

# Handreiking: aan de slag met BiZ

Uw kantoor heeft BiZ aangeschaft. Deze korte handreiking heeft tot doel om u hulp en advies te bieden voor een optimaal gebruik.

Het integreren van een nieuwe tool behoeft een gedegen voorbereiding en monitoring. Het alleen beschikbaar stellen van de tool leidt negen van de tien keer niet tot een succesvol gebruik. Het is belangrijk om een eindverantwoordelijke te benoemen en hem/ haar als kantoorleiding te steunen bij de uitvoering.

Dit document is bedoeld als leidraad voor de projectleider én voor de eindbeslissers binnen een kantoor en geeft u praktische tips voor het implementeren van Branche in Zicht in uw organisatie. De volgende punten stippen we aan:

- Aandachtspunten voor het opstellen van een plan van aanpak
- Omgaan met bezwaren
- Instructie voor de systeembeheerder
- BiZ inzetten als marketingtool

## Aandachtspunten voor het opstellen van een Plan van aanpak

Om dit project een grotere kans van slagen te laten krijgen is het goed om vooraf over een aantal punten na te denken en uit te werken als leidraad voor het project.

Onderstaand vindt u een aantal aandachtspunten die u in het plan kunt opnemen:

- Waarom heeft het kantoor/ de directie voor BiZ gekozen?
- Wanneer wordt BiZ gebruikt? Bijvoorbeeld:
  - als onderdeel van het werkprogramma en de benchmarkrapportage gebruiken bij cijferbeoordeling?
  - de benchmarkrapportage met jaarrekening meesturen en bespreken?
  - of een apart moment kiezen om het benchmarkrapport te bespreken?
- Wie gaan er werken met BiZ?
- Instructie aan BiZ-gebruikers  
Hierbij kunt u denken aan een kick-off presentatie aan de gebruikers. Het SRA-BiZ team kan dit samen met u verzorgen.
- Hoe maakt u het een duurzaam onderdeel binnen de organisatie?  
Denk hierbij aan het onderling bespreken van de ervaringen, bijvoorbeeld bij een vaktechnisch overleg.
- Evalueer na een bepaalde periode wat BiZ gebracht heeft en waar BiZ nu staat binnen de organisatie. Is het beoogde doel bereikt?

## Omgaan met bezwaren

Onderstaand een aantal veel gehoorde bezwaren met het tegenargument

*”Ten opzichte van vorig jaar is er in de branchevergelijking eigenlijk nauwelijks iets veranderd. Eigenlijk kan ik er nu niets mee”*

Er zijn vele aanknopingspunten die de vorige keer wellicht besproken zijn en nu een evaluatie behoeven of die juiste nieuwe inzichten geven. De vergelijking met het vorige jaar kan ook juist gebruikt worden. Bijvoorbeeld: Wat is de trend binnen de branche? Is er binnen de branche meer omzet gegenereerd, of juist minder? Hoe is de ontwikkeling bij de onderneming hierin geweest. Heeft de onderneming meer omzet gedraaid, terwijl er in de branche juist minder omgezet is? Weet de ondernemer waardoor hij dit gerealiseerd heeft? Heeft hij een USP die hij nog meer kan gebruiken?

*”Vergelijk ik wel appels met appels en peren met peren?”*

De BiZ-rapportage is een tool en niet zaligmakend. De cijfers zijn betrouwbaar, maar bij de vergelijkingen kan je kritische vragen stellen. Waar zijn bepaalde posten in de referentiegroep en bij uw klant geboekt. Vergelijk ik appels met appels en peren met peren? Probeer dit los te laten. Kijk naar de grote lijnen met de kennis die u van uw klant heeft. De bevindingen die uit de rapportage komen, kunt u gebruiken als ‘haakje’ naar uitgebreider advies. Op deze manier bent u een sparringpartner voor de ondernemer.

*”Mijn klant is uniek. Ik kan ‘m nergens mee vergelijken”*

Elke onderneming is uniek en ook zijn niet van alle ondernemingen voldoende waarnemingen beschikbaar in de betreffende branche (minimaal 30). Echter, elke onderneming heeft ook veel overeenkomsten. Focus daarop. Elk bedrijf heeft huisvesting nodig. Personeel idem: zonder personeel geen onderneming. Elk verschil dat u kunt verklaren geeft inzicht. Ook voor de ondernemer.

### **Instructie voor de systeembeheerder**

Hiervoor is een instructie geschreven. Deze is beschikbaar op de website van BiZ [www.sra.nl/biz](http://www.sra.nl/biz), onder het kopje ‘aan de slag’.

### **BiZ inzetten als marketingtool**

BiZ is uitermate geschikt om uw kantoor te profileren als accountantskantoor dat verder kijkt dan alleen maar de cijfers.

Wijze waarop:

- Op de website melden dat deze tool gebruikt wordt
- Een informatiemoment organiseren waar u (potentiele) klanten uitnodigt en hen informeert over de voordelen van benchmarkvergelijking
- Uw kantoor profileren met BiZ op een ‘lokale’ beurs
- Op social media het kantoor profileren met BiZ
- Gebruik maken van de Mkb-branchescan van SRA-BiZ en deze op de website zetten

Ondersteuning vanuit SRA:

- Logo's BiZ
- Webteksten
- Afbeeldingen branches
- Autohandtekening voor onder mailberichten
- Trendwijzers
- Voorbeeldrapporten
- Banners
- Mkb-branchescan voor op uw website

Vanuit de Nieuwsbank (betaald product van SRA) is er actueel branchenieuws beschikbaar. Dit kunt u zelf persoonlijk naar uw klanten mailen of via RSS-feeds direct op uw eigen site laten plaatsen. De afdeling Marketing en Communicatie van SRA denkt graag mee in de mogelijkheden.

Wilt u meer informatie, kijk op [www.sra.nl/BiZ](http://www.sra.nl/BiZ) of neem contact op met Amida Elmoudni of Clauia van Engelenburg van het BiZ-team op telefoonnummer 030 656 60 60.