EXCLUSIEVE UITGAVE

BALANS

=exact

VERANDERING IS DE ENIGE CONSTANTE

Gesprekken met toekomstbestendige kantoren

BEST PRACTICES

Vijf praktijkexperts
Vijf gouden tips

FEMKE HOGEMA

Eigenaar van Profit First Professionals BV & Healthy Finance

POWER VROUWEN

In de accountancy

Gebruik geschiedenis om naar de toekomst te kijken

De veranderende rol van accountants

WALL OF FAME IN GESPREK MET DE WINNAARS VAN DE CLOUD AWARDS

Dankzij het Accountancy Resource Center geef jij het juiste advies aan je klant

Wil je efficiënter werken met klanten of jouw kantoor naar een hoger niveau tillen? Het Accountancy Resource Center biedt de ondersteuning die je nodig hebt om je ambities te verwezenlijken. Je vindt er marketing materialen, handige tools en andere hulpmiddelen van Exact. Alles wat je nodig hebt om jouw klant van het juiste software advies te voorzien en uit te leggen wat het werken met onze software oplevert en welke voordelen ze hiermee behalen.

+ Trainingen, e-learnings en workhops voor jou en jouw klant
+ Ontdek software van onze partners die naadloos koppelen met Exact
+ Marketing support om jouw praktijk te laten bloeien
+ Advies over samenwerkingsvormen met jouw klant
+ Inspirerende blogs, klantverhalen en relevante nieuwsberichten.

Bezoek het Exact Accountancy Resource Center:
www.exact.com/nl/branche/accountancy/accountancy-programma/resource-center

=exact

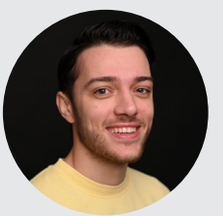
BALANS

Bij Exact zien we de onmisbare rol die accountants vervullen voor hun klanten. Dagelijks maken medewerkers van administratie- en accountantskantoren de financiële balans op voor hun klanten en helpen ze ondernemend Nederland de juiste keuzes te maken. Onze intensieve samenwerking met deze kantoren is uniek en koesteren we. Daarom brengen we onderscheidende kantoren, hun unieke werkwijzen, verrassende inzichten en kopstukken uit de branche samen in dit exclusieve en unieke magazine.

HOOFDREDACTIE
Sabina Hamzabegović & Sarah Kocken

Artdirector
Martijn van den Bemt

Redactie
Carlijn van den Berg



Social Media
Brandon Bode

Exact Balans Magazine is een publicatie van Exact in samenwerking met Clipboard Media & Content & The Content Group

Concept & Realisatie

Clipboard Media & Content | **Vormgeving:** Ron de Vos, Leroy de Roo | **Tekst**: Geert van der Klugt, Simon de Hoop
Fotografie: Christel de Wolff, Léon Wodtke | **Uitgever:** Linda Oenema

clipboard CONTENT & MEDIA

the CONTENT GROUP

Delftweg 147 | 2289 BD Rijswijk | 015-7600700 | info@clipboardmedia.nl

BALANS

Voorwoord

‘Balans, een magazine vol inspirerende verhalen voor en door jullie gemaakt’

We zijn er allemaal naar op zoek: balans. Balans tussen werk en privé, balans op het gebied van gezondheid, de balans van je eigen onderneming en natuurlijk ook die van je klanten. De financiële balans laat zien hoe het bedrijf er financieel voor staat. De accountant speelt een onmiskenbare rol in het opstellen en bepalen van de balans, maar met name ook in het duiden ervan. Een rol waarmee de accountant het verschil maakt en extra waarde kan toevoegen.

Daarom is inzicht zo belangrijk. Met zo min mogelijk ruis en vertraging. Alleen dan weet je wat de actuele financiële gezondheid van de onderneming is en wat er moet gebeuren om de balans op peil te houden of te brengen. We stellen vast dat steeds meer accountants niet alleen assisteren in het opstellen of beoordelen van de balans, de winst en verliesrekening en het kasstroomoverzicht, maar deze inzichten vertalen en de rol van adviseur pakken. Zij maken het verschil en zorgen dat het bedrijf zich kan ontwikkelen en tegelijkertijd voldoende beschermd is als zaken even minder gaan. Dat betekent niet meteen dat er dijken gebouwd moeten worden die de komende tienduizend jaar bescherming bieden tegen een zeespiegelstijging van drie meter. Maar het is wel nuttig als de onderneming bestand is tegen een goede novemberstorm met springtij. De accountant helpt ze de storm te trotseren en in balans te blijven.

In dit Accountancy Magazine gaan we dieper in op balans en hoe accountants hieraan bijdragen. We spreken met professionals uit het vak. Zij vertellen over hun veranderende rol, delen hun succesverhalen, uitdagingen en laten zien hoe zij constant streven naar balans en welke nieuwe mogelijkheden dit biedt. Ook komen de laatste ontwikkelingen binnen de sector aanbod en kijken we samen vooruit naar de toekomst. Kortom, een magazine vol inspirerende verhalen voor en door jullie gemaakt.

Hopelijk biedt het jullie handvatten op weg naar balans.

Alexander Rahusen
CFO Exact

Alexander Rahusen | CFO Exact

BALANS
INHOUD

15

Verandering is de enige constante

Software versnelt administratieve processen. Informatie was nog nooit zo grootschalig te verkrijgen, verwerken, delen en op te slaan. De sterkste kantoren van het moment passen hun aanbod daarop aan. Zij leveren feitelijke prognoses, adviseren op basis van analyse en werken in een omgeving die unaniem meebeweegt. Zij zijn toekomstbestendig. En omdat niemand dát van de ene op de andere dag bereikt, nodigden we vier professionals van voorbeeldige kantoren uit voor de adviserende interviews die je in deze rubriek leest.

8

Accountancy Suite

Perry Telle (Hoornwijck Groep), Frans Heitling (Accountancy Vanmorgen) en Martin van Vliet (Exact) hebben meer dan 30 jaar aan automatiseringservaring in gemeen. Ieder van de drie stond aan de voet van de eerste digitale stappen die de branche zette. Aan die voet staan ze nog steeds. Technologische ontwikkeling kent immers geen einde. De uitdaging van transformatie is een van de weinige constanten die Nederlandse administratie- en accountskantoren kennen. Dus kwamen Perry Telle, Frans Heitling en Martin van Vliet bijeen. Het drietal biedt een uniek, waardevol inzicht in de belangrijkste accountancy- en administratie-ontwikkelingen van 2021.

INTERVIEWS MET

16

Patrick van Amelsvoort en Jacqueline van Steeneveld | Ruitenburg
Over de transitie van accountant naar business partner

18

Twan Maton | De Beer
Over automatisering en digitalisering

BEST PRACTICE

‘Durf je kwetsbaar op te stellen’

Accountants en administrateurs dienen het eigen kantoor onder dezelfde loep te nemen als de bedrijven van klanten. Overigens niet precies dezelfde loep, want de meeste bedrijfsuitdagingen en -oplossingen zijn branchespecifiek. Het is niet voor niets dat de personeelsbestanden van accountants- en adwinistratiekantoren regelmatig uit specialisten bestaan. En terwijl klanten in branches als de automotive en horeca relatief gemakkelijk van een sparringpartner worden voorzien, moeten de vennoten en eigenaren van accountants- of administratiekantoren het vaak zonder doen. Bij het laatste komen wij om de hoek kijken. We nodigden vijf experts uit van kantoren die zich op één of meerdere bedrijfsvlakken weten te onderscheiden. De verhalen bieden een adviserend inzicht in de ‘Best Practice’ van hun kantoor.

27

INTERVIEWS MET

28
Marco Albers | Kop of Munt
Over het aantrekken en behouden van de juiste mensen

30
Femke Hogema
Healthy Finance en Profit First
Over het creëren van waarde door de adviesrol te pakken

34
Simon Voorbergen | ROI financials
Over business development in de accountancy

36
Marcel Spoelstra
Spoelstra Accountancy Services
Over value-based pricing

41
Powervrouwen in de accountancy
Hoewel de vertegenwoordiging van vrouwen in de accountancy gestaag doorgroeit, blijft ondervertegenwoordiging voorlopig een realiteit. Mensen zijn groepsdieren - en vrijwel elke minderheidsgroep heeft een grotere kans om tegen ongelijke uitdagingen aan te lopen. De meeste vrouwelijke accountants zijn geen uitzondering op die regel. Iedereen die er desondanks in slaagt om op het hoogste niveau te presteren, is in onze ogen een spotlight waard. We nodigden drie topprofessionals van verschillende kantoren uit voor een interviewgesprek. Zij weten zich van de vakinhoudelijke- én gendernorm te onderscheiden.

INTERVIEWS MET

42
Chantal Goossens
Vennoot bij RSW Accountants + Adviseurs

45
Susanne Tiel
Accountant bij ESJ Financial Engineering

48
Karin de Man
Eigenaar van Lucro accountancy

‘Advies is het slechtst gedefinieerde begrip van het moment’

Perry Telle (Hoornwijck Groep), Frans Heitling (Accountancy Vanmorgen) en Martin van Vliet (Exact) hebben meer dan 30 jaar aan automatiseringservaring in gemeen. Ieder van de drie stond aan de voet van de eerste digitale stappen die de branche zette. Aan die voet staan ze nog steeds. Technologische ontwikkeling kent immers geen einde. De uitdaging van transformatie is een van de weinige constanten die Nederlandse administratie- en accountskantoren kennen. Dus kwamen Perry Telle, Frans Heitling en Martin van Vliet bijeen. Het drietal biedt een uniek, waardevol inzicht in de belangrijkste accountancy- en administratie-ontwikkelingen van 2021. Allereerst: even voorstellen.

Martin van Vliet | Exact
Martin van Vliet (59) is een finance professional met 34 jaar aan automatiseringservaring. Eerst bij Grote Beer, toen bij Unit4 en vandaag de dag als Senior Product Manager van Exact.

Weinigen hebben een rijker zicht op de rol die ICT voor financiële administratie en accountancy kan betekenen.

De ontwikkeling van en communicatie over financiële software loopt als rode draad door zijn carrière. Vragen we Martin naar het verloop van die carrière, dan antwoordt hij met een knipoog. “Op onze leeftijd kan je alleen al daarmee een blad vullen.”

Frans Heitling | Accountancy Vanmorgen

Frans Heitling (67) is oud-hoofdredacteur van Accountancy Vanmorgen, de meest gelezen Nederlandse accountancywebsite van het moment. Menig accountant en administrateur zal de naam van het platform relateren aan een ongezouten blik op de mensen, kantoren en technologie waaruit de accountancybranche bestaat.

Frans stond aan de voet van de oprichting van Accountancy Vanmorgen (2015), schreef in de dertig jaar daarvoor voor Accountancy Nieuws en was betrokken bij andere vakpublicaties van Wolters Kluwer.

Accountancy is het levensbloed van zijn carrière, maar geen begin. “Ik startte als leraar geschiedenis-engels”, vertelt hij. “Na vijf jaar vond ik dat wel genoeg. Je hebt mensen die 40 jaar lang met hart en ziel voor de klas staan. Daar is niks mis mee, maar dat moet je in het bedrijfsleven niet proberen. Ik kwam erachter dat ik stappen moest zetten. Dus koos ik definitief voor een segment - en kwam ik de mensen tegen waarvan ik over de accountancy kon leren.”

Leren begon met een basisbegrip van materialiteit - en groeide met verloop van tijd uit tot een kennisschat waar zelfs veteranen als Perry Telle (Hoornwijck Groep) en Martin van Vliet (Exact) u tegen zeggen.

Perry Telle | Hoornwijck Groep

Tot 20-jarige leeftijd werd Perry Telle (55) klaargestoomd om profvoetballer te worden. Topsport bereikte hij niet; de Nederlandse administratietop wél.

In 1994 werd hij vennoot bij het kantoor dat vandaag de dag als Hoornwijck Groep bekend staat. “Toen werkten we nog met TRAVERS. Dat zal voor de oude rotten in dit vak bekend voorkomen.”

35 jaar aan automatiseringservaring is niets om over te lachen. Hij stroomde in als achtste medewerker van een kantoor dat inmiddels 45 werknemers telt. Perry - één van vijf vennoten - straalt de beweeglijkheid van Hoornwijck Groep uit. “Het werk vergt innovatiekracht.”

‘Het werk vergt innovatiekracht’

Welke verandering dient op het netvlies van elk accountants- en administratiekantoor te staan?
Frans Heitling (Accountancy Vanmorgen): "Er wordt al jaren geroepen dat accountants meer moeten adviseren. Empathischer moeten zijn, gesprekken aan dienen te gaan en daarvoor getraind moeten worden. Maar in elke discussie worden vragen over de daadwerkelijke inhoud van het advies vaak genegeerd. 'Advies' is dan ook misschien wel het slechtst gedefinieerde begrip in de accountancy."

"Een groot deel van de kracht van accountants is het vermogen om beter te kunnen rekenen dan wie dan ook. Nu wordt die rekenvaardigheid door software overgenomen, en dienen accountants andere waarde toe te voegen. Bijvoorbeeld met inzicht: weten waar de cijfers over gaan en de kunde om te duiden wat de cijfers voor het eigen kantoor en een klant kunnen betekenen."

Perry Telle (Hoornwijck Groep) stemt in: "30 tot 40 procent van onze klantenkring is te helpen met haar of zijn onderneming. Dat 'helpen' begint al bij een advies over de begroting of verruiming van een marketingbudget. Of inlichting over ontstentenis, handelingsonbekwaamheid, overlijden en de financiële planning die benodigd is om als ondernemer te kunnen pensioneren."

"En dan hebben we de 60 à 70 procent die alleen wil weten wat ze aan belasting moeten betalen. Hoe groot is het bedrag - en wanneer moeten we dit aftikken? Van de bankstand, debiteuren en crediteuren zijn ze goed op de hoogte."

'Er wordt al jaren geroepen dat accountants meer moeten adviseren. Empathischer moeten zijn, gesprekken aan dienen te gaan en daarvoor getraind moeten worden. Maar in bijna elke discussie worden vragen over de daadwerkelijke inhoud van het advies genegeerd'

Frans Heitling

Het merendeel vraagt dus niet om advies, maar om cijfers. Is de klantengroep van 60 à 70 procent ook typerend voor andere Nederlandse kantoren?
Martin van Vliet: "Ik weet het wel zeker. De gemiddelde mkb-ondernemer is 24 uur per dag en 7 dagen per week met het bedrijf bezig. Soms net wat minder; ook slapen is nog wel eens een hobby. In elk geval vindt hij of zij zichzelf de materiedeskundige pur sang. Maar juist wanneer je continu in de materie zit, blijft er niemand over om afstand te nemen en boven de bomen uit te kijken."

"Een accountant kan die rol uitstekend vervullen, ware het niet dat advies soms anders uitpakt dan voorspeld en de accountant daardoor gevoelsmatig risico loopt. Bovendien lever je soms een advies waar de markt nog niet om vraagt. Het is belangrijk om die behoefte eerst bij de klant te creëren."

"Ik vind het woord 'advies' overigens dermate doorgekauwd dat de nekharen bij velen overeind gaan

staan - en gebruik het woord dan ook liever niet. Wat ik wil benadrukken is dat iedere accountant het vermogen heeft om iets te leveren waar een ondernemer zelf niet tot in staat is of zin in heeft."

Waarom is dat vermogen zo belangrijk?
Frans Heitling vertelt: "Een goede accountant zorgt er niet alleen voor dat hij of zij de cijfers van een onderneming beter kent dan de ondernemer zelf; een goede accountant maakt de stap naar het begrijpen van de cijfers."

"Neem automotive. Een hele specifieke branche. Wanneer je je daarin specialiseert, moet je specialisten hebben die cijfers en ontwikkelingen in de branche kunnen duiden. Ik kan me niet voorstellen dat dergelijke specialisten op een kantoor als dat van Perry (Hoornwijck Groep, red.) ontbreken."

"Klopt," bevestigt Perry Telle "Het zijn alleen geen automotive-specialisten en dat komt juist omdat we geen klanten in de automotive hebben. Voor branches die we wél bedienen hebben we mensen."

Frans Heitling vervolgt: "Je wijst specialisten aan om cijfers te duiden - niet om te leveren, want dat kan een softwareprogramma als Exact ook."

"Technologische ontwikkeling is onvermijdelijk. Software gaat steeds verder. ZZP'ers hebben nog maar zelden een administratiekantoor nodig, want als je even speurt, dan vind je software die de urendeclaratie doet, btw-aangiften verzorgt en zelfs winstaangiften genereert. Klanten die uitsluitend op cijfers uitzijn, hebben al gauw niemand meer nodig. Digitalisering is een kans en een bedreiging, waarbij de bedreiging zich voor de accountant met name aan de onderkant van de markt bevindt."

Welke kantoren ervaren een kans - en welke kantoren ervaren een bedreiging?
Frans Heitling vervolgt: "Het is bedreigend wanneer een administratiekantoor fiscale ontwikkelingen niet kan duiden, subsidiemogelijkheden niet weet te onderkennen en de kunde mist om de situaties van klanten bedrijfseconomisch te analyseren. Het is een kans voor kantoren die daar wél oog voor hebben."

"Neem BDO in Tilburg. Die voeren de volledige administratie van Bakker Bart. De administratie van veel filialen van Albert Heijn zit bij Marshoek in Houten en die doen niets anders dan grootschalige supermarkten en detailhandel. Neem je een kijkje bij Marshoek, dan zie je mensen die meer weten van supermarkten dan de modale filiaalhouder."

Perry Telle sluit aan: "En dát is het type kantoor dat altijd blijft bestaan. Je moet het zo zien. Rond 1900 begon Ford de paard-en-wagen met auto's te vervangen. Toen had je op elke hoek een hoefsmit zitten, en tig jaar later zijn er daar - in heel Nederland nog maar een paar van over. De automatiseringssoftware van nu kan heel goed die Ford worden."

"Kan worden." Klinkt toekomstig - en daarom onzeker. Waarom zijn we er nog niet?
Martin van Vliet: "We (Exact, red.) hebben met kunstmatige intelligentie een eerste stap gezet. Ik verwacht dat we het proces in de komende vijf à tien jaar dermate kunnen vereenvoudigen

‘Rond 1900 begon Ford de paard-en-wagen met auto’s te vervangen. Toen had je op elke hoek een hoefsmit zitten, en tig jaar later zijn er daar - in heel Nederland - nog maar een paar van over. De automatiseringssoftware van nu kan heel goed die Ford worden’

Perry Telle

dat het gemiddelde administratie- of accountantskantoor alleen nog maar hoeft te kijken naar de vijf tot tien procent van de werkzaamheden waarbij de robot om hulp vraagt. Hoewel we goed op weg zijn, zijn we daar nog niet helemaal.”

“Op dit moment geeft de robot via kleurtjes aan dat er bij sommige boekingen nog wat zaken gecontroleerd of aangevuld moeten worden, waarop traditionele kantoren antwoorden dat ze het net zo goed zelf kunnen doen als het niet 100 procent goed is.”

Perry Telle doet het tegendeel. Hij vertelt: “Terwijl de branche zit te wachten op een 100%-oplossing, zijn er genoeg leveranciers die al 70 à 80 procent automatiseren - en met slimme werknemers zelfs 95 procent behalen.”

“Ik heb een collega. Een jonge jongen. Hij gaf onlangs aan dat pinbonnetjes z’n grootste probleem waren. Dus maakte ik één crediteur-benzinestation aan en liet ik alle bonnetjes automatisch daarop binnenkomen, afboeken en klaarzetten. Het interesseert mij niet of er bij Shell of BP getankt wordt, dus interesseert het me niet of de software daar automatisch onderscheid in maakt. Andere kantoren zitten handmatig Shell-, BP- en ESSO-crediteuren aan te maken. Diezelfde kantoren blijven ‘ja, maar’ tegenwerpen als het om robotisering gaat.”

“Het gaat er niet om dat je handmatig controleert of de irrelevante beschrijvingen van een grootboekrekening kloppen, maar dat je analytisch naar de cijfers leert kijken.”

Er is dus meer mogelijk. Ook nu, niet alleen over tien jaar. Wat verklaart de onnodige stilstand?
Martin van Vliet: “Een paar jaar geleden kwam ik over de vloer bij een groot accountantskantoor dat werkt met een audit-werkprogramma met een vorm van intelligentie die helpt bij het overslaan van irrelevante taken. Er was daar een groepje medewerkers in hun vrije tijd samengekomen met het doel om te onderzoeken hoe de voorloopvragen van de software zodanig ingevuld konden worden dat alle opdrachten en vragen met een geautomatiseerd antwoord weer open knalden.
Dat maakte het mogelijk om alles handmatig door te lopen. ‘Zo sta ik tenminste garant voor de uitkomst van het werkprogramma’, werd er gezegd. ‘Wanneer het programma stappen overslaat door intelligente software, en het toch fout blijkt, dan sta ik voor de rechtbank in Zwolle - en niet de robot’, was hun antwoord.”

Martin vervolgt: “Dat soort gevoelens, verzonnen of niet, zijn er wel degelijk. Er wordt in dit geval zand in de motor gestrooid. We vragen immers aan de Perry’s van deze wereld om over hun eigen schaduw heen te stappen en zichzelf misbaar te maken. Medewerkers van kantoren vinden dat net zo moeilijk als bedreigend.”

Hoe lossen we die stilstand op?
Perry Telle: “Medewerkers blijven verplicht om te doen wat de leiding

zegt. Heb jij een slappe leiding, dan zijn de medewerkers net zo slap."

"Collega's vragen me wel eens of het wel 'goed' is om na anderhalf uur klaar te zijn met het maken van een jaarrekening. Ik zeg dan dat er nog een half uur van af kan."

Frans Heitling haakt in: "Ik vind het een cultuurprobleem. Dit kun je in veel gevallen omzeilen door allereerst aan te geven hoe het moet, en vervolgens te zorgen dat daar niet vanaf wordt geweken. Laat het programma nou eens z'n werk doen. Pak tien of twaalf voorbeelden uit het resultaat en loop die steekproef na. Vervolgens laat je de software dezelfde functie uitvoeren en kom je erachter dat het resultaat wel degelijk te vertrouwen is."

Martin van Vliet sluit aan: "De mindset van veel accountants draait nog 100 procent om juistheid en veel minder om de toegevoegde waarde voor de ondernemer. Alle processen zijn daarop gebaseerd. Dat gaat nu wel veranderen. We werken naar een punt toe waarop de vennoten van een kantoor durven op te dragen om het real-time, slimme boeken voor al hun klanten aan te zetten, en pas achteraf - niet vooraf - te controleren en zonodig te corrigeren. Zo kunnen klanten hun betalingen vanuit de geboekte factuur doen in plaats van handmatig met de bankapp, wat een mooi voorbeeld is van het leveren van toegevoegde waarde aan klanten."

Het is een vertrouwenskwestie.
Martin van Vliet: "Juist - en dat komt misschien nog wel uit de tijd van de matrixprinter. Was het eenmaal geboekt, dan kon je het wel wijzigen via een correctieboeking, maar deed je dat eigenlijk liever niet."

Perry Telle: "Uiteindelijk gaat het om leiderschap. Als jij zegt dat een medewerker niet meer naar de zuiverheid van de automatische koppeling tussen bonnen en facturen mag kijken, dan bereik je een heel andere mindset dan de huidige mindset die ervoor zorgt dat een medewerker nog eventjes goed naar alle bonnetjes met groene bolletjes gaat zitten kijken."

Frans Heitling vult aan: "En geef die medewerkers in het begin ook de ruimte om naar die 'groene bolletjes' te kijken. Alleen zo geef je iemand de mogelijkheid om te zich te realiseren dat het automatisch kan."

Waarom is het juist nu zo belangrijk om het vertrouwen binnen kantoren op te krikken?
Frans Heitling: "Als accountant of administrateur ben je ook vaak een ondernemer. Je moet dus kijken naar de bestendigheid van het eigen kantoor, met dezelfde blik waarmee je naar de bestendigheid van een klant kijkt. Welke ontwikkelingen komen op je af? Is mijn ICT op orde? Zijn mijn mensen uitgerust om met ontwikkelingen om te gaan en op vragen van klanten te anticiperen? Zie ik ICT als een kostenpost die niet boven de tien procent mag komen, of doe ik aan dezelfde productcalculatie als de ondernemers waar ik tegenover aan tafel zit?"

Martin van Vliet: "Uit de MKB Barometer (onafhankelijk onderzoek naar de staat van het mkb, red.) blijkt dat ondernemers het vaakst wakker liggen over hun cashflowpositie. Bij het maken van een liquiditeitsprognose heb je niets aan een één-keer-per-kwartaal-boekhouding. Informatie moet volledig én tijdig binnenkomen. Daar heb je software voor nodig. En de medewerking van medewerkers en klanten, want hoewel de klanten het liefste eens per kwartaal met het vertrouwde mapje of tasje komen aanzetten, liggen ze tegelijkertijd wakker van het gebrek aan inzicht in hun cashflow. Niemand vraagt erom, maar bijna iedereen heeft het nodig, en jij moet het doen."

Heb je 24/7 support nodig?

De Exact Online Support portal, het startpunt voor al je vragen

Op ieder moment over de juiste cijfers beschikken om zo de juiste keuzes te maken, is de basis voor iedere ondernemer. Wij begrijpen dat en daarom staat de Support afdeling van Exact altijd voor je klaar. Dag en nacht. Waar je ook bent.

+ Onze Support portal is 24/7 voor jou beschikbaar
+ Vind eenvoudig de antwoorden op jouw vragen in de Kennisbank
+ Volg online trainingen en leer slimmer werken met Exact Online
+ Deel je ideeën en verbeterpunten voor Exact Online met ons en de levendige community

Hier vind je de portal van Exact Online:
www.exact.com/nl/support

exact

Verandering is de enige constante

‘Toekomstbestendigheid bereik je niet van de ene op de andere dag. Om jou te ondersteunen bij de grootschalige transformatie van het moment, nodigden we vier professionals van voorbeeldige kantoren uit voor de interviews die je op de volgende pagina’s leest’

Schriftelijke boekhoudingen zijn minstens 9.000 jaar oud. Antieke kleitabletten uit Mesopotamië - een regio die we vandaag de dag als het Midden-Oosten kennen - geven de kosten en uitgaven van ondernemers en bestuurders weer. De technologische ontwikkeling van de duizenden jaren daarna beperkt zich grotendeels tot nieuwe manieren van tellen, vormen van valuta en schrijfmethodes. Het Romeinse Rijk maakte sprongen in archivering en de middeleeuwse Medici-familie staat bekend om de introductie van de dubbele boekhouding die met verloop van tijd in de hedendaagse norm veranderde.

De periode tussen het gebruik van klei en papier telt duizenden jaren. Eenmaal geïntroduceerd, bleef papier eeuwenlang de norm. In dit licht werken en leven we in een uitzonderlijke periode. Digitalisering is één van een handvol keerpunten in de geschiedenis van de mens. Hoewel verandering altijd al de enige constante van de financiële administratie is geweest, vindt verandering anno 2021 op een ongekend tempo plaats.

Dat biedt net zo veel kansen als uitdagingen. Software versnelt administratieve processen. Informatie was nog nooit zo grootschalig te verkrijgen, verwerken, delen en op te slaan. En hoewel de middeleeuwse Medici-familie nog kon bloeien door uitsluitend te noteren en controleren, staat die luxe op het punt om te verdwijnen.

Moderne accountants- en administratiekantoren moeten aan zien te vullen wat de technologie niet heeft. Die technologie, zij het voor de boven- of onderkant van de markt, komt met elk jaar dichterbij een punt waarop de administratieve voorwaarden van overheden en ondernemingen door een softwareprogramma kunnen worden geschept.

Het logische gevolg is een verandering van de behoeften van klanten. Ondernemers en organisaties vragen steeds minder vaak naar het verleden - en steeds vaker naar de toekomst.

De sterkste kantoren van het moment passen hun aanbod daarop aan. Zij leveren feitelijke prognoses, adviseren op basis van analyse en werken in een omgeving die unaniem meebeweegt. Zij zijn toekomstbestendig. En omdat niemand dát van de ene op de andere dag bereikt, nodigden we vier professionals van voorbeeldige kantoren uit voor de adviserende interviews die je op de volgende pagina’s leest.

Arthur Schins (HLB Witlox Van den Boomen) vertelt over het meekrijgen van medewerkers in een snel veranderende organisatie. Patrick van Amelsvoort en Jacqueline van Steeneveld (Ruitenburg) beschrijven de manier waarop de rol van accountants naar business partner verandert. Tot slot geeft Twan Maton (De Beer) een kijkje in de keuken van een kantoor dat bovengemiddeld succesvol weet te automatiseren en digitaliseren.

‘Gebruik het verleden om naar de toekomst te kijken’

Patrick van Amelsvoort en Jacqueline Steeneveld
Ruitenburg adviseurs & accountants

Jacqueline Steeneveld en Patrick van Amelsvoort werken beiden bij Ruitenburg adviseurs & accountants. Jacqueline is mkb-accountant en Patrick is externe accountant en als bestuurder verantwoordelijk voor HRM, IT en kwaliteit. Beiden hebben ze een verfrissende visie op de functie van een accountant, de rol die het vak speelt in de ondernemingen van hun klanten, en hoe zij die rol vormgeven binnen Ruitenburg.

Patrick is ruim 30 jaar geleden begonnen in de accountancybranche en heeft dus veel zien veranderen. “Het gaat te ver om alle veranderingen te noemen,” zegt Patrick, “maar er is heel veel veranderd. Toen ik begon waren er nog klanten met een papieren boekhouding, tabbladen, kasboeken, handgeschreven documenten. Ik dacht toen dat ik het geen twee weken zou volhouden. Dat is met de komst van automatisering gelukkig omgeslagen, en de software van Exact neemt daar een belangrijke rol in. Handwerk is dus steeds minder geworden, maar belangrijker, de rol van accountants is daarmee veranderd.”

De moderne accountant

Jacqueline ziet de rol van accountant als een rol die altijd al breder georiënteerd is dan slechts

‘cijfers die kloppen’. “Dat is ook wat mij initieel aantrok in het vakgebied. Cijfers als basis gebruiken en daarnaast verdere diensten verlenen om klanten te helpen. En cijfers van het verleden gebruiken om naar de toekomst te kijken! Het leuke is dat de veranderingen/uitbreidingen in ons vakgebied op alle functies binnen ons bedrijf invloed hebben.”

Vraagt dat niet om een andere skillset van accountants? “Zeker, je ziet dat gelukkig ook terug in de opleidingen. Daarin is nu veel meer aandacht voor softskills,” zegt Jacqueline. Patrick vult aan: “Natuurlijk moeten die cijfers juist zijn, compliance is belangrijk. Daar zorgen we dus ook voor. Dat is tenslotte waar ondernemers in eerste instantie een accountant voor inhuren. Maar bij Ruitenburg verzorgen we ook steeds meer interne opleidingen om aandacht te geven aan die andere belangrijke aspecten van het vak. Denk aan feedbacktraining, communicatietraining, interviewtechnieken, slechtnieuwsgesprekken. Het zijn skills die je niet altijd op de opleiding leert, maar die wel belangrijk zijn en waar je als accountant echt wat aan hebt. Wij leiden onze medewerkers dus breed op.”

Willen weten

Patrick en Jacqueline zien dat klanten ook steeds meer vragen van hun accountant waardoor de soft skills nog belangrijker zijn. Dat begint bij de juiste vragen stellen. Patrick: “We hebben inzicht in de cijfers van klanten en dat stelt ons in staat goede vragen te stellen. Hiervoor is een samenwerking tussen ons en de klant wel belangrijk. Alleen dan weten we wat de klant echt wil en nodig heeft. Natuurlijk vraagt dat inlevingsvermogen van onze kant. Met een klant waarmee het slecht gaat heb je simpelweg een ander gesprek dan met een klant waarmee het goed gaat. Van ons wordt gevraagd om de cijfers te vertalen naar wat deze nu echt betekenen voor de klant. Voor het bedrijf, maar misschien nog belangrijker, ook voor de ondernemer zelf.” Jacqueline: “Dit is veel belangrijker dan het lijkt, want een klant kan keuzes maken die helemaal niets te maken hebben met de financiële aspecten van zijn of haar bedrijf. Leer de ondernemer dus goed kennen en weet wat zijn of haar drive is.”

Automatiseren als katalysator

Het komt vaak terug in het gesprek, maar ‘de basis’ op orde is essentieel. “Dat is waarom klanten bij je komen. Vervolgens kan je een geautomatiseerd systeem inrichten en regelmaat aanbrengen in het proces, zodat iedereen op tijd inzicht heeft in de actuele stand van zaken.”

Patrick vult aan: “En daar komt de software van Exact dan bij kijken. Mede daardoor is het mogelijk om die extra stap voor de klant te zetten, omdat de basis goed ingericht is. We kijken samen met ondernemers naar de cijfers, geven inzicht in wat deze cijfers nu voor de onderneming betekenen, en bespreken dan de toekomst.”

Onverwacht advies

Patrick geeft een voorbeeld van de meerwaarde die je als accountant kan bieden aan klanten. “Ik heb een klant die op een hele mooie locatie gevestigd is. Een locatie die prima geschikt is voor nieuwbouw. Tegelijkertijd bieden zij diensten aan die onafhankelijk van de locatie uitgevoerd kunnen worden. Dus ik zeg: waarom gaan jullie niet verhuizen naar bijvoorbeeld een industrieterrein? Verkoop die mooie plek. Dan zijn je vaste lasten goedkoper, terwijl je gewoon kunt blijven ondernemen.” Dat zijn niet de leuke gesprekken, toch? “Juist wel,” zegt Patrick. “Dat zie ik als mooie uitdagingen: klanten een eyeopener geven.”

‘We kijken verder’

Twan Maton | De Beer Accountants & Belastingadviseurs

Bij De Beer Accountants & Belastingadviseurs werkt men met ruim 90 specialisten aan alle aspecten van financiële administratie en controle. Twan Maton (50) is partner bij De Beer en medeverantwoordelijk voor de automatisering bij klanten. Hier ontzorgt hij klanten in het mkb om administratieve lasten tot een minimum beperken.

De digitale financieel-administratieve omslag is volop in gang binnen het mkb. Digitaal en actueel inzicht in de cijfers van klanten biedt accountants mogelijkheid om waardevolle liquiditeitsprognoses, effectieve forecasts en gegrond advies te leveren. De daarvoor benodigde ruimte kan met de automatisering van administratieve taken worden gecreëerd. Soms leeft hierbij het idee dat de rol van de accountant kleiner en kleiner wordt, maar dat blijkt allerminst het geval.

Twan: “We zijn er nog lang niet wat automatisering betreft. Natuurlijk is het inrichten van het systeem mensenwerk, maar ook het praten met klanten - over wat zij willen en nodig hebben - vergt het begrip en advies van de accountant.”

“De eerste stap is om voor de klant een systeem in te richten om automatisch verkoopfacturen te maken en betalingen te verrichten. Dat kan allemaal prima met de software van Exact. En dat gaat steeds verder, waardoor klanten steeds minder administratieve lasten krijgen en meer hun administratie controleren dan deze daadwerkelijk bijhouden.”

De accountant als geschiedschrijver

De rol van de accountant verandert. Twan: “Ik zeg altijd: wij zijn geschiedschrijvers. De vastlegging van het verleden wordt steeds meer geautomatiseerd - en accountants gebruiken dat verleden om samen met de klant naar de toekomst te kijken.”

Dat gaat natuurlijk niet vanzelf. Moderne samenwerking vereist een moderne wisselwerking tussen accountant en klant. Daarvoor dienen de mindsets van zowel accountants als hun klanten te veranderen.

“Jarenlang hebben we gewerkt met jaarrekeningen en aangiftes,

wat natuurlijk informatie uit het verleden is," vertelt Twan. "Dan ben je eigenlijk te laat. Je moet die informatie vaker inzien. Misschien per maand, soms zelfs per dag. Dat kun je heel goed bereiken met een stukje automatisering en digitalisering van de administratie."

"Daarbij blijf je afhankelijk van de informatie van de klant. Die zal zich aan een nieuwe werkwijze moeten committeren. Dat gaat natuurlijk niet bij elke klant hetzelfde, dus moet je als accountant de beste aanpak aanvoelen - iets wat kennis en kunde vraagt."

"Bij een winkelier is bijvoorbeeld een automatische koppeling met de kassa naar het administratiepakket een oplossing waardoor de omzet dagelijks digitaal bijgehouden wordt. Maar dit is voor andersoortige bedrijven weer helemaal niet relevant. Dát inzicht moet je als accountant hebben om mee te kunnen denken over de digitale strategie die optimaal voor een klant werkt."

De accountant als meerwaarde

"Onder accountants begint steeds meer het besef te groeien dat digitalisering en automatisering juist meerwaarde kunnen brengen," vervolgt Twan. "Zo kunnen we aan klanten laten zien hoe we op een relatief eenvoudige manier de boekhouding kunnen doen. Op het moment dat je verkoopfacturen maakt en ervoor zorgt dat de inkoopfacturen geautomatiseerd in het systeem van Exact terecht komen - bijvoorbeeld door leveranciers de mogelijkheid te geven om facturen rechtstreeks in Exact te schieten - kan een accountant de controllersfunctie overnemen. Dat is interessant voor de continuïteit van een klant én de meerwaarde van accountants."

'Als accountant moet je inzicht hebben om te kunnen bepalen wat de optimale digitale strategie voor klanten is'

Jong talent aantrekken

Het 'stoffige' accountancyberoep is dus allesbehalve stoffig. Het laatste wordt verder onderstreept door het nieuwe kantoor van De Beer in de binnenstad van Tilburg, met onder andere een eigen bar, keuken en chillruimte. "Het kantoor moet als een thuis voelen, ook voor jonge werknemers. Dit hangt samen met de digitale transformatie. Als bedrijf denken wij mee met de transformatie van klanten, dus zijn we niet bang om ook ons werk te transformeren."

"We kijken verder. Een mogelijke volgende stap is het aanleveren van data-analyses bij klanten, bijvoorbeeld met behulp van visuele dashboards. Natuurlijk blijven er altijd fiscale zaken spelen, maar de diensten die we aanbieden groeien om steeds meer meerwaarde te bieden waar de klant het nodig heeft. Dankzij de voordelen van digitalisering worden we onderdeel van het bedrijfsproces, iets wat mogelijk nog beter past bij jong talent en hen enthousiast kan maken voor het vak."

DE GOUDEN TIP VAN TWAN MATON

"Klanten zien vooral de kosten van digitalisering. Het is de taak van de accountant om ze over die digitale drempel heen te helpen en de persoonlijke meerwaarde in te zien," vertelt Twan nadat we hem vragen naar de gouden tip voor concullega's en andere kantoren. "Gemak dient de mens, maar het is meerwaarde waar bedrijven naar zouden moeten streven. Hoewel je het eerst moet willen, is het met name een kwestie van 'doen'. En zo is de accountancy stiekem gewoon mensenwerk."

Wil jouw klant zelf de boekhouding doen?

Nodig je klanten gemakkelijk uit voor een eigen Exact Online abonnement met de uitnodigingswizard

Verstuur je uitnodiging met onze wizard en start met online samenwerken. Geen tussenkomst meer van andere oplossingen, maar doelgericht communiceren met je klant. De uitnodigingswizard verkleint het aantal handelingen en daarmee de kans op fouten. Zo kan jouw klant snel aan de slag.

De wizard leidt je snel en gemakkelijk door het proces. Ga naar de Accountancy Cockpit en klik op [Cliënt uitnodigen]

+ Je ontzorgt je klant door vooraf de administratie klaar te zetten
+ Je gebruikt jullie standaard templates voor de inrichting
+ Je bent direct gekoppeld aan jouw klant
+ Je kunt jouw klant een 30 dagen proefabonnement aanbieden

Meer info over de uitnodigingswizard:
www.exact.com/nl/branche/accountancy/accountancy-programma/resource-center/samenwerken

=exact

WALL OF FAME

Jaarlijks verkiest een onafhankelijke vakjury het meest onderscheidende, innovatieve en efficiënt werkende administratie- en accountantskantoor van het moment. Het winnende kantoor mag zichzelf de trotse ontvanger van een Exact Cloud Award noemen. 2021 is het jaar van de negende editie op rij. Acht eerdere winnaars ervoeren hoogstpersoonlijk wat de award oplevert in de praktijk. Zij hebben het profiel van een aantrekkelijke werkgever, beschikken over waardevol promotiemateriaal en ontvingen uitgebreide aandacht op social media. We spraken de winnaars - en ontdekken wat de verkiezing voor haar deelnemers kan betekenen.

2013
Lianne Desmet
BEACE

Waarom heb je mee gedaan aan de Cloud Awards?
Beace was nog maar nét opgericht toen we genomineerd werden voor de allereerste Cloud Awards! Beace was als spin-off van ons al bestaande kantoor één van de eerste administratiekantoren die het businessmodel van uurtje-factuurtje compleet kantelden.

Behalve dat we diensten zoals administraties, aangiften en adviezen omzette naar transparante abonnementen, hadden we de missie om boekhouding zo fun mogelijk te maken. We vonden het dan ook een hele gave kans om met de deelname aan de Cloud Awards te laten zien dat het in accountancyland radicaal anders kan.

Wat heeft het winnen van de Cloud award je opgebracht?
We hadden eerlijk gezegd nooit verwacht dat we zouden winnen! We moesten het dan ook als klein en 'vers' kantoor opnemen tegen hele grote concurrenten uit de gevestigde orde. Super trots waren we, de eer was groot en onze boodschap ook: als je je écht richt op je klanten en je luistert naar hoe zij het graag zouden willen, je de juiste online tools inzet voor je dienstverlening én je lef hebt en er gewoon voor gaat, dan kun je ook als kleine speler heel veel moois bereiken!

Wat was de leukste reactie de je hebt gekregen op het winnen van de Cloud award en van wie heb je die gekregen?
We hebben fantastisch veel mooie reacties gehad! Onze klanten stuurden bloemen, Exact zette ons in het zonnetje, we werden overspoeld met felicitaties van andere kantoren en als team waren we beretrots. Maar wat mij persoonlijk diep raakte waren de woorden van mijn jongste zoon, destijds vier jaar oud: "je kunt dus álles worden, als je er maar in gelooft!" Die wijze woorden inspireren me nog altijd. Om die reden besloot ik jaren geleden de wereld van accountancy te verlaten en een andere weg in te slaan. Vandaag help ik met mijn praktijk Offlabels jonge mensen met autisme, AD(H)D en andere 'talenten' om hun hart te volgen en hun dromen na te jagen. Want álles is mogelijk, als je er maar in gelooft.

'Je kunt dus álles worden, als je er maar in gelooft!'

2014
Louis van Garderen Joinson & Spice

Waarom heb je mee gedaan aan de Cloud Awards?
Omdat we er van overtuigd zijn dat we een unieke accountantsorganisatie zijn die zich focust op technologieklanten, vonden we het leuk om mee te doen en onze krachten te meten, met de hoop om enige bekendheid te krijgen voor ons initiatief. Dat we daarbij ook ons eigen platform ontwikkelden gaf voor ons de doorslag.

Wat heeft het winnen van de Cloud award je opgebracht?
De legitimatie die uitgaat van een prijs die goed bekendstaat heeft ons op tal van punten bekrachtiging gegeven. Niet alleen in onze samenstelpraktijk, maar zeker ook in de controlepraktijk zijn we door onze online approach - in combinatie met de ontwikkeling van een eigen platform - een bekendere speler geworden. Daar was de vermelding van onze award een goeie ondersteuning bij.

We focussen op Tech en daarmee is de cloud-connectie op veel momenten herkenbaar. De Cloud award was een natuurlijke onderstreping van onze reis als kantoor.

Wat was de leukste reactie de je hebt gekregen? op het winnen van de Cloud award en van wie heb je die gekregen?
Zelf waren we enorm verrast dat we hadden gewonnen. Grappig genoeg hebben we van flink wat klanten en relaties te horen gekregen dat het volstrekt logisch was dat we de bokaal mee naar huis mochten nemen. Die vanzelfsprekendheid was voor ons een bemoediging dat we 'on track' zaten. Overigens vonden we het leuk dat de klant die ons heeft aangemeld voor deze prijs al acht jaar lang een van onze trouwe klanten is!

2015
Crowe Horwath Foederer

2016

Arjan Schipperus | RS Finance

Waarom heb je mee gedaan aan de Cloud Awards?
We hebben meegedaan aan de Cloud Awards omdat we veel plezier beleefden aan de nieuwe dienstverlening die we ontwikkelden met Exact. We vinden het leuk om dat verhaal te vertellen en waren benieuwd hoe we presteerden in relatie tot andere kantoren.

We hadden eerlijk gezegd geen idee waar we aan begonnen.

Wat heeft het winnen van de Cloud award je opgebracht?
Superveel! Het was eerst en vooral een geweldig compliment voor ons team. In de tijd daarna merkten we dat klanten makkelijker vertrouwden in onze adviezen. Voor sollicitanten is het een teken dat we een innovatief kantoor zijn en dat horen we nog steeds.

Verder hebben we veel lol gehad met het team van Exact dat ons begeleidde.

Wat was de leukste reactie de je hebt gekregen op het winnen van de Cloud award en van wie heb je die gekregen?
Letterlijk van een prospect: ”jullie hebben de Exact cloud award gewonnen, dus het zal wel goed zijn.”

Oh ja, en mijn moeder was heel erg trots!

‘Het was eerst en vooral een geweldig compliment aan ons team’

WALL OF FAME

‘Oh ja, en mijn moeder was heel erg trots!’

2017
De Jong Accountants en Adviseurs

‘Zo’n relatief klein kantoor dat toch 2 keer wint!’

2018
Annelie Snijder | SFAA

Waarom heb je mee gedaan aan de Cloud Awards?
Het leek me leuk om prijzen als innovatief kantoor en ’new kid on the block’ prijzen te winnen. Dat deden we in 2018 met de overall prijs. We groeien hard en willen dat altijd doen met bestaande én nieuwe klanten. Als je de achterdeur niet dichthoudt, dan heeft groeien geen zin. Dus focus op klantgeluk en daarnaast de juiste core customer-benadering.

Het personeel plus onze klanten vinden het echt mooi om te zien dat je als kantoor prijzen wint en dus relevant bent. In 2020 deden we weer mee en wonnen we de Innovatie award. Ik denk dat die ook het beste bij ons past.

Wat heeft het winnen van de Cloud award je opgebracht?
Veel complimenten van mensen in de directe omgeving. Dat ligt wel echt aan onszelf, want we hebben veel gepusht met stemmen.

Wat was de leukste reactie de je hebt gekregen op het winnen van de Cloud award en van wie heb je die gekregen?
Mensen zijn gewoon trots dat ze bij jouw kantoor horen als je een award wint. Dus dat is altijd wel erg leuk om te horen. Zo’n relatief klein kantoor dat toch twee keer wint! Het was overigens ook erg leuk en leerzaam om als jurylid te fungeren.

2019
Henk Kenter | Accountant Vast

Waarom heb je mee gedaan aan de Cloud Awards?
Allereerst omdat wij trots zijn op ons team en de klanten die wij bedienen. Daarbij zie ik de Cloud award ook als stuk erkenning voor de medewerkers van Accountant Vast. Alle mooie software-oplossingen zijn immers een motorkap - en de medewerkers zijn de motor van het kantoor.

Wat heeft het winnen van de Cloud award je opgebracht?
Erkenning, exposure, maar ook een keurmerk richting de markt en klanten. Daarnaast heeft het de marketing naar nieuwe klanten een boost van jewelste gegeven. Ook bij het werven van nieuwe medewerkers heeft het geholpen.

Wat was de leukste reactie de je hebt gekregen op het winnen van de Cloud award en van wie heb je die gekregen?
Positieve reacties en opmerkingen zijn al meer dan voldoende. Maar wat ik nooit zal vergeten is het moment van de bekendmaking van de overwinning. De vreugde, plezier en roes waar wij die avond als team in zaten is iets wat wij nooit meer vergeten.

2020
Simon Voorbergen | ROI financials

Waarom heb je mee gedaan aan de Cloud Awards?
Wij wilden ons graag meten met andere kantoren om te zien hoe wij er qua werkwijze en processen voor staan. Daarnaast waren wij erg gebrand om te winnen. Vooral als beloning voor het harde werk van ons hele team om constant veranderingen en verbeteringen te omarmen. Dit vergt veel aanpassings- én doorzettingsvermogen van onze collega's.

Wat heeft het winnen van de Cloud award je opgebracht?
Het heeft het moreel een ontzettende boost gegeven. Het is erkenning voor het feit dat wij met de juiste dingen bezig zijn én dat eigenzinnig zijn soms ook z'n vruchten kan afwerpen. Daarnaast heeft het ons hele mooie exposure opgeleverd, een prachtige bedrijfsfilm, interviews in vakbladen en veel content voor op onze eigen kanalen.

'Het is een ontzettende positieve ervaring en heeft ons tot op heden veel goeds gebracht'

Wat was de leukste reactie de je hebt gekregen op het winnen van de Cloud award en van wie heb je die gekregen?
Intern gezien hebben wij van een van onze collega's de leukste reactie gekregen. Hij noemde het winnen van Cloud award zijn hoogtepunt in 2020. Extern hebben we veel attenties en berichten ontvangen van relaties, leveranciers en anderen die bij ROI financials betrokken zijn. Het is een ontzettende positieve ervaring en heeft ons tot op heden veel goeds gebracht.

Zou je een sterkere binding willen met je klant?

Til de relatie met je klant naar een hoger niveau door een Exact Online kennissessie in te plannen

Wil je de samenwerking met je klanten verbeteren? Plan een Exact Online kennissessie in voor jouw kantoor en kom alles te weten over de mogelijkheden. In de Slim Samenwerken sessie vertellen onze experts wat je kan doen om de band te versterken en delen we een praktisch stappenplan. Samen informeren én inspireren we jouw medewerkers.

Plan een Exact Online kennissessie in om:

+ Alles te weten te komen over slim online samenwerken met je klant
+ Te ontdekken hoe je jouw kantoorprocessen efficiënter inricht
+ Jouw relatie met de klant naar een hoger niveau te tillen

Hier vind je de portal van Exact Online:
www.exact.com/nl/branche/accountancy/accountancy-programma/resource-center/trainingen/kennissessie

=exact

De ‘Best Practices’ van onderscheidende kantoren

Op pagina acht van dit magazine vind je een waardevol gesprek met branche-veteranen Perry Telle (Hoornwijck Groep), Martin van Vliet (Exact) en Frans Heitling (Accountancy Vanmorgen). Frans Heitling ondervond in zijn 35 jaar lange carrière dat accountants en administrateurs nog wel eens vergeten dat niet alleen de klant, maar ook het eigen kantoor een onderneming is. Zijn observatie is tekenend voor de verhalen die je op de volgende pagina’s leest.

Soms komt een schilderij pas tot zijn recht wanneer je een stap terugneemt. Hetzelfde geldt voor het profiel van een bedrijf. De neutrale positie van administratie- en accountantskantoren biedt de unieke mogelijkheid om een onderneming van buitenaf waar te nemen. Maar houd je je fulltime bezig met het verleden en de toekomst van een ander, dan schiet de eigen toekomst er al gauw bij in.

Het kan en moet anders. Pas wanneer het eigen bedrijf erin slaagt om vooruit te kijken en werken, is het bedrijf van een klant werkelijk goed te ondersteunen. ‘Practice what you preach’, ofwel ‘doe wat je zegt’.

De kwaliteit van het product van een productiebedrijf is belangrijk, maar niet allesbepalend voor bedrijfssucces.

Voor de diensten van accountants- en administratiekantoren geldt niet anders. Sterker nog: zijn de medewerkers tevreden, is het businessmodel op orde en staat de marketingcommunicatie net zo sterk, dan gaat de inhoud van een dienstverlening er alleen maar op vooruit.

Het is aan accountants en administrateurs om het eigen kantoor onder dezelfde loep te nemen als de bedrijven van klanten. Overigens niet precies dezelfde loep, want de meeste bedrijfsuitdagingen en -oplossingen zijn branchespecifiek. Het is niet voor niets dat de personeelsbestanden van accountants- en administratie-kantoren regelmatig uit specialisten bestaan. En terwijl klanten in branches als de automotive en horeca relatief gemakkelijk van een sparringpartner worden voorzien, moeten de vennoten en eigenaren van accountants- of administratiekantoren het zonder doen.

Bij het laatste komen wij om de hoek kijken. We nodigden vijf experts uit van kantoren die zich op één of meerdere bedrijfsvlakken weten te onderscheiden. De verhalen bieden een adviserend inzicht in de ‘Best Practice’ van hun kantoor.

Marcel Spoelstra (Spoelstra Accountancy) vertelt over ‘value based pricing’, het verdienmodel dat onder andere als verbetering van verouderde uurtje-factuurtje-werkwijzen kan dienen. Simon Voorbergen (ROI Financials) beschrijft de communicatieve vaardigheid en business development waarmee zijn kantoor zich onderscheidt.

‘Houd je je fulltime bezig met het verleden en de toekomst van een ander, dan schiet de eigen toekomst er al gauw bij in’

Marco Albers (Kop of Munt) werpt een licht op het resultaat van vrije, betrokken medewerkers en een positieve werksfeer. Tot slot vertelt Hester Adema (RSM) over het aantrekken van jong talent en zet Femke Hogema (Femke Hogema B.V.) uiteen hoe haar kantoor waarde creëert door de adviesrol te pakken.

‘Geen enthousiaste medewerkers? Geen enthousiaste klanten’

Marco Albers | Kop of Munt

Marco Albers is mede-eigenaar van Kop of Munt. Het accountants- en administratiekantoor specialiseert zich met 30 medewerkers in de creatieve sector. Aan die medewerkers kent Albers precies dezelfde waarde toe als de klanten waarop het bedrijf draait. Zijn mentaliteit is net zo zeldzaam als effectief: Kop of Munt trekt en behoudt de juiste mensen, wat zich direct uit in het aantrekken en behouden van de juiste klanten. We vragen Marco Albers naar de wijze waarmee zijn bedrijf zich onderscheidt.

“We zijn uniek,” vertelt Marco Albers. “De werksfeer is familiair; de structuur is plat. In andere kantoren vind je vennoten die een mooie sier van andermans adviezen en wetenswaardigheden maken en aanbieden bij de klant. Bij ons is het aan iedere medewerker om de telefoon op te pakken, de klant te bellen en samen te werken aan de dienstverlening.”

Kop of Munt bedient de creatieve sector. Het bedrijf gebruikt Exact als basis voor administraties, begrijpt de tools die klanten gebruiken en maakt logische koppelingen om hen daarmee te ontzorgen. De administraties van klanten worden niet alleen efficiënt bijgehouden, maar ook vertaald tot waardevol advies voor het nemen van belangrijke bedrijfsbeslissingen.

Aantrekken

Bijdragende medewerkers, van relatiebeheerders tot accountants en administrateurs, krijgen bovengemiddeld veel vrijheid en verantwoordelijkheid. Eén van de gevolgen daarvan is een bijzonder persoonlijke dienstverlening aan klanten.

Marco breidt uit: “Medewerkers voelen zich aangetrokken tot eigen verantwoordelijkheid en ruimte voor initiatief. Natuurlijk kan niet iedereen het aan, maar wie het wil, vindt hier een ontzettend leuke job.”
Het antwoord op de vraag of kandidaten het willen en kunnen wordt niet aan toeval overgelaten.

“De website geeft een heel goed beeld van onze werkzaamheden,” vervolgt Marco. “Sollicitanten die aanschuiven weten hoe en

waar we werken. Bovendien werven en selecteren we als team. Bij het eerste gesprek is er in ieder geval al een teamlid aanwezig. Het tweede gesprek wordt altijd met een extra teamlid gevoerd. Zo weet iedereen waar die aan toe is, en is de landing zacht voor nieuwe én bestaande medewerkers."

Samenhorigheid is zowel het doel als een middel. Marco: "Vroeger riep ik nog wel eens dat medewerkers niet net zo belangrijk, maar belangrijker dan klanten zijn. Ik ben ermee gestopt, want dat kan je misinterpreteren. Tegelijkertijd zou het niet zo gek moeten zijn. Zonder enthousiaste medewerkers heb je geen enthousiaste klanten."

Behouden

Kop of Munt slaagt in het aantrekken van de juiste mensen. Maar stapt het gros daarvan na een handvol maanden of jaren weer op, dan is dat weinig waard. Behoud is net zo belangrijk.

"Dit jaar vieren we ons 25-jarige bestaan," vervolgt Marco. "Dat mag ik vieren met medewerkers die er al 10 of 15 jaar bijhoren. Natuurlijk stapt er wel eens iemand op, maar in de basis houden we mensen er relatief lang bij."

Hij vervolgt: "Er heerst een enorm sociale cultuur binnen het bedrijf. Als er in één van de vier kantoren ook maar een scheet wordt gelaten, staan de teams van elk kantoor klaar. We helpen elkaar en doen het samen. Banden zijn hecht genoeg om persoonlijke en professionele uitdagingen te kunnen bespreken."

De door Marco beschreven openheid wordt niet vanzelf bereikt. Hoe vrij en zelfstandig mensen ook werken: leiderschap beïnvloedt het handelen van elke onderneming en iedere medewerker, waar dan ook in de wereld.

Bij het leiderschap van Marco en mede-eigenaar Kees Leijs horen initiatieven. 'Perspectief 2023' is daar één van.

"We vonden dat er te veel eilandjes ontstonden," licht Marco toe. "Dus riepen we in 2020 een project in het leven om die eilandjes weg te werken; te zorgen dat Kop of Munt één familie is en blijft."

Met behulp van een extern bureau richtte het bedrijf diverse projectgroepen in. Denk bijvoorbeeld aan een intern opleidingsteam voor de maandelijkse organisatie, presentatie en discussie van vakinhoudelijk onderwerpen.

Marco: "Je probeert altijd kennis te delen. Daarbij kan je van bovenaf heel hard roepen wat er moet gebeuren, maar dan gebeurt het niet. Inmiddels pakken medewerkers het zelf op. Kijk ik naar initiatief dat daarvoor genomen wordt, dan ben ik zo trots als een pauw."

'Spring op de fiets, rijd naar de klant en peil hoe het gaat'

EEN BLIK OP DE DIENSTVERLENING

Zoals eerder genoemd specialiseert Kop of Munt zich in de creatieve sector. Voor bedrijven in de sector staat boekhouden vaak niet op de eerste plek. Kop of Munt springt daarom bij door op te treden als een financieel leider van de klant.

Marco: "Kleinere ondernemers hebben deze rol over het algemeen niet in huis, dus nemen wij de rol op ons. Klanten blijven verantwoordelijk voor het verkopen en de facturatie die hiermee gepaard gaat. Ook zorgen zij dat alles goed in het systeem komt. Op basis daarvan maken wij een managementrapportage die we maandelijks of per kwartaal - afhankelijk van de wensen van de klant - bespreken. We vertalen de cijfers, geven advies en helpen om te beslissen op basis van de feiten."

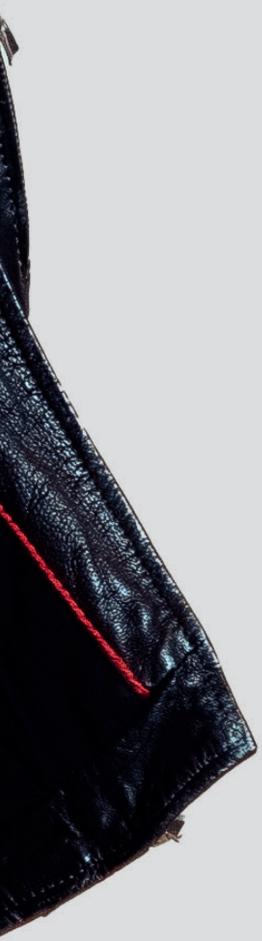
Volgens Marco is goede communicatie de kern van een samenwerking. Dat vereist een bepaalde mindset bij medewerkers. Kop of Munt probeert die mindset aan te voelen - en gaat er actief mee aan de slag.

Hij vervolgt: "Eenzijdig communiceren werkt gewoon niet. We verwachten dan ook best wat van onze relatiebeheerders. We zoeken specifiek naar mensen die communicatief sterk zijn in het opbouwen van een relatie. Zien ze iets opvallends in de cijfers? Neem direct contact op en denk mee. Spring zo nodig op de fiets, rijd naar de klant toe en peil hoe het gaat."

‘Durf je kwetsbaar op te stellen’

Femke Hogema | Profit First Professionals

Als eigenaar van Profit First Professionals BV en Healthy Finance weet Femke Hogema ondernemers en bedrijven op uitstekende wijze te helpen hun doelen te realiseren. Dit houdt in: ondernemen met effect, waarbij winst logisch volgt uit het ondernemen. We spraken haar over de transformatie die professionals in de financiële sector momenteel doormaken.



“Ik heb heel lang met ondernemers gewerkt. Bijvoorbeeld door trainingen te geven en boeken te schrijven. Sinds een jaar of vier heb ik mijn werk verlegd naar boekhouders en accountants, waarbij ik hen help om de bedrijven van hun klanten gezond te houden. Dat vind ik belangrijk, want bedrijven zetten mooie dingen neer, maar doen dat niet altijd winstgevend genoeg. Wanneer ik accountants opleid tot winstadviseur, kunnen zij op hun beurt weer bijdragen aan de financiële gezondheid van hun klanten.”

Profit First

Profit First is een van de boeken die Femke op de markt bracht - en ook de titel die een van haar lezingen draagt. Zowel het boek als de training behandelen een internationale methode om winst binnen ondernemingen te managen.

Dit wekt de indruk dat ondernemen allereerst om winst gaat. In werkelijkheid ligt het anders, vertelt ze. “De term is wellicht wat verwarrend, alsof alles om geld draait. Dat is niet het geval. Wel denk ik dat winst iets is wat iedere ondernemer moet managen - en dat is waar Profit First over gaat.”

“Ondernemers denken al snel: ‘winst volgt vanzelf als ik de juiste dingen doe’. Maar dat is een verkeerde insteek. Geld is de levensader van een bedrijf. Winst maken, succesvol zijn, het behalen van doelen. Dat moet je als ondernemer allemaal managen, en dat komt niet vanzelf.”

Een verandering in denken

Een andere kijk op geld en ondernemen geldt niet alleen voor bedrijven. Ook voor accountants en boekhouders is er werk aan de winkel.

Femke: “Niet voor niets ben ik me de laatste jaren gaan richten op accountants en boekhouders. Zij hebben jarenlang in een luxe geleefd waarin het voldoende was om voor een klant het basiswerk, de boekhouding, het jaarwerk en de aangiften te doen. Ze deden hun werk en kregen betaald. Door de automatisering verandert er echt wel wat. De pakketten die Exact

aanbiedt nemen bedrijven en accountants veel werk uit handen. Ook de eisen die klanten aan hun accountants stellen veranderen en worden hoger - en daar moet naar worden geacteerd."

'Juist de relatie is zo belangrijk om klanten verder te kunnen helpen'

Dat gaat allesbehalve gemakkelijk. Accountants kijken traditioneel naar het verleden.
Moderne accountants gebruiken de geschiedenis om naar de toekomst te kijken. Femke wil verder gaan.

"Je zou het met de ondernemer eigenlijk alleen maar over de toekomst moeten willen hebben. Hoewel de geschiedenis natuurlijk up-to-date en kloppend moet zijn, wil je het vooral over iemands doelen hebben, en hoe jij als accountant kunt bijdragen aan het bereiken daarvan."

"Logischerwijs komt daar weerstand bij kijken. Accountants hebben daar geen tijd voor, ze zijn te druk met het in kaart brengen van het verleden. Bovendien weten ze niet hoe ze klanten kunnen laten betalen voor de blik naar de toekomst."

"Er zijn echter al een hoop accountants die zich wél weten aan te passen. Die zien dat hun klanten meer winst willen maken en minder willen piekeren over geld. Die pakken hun rol als financieel adviseur."

"Hoewel ik rigoureus klink, denk ik dat de 'klassieke' boekhouder - om het zo maar even te noemen - er over pakweg tien jaar nog steeds is. Er blijft voorlopig nog wel behoefte aan boekhouders. Maar de wens van de klant zal meer en meer veranderen, en de accountant die zich daaraan weet aan te passen, zal winnen."

De ideale klant

De toekomstgerichte werkwijze vraagt wat van de accountant. Niet alleen in het denken of doen, maar ook in het kiezen van de juiste klanten. Hierin is Femke stellig. "Ik vind dat je als accountant voor de ideale klant kan en moet kiezen. Door te kiezen voor een niche kun je van veel meer waarde zijn. Er ontstaat dan ook ruimte om te doen wat je het leukste vindt en alleen met die klanten te werken waar je blij van wordt."

"Daar kun je ook je tarieven op aanpassen. Willen klanten dat niet, dan gaan ze naar een ander. Natuurlijk werkt het anders als je voor een grootbedrijf werkt, maar het gros van de (zelfstandige) accountants kan gerust hun rug rechten: eigen keuzes maken, aangeven wie ze zijn, wat ze kunnen en welke klant bij ze past."

Volgens Femke pakt Exact een belangrijke rol. "Bijvoorbeeld door dit magazine te initiëren en events te organiseren. Maar nog belangrijker: hun producten en diensten te leveren. Zij zorgen ervoor dat het handwerk tot een minimum wordt beperkt, zodat accountants zich daadwerkelijk bezig kunnen houden met de behoeften van hun klanten. VWZij zorgen dat hun software vlekkeloos loopt en dragen op die wijze een steentje bij."

Wees proactief en stel vragen
Femke heeft meerdere boeken geschreven, waaronder 'De Winstadviseur'. Dit boek gaat over de nieuwe rol van boekhouders en accountants. Dat betekent niet dat financiële experts en accountants irrelevant worden.

"In mijn ideale wereld zijn alle accountants winstadviseur. Winstadviseurs zijn proactief, denken mee met hun klanten, signaleren, suggereren en stellen vragen. Zij sturen het proces, in plaats van af te wachten tot de klant dan eindelijk doorkomt met de cijfers die benodigd zijn om hun werk te doen."

"Het is op dit moment nog een utopie, want de gemiddelde accountant heeft helemaal geen tijd voor proactiviteit. Maar iedereen moet ernaar streven. Ruimte creëren om de telefoon op te kunnen pakken en na te gaan wat er speelt; praten over wat er nu gebeurt, en dat ook direct oppakken."

'Weinigen kozen voor dit beroep om persoonlijke relaties aan te gaan. Onderscheid je je van die norm, dan komt je ideale klant naar je toe'

DE BEST PRACTICE VAN FEMKE HOGEMA
Met de software van Exact hebben ondernemers de mogelijkheden om hun financiële administratie op orde te brengen en ten volle te benutten. Voordelen zijn legio, maar Femke meent dat de impact van een software-uitrol wordt onderschat.

"Mensen verkijken zich op de moeite die het kost om de software door te voeren in organisaties. We doen net alsof automatisering al een feit is, maar dat is allesbehalve het geval. Digitalisatie vraagt om continue verandering en aanpassing."

Het is een rode draad tussen de vele gesprekken met accountants in dit magazine: de band tussen de financiële expert en zijn of haar klant is enorm belangrijk voor het bereiken van de doelen die een klant heeft.

"Het is dan ook belangrijk om je kwetsbaar op te stellen," adviseert Femke. "Als je dat niet durft, en enkel over cijfers praat, dan bouw je nooit een relatie van mens tot mens op. En juist die relatie is zo belangrijk om mijn klanten - en de klanten van mijn klanten - verder te kunnen helpen."

"Een uitdaging, want veel accountants hebben juist voor dit beroep gekozen om met cijfers te werken en dergelijke relaties niet aan te hoeven gaan. Ook is het een kans, want slaag je erin om je van die norm te onderscheiden, dan komt je ideale klant naar je toe."

‘Doe wat je zegt, zeg wat je doet’

Simon Voorbergen | ROI financials

ROI financials richt zich met 15 medewerkers op de fiscale en administratieve vraagstukken van horeca-ondernemers. In 2020 won het administratiekantoor de Exact Cloud Award. Mede-eigenaar Simon Voorbergen (30) was verantwoordelijk voor de winnende pitch. Hij deed het anders. Zijn verhaal was het verhaal van ROI financials - en dat verhaal liet niet meer los. De juryleden benoemden het administratiekantoor tot één van de tien beste kantoren van 2020. Voorbergen heeft een unieke, frisse blik op administratie. Ons uitgebreide gesprek verduidelijkt hoe hij en ROI financials zich van de norm onderscheiden.

Zeven jaar geleden startte Simon Voorbergen als stagiair bij ROI financials. Inmiddels werkt hij als mede-eigenaar aan de ‘Business Development’ van het administratiekantoor.

Hij vertelt: “Dat betekent een hoop. PR, procesoptimalisatie van ons bedrijf en de bedrijven van klanten, de begeleiding van collega’s - en sales. Maar aangezien sales veel te koud klinkt, gieten we het in een andere term.”

Daarmee komen de eerste tekenen van ROI financials’ uniciteit aan de oppervlakte. Sales heet geen sales, maar business development. Offertes zijn geen offertes, maar ‘voorstellen tot samenwerking’.

“Loop je bij een klant naar binnen, dan wil je niet uitstralen dat je aanschuift om iets te verkopen. Dat doen we ook niet. We schuiven aan om het bedrijf te helpen groeien. Administratie is geen noodzakelijk kwaad, maar een middel om belangrijke bedrijfsinformatie inzichtelijk te maken voor managers en eigenaren.”

Volledigheid

ROI financials staat open voor vrijwel alle denkbare boekhoudvraagstukken en fiscale

zaken als advies, de samenstelling van jaarrekeningen en het indienen van vennootschap- en inkomstenbelastingaangiften.

Vrijwel elke klant is actief in de horecabranche. Die focus is net zo zeldzaam als belangrijk.

“Alleen door ondernemers en business cases werkelijk te kennen, kan je optimaal adviseren en informeren. Ons netwerk zit in de horeca, onze klanten zitten in de horeca, ikzelf kom uit de horeca en dát is de branche die we begrijpen.”

Uitdagingen en oplossingen

Toch springt er een keerzijde in het oog. De meeste administratiekantoren wedden op twee of meerdere paarden. Diversiteit onder klanten dient als vangnet voor het moment waarop een branche wordt geraakt. COVID-19 raakte de horeca, en kwam voor ROI financials net zo dichtbij.

“Tijdens de pandemie zijn we volledig op communicatie overgegaan”, vertelt Simon. “Ik roosterde mezelf vrij om voor klanten klaar te staan, vragen te beantwoorden en informatie te verstrekken.”

Aandacht voor communicatie was dringender dan ooit, maar absoluut niet nieuw. Klantencontact is sinds jaar en dag een van de speerpunten waarmee het administratiekantoor zich onderscheidt.

Simon: “De accountancy kent heel veel precieze, organisatorische persoonlijkheden. Het moet kloppen; alles moet in rijtjes; dingen moeten zus, dingen moeten zo - en daarmee houdt het op. Communicatief vermogen zit vaak niet in de natuurlijke aard, dus proberen we dat vermogen aan te scherpen.“

“Ontbreekt er een factuur in de aanlevering van een klant, dan kan je reageren met een constatering. ‘De factuur ontbreekt’. Je ziet het bij genoeg kantoren gebeuren. Het bericht is oplossingsgericht, maar niet genoeg.”

“Wij gaan verder en zijn zo assertief mogelijk. Bijvoorbeeld door expliciet toe te voegen dat we de gegevens van de leverancier graag ontvangen, zodat we de factuur voortaan digitaal vernemen en daarmee een oplossing bereiken.”

‘We schuiven aan om het bedrijf te helpen groeien’

“Doe wat je zegt en zeg wat je doet. Het is een beetje cliché, maar dáár hameren we op door. Kost een rapportage iets meer tijd dan verwacht, dan excuseren we onszelf en geven we daarbij aan hoe we in het vervolg tot een sneller resultaat kunnen komen. Er is een groot verschil tussen ‘gewoon je werk doen’ en serieus bezig zijn met de ervaring die een klant aan jouw werk overhoudt.”

“Zo bouw je krediet op. Vindt een restaurantganger de biefstuk niet goed, dan wordt de biefstuk teruggestuurd en opnieuw bereid, waarna de klant weer tevreden is. Onze klanten verwachten dat het er in de financiële wereld anders en foutloos aan toegaat. Maar ook wij boeken echt wel eens een foutje. Eerst wordt er gevraagd ‘hoe dat in hemelsnaam heeft kunnen gebeuren’. Je reageert, erkent de fout en de klant kalmeert omdat je altijd goed communiceert, dichtbij staat en een gunfactor hebt opgebouwd.”

Exact Cloud Award

Het gewaardeerde contact stelt ROI financials onder andere in staat om nauw met klanten samen te werken en mee te denken. Het laatste is een hoofdreden voor de Exact Cloud Award die het administratiekantoor binnenhaalde.

“We zijn er blij mee,” vertelt Simon. “De meeste administratiekantoren werken in een continu ‘veranderproces’. Dat klinkt als enorme managementtaal, maar houdt gewoonweg in dat we regelmatig nieuwe pakketten en werkwijzen introduceren. Kom ik samen met Marco (naam van compagnon, red.) met een nieuw softwaresysteem aanzetten bij collega’s, dan zijn de zuchten bijna hoorbaar. ‘Heb je hun weer’, wordt er waarschijnlijk gedacht. Dankzij de award wordt de introductie van de software beloond. Het werk van iedereen die verantwoordelijk is voor de implementatie wordt erkend - en dát waarderen alle collega’s.”

‘Van winst naar welvaart’

Spoelstra Accountancy Services verleent accountancydiensten aan circa 100 klanten in het Nederlandse mkb. Het vierkoppige kantoor hanteert geen uurtarief. Klanten hoeven niet op de klok te kijken bij contactmomenten, want voordat een samenwerking aanvangt, staan de kosten in steen. De keuze voor een value-based prijsmodel is net zo effectief als de resultaten die klanten aan de dienstverlening van Spoelstra Accountancy Services overhouden. Marcel Spoelstra, eigenaar van het kantoor, werpt een licht op zijn onderscheidende werkwijze.

Marcel Spoelstra | Spoelstra Accountancy Services

“Hoewel ik uit een groter zakelijk segment kom, ben ik als registeraccountant uiteindelijk voor het mkb gaan werken”, vertelt Marcel. “Dit omdat de lijnen lekker kort zijn en je vaak direct praat met degene voor wie je het doet, namelijk directeur-eigenaren.”

Marcel ziet zijn werkveld als breed. “Ik help klanten bij het bereiken van hun doelen. Natuurlijk is de financiële administratie belangrijk, maar een band net zo goed. Hiervoor ga ik relaties aan. Zo kom ik erachter wat iemand wil. De vragen die ik stel zijn best wel confronterend. Ben je tevreden waar je nu bent? Wat stopt jou om te doen wat je doet? Zo ondersteun ik ondernemers bij het bereiken van hun doelen - en ben ik meer een partner die ondernemers helpt om te beseffen dat hun onderneming een middel is en niet per se het doel.”

Value-based pricing

Iets wat veel accountants vergeten, maar desondanks essentieel is voor de bedrijfsvoering, is dat ook zij ondernemers zijn. Marcel vergeet het niet. Integendeel: hij onderwerpt zijn bedrijfsvoering aan dezelfde kritische vragen waarmee hij zijn klanten vooruit helpt.

Het logische gevolg is groei. Terwijl de meeste kantoren gedurende COVID-19 omzetverlies verwachtten, ervoer Spoelstra Accountancy Services een stijgende lijn. Het kantoor is bestendig - en dat heeft alles te maken met ‘value-based pricing’.

“Het is meer dan een prijsmodel,” licht Marcel toe. “Het is een dienstverleningsmodel. Ik ben niet de goedkoopste accountant, maar ik werk met een vaste prijs. Klanten ontvangen geen uurtarief, maar een vast bedrag voor het uiteindelijke resultaat. Zo weten mijn klanten vooraf wat het gaat kosten. Het geeft ze zekerheid en voorkomt nare verrassingen achteraf. Ook geeft het ze de mogelijkheid in termijnen te

betalen. Dit model maakt het een stuk laagdrempeliger om mij te benaderen. En andersom: klanten schrikken niet als ik ze bel."

Een verre sprong van de uurtje-factuurtje-werkwijze die het Nederlandse accountancylandschap tekent. Value-based pricing werpt beduidend zijn vruchten af. Waarom gaan niet alle andere accountantskantoren overstag?

"Gewenning," antwoordt Marcel resoluut. "Als je bij je eerste werkgever leert om je uren te schrijven en door te belasten, is het logisch dat je die werkwijze overneemt. Maar ik zie een verschuiving in het betalen van bijvoorbeeld je auto, het streamen van muziek of films of je abonnement op de sportschool.

Ik analyseer, concludeer en richt mijn vragen daarop in. Die vragen gaan veel verder dan de cijfers. Zo kan een bedrijf dat wil groeien misschien wel behoefte hebben aan een groter pand, met alle gevolgen van dien. Dat kan ik in kaart brengen: samen met de klant een roadmap uitstippelen om van A naar B te komen."

"Bij het meedenken over de inrichting van een ondernemingen komen de doelen van de ondernemer om de hoek kijken. Wordt die wel echt gelukkig van het vele werken? Is het winst wat de ondernemer nastreeft? Of ligt die winst op een ander vlak?"

"Winst is immers niet allesbepalend. Het geld van een bedrijf is soortgelijk aan het bloed van een menselijk lichaam. Noodzakelijk, maar niet waarvoor je leeft. Ik heb klanten die zichzelf zes dagen per week een slag in de rondte werken. Die verdienen misschien een miljoen, maar geven er ook veel voor op. Ik ben meer iemand die het weekend graag doorbrengt zijn mijn kinderen en hobby's. En dat ondervind je pas wanneer je de juiste vragen stelt. Mijn streven is om klanten van winst naar welvaart te helpen."

'Klanten ontvangen geen uurtarief, maar een vast bedrag voor het uiteindelijke resultaat'

Het is steeds vaker mogelijk iets te leasen of een abonnement af te sluiten. Ik bewijs met mijn kantoor dat dit uitstekend werkt, maar daar heb je wel durf voor nodig."

Van winst naar welvaart

Kortom: value-based pricing biedt een kans voor kantoren met lef. Er is geen sprake van een 'one size fits all'-aanpak. Het laatste galmt door in de inhoud van Marcels dienstverlening. Elke klant en oplossing is anders.

"Ik wil allereerst een gesprek met de klant. Een klant kan veel willen en van mij verwachten, of misschien juist niet. Het wisselt enorm en hangt helemaal af van het bedrijf en de situatie.

‘Je voelt direct dat je erbij hoort’

Hester Adema | RSM Netherlands

RSM is adviseur op gebied van audit, tax en consulting voor middelgrote organisaties en familiebedrijven. Het bedrijf gebruikt Exact, biedt de implementatie van Exact aan als een van haar diensten en heeft 570 medewerkers in dienst, verspreid over tien Nederlandse vestigingen. De retentie van zowel klanten als personeel is bovengemiddeld goed. “We doen er alles aan om nieuwe medewerkers aan te trekken en succesvol te onboarden”, vertelt Hester Adema (41), Manager Marketing & Communicatie bij RSM. Zij werpt een licht op de unieke wijze waarmee het kantoor een groeiende plek in de Nederlandse branche verovert.

RSM Netherlands is aangesloten bij RSM International. Dit netwerk telt wereldwijd 48.000 medewerkers, wat in oogopslag naar het profiel van een Big Four-kantoor doet vermoeden. De vergelijking is begrijpelijk, maar allesbehalve juist.

“We focussen ons niet zozeer op grote corporates, maar juist op de middenmarkt en familiebedrijven met nationale en internationale activiteiten,” vertelt Hester Adema. “Hoewel de output soortgelijk is - klanten zullen altijd een goed gecontroleerde jaarrekening nodig hebben - onderscheiden we ons van de norm.”

“We staan voor onze vier business principles. Van gesprekken en interviews met klanten leren we dat zij zich goed in die principles herkennen. Betrokkenheid is één. We gaan voor persoonlijke relaties en staan heel dichtbij. Maatschappelijke verantwoordelijkheid is twee. We organiseren projecten rondom duurzaamheid en hebben zelfs een sustainability-consultancytak.”

"Ten derde zijn wij eigenzinnig. Iedere accountant en consultant moet een sparringpartner kunnen zijn; de dialoog aangaan en zo tot de kern komen. Tot slot willen we vernieuwen - en het morgen altijd beter doen dan vandaag. Wij luisteren niet alleen, maar begrijpen onze klanten echt. Zo ervaren onze klanten 'The Power of Being Understood'."

De balans

Het gemiddelde kleinere accountantskantoor is geneigd om uit te blinken in twee van de door Hester beschreven speerpunten, namelijk klantenrelaties en eigenzinnigheid. Duurzaamheid en innovatievermogen staan daarentegen eerder bovenaan de agenda van een grootbedrijf. Het is geen toeval dat RSM juist deze mix bestrijkt.

"In Nederland zijn we nog 'klein' genoeg om een eigen stempel te kunnen drukken," vertelt Hester. "Je hebt ruimte voor initiatief en proactiviteit, maar beschikt tegelijkertijd over een internationaal netwerk om contacten in te leggen, van te leren en klanten mee te ondersteunen."

De balans wordt zowel door klanten als medewerkers gewaardeerd. Nieuwe medewerkers voelen zich welkom - en houden dat gevoel bovengemiddeld lang vast.

Medewerkersbehoud

Hester: "Het werkklimaat is prettig. Dat begint bij onboarding. Hiervoor hebben we een app ontwikkeld. Iedere nieuwe medewerker ontvangt een gepersonaliseerde app waarop je onder andere een gepersonaliseerd filmpje van jezelf terugziet, geheel in de huisstijl van RSM. Je voelt werkelijk direct dat je erbij hoort."

"De kunst is natuurlijk om te zorgen dat dit niet alleen bij een gevoel blijft, en je nieuwe medewerkers ook daadwerkelijk betrekt en helpt te ontwikkelen. De app is dan ook een onderdeel van een volledig proces. Ben je eenmaal binnen, dan heb je bijvoorbeeld de mogelijkheid om deel te nemen aan trainingen en coaching. Zo hebben wij een uitstekende samenwerking met de Nyenrode Business Universiteit. Jochem van Dijke - één van onze collega's - is daar uitgeroepen tot docent van het jaar."

Kennis

Hester vervolgt: "Bovendien is RSM sponsor van Nyenrode's leerstoel Familiebedrijven. Dat maakt het mogelijk om klanten verder te helpen. Met name familiebedrijven, voor wie Nyenrode een jaarlijks onderzoek doet en publiceert. De familieleden van het bedrijf worden als panel bij het onderzoek betrokken, waarna de resultaten zelfs de Nederlandse politiek bereiken. Zo geven we klanten een echte stem, die ook door het publiek wordt gehoord."

De focus op scholing en onderzoek is onderdeel van een groter geheel. Kennis staat voor RSM centraal, wat niet alleen haar vruchten afwerpt op het behoud van medewerkers, maar de kwaliteit van dienstverlening aan klanten. Zo is RSM drie jaar op rij door MT1000 uitgeroepen tot beste accountantsorganisatie van het jaar.

Hester: "Het is makkelijk om een aantal trucjes in huis te halen en bij de klant aan te bieden. Wij willen daarentegen kunnen vragen wat iemand nodig heeft, om vervolgens in een oplossing te voorzien. Daarvoor moet je doorhebben wat er in de markt speelt. Outside-in-perspectieven zijn behulpzamer dan inside-out-perspectieven."

Aantrekkelijkheid op de arbeidsmarkt

RSM's aandacht voor kennis, communicatie en medewerkersbehoud is niet alleen voordelig voor klanten en personeel, maar ondersteunend in een zoektocht naar nieuw talent.

"We hebben de luxe van meer dan genoeg werk, maar de arbeidsmarkt is schaars," vertelt Hester. "Het aantrekken van talent is dan ook één van onze grotere uitdagingen."

Zelf speelt ze een hoofdrol in de overbrugging van die uitdaging. Hester houdt zich regelmatig bezig met het initiëren en overzien van RSM's mediacampagnes, onder andere te vinden in Het Financieele Dagblad (fd.nl), op LinkedIn en bij BNR (Business News Radio).

Soms is algemene naamsbekendheid het doel. In andere gevallen streeft de organisatie naar herkenning onder potentiële medewerkers, ook wel 'employer branding' genoemd.

Hester: "We gebruiken specifieke boodschappen en content voor het bereiken van net zo specifieke doelgroepen. Ook gaan we - in het kader van 'employer branding' - binnenkort met een ontwerper in zee om een designer item te ontwikkelen voor talent dat bij ons solliciteert."

"Je doet het overigens nooit alleen," vervolgt Hester. "Uiteindelijk is iedereen die bij RSM werkt een ambassadeur. Iedereen moet dan ook naar buiten kunnen treden met dát wat ons onderscheidt. Daarvoor dien je allereerst in één zin te kunnen vertellen waar je als organisatie voor staat. Pas nadat alle medewerkers, partners en bestuurders hierop zijn scherpgesteld, kan je de boodschap met z'n allen uitdragen."

Hoe organiseer je een succesvolle klantensessie?

Een klantensessie is dé manier om jouw klanten kennis te laten maken met Exact Online

Laat je klanten zien wat ze voor jou betekenen! Nodig ze uit voor een sociale, informatieve en waardevolle klantensessie. Van ons krijg je al het materiaal dat je nodig hebt voor de presentatie rondom Exact.

Denk aan:

+ Een PowerPoint presentatie
+ E-mailtemplates voor uitnodigingen en follow-up
+ Evenementengids voor accountants
+ Exact promotiemateriaal

Ga naar de klantensessie toolbox voor accountants:
www.exact.com/nl/branche/accountancy/accountancy-programma/resource-center/marketing/klantensessie

=exact

Powervrouwen in de accountancy

Terwijl het overgrote merendeel van de Nederlandse accountancy uit mannen bestaat, vindt er een significante beweging plaats. Waar het percentage van vrouwelijke accountants in 1993 op grofweg 3 procent lag, rapporteerde de NBA eind 2020 over een aandeel van bijna 23 procent (bron: ledentallen NBA).

Tussen 1993 en 2000 groeide het aantal vrouwelijke accountants met een gemiddelde van 21 procent per jaar. Tussen 2000 en 2010 kromp de stijging naar een jaarlijkse 7 procent. In de periode van 2010 tot de dag van vandaag bedroeg het percentage 9 procent.*

'De vertegenwoordiging van vrouwen in de accountancy groeit gestaag door. Daarvan leren we dat een 'mannenwereld' als de accountancy helemaal niet zo mannelijk hoeft te zijn'

Kortom: de vertegenwoordiging van vrouwen in de accountancy groeit gestaag door. Van de cijfers leren we dat het plafond hoogstwaarschijnlijk nog lang niet is bereikt. Daaruit nemen we waar dat een 'mannenwereld' als de accountancy helemaal niet zo mannelijk hoeft te zijn. Maar waar de komende jaren zullen ontsluiten of de verhouding werkelijk in evenwicht kan komen, blijft ondervertegenwoordiging voorlopig een realiteit.

Mensen zijn groepsdieren - en vrijwel elke minderheidsgroep heeft een grotere kans om tegen ongelijke uitdagingen aan te lopen. De meeste vrouwelijke accountants zijn geen uitzondering op die regel. Iedereen die er desondanks in slaagt om op het hoogste niveau te presteren, is in onze ogen een spotlight waard.

We nodigden drie topprofessionals van verschillende kantoren uit voor een interviewgesprek. Zij weten zich van de vakinhoudelijke- én gendernorm te onderscheiden.

Chantal Goossens-Aarts (RSW), Karin de Man (Lucro accountancy B.V.) en Susanne Tiel (ESJ Financial Engineering) hebben een net zo diverse blik op het accountancyvak als de zogenaamde 'mannenwereld' waarin dat vak wordt uitgevoerd. Hun belevingen en prestaties, waarover je op de volgende pagina's leest, bieden waardevolle inzichten en lessen.

'Er vindt een significante beweging plaats. Waar het aantal vrouwelijke accountants in 1993 op grofweg drie procent lag, rapporteerde de NBA eind 2020 over een aandeel van bijna 23 procent'

*** Afgeronde berekening op basis van geslachtsverhouding-cijfers NBA. Jaartallen 2011 tot en met 2014, 2008 en 2009, 2004 tot en met 2005 en 1999 zijn niet meegerekend in de gemiddelden.**

‘Ik werd geen vennoot omdat ik vrouw ben, maar kwaliteiten heb’

Chantal Goossens | RSW Accountants + Adviseurs

Chantal Goossens (36) is als registeraccountant flink aan de weg aan het timmeren. Bij RSW Accountants + Adviseurs in Helmond is zij mede-eigenaar. Het bedrijf biedt het mkb een breed pakket aan diensten op het gebied van financiële ondersteuning waarin automatisering een grote rol speelt. “Maar”, benadrukt ze, “het blijft mensenwerk.”

Middels de software van Exact is er al een grote stap gezet om de financiële administratie te automatiseren. “Dat leidt ertoe dat we steeds meer richting data-analyse gaan,” vertelt Chantal. “Dat vereist echter nog steeds een menselijke hand. Want data op zich is niet meer dan een berg aan gegevens. Uit die gegevens wil je informatie halen. Dat zorgt ervoor dat je als accountant je klanten beter leert kennen en hen ook de juiste vragen kan stellen. Dus vooraf de juiste vragen stellen - en achteraf de gegevens die je uit het systeem haalt analyseren en interpreteren. Dat denkwerk door mensen blijft.”

De accountant als adviseur

Een geautomatiseerd systeem helpt bij de uitvoering, maar zeker in de planning, voorbereiding en afronding van de data-analyse komt de kennis van de accountant over de klant om de hoek kijken. Een gevaarlijke vraag, maar klopt het dan ook dat een accountant een rol krijgt in de bedrijfsprocessen van de klant?

“Dat is inderdaad een gevaarlijke vraag,” lacht ze. “Je moet het meer zien als een adviserende rol. Als accountant dien je onafhankelijk te zijn en een kritische blik te behouden. Als je deel uitmaakt van het bedrijfsproces zelf, bestaat het risico dat je het overzicht gaat missen. Natuurlijk, je kunt in gesprekken met de klant wel aangeven om ergens op te letten, maar als je als accountant ook een sparringpartner bent van je klanten, dan heb je echt een adviserende rol. En dit kan gevraagd, maar ook ongevraagd advies zijn.”

“Bij RSW Accountants + Adviseurs zijn we duidelijk. We melden alles: het positieve en ook het negatieve. Het is aan de klant zelf om daar iets mee te doen.”

‘Je komt niet aan de top met geslacht, maar skills en meerwaarde. Dát is wat klanten verwachten - en dát is wat telt’

Voor en met de klant

“De accountant als adviseur is trouwens niet altijd een logische rol,” zegt Chantal. “Het hangt er echt vanaf wat de klant van ons als dienstverlener verwacht. Sommige klanten verwachten hooguit dat je een jaarrekening opstelt. Maar we hebben ook klanten bij wie we wekelijks - soms dagelijks - de administratie bijwerken en actief meekijken met wat er eigenlijk binnen het bedrijf gebeurt. De klant krijgt altijd dienstverlening op maat aangeboden. Daar zijn wij natuurlijk flexibel in. Dat is één van de redenen waarom we in 2019 de Exact Cloud award voor samenwerkingen hebben gewonnen.”

De toekomst van de accountant

Met Exact als basis werkt RSW Accountants + Adviseurs al even aan een doorontwikkeling van de automatisering.

Chantal: “We hebben een aantal jaar geleden al heel wat stappen gezet. We zijn redelijk snel meegegaan in de flow van automatisering met de Scan & Herken-software van Exact. Dit is een werkwijze die er bij ons goed inzit. Dat geldt overigens ook voor concullega’s, want bijna iedereen beweegt mee met de huidige technologie.”

Het idee dat de accountant zou verdwijnen door de opkomst van automatisering kunnen we inmiddels wel van tafel vegen. De adviserende rol blijft mensenwerk. Wel verandert de rol.

Chantal: “Denk bijvoorbeeld aan bepaalde IT-skills die zeker in de toekomst echt helpen in het vak. Je ziet het ook steeds meer in onze beroepsgroep: auditors met analytische vaardigheden die op juiste wijze de relevante data uit het systeem weten te krijgen. Dat is echt iets waar komende jaren meer op gesteund gaat worden. De accountant als beroepsgroep gaat echter nooit verdwijnen. De behoefte aan onafhankelijk professioneel advies blijft bestaan.”

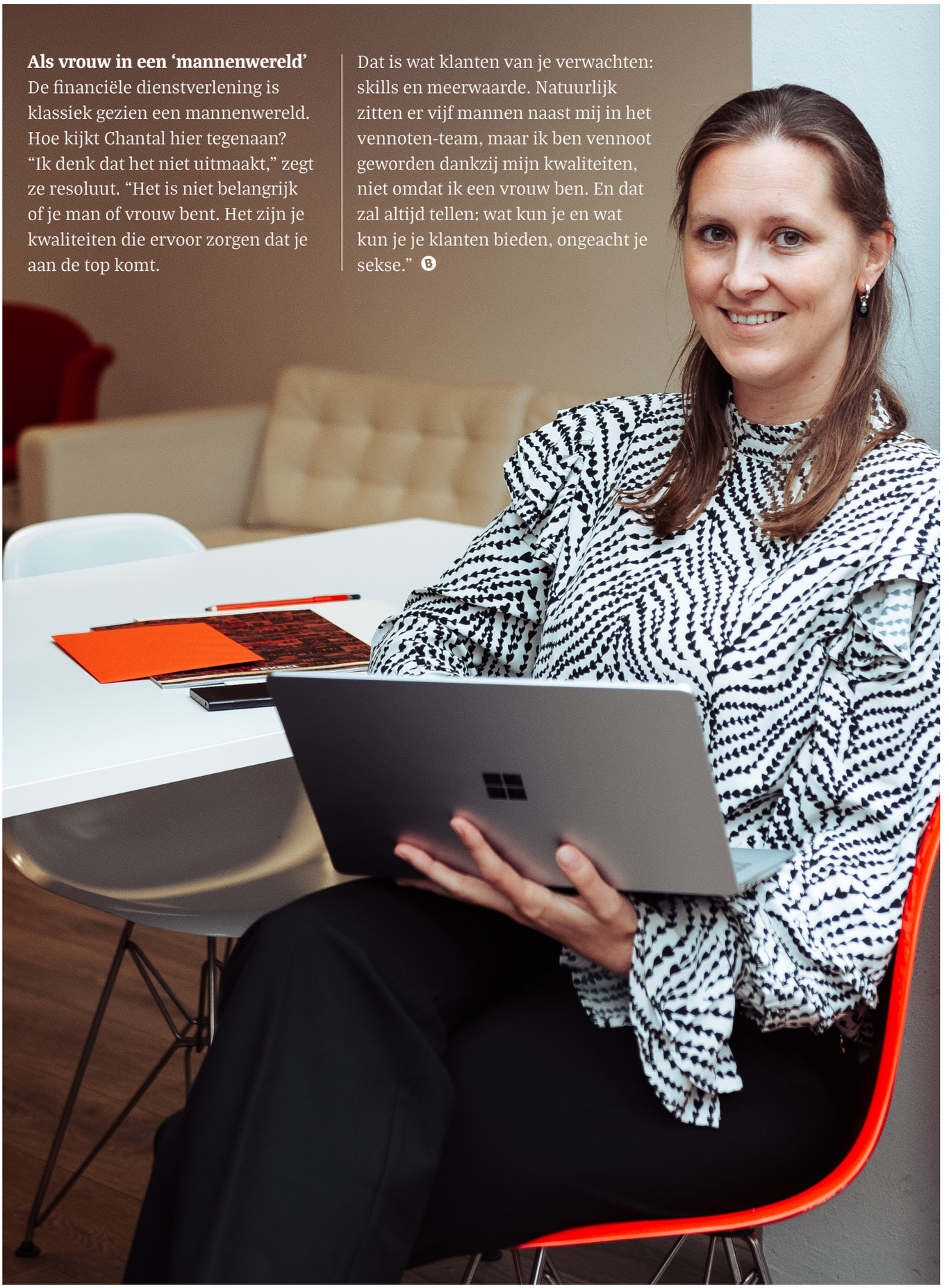
”Ondanks de vergaande automatisering werk je als accountant nog steeds voor klanten en kun je meerwaarde bieden waar nodig. Ik verwacht in de komende jaren een kennisverbreding onder accountants. Het draait nog steeds om de financiële cijfers, maar die kennisverbreding biedt kansen om onze dienstverlening toe te spitsen. Het is zeer uitdagend.”

De digitale omslag

En de toekomst? Is die digitale omslag in Nederland al geland? “We zijn goed op weg, maar eerlijk: we zijn er nog lang niet,” aldus Chantal. “De automatisering werkt goed in de basis, maar het analyse-deel moet echt nog wel goed ingeregeld worden. Data-analisten gaan een steeds grotere rol krijgen binnen de accountancy.”

Als vrouw in een 'mannenwereld'
De financiële dienstverlening is klassiek gezien een mannenwereld. Hoe kijkt Chantal hier tegenaan? "Ik denk dat het niet uitmaakt," zegt ze resoluut. "Het is niet belangrijk of je man of vrouw bent. Het zijn je kwaliteiten die ervoor zorgen dat je aan de top komt.

Dat is wat klanten van je verwachten: skills en meerwaarde. Natuurlijk zitten er vijf mannen naast mij in het vennoten-team, maar ik ben vennoot geworden dankzij mijn kwaliteiten, niet omdat ik een vrouw ben. En dat zal altijd tellen: wat kun je en wat kun je je klanten bieden, ongeacht je sekse."



‘Ook een mannenwereld biedt kansen’

Susanne Tiel | ESJ Financial Engineering

In 2004 start Susanne Tiel (40) als assistent-accountant bij ESJ Financial Engineering. Veertien jaar later treedt ze tot de partnergroep toe. De inhoud van haar vak is aan verandering onderhevig - en Tiel beweegt succesvol mee. Sommige dingen veranderen daarentegen niet. Vrouwelijke accountants blijven ondervertegenwoordigd. En hoewel de verhouding tussen mannen en vrouwen in een optimale wereld anders lag, stond de realiteit Tiel nooit in de weg. “Het is een mannenwereld, vol met regels, structuur en organisatie. Toch kunnen vrouwen het net zo goed.” ⇒

Susanne Tiel is de enige vrouwelijke partner van haar kantoor. Ondervertegenwoordiging is niet uniek voor ESJ Financial Engineering of partnergroepen: circa 22 procent van alle Nederlandse accountants is vrouw (bron: NBA, 2018).

In dit licht is Susanne zowel een uitzondering op de regel als afspiegeling van de regel. Uitzonderlijk omdat een kleine minderheid van 22 procent zich tot accountant weet te ontwikkelen - en een nog kleinere minderheid het tot partner weet te schoppen. Afspiegelend omdat vrijwel alle vrouwelijke partners van een kantoor de enige vrouwelijke partner van het kantoor zijn.

Het laatste is net zo jammer als verklaarbaar, meent Susanne. “In de opleiding vind je heel wat vrouwen. Het is duidelijk dat er in de tussentijd iets misgaat.”

“Het is lastig om werk en privé te combineren. De laatste dagvergadering eindigt al gauw om 7 uur ‘s avonds. Je kinderen in bed leggen - dat wordt ‘m dus niet.”

“Als vrouwen beter vertegenwoordigd werden, zou het makkelijker zijn om de structuur aan te passen. Bijvoorbeeld door de werkdag op te splitsen, overdag te vergaderen en meer tijd te creëren voor een gezinsleven. Maar zolang dit belang bij een minderheid leeft, verandert er weinig.”

“Jammer, want vrouwen kunnen het net zo goed als mannen. Bovendien voelen vrouwen vaak net wat meer aan, wat zowel in de advies- als controlepraktijk waardevol is.”

100 procent

Susannes talent dreef direct na de afronding van haar studie (2004) naar boven. Het werk beviel goed. Zo goed dat ESJ Financial Engineering haar met verloop van de jaren als sectieleider aanstelde, en drie jaar terug met de optie van partnerschap voorzag.

“Je moet er volledig voor gaan,” vertelt ze. “Het is een mannenwereld, maar ook dát biedt kansen om jezelf te onderscheiden.”

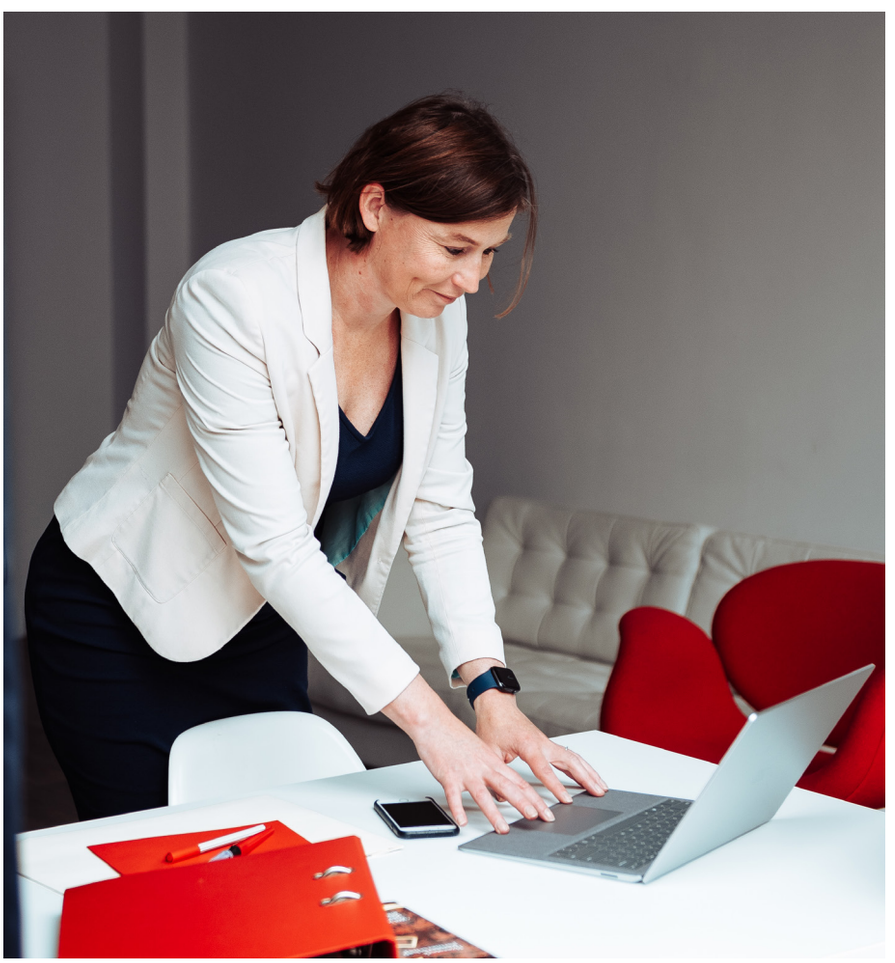
“De kleur van ons bedrijfslogo is donkerblauw - en blauw wordt als betrouwbaar, stil, conservatief en veilig ervaren. Hoewel de gemiddelde accountant zich hier zeker in zal herkennen, zit mijn kracht in flexibiliteit en innovatie. Is het nodig, dan pas ik me goed aan.”

In het laatste vindt Susannes omgeving een waardevolle eigenschap. “Als je doet waar je goed in bent en je daarop blijft focussen, dan doe je het goed. Heb ik ergens geen verstand van, dan bemoei ik me er niet mee en vraag ik een ander om ondersteuning. Het resultaat is vertrouwen en begrip van iedereen waar ik tegenover kom te zitten, van klanten tot mede-partners en collega’s.”

De vertaalslag van data

Competenties als de eerdergenoemde betrouwbaarheid en flexibiliteit beloven Susanne in de komende jaren in topvorm te houden.

‘Gevoel is belangrijk in de advies- en controlepraktijk’



‘Technologie, waaronder de software van Exact, staat het duiden van cijfers steeds beter toe’

“Het is een spannende periode. We werken in een tussenfase. Administraties worden geautomatiseerd en genoeg kantoren bevragen de rol die zij in de toekomst zullen spelen. Niemand weet precies hoe het eruit gaat zien, maar anders wordt het in elk geval.”

“Vandaag de dag ontvang je na Prinsjesdag allerlei nieuwsbrieven van banken en verzekeraars met financiële cijfers en andere data. Er wordt al een hoop geautomatiseerd, maar waar ik naartoe wil, is het automatiseren van de boodschap die de cijfers daadwerkelijk voor een persoon of bedrijf betekenen.”

“Technologie, waaronder de software van Exact, staat het laatste steeds beter toe. Toch is vertrouwen in de technologie net zo belangrijk - en heeft vertrouwen nog een lange weg te gaan. Ik vermoed dat onze toegevoegde waarde hierom zal draaien. Processen als forecasting worden steeds digitaler en nauwkeuriger, maar om te zorgen dat ook klanten daarin vertrouwen, moeten klanten worden meegenomen in het proces.”

“Het is niet heel anders dan de eerdere transitie van papieren administraties naar digitale administraties. Toen de PC opkwam en boekhoudingen daarmee werden gevoerd, wilde iedereen het uitgebreid natrekken om te kijken of het wel klopte. Nu staan we voor dezelfde uitdaging.”

‘Liever een tevreden klant dan een hoog saldo op de rekening’

Karin de Man | Lucro accountancy

Karin de Man (46) is oprichter van Lucro accountancy, NBA-ambassadeur en een topaccountant in hart en nieren. In 2001 stond ze op het punt om de eerste vrouwelijke vennoot van één van de grootste Nederlandse accountantskantoren te worden. De rode loper lag uit, maar vennoot werd ze niet. De Man diende haar ontslag in, gaf geen gehoor aan de verbijstering van collega’s en meldde zich bij de Kamer van Koophandel om een eigen bedrijf op te richten. Dat bedrijf is twintig jaar later een thuis voor 20 medewerkers, met een onderscheidende klanttevredenheid en alle integriteit waar De Man in het groot-bedrijfsleven naar verlangde. Haar wereld is al jarenlang geen mannenwereld meer - en haar wereld creëerde ze zelf.

Van de 30 studenten waarmee Karin de Man in 1993 aan haar studie begint zijn slechts twee vrouw.

“Een heel andere balans dan je nu ziet,” vertelt ze. “Inmiddels zijn zo’n één op de drie beginnende studenten vrouw, dus is dat verschil is grotendeels gladgestreken.”

Tegelijkertijd leren we van de meest recente NBA-cijfers dat slechts één op de vijf actieve accountants vrouw is. Wat verklaart het verschil?

Karin: “Het is een erg lang traject. Vanaf de afronding van het VWO tot de afronding van een NBA-opleiding ben je acht jaar onderweg. Veel studenten kiezen na vijf á zes jaar voor iets anders. Ze stoppen met de opleiding of gaan aan de slag voor een interne accountancydienst of het bedrijfsleven.”

“Werkdruk speelt een rol. Je belandt direct na de middelbare school in een werkleertraject en moet vier dagen op kantoor met één schooldag weten te combineren. Dat is best pittig. Het werk is projectmatig, en niet iedereen vindt het fijn om jarenlang met deadlines om te gaan, dus kiezen velen voor iets rustigers.”

Karin ervaarde daarentegen geen enkele twijfel.

Dichterbij de managementlaag

“Sommigen noemen het ambitie, maar ik denk dat het er bij mij gewoon in zat. Ik was altijd al een beetje een vreemde eend in de bijt. Vroeger speelde ik met lego in plaats van poppen. Mijn ene opa had een administratiekantoor, de andere opa was registeraccountant en mijn vader werkte als financial controller. Terwijl anderen ‘s zomers naar het zwembad gingen, wilde ik op 14-jarige leeftijd graag als vakantiebaantje met mijn vader mee naar kantoor.”

Vier jaar later is het geen vakantiebaantje meer. Karin wordt werkzaam voor één van grootste accountantskantoren van Nederland. Haar studie verloopt uitstekend - en het werk misschien nog wel beter. Na een aantal succesvolle jaren komt vennootschap steeds meer binnen handbereik.

“Dat was mijn droom. Maar na dichterbij de managementlaag te komen, begonnen twijfels zich te vormen.”

“Iedereen die partner van een groot kantoor wil worden moet financieel presteren en de verdiensten zo hoog mogelijk houden. Je maakt geen keuzes en afweging op basis van gevoel, maar geld.”

“Op een gegeven moment zag ik dingen gebeuren. Er werden bepaalde beslissingen genomen - en ik vroeg me af of ik dezelfde beslissingen wel zou kunnen nemen zonder mezelf daardoor kwijt te raken.”

Gevoel

Karin stapte eruit. Niemand zag het aankomen. Haar omgeving verklaarde haar voor gek. Het doel veranderde van vennootschap naar een eigen kantoor, met alle ruimte om te beslissen op basis van gevoel.

Twintig jaar later weten we dat dát doel is bereikt. Karins bedrijf, Lucro accountancy, won in 2006 een award voor het meest klantvriendelijke kantoor van Nederland.

“Ik ken de privésituatie en persoonlijkheid van iedere klant. Klantgerichtheid staat heel erg hoog in het vaandel. En daarvoor leveren we echt geen kwaliteit in.”

Hoewel Lucro accountancy het goed doet, komt niets vanzelf. “Als accountant moet je onpartijdig zijn: vanaf de zijlijn meekijken en je vaktechnische kennis loslaten op hetgeen dat je waarneemt. Dat is heel uitdagend wanneer je een cliënt aan tafel hebt zitten die z’n omzet door COVID-19 naar nul ziet kelderen, personeel niet meer kan betalen en daardoor de eigen spaarpot leegtrekt.”

“Je ligt er wakker van. En als je ‘s nachts niet slaapt, dan ben je de volgende dag minder goed in staat om de professional te zijn waar een klant op kan leunen. Misschien is het wel iets vrouwelijks. Ik zie mannelijke collega’s die dezelfde gesprekken voeren en net zo goed adviseren. Misschien zelfs beter, want terwijl zij onderweg naar de volgende klant weer volledig met de volgende klant bezig zijn, blijf ik aan de situatie denken.”

Vertrouwen

Gevoeligheid heeft nadelen, maar stelt Karin tegelijkertijd in staat om een vertrouwensband met klanten op te bouwen.

“Je moet weten wie er tegenover je zit. Wat houdt hem of haar na werk bezig? Waar maakt hij of zij zich zorgen over - en hoe gaat het in de thuissituatie? Dat hoort allemaal bij financiële planning en vertrouwen. Ik zorg ervoor dat klanten hun zorgen kunnen delen. Soms zeg ik gekscherend dat we niet alleen accountants, maar ook bedrijfspsychologen zijn.”

Bedankbriefjes en bloemetjes van tevreden klanten maken Karin het gelukkigst. Of de toekomst van Lucro accountancy dan ook bol staat van de boeketten?

“Als ik ja zeg, dan denkt de AFM dat ik gefêteerd wordt met allerlei leuke cadeaus,” antwoordt ze met een knipoog. “Maar kom ik voor de keuze tussen een hoog saldo op de bankrekening en een tevreden klant te staan, dan weet ik met zekerheid waar ik voor kies.”

Het Accountants Center maakt je zichtbaar bij duizenden potentiële klanten

+ Meld je kantoor aan bij het Accountants Center
+ Maak een overtuigend profiel aan voor je kantoor
+ Word gevonden op branche, klantfocus, dienstverlening en certificering

Probeer het 30 dagen gratis. Zonder enige kosten heb je toegang tot duizenden ambitieuze ondernemers. Na 30 dagen wordt het account automatisch beëindigd, tenzij je deze om wil zetten naar een betaald account (vanaf € 9,- per maand).

Ga meteen aan de slag op het Accountants Center van Exact:
accountants.exact.com/nl/nl-NL

=exact

Altijd grip op je cijfers met No hands accounting

Voer administratieve taken efficiënt uit en profiteer van slimme automatisering. Met online Accountancy software heb je een stevige basis voor ontwikkeling van onderscheidende dienstverlening en rendabele verdienmodellen.

De belangrijkste voordelen:

+ Digitaal gemak voor jouw klanten en medewerkers
+ Enorme tijdsbesparing door slimme automatisering
+ Geen hoge piekmomenten tijdens aangifte maand
+ Real-time inzicht voor je klant via jouw eigen kantoorapp

ACCB_21014

Bekijk de video en ervaar het 30 dagen zelf, ga naar www.exact.nl/accountancy

=exact