

Behoud van concurrentievoorsprong

Samenvatting sessie Sparren met collega-kantoren, 5 februari 2019

Aanwezigen:

Aalderink, D.	Stolwijk Kelderman accountants fiscalisten
Aelmans, R.B.A.C.	KSG Accountants & Belastingadviseurs
Bal, R.A.J.	Schipper Accountants B.V.
Botermans, J.C.	MOS Accountants & Adviseurs
Dijkhuizen-Griffioen, M.	Stolwijk Registeraccountants en Belastingadviseurs B.V.
Hekelaar, R.	Pyxis Accountants en Belastingadviseurs B.V.
Kats, J.H. van	Lekx Kok & Geerlofs Accountants
Koppen, M.R.J. van	MOS Accountants & Adviseurs
Outer, N.O. den	Avant Accountants
Steenis, A. van	Van Harberden Accountants & Adviseurs
Suy, S.A.	Joanknecht B.V.
Wentzel, G.J.	De Burele Accountants
Wit, P.M.W. de	Vizier Accountants B.V.

Uitspraken Han Mesters

Zie voor de presentatie van Han Mesters de bijlage in de mail. Andere uitspraken:

- Internet wordt het belangrijkste startpunt in het bedrijfsleven
- Het 'smurfenleger', de blauwe analytische jongens, gaan niet overwinnen. We moeten innovatief zijn. We zitten aan het eind van de S-curve met z'n allen. We moeten wat doen.
- Het personeelstekort lijkt structureel te worden.
- Het NOAB timmert aan de weg met nieuwe businessmodellen, misschien is de pijn bij accountants nog niet groot genoeg?
- De pijn zit in de managementlagen/bureaucratie. Zelforganiserende teams leveren meer op. Neem afscheid van managers.
- Wees niet reactief, maar zorg voor behoeftecreatie (zie driehoek in presentatie van Han).
- Iedereen die de directeur tegenspreekt, zou een fles wijn moeten krijgen. Deze mensen zijn echt in staat om cultuur te veranderen.

Samenvatting groep 1.

Welke uitdagingen heeft u?

- Klantenbinding is geen probleem, maar hoe kunnen cijfers beter/sneller geanalyseerd kunnen worden? Welke technologie is nodig om meer uit de cijfers te halen? De oplossing zit volgens de groep in investeren en segmenteren. En jezelf de vraag stellen wat je er cijfermatig uit wilt halen. Heeft de klant deze vraag of creëer je de behoefte?
- Onderscheidende factor van goede accountantskantoren zit in het 'niet blauw' zijn. Contact met de klant: trusted advisor. Klanten van grotere kantoren ervaren in het mkb aandacht/warmte enz.
- Blijf investeren in jezelf. Volg studies om die echte trusted advisor te worden. Lever dat beetje extra. Klanten ontwikkelen zelf ook en verwachten dat ook van hun accountant.

- Vergeet niet de belangrijkste vraag aan je klant te stellen: wat heb je aan dit gesprek gehad?
- Iedere klant heeft een verschillende behoefte: Breng dat in kaart. Investeer in je klant. Het urenmodel kan dit in de weg staan. Probeer dit te doorbreken.

Tips:

- Gezond boerenverstand is het belangrijkste.
- Ken je klant (trusted advisor).
- Blijf in jezelf investeren.
- Ken je beperkingen. Hou je competenties in de gaten. Klant wil het gevoel hebben dat je een serieuze gesprekspartner bent.
- Investeer in mensen en in techniek.
- Kijk vooruit!
- Ga samenwerking aan.
- Maak lunchafspraken met je klant. Gewoon uit interesse voor je klant.
- Klanten spiegelen zich aan hun adviseur: de klant wil vaak weten hoe jij het zelf hebt geregeld. Maak hier gebruik van.
- Klanten praten vaak uit zorgen voor partners/kinderen/zichzelf. Bezuinig voor de klant. (bijv. erfbelasting).
- Vraag aan de klant wat hij voor een dienst overheeft.
- Er is een nieuw type mensen nodig. Maar neem (nieuwe) andersdenkende mensen aan, voorbeeld psychologe/afgestudeerde hotelschool.
- Realiseer je dat de jongere ondernemer anders gedreven is (omzet/waarde).
- Heb aandacht voor de persoonlijke kwaliteiten van medewerkers. HR wordt belangrijker.

NOAB wordt genoemd. Zij introduceren een nieuw label 'financieel adviseur'. Hiermee timmeren zij aan de weg.

Het beoordelingsgesprek, zeker in de traditionele vorm is achterhaald. 1x per jaar is te weinig geworden. Continuïteit in feedback is belangrijk! Coachingsgesprekken leveren meer op.

Een van de kantoren heeft beoordelingsgesprekken gevoerd en daarbij aan de medewerkers de mogelijkheid geboden de partner (echtgenoot/echtgenote) aan te laten sluiten.

Maar wat is nu daadwerkelijk ons onderscheidend vermogen (vetgedrukt is unaniem)?

- Inzoomen op de klant
- **Kennisniveau is hoger in de accountancy**
- Doorverwijzer naar anderen (nu teveel bij zichzelf houden)
- Actueel financieel inzicht
- Internationaal netwerk
- Veilig gevoel: u bent bij ons in goede handen
- **Fiscale adviespraktijk**

Samenvattinggroep 2

Waar loopt u tegenaan?

- Hoe doe ik het beter t.o.v. de samenstellkantoren?
 - Verschil administratie t.o.v. samenstel (verklaring)
 - Advies en vertrouwen, zit daar het verschil in?
 - Trend: scan en herken en administratie
 - Opvoeden van de klant
 - Communicatie
-
- Welke administraties doe je wel of niet?
 - Welke klanten bedienen je wel of niet?
 - Verschil Fiat–BMW ? Hoe uiten we dit?

Wat zijn mogelijke oplossingen?

- Snel schakelen is belangrijk
- Dashboards: iedereen moet het doen?
- Wat leg je nog vast in je dossier?
- Uitbreiding van je pakket
- Een goede automatiseerder
- It-ers aannemen
- Maak administratiemedewerkers ook relatiebeheerder. Meer verbondenheid bij de klant.
- Laat de salarisstroken ook aan de relatiebeheerders zien zodat zij op de hoogte zijn van mutaties bij de klant. Is minder efficiënt, maar levert wel een betere klantbeleving- en contact op. Zorg dat alles wat je doet een bewuste keuze is (model Twynstra Gudde).
- Netwerk voor de klant. Als je weet dat een klant een nieuwe voorraadbeheerssysteem zoekt en een andere klant heeft dit, verbind ze dan aan elkaar.
- Verzorg workshops die niet direct gerelateerd zijn aan het vak. Hier komen veel klanten op af. Klanttevredenheid wordt hoger (denk aan workshop over Twinfield workshop LinkedIn)
- Maak administratiemedewerkers ook relatiebeheerders
- Pyramide –Onderste balk zo efficiënt mogelijk invullen. Daarna dichterbij de klant staan/trusted advisor. Beter inzetten op personeel en ook afscheid durven nemen van personeel
- Beter leiderschap.

Aan het eind van de sessie vraagt Pyxis (de heer Hekelaar) om ervaringen van de medewerkers met bonusregelingen. De eerste reactie van de kantoren is niet positief. Een aantal deelnemers geeft aan dat dit op de lange termijn meer pijn oplevert dan dat het goed doet. Men heeft negatieve bij-effecten ervaren.

Een suggestie die wordt geopperd is per medewerkers op jaarbasis persoonlijke doelen opstellen de deelnemers bij het behalen van elk van deze doelen individueel met een x percentage per doelstelling belonen. De doelen verschillen per functie en per medewerker.