zelf aanzienlijke kennis over de van toepassing zijnde regelgeving en voldeed daar ook aan, maar hoe werkte dit uit in de praktijk? Door onze beoordeling van de dagelijkse gang van zaken op locatie, analyse van risico's die misschien niet door de regelgeving worden afgevangen en klankbordgesprekken eens per jaar heeft hij nu niet alleen completer zicht op zijn risico's maar ook een betere onderhandelingspositie met de aansprakelijkheidsverzekeraar.

Het Wilde Westen of het Verre Oosten

Als je als Nederlandse ondernemer groot wil denken moet je bijna wel de grens over. Europa is intussen ons “thuisland”, maar ook stellen ondernemers ons de vraag hoe je onbegrensde mogelijkheden van Amerika het beste kunt verkennen, of de markt bereikt met de meeste consumenten ter wereld: China.

Dankzij ons partnerschap met advocatenkantoren in de Verenigde Staten, hebben wij diverse bedrijven op weg geholpen om de zin en onzin te onderscheiden van wat wel “Amerikaanse toestanden” worden genoemd (rechtszaken, schadeclaims). En met ons netwerk in Hong Kong en China kunnen wij bedrijven helpen in hun strategie en in het begrijpen van een markt die even mysterieus als uitdagend is.

*: De praktijkvoorbeelden zijn bedoeld om toe te lichten welke diensten wij in diverse situaties bieden. Er zijn in de voorbeelden geen namen genoemd en bepaalde gegevens (zoals o.a. branche, product) zijn aangepast om de identiteit van, en vertrouwelijke gegevens over vroegere/bestaande cliënten te beschermen. De cases die als inspiratie dienen dateren uit de periode 2010 – heden.

“Mijn advocaat vertelt dat hij wel kans ziet de claim af te houden. Mijn verzekeraar geeft niet thuis. Mijn bank weet het niet. Wat is wijsheid?”

In de praktijk*

Gelijk hebben, maar ook gelijk krijgen?

Een fabrikant van cosmetica ontving een claim uit Amerika over een huidirritatie bij een consument. De fabrikant wist zeker dat hij nooit allergene ingrediënten gebruikte. Hij had alvast zelf een advocaat benaderd die “tot het gaatje wilde gaan” om hem verdedigen, tegen een voorschot op zijn fee van \$ 25.000. De klant vroeg ons om eens mee te kijken vanwege de kosten, maar ook als “devil’s advocate”.

In Amerikaanse procedures moet je vaak direct je productdossier met de hele receptuur produceren, ook al doe je dat liever niet. Toen wij het samen met de klant doorliepen bleek dit dossier incompleet te zijn, en makkelijk verkeerd uit te leggen. Het zou dus lastig worden om een jury ervan te overtuigen dat het product perfect was. Wij adviseerden de klant om eerst te polsen bij tegenpartij wat er eigenlijk speelde. Dat viel erg mee: voor fractie van de advocaatkosten, zonder erkenning van aansprakelijkheid en met een vertrouwelijkheidsclausule, kon de kwestie worden geschikt.

Toch maar niet in de eigen voet geschoten

Een koekfabriek moest een serie bakkerijproducten uit de markt terughalen omdat er vreemde paarse vlekken in gevonden waren. Er bleken metaaldeeltjes met verf in die kleur in het gebruikte graan te zitten. Mogelijk waren die overgewaaid van een stalen loods naast de graanleverancier, die recent gezandstraald was. De terughaalactie had bijna € 40.000 gekost; die wilde onze klant verhalen op de graanleverancier.

Toen wij hielpen om de schadeclaim op te stellen bleek onze klant een gunstige langjarige prijsafpraak te hebben met deze leverancier. Een rechtszaak zou kunnen leiden tot het eenzijdig opzeggen van het contract. Dit zou de inkoopkosten enorm opdrijven. Wij adviseerden onze klant om voor te stellen de claim tot vergoeding niet door te zetten, en in ruil daarvoor het bestaande contract een jaar extra te laten lopen (met betere controle natuurlijk). Dit lukte, en uiteindelijk was dit voor iedereen de beste oplossing.

When the bullet hits the bomb...

Een bedrijf had een bijna ondoordringbare textiel ontwikkeld. Een buitenlandse fabrikant van werkkleding en militaire goederen wilde een order te willen plaatsen als aan bepaalde eisen zou worden voldaan. In het conceptcontract was de toepassing niet genoemd (“geheim”), en de controle werd contractueel volledig aan de kant van het Nederlandse bedrijf gelegd, met afgifte van een certificaat en 100% garantie.

Wij stelden wij voor om toch meer te weten te komen over de uiteindelijke toepassing. De kandidaat-afnemer wilde daar absoluut niets over zeggen en wilde ook geen gezamenlijke testprocedure bespreken. Alarmbellen dus. De deal ging mede op ons advies niet door. Korte tijd later bleek uit dat een concurrent van onze klant door genoemd bedrijf betrokken was in een grote schadeclaim over gebrekkig materiaal...

*: De praktijkvoorbeelden zijn bedoeld om toe te lichten welke diensten wij in diverse situaties bieden. Er zijn in de voorbeelden geen namen genoemd en bepaalde gegevens (zoals o.a. branche, product) zijn aangepast om de identiteit van, en vertrouwelijke gegevens over vroegere/bestaande cliënten te beschermen. De cases die als inspiratie dienen dateren uit de periode 2010 – heden

“In de contractonderhandelingen betrapte ik mezelf op Calimero-gedrag. Iets van: ‘Zij zijn groot en ik ben klein.’ Maar wie heeft wie nodig in de supply chain?”

In de praktijk*

Leveringsketen of leveringskluwen?

Een Nederlands bedrijf maakte specifieke elektronica voor producenten van huishoudelijke apparaten. Vooral de Duitse afnemers stelden allerlei eisen op het gebied van kwaliteit en garantie, tot op het onredelijke af. Als het een keer mis zou gaan was er wel een aansprakelijkheidsdekking voor letsel bij consumenten en fysieke schade bij de afnemers, maar de garantiekosten waren hieronder niet te verzekeren. Het grootste risico vormden de ingekochte kleine onderdelen. Deze kwamen van één klein bedrijf in het buitenland. Als zich een gebrek of non-conformiteit zou voordoen, was die toeleverancier dan nog goed voor zijn geld? En wat was het continuïteitsrisico, als deze vervolgens zou omvallen?

Samen met het bedrijf kwamen wij tot een plan dat bestond uit drie elementen: een realistischer verdeling van risico's in de contracten met de afnemers, betere continuïteit door het vinden van een back-up supplier, en financiële en verzekeringseisen aan de toeleveranciers in de eigen inkoopvoorwaarden. Met deze uitgangspunten kon de directie, samen met inkopers en de vaste jurist van het bedrijf, aan het werk. Er was meer mogelijk dan men dacht en korte tijd later was het contractuele risico een stuk verminderd.

Onverwachte uitkomst

Een ondernemer wilde conserven naar China exporteren. Men had het product in overleg met de importeur aangepast, etiketten waren vertaald, en er was al een reclamecampagne ontworpen. Alles zou getoond gaan worden aan de Chinese investeerders die formeel zouden worden uitgenodigd, zodat zij een visum konden aanvragen.

Behalve enkele cultureel niet zo handige afbeeldingen leek alles in eerste instantie in orde. Maar wat ons opviel was dat de naam van het Chinese bedrijf in de verschillende e-mails en brieven steeds veranderde. Navragen bij de contactpersoon hielden het mysterie niet op. Via ons netwerk bleek dat het Chinese bedrijf onder geen van die namen bestond.

Wel vonden wij een bedrijfsnaam die er sterk op leek, maar dat bedrijf was twee jaar eerder tijdens de sluiting rond Chinees nieuwjaar plotseling verdwenen. Net als trouwens de directieleden, de voorraad, het machinepark en de bankrekeningen. Zelfs de neonreclame was van het bedrijfsgebouw gesloopt.

De uitnodiging en de presentatie zijn niet doorgegaan, veel verdere kosten zijn bespaard, en een financiële en juridische catastrofe zijn daardoor vermeden.

*: De praktijkvoorbeelden zijn bedoeld om toe te lichten welke diensten wij in diverse situaties bieden. Er zijn in de voorbeelden geen namen genoemd en bepaalde gegevens (zoals o.a. branche, product) zijn aangepast om de identiteit van, en vertrouwelijke gegevens over vroegere/bestaande cliënten te beschermen. De cases die als inspiratie dienen dateren uit de periode 2010 – heden

“Terugroepactie! Het was wel even schrikken. Maar toen we als crisisteam eenmaal aan het werk waren brachten we het beste in elkaar naar boven.”

In de praktijk*

Terugroepen en reputatie beschermen

Bij een terugroepactie hangt de overlevingskans van een bedrijf in hoge mate af van de mate waarin men voorbereid is. Openheid en verantwoordelijkheid nemen zijn essentieel, en het is van groot belang dat de producent en de dealers actief en zonder voorbehoud met elkaar samen kunnen werken, wat eigenlijk alleen mogelijk is als dit in de commerciële relatie geïntegreerd is en ook regelmatig geoefend wordt.

Uit praktijkervaring weten wij dat een recallplan ook onmisbaar is voor het tijdig nemen van beslissingen door de directie. Het gaat altijd om grote financiële belangen en enorme risico's voor de reputatie van het bedrijf en het product. Als je als directie besluit een product wel of niet terug te roepen, dan kun je het eigenlijk nooit goed doen. De vraag zal altijd zijn wat er gebeurd was als je anders besloten had. Tenzij je een doortimmerd plan hebt met een heldere beslisstructuur waarop je je altijd kunt baseren. Alleen dan kun je dit soort beslissingen nemen zonder de “wat als...-vraag” en zonder de regie uit handen te geven.

Een fabrikant van sportartikelen had zo'n recallplan, dat ingebed was in de software die gebruikt werd voor alle interacties met dealers. Ook was het plan gekoppeld aan de bestanden van alle uitgeleverde goederen en de garantiebestanden, en werd regelmatig een simulatie gedaan met de dealers. Toen inderdaad een artikel teruggeroepen moest worden kon razendsnel beslist en geschakeld worden. De NVWA werd vanaf het begin uit eigen initiatief op de hoogte gehouden, en gevraagd om hun commentaar (dat zij niet hadden). Niet alleen kon zo de regie in handen gehouden worden, maar dankzij de structuur van het plan werd ook een ongekend hoog percentage van de eindklanten bereikt, met minimale externe publiciteit. De dealers waren zeer positief over de support van de producent, het versterkte de relaties met de consumenten, en leverde een mooi compliment van de NVWA op.

Check gezondheidsclaims, voorkom schadeclaims

Een bedrijf in natuurlijke gezondheidsproducten was bezig de bijsluiters te updaten. Een medewerker met juridische achtergrond was daar ook bij betrokken. Alles zag er degelijk uit en in de nieuwe documentatie werd aangegeven dat het geen geneesmiddelen betrof. Op de website, die door de verkoopmanager en een externe designer was gemaakt, kwamen wij veel teksten tegen die toch als “gezondheidsclaims” konden worden uitgelegd. Het leek erop dat de commerciële mensen in het bedrijf zich te weinig bewust waren van het gevaar hiervan, in geval van een klacht of procedure.

Ons voorstel was om een interne workshop te verzorgen in de vorm van een nagespeelde juridische procedure over het wel of niet voldoen van een van de producten. Het werd een debat waar de vonken vanaf vlogen. Zo ontstond meer wederzijds begrip tussen de verkopers, de productontwikkelaar en de jurist, en bleef het bedrijf wat betreft de beweringen over de producten uit de gevarenzone. Dankzij de inbreng van de verkopers lukte dit zelfs zonder de producten commercieel minder aantrekkelijk te maken.

*: De praktijkvoorbeelden zijn bedoeld om toe te lichten welke diensten wij in diverse situaties bieden. Er zijn in de voorbeelden geen namen genoemd en bepaalde gegevens (zoals o.a. branche, product) zijn aangepast om de identiteit van, en vertrouwelijke gegevens over vroegere/bestaande cliënten te beschermen. De cases die als inspiratie dienen dateren uit de periode 2010 – heden