

‘HET BEDRIJFSLEVEN STAAT IN DE FIK’

# ACCOUNTANT IS DE SUPERHELD VAN DE TOEKOMST

Meer dan ooit moeten ondernemingen zich in hoog tempo aanpassen aan snel veranderende omstandigheden. Hoe voorkom je dat het blijft bij strategieën ontwikkelen en plannen maken? Voor de accountant die keuzen durft te maken breken gouden tijden aan, stelt strateeg Camilla van den Boom, strateeg, adviseur, docent, auteur en spreker.

**I**n de huidige tijden staat één ding vast: de wereld verandert in ijtempo en niets is zeker. Levenscycli van ondernemingen worden steeds korter. Plannen die je vandaag hebt gemaakt zijn morgen weer achterhaald. “Ondernemers staan voor ongekende uitdagingen. Nog niet eerder was de druk zo groot. Ik snap de problemen waar zij zich voor zien gesteld, maar niets doen is geen optie. Voor de meeste ondernemers is dit best ingewikkeld”, zegt Van den Boom.

## CIJFERS ZIJN EEN MIDDEL

Van den Boom is gespecialiseerd in het creëren van voorwaarden om succesvol te kunnen opereren. Ruim twintig jaar hielp zij als managementconsultant bij adviesbureaus als Accenture, Andersen en Deloitte bedrijven met het ontwikkelen van nieuwe strategieën en innovatieve businessmodellen en het realiseren van wendbare organisaties. Ook creëerde zij de code ‘3458’, een methode bedoeld om bedrijven te helpen bij het stellen en halen van doelen in de nieuwe en snel veranderende realiteit.

Kwalificeer de toekomst, raadt zij accountants aan. “Kijk naar binnen, naar buiten en naar voren, en dat continu. Leer ondernemers bij te staan met een scherpe blik op de toekomst. Van een stabiele wereld is immers geen sprake meer. Het bedrijfsleven staat in de fik. En dat vuur zal voorlopig niet geblust zijn. Bovendien gaan veranderingen steeds sneller. Daarop adequaat inspelen vereist een begrip van de context én de onderneming.”

Alleen cijfers gebruiken om voorspellingen te doen werkt volgens Van den Boom niet langer, want cijfers zijn een middel, geen doel.

Is de rol van de accountant dan grotendeels uitgespeeld? Zeker niet, eerder het tegenovergestelde, klinkt het stellig. “De accountant is de superheld van de toekomst. Tenminste, als hij snapt waar de ondernemer voor staat en de juiste kwalitatieve vragen weet te stellen. Daarmee wordt zijn rol niet alleen anders, maar ook een stuk leuker.”

Begrijpen met welke problemen ondernemers worstelen. Van den Boom werd daar al op jonge leeftijd mee geconfronteerd. In haar jeugd hielp zij mee in de fabriek van haar vader. “Daardoor leerde ik het bedrijf kennen en werd me steeds duidelijker voor welke uitdagingen mijn vader stond. Personeel, machines, klanten, leveranciers; voortdurend was hij bezig met de operatie. Daarnaast moest hij tijd vinden om plannen te maken voor de toekomst. En die uit te voeren.”

## STEL DE JUISTE VRAGEN

Onlangs was de Masterclass Strategie met Van den Boom als spreker (zie kader). Met genoeg kijkt zij terug op de middag waarin zij met de deelnemers aan de slag ging. De door haar ontwikkelde code 3458 bleek aan te slaan. “Vroeger was de wereld voorspelbaar. Bedrijven werkten met plannen die ze op gezette tijden aanpasten. Tegenwoordig moeten ze voortdurend hun bestaansrecht tegen het licht houden om relevant te blijven. Vertrouwen op een langetermijnplan is niet meer aan de orde. Ondernemers moeten zich bewust zijn van de snel veranderende omgeving waarin zij opereren en voortdurend inspelen op de dynamiek om hen heen. De accountant kan hierbij een doorslaggevende rol spelen.”

3458 is geen theoretische benadering van praktische problemen, maar komt voort uit de praktijk, uit daadwerkelijke bedrijfssituaties, benadrukt Van den Boom: “Het is een beproefde combinatie van verschillende methodes, modellen, concepten, theorieën en gereedschappen die bedrijven geholpen hebben om sterker, slimmer en sneller te worden. En dat te blijven.”

Wie verwacht dat Van den Boom met antwoorden komt, wacht een lichte teleurstelling. “Het gaat om het stellen van de juiste vragen. 3458 bevat zeker geen antwoorden, maar juist het tegenovergestelde; een heleboel vragen. Met de antwoorden kun je als directeur of manager samen met je collega’s – of samen met je accountant – de toekomst van het bedrijf bepalen.”

## HOUD HET SIMPEL

Maak het allemaal niet te ingewikkeld, adviseert Van den Boom. Iedereen kan volgens haar de toekomst kwalificeren. Pas gewoon de beproefde wetten van de bedrijfskunde toe, en voeg daar een aantal nieuwe innovatietechnieken aan toe. Hoe ziet de markt eruit? Wie is je klant? Waar zit de pijn? Hoe ga je die wegnemen? Vervolgens leg je de eigen organisatie onder een vergrootglas. “Wat is je ambitie? Waar ben je goed in? Hoe kun je dan toegevoegde waarde creëren?”

Durf te kiezen. Daar draait het volgens Van den Boom om. “Proberen van alles een beetje te doen werkt niet meer; dat geldt óók voor accountantskantoren. Als je kijkt naar een goed werkend businessmodel in een wereld die constant verandert, dan is dat er één waarbij keuzes zijn gemaakt. Je kunt niet de

hele markt bedienen; je kan ook niet alles in huis hebben. Dat geldt voor alle branches, maar zeker voor de accountancy. Daarbij maakt het niet uit waar je voor kiest. Heb je de juiste kennis niet in huis, aarzel dan niet die in te huren. Het gaat erom dat je je klant écht kunt helpen.”

Betrek ook je medewerkers bij het maken van je toekomstplannen. Neem ze mee in het gehele traject, raadt Van den Boom aan. Leid ze vanaf dag één op in het ondernemerschap. Vraag ze wat zij kunnen bijdragen om de gestelde doelen te halen. “Dat geldt voor alle lagen in de organisatie. Alle medewerkers moeten bereid zijn een bijdrage te leveren; dat willen ze ook. Zorg dat iedereen snapt wat de strategie is en wat ieders aandeel is in de route naar succes.”

Hoe de strategie er ook uitziet, bedenk dat succes alleen behaald kan worden als je het écht wilt. “Net als een sportprestatie leveren vereist het realiseren van een nieuwe strategie training, discipline en doorzettingsvermogen. Bedenk dat ‘hoop’ nooit een garantie voor succes kan zijn. Pas als iedereen binnen de organisatie weet wat hij of zij moet doen, en bereid is zich volledig in te zetten, kun je bouwen aan een onderneming die toekomstbestendig is.”

“

CAMILLA  
VAN DEN BOOM

**Zorg dat  
iedereen snapt  
wat de strategie is  
en wat ieders aan-  
deel is in de route  
naar succes.**

”

*Doet u  
mee?*

## **SRA- MASTERCLASS STRATEGIE**

De Masterclass Strategie bestaat uit een cyclus van vier bijeenkomsten per jaar waarin actuele onderwerpen vanuit een strategische invalshoek worden behandeld. Er is veel tijd en aandacht voor de vertaling naar de besturing van een kantoorpraktijk.

Wilt u deelnemen?

Kijk voor meer informatie op  
[www.sra.nl/masterclass-strategie](http://www.sra.nl/masterclass-strategie).

