



e-book

Hoe accountants- en administratiekantoren meerwaarde voor ondernemers kunnen creëren

Inhoud

Inleiding	pag. 3
4 manieren om jezelf als accountant te onderscheiden	
1. Automatiseer je werk met de juiste software	pag. 4
2. Zet de juiste mensen op de juiste plek	pag. 4
3. Wees proactief richting je klanten	pag. 4
4. Stel waardecreatie centraal in je werk	pag. 5
Ben jij onderscheidend genoeg voor je klanten?	pag. 5
5 accountancytrends die je werk veranderen in 2022	
1. De uitdaging ligt in recruitment	pag. 6
2. De Robotic Assistant is in opkomst	pag. 6
3. Vooruitkijken wordt de norm	pag. 6
4. Het traditionele verdienmodel verdwijnt	pag. 7
5. Automatisering biedt nieuwe kansen tot samenwerking	pag. 7
Welke trends zijn belangrijk voor jouw bedrijf?	pag. 7
3 best practices voor accountants in 2022	
1. Maak je werk menselijker met automatisering	pag. 9
2. Creëer een win-winsituatie met forecasting	pag. 9
3. Maak prestaties meetbaar met benchmarking	pag. 9
Hoe speel jij in op ontwikkelingen in de markt?	pag. 9
In 5 stappen naar succesvol adviseurschap	
1. Werkvorm	pag. 10
2. Verdienmodel	pag. 10
3. Focus	pag. 10
4. Diensten	pag. 10
Wat wordt er in 2022 van de accountant verwacht?	pag. 11
Wat verwachten ondernemers van hun accountant?	
Woonondernemer Hilbert Wiechers: "Ik praat ook met mijn accountant over strategische kwesties"	pag. 13
Ruud Groeneveld van Ontwerpstudio Dunc: "De administratie van ons bedrijf is voorspelbaar"	pag. 14
Foodhandelaar Frank Verkleij: "Met zo weinig facturen per jaar, is mijn boekhouding erg summier."	pag. 15
Zo overtreft je de verwachtingen van je klanten	pag. 16



Inleiding

Ondernemers stellen steeds hogere eisen aan hun accountants- of administratiekantoor. Waar het enkele jaren geleden nog volstond om de administratie te controleren en een aantal keer per jaar het gesprek aan te gaan, wil de klant anno 2022 een accountant die actief meedenkt over de financiële koers van het bedrijf. Waardecreatie staat daarin centraal, maar hoe creëer je meerwaarde voor je klanten? En hoe onderscheid je jezelf op het gebied van automatisering, consultancy en communicatie?

Om deze vragen te beantwoorden, deed Visionplanner - onderdeel van de Visma Group - middels interviews en marktanalyses onderzoek naar de belangrijkste trends en ontwikkelingen voor accountants in 2022. Dit leidde tot enkele verrassende en fascinerende conclusies. In het ebook vind je hiervan het resultaat. Je ontdekt welke concrete stappen je kunt zetten om je dienstverlening te verbeteren en een win-win-situatie te creëren voor jezelf en je klanten.

4 manieren om jezelf als accountant te onderscheiden

Als accountants- of administratiekantoor wil je waarde creëren voor je klanten. Dat is een uitdaging, want we leven in een tijd waarin informatie vrij beschikbaar is en ondernemers over steeds meer tools beschikken om hun eigen boekhouding te doen.

Om jezelf als accountant te onderscheiden meer waarde te creëren, kun je de volgende stappen zetten:

1. Automatiseer je werk met de juiste software

De tijd van analoge mappen en dossiers ligt achter ons. Een goed accountants- of administratiekantoor werkt 100% digitaal. Dit bespaart tijd, energie en moeite. Ook levert het meer inzichten op in de administratie. Hierdoor kun je klanten beter adviseren over de financiële koers van hun bedrijf.

2. Zet de juiste mensen op de juiste plek

Accountancy is niet enkel cijferwerk, het is ook mensenwerk. Het is daarom belangrijk dat je de juiste mensen op de juiste plek zet. Een doordachte recruitmentstrategie is daarvoor essentieel. Bedenk vooraf welke competenties belangrijk zijn om je klanten te ondersteunen en pas je recruitment- en inwerktraject daarop aan. Op die manier vind je specialisten die goed zijn met cijfers én met mensen.

3. Wees proactief richting je klanten

Ondernemers willen niet enkel een accountants- of administratiekantoor die hun financiële administratie overziet. Ze willen een partner waarmee ze kunnen sparren, brainstormen en discussiëren. Een accountant krijgt daardoor steeds meer de rol van consultant. Je kunt in behoefte voorzien door je op te stellen als een volwaardig zakenpartner.

4. Stel waardecreatie centraal in je werk

Onder waardecreatie verstaan we het scheppen van waarde voor klanten, de eigen organisatie en andere betrokken partijen. Die waarde kent meerdere vormen. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van professionele en gebruiksvriendelijke dashboards, maar ook aan het bieden van proactief advies.



Ben jij onderscheidend genoeg voor je klanten?

Om je als accountants- of administratiekantoor te onderscheiden, is waardecreatie het sleutelwoord. Die waarde creëer je op diverse manieren. Denk daarbij aan het automatiseren van de financiële administratie, het rekruteren van de juiste professionals binnen je administratiekantoor en het bieden van proactieve en waardevermeerderende dienstverlening.

5 accountancytrends die je werk veranderen in 2022

De accountancymarkt is volop in beweging. Met de opkomst van automatisering en de steeds hogere verwachtingen van ondernemers, staat vernieuwing bij accountants- of administratiekantoren hoog op de agenda. Welke ontwikkelingen zijn belangrijk om als accountant op in te spelen? In dit artikel ontdek je 5 accountancytrends die je werk veranderen in 2022.

1. De uitdaging ligt in recruitment

Om onderscheidend te zijn voor potentiële en toekomstige werknemers, moet je actief investeren in je bedrijfscultuur en uitstralen wat jouw werkwijze zo bijzonder maakt. Hiermee trek je ambitieuze en getalenteerde accountants aan die écht het verschil willen maken.

2. De Robotic Assistant is in opkomst

In de financiële sector wordt digitalisering steeds belangrijker. De Robotic Assistant speelt hierin een belangrijke rol. Deze verricht geautomatiseerde controles en biedt de accountant waardevolle strategische inzichten. Hierdoor houden accountants- en administratiekantoren meer tijd over om klanten te adviseren.

3. Vooruitkijken wordt de norm

Als we de afgelopen jaren iets geleerd hebben, is het dat de wereld onvoorspelbaar is. In 2022 zien we daarom een kentering plaatsvinden. Accountants- en administratiekantoren kijken steeds meer naar de lange termijn en laten zich niet meer verrassen door onvoorziene ontwikkelingen. Dit is mede te danken aan de voorspellende waarde van digitale dataprofielen die dankzij automatisering beschikbaar zijn.

4. Het traditionele verdienmodel verdwijnt

accountants- en administratiekantoren kiezen steeds vaker voor een verdienmodel waarin ze met vaste pakketprijzen werken, in plaats van per uur betaald krijgen. De inkomsten worden hierdoor voorspelbaar en dat levert ook aan de klantzijde de nodige voordelen op.

5. Automatisering biedt nieuwe kansen tot samenwerking

Dankzij automatisering krijgen ondernemers steeds meer inzicht in hun administratie. Ze worden steeds handiger in het interpreteren van financiële cijfers en zijn daarvoor niet langer van jou afhankelijk. De accountant kan hierdoor meer tijd steken in financieel advies en ondersteuning.



Welke trends zijn belangrijk voor jouw bedrijf?

Wil je zelf graag inspelen op de nieuwste trends in de accountantssector? Neem je recruitmentstrategie dan goed onder de loep, zie automatisering als een kans in plaats van een noodzaak, kijk samen met je klant naar de lange termijn en stel jezelf de kritische vraag of je verdienmodel nog altijd houdbaar is.



3 best practices voor accountants in 2022

Wil je van meerwaarde blijven voor je klanten? Dan moet waardecreatie voorop staan in je werk. Voor veel accountants- en administratiekantoren betekent dit dat hun takenpakket moet worden uitgebreid. Automatisering, forecasting en benchmarking spelen daarin een steeds grotere rol.

1. Maak je werk menselijker met automatisering

Het klinkt wellicht paradoxaal, maar automatisering is de beste manier om je werk als accountant menselijker te maken. Dat komt omdat je dankzij automatisering meer tijd overhoudt om te doen waar je goed in bent: je klanten op betrouwbare en persoonlijke wijze adviseren over de financiële koers van hun bedrijf.

2. Creëer een win-winsituatie met forecasting

Een win-winsituatie creëren waar jij en je klant beiden van profiteren. Dat bereik je door te forecasten. Forecasting duidt op de financiële en fiscale planning van een organisatie en ondersteunt je bij het geven van fiscaal advies aan je klanten. Dankzij een forecast leren klanten hoe ze slimmer te bezuinigen, meer winst maken en de belastingdruk verlagen.

3. Maak prestaties meetbaar met benchmarking

Een benchmark wordt ook wel een prestatiemeting genoemd. Tijdens een benchmark maak je een financiële en boekhoudkundige vergelijking tussen verschillende bedrijven en industriënormen. Benchmarking is een goede manier om de positie van je klant ten opzichte van de markt te bekijken en te vergelijken. Op basis hiervan kan een concreet groeiplan worden gemaakt.

Hoe speel jij in op ontwikkelingen in de markt?

Automatisering, forecasting en benchmarking worden steeds belangrijk in het accountantsberoep. Je biedt hiermee een eigentijdse en vooruitstrevende dienstverlening waar jij en je klant beiden van profiteren.

In 5 stappen naar succesvol adviseurschap

Overstappen naar het 'accountant-adviseur-sparringpartner' model is voor accountantsbureaus een belangrijke stap. Het tilt je kantoor en je klanten naar een hoger niveau. Centraal daarin staan automatisering en service, en de mentaliteit waarmee je je klanten benadert. Belangrijke factoren zijn onder meer:

1. Werkvorm

Wil je je kantoor van binnenuit veranderen? Dan moet je hier een plan voor maken. Je kunt ook een apart label/merk of dochterbedrijf opstarten voor de nieuwe werkvorm.

2. Verdienmodel

Wordt het een abonnementsvorm, en zo ja, welke? Knip je diensten bijvoorbeeld op in kleinere stukjes om voorspelbaarheid te creëren. Veel kantoren bieden een basispakket met add-ons.

3. Focus

Waar leg je de focus; is dat een specifieke branche, een bepaalde dienst? Als je weet waar je voor staat en wat je doel is, wordt het makkelijker om dat effectief te communiceren.

4. Diensten

Denk na over wat je levert, waarom, wanneer en hoe vaak je dat levert en hoe je dit richting je klanten communiceert. Hoe transparanter je dienstverlening, hoe groter de klanttevredenheid.

Wat wordt er in 2022 van de accountant verwacht?

Met onderstaande concrete stappen toon je nadrukkelijk proactieve betrokkenheid richting je klant:

1. Maak regelmatig managementrapportages, actualiseer, analyseer en geef advies.
2. Plan proactief een adviesgesprek in, wacht niet op de ondernemer.
3. Signaleer ontwikkelingen en stuur tijdig bij met behulp van dashboarding.
4. Vergelijk cijfers van de ondernemer met cijfers uit de sector middels een benchmark.
5. Werk begrotingen en scenario's uit en biedt op eigen initiatief een oplossing aan.



Wat verwachten ondernemers van hun accountant?

De wereld van accountancy verandert. Er komt steeds meer nadruk te liggen op het menselijke aspect van het werk. Ondernemers willen een accountant die met hen brainstormt, deelneemt aan sparringssessies en openstaat voor inspirerende gesprekken. Maar tegelijkertijd wil de ondernemer uren besparen. Dankzij automatisering is er minder contact nodig, maar het contact dat er is, dient waarde toe te voegen.



Deze veranderingen vragen van een accountantsbureau het nodige aanpassingsvermogen. En daar is zelfreflectie voor nodig. Wat kun je doen om in de behoeften van je klanten te blijven voorzien? En hoe help je hen het beste uit hun bedrijf te halen? Om deze vragen te beantwoorden, gingen we in gesprek met drie ondernemers en vroegen we hen wat zij van hun accountant verwachten. De antwoorden bleken veelzijdig, maar benadrukten elk de trends waarover je in dit e-book kunt lezen.

Zo blijkt er vanuit de geïnterviewde ondernemers een sterke behoefte aan proactief advies over automatisering en over hun financiële koers in het algemeen. Ook verlangen ondernemers naar transparantie over de accountantskosten.

Woonondernemer Hilbert Wiechers:

Hilbert Wiechers is een ervaren ondernemer in de woonbranche. Samen met zijn vrouw Connie runt hij al meer dan dertig jaar de woonwinkel Wiechers Wonen. Het familiebedrijf richt zich op het midden en hoge segment en heeft vestigingen in Ommen en Dwingeloo. Ondanks corona draaide het bedrijf de laatste jaren een recordomzet.

Met meer dan twintig werknemers en een succesvolle zaak, is een piekfijne administratie daarom onmisbaar.

“Als meubelzaak leveren we diensten in de vorm van ideeën en creativiteit,” aldus Wiechers. “De kunst is zoveel mogelijk klantwaarde te creëren tegen minimale kosten. Om dit te bereiken, focussen wij ons op wooninspiratie, het uitkomen van de woondroom en het creëren van gastblijheid.”

“Ik praat ook met mijn accountant over strategische kwesties”

- Hilbert Wiechers

Wiechers is erg tevreden over zijn accountant, maar herkent zich in de pijnpunten die ondernemers ervaren op accountancygebied. Hij werkt zelf al jaren met een extern administratiekantoor en heeft zo’n twintig maal per jaar contact met hen. Meestal telefonisch. “Zodra je opbelt, begint de meter te lopen, dus ik heb vooral contact over belangrijke zaken.”

De familie Wiechers weet waarvoor ze betalen en verwacht meer van hun accountant dan enkel het controleren van de financiële administratie. “Ik bespreek niet enkel de jaarcijfers, maar praat ook met mijn accountant over strategische en operationele kwesties,” aldus Wiechers.

Wanneer we vragen wat zijn accountant beter kan doen, antwoordt Wiechers: “Hij mag best wat kritischer zijn op zijn arbeidsuren. Een aanzienlijk deel van mijn kosten zit in het pand, het personeel en de administratie. Met proactief advies op het gebied van automatisering kan mogelijk veel tijd worden bespaard.”

Ruud Groeneveld van Ontwerpstudio Dunc:

Ruud Groeneveld is eigenaar van een bedrijf dat elektronicabehuizingen ontwikkelt voor de b2b-sector. Zijn bedrijf telt twaalf werknemers en draait al jaren een stabiele en gezonde omzet. “Ons bedrijf maakt geen wilde sprongen. De administratie is daardoor voorspelbaar.”

Groeneveld werkt al vijftien jaar lang met dezelfde accountant. “Er is niet veel onderling contact nodig. Dat is te danken aan de voorspelbaarheid van onze cijfers, maar ook aan de toenemende automatisering. Hierdoor kunnen we steeds meer zelf. Dankzij dashboards hebben we inzicht in onze administratie en sturen we daar zelfstandig op bij.”

“De administratie van ons bedrijf is voorspelbaar”

- Ruud Groeneveld

Het inhoudelijke contact met het administratiekantoor vindt slechts eenmaal per kwartaal plaats. Dan worden de belangrijkste cijfers doorgenomen. Overige contactmomenten gaan via de mail of telefoon en zijn vooral praktisch en functioneel.

“Onze accountant werkt uurtje-factuurtje, maar omdat ons bedrijf een stabiele koers vaart, is dat voor ons prima. De prijs wordt op nacalculatie berekend en is elk jaar nagenoeg hetzelfde.”

Hoewel het contact met zijn administratiebureau naar tevredenheid is, zou Groeneveld een proactievere houding vanuit het administratiebureau waarderen.

“Onze boekhouder is enorm goed in wat hij doet, maar komt niet uit zichzelf met advies over trends en ontwikkelingen op belastingtechnisch gebied. Dat zou voor ons wel prettig zijn.”

Foodhandelaar Frank Verkleij:

Frank Verkleij doet met zijn eenmanszaak JustCandy goede zaken in met name Zuid-Korea. Hij verscheept containers vol snoep naar Azië, waar zijn producten erg in trek zijn. In deze handel gaan riant bedragen om. Het gemiddelde bedrag per order ligt behoorlijk hoog en de jaaromzet is aanzienlijk. “De ambitie is dit de komende jaren uit te bouwen tot zeker het dubbele van nu. Dat moet mogelijk zijn,” aldus Verkleij.

Met een beperkt aantal facturen per jaar, is de boekhouding van het bedrijf heel summier. Omdat de omzet zo hoog is en het om een besloten vennootschap gaat, is de hulp van een accountant echter onmisbaar.

De contactmomenten met de accountant zijn gering. Verkleij doet zijn boekhouding grotendeels zelf en de accountant heeft vooral een controlerende functie.

“Met zo weinig facturen per jaar, is mijn boekhouding erg summier.”

- Frank Verkleij

“We spreken elkaar elk kwartaal over de kwartaalafsluiting en zien elkaar jaarlijks met het opstellen van de jaarrekening. Tussentijds kan ik bij mijn accountant terecht voor fiscale of boekhoudkundige vragen.” Dit contact bevalt volgens Verkleij prima.

“Het contact is laagdrempelig en verloopt vaak via WhatsApp. Die toegankelijkheid, daar houd ik van.” De accountant is proactief ingesteld en stimuleert Verkleij actief om te automatiseren. “Dat zorgt soms voor onwil vanuit mijn kant. Mensen houden nu eenmaal niet van veranderingen. Maar achteraf ben ik altijd blij dat mijn accountant met dit soort ideeën komt. Ik ervaar oprechte betrokkenheid en interesse en voel me absoluut geen nummertje.”

Ook vakinhoudelijk is Verkleij erg tevreden over het werk van zijn accountant. Over de prijs heeft hij soms wat twijfels. Zijn accountantsbureau werkt met een vaste pakketprijs, maar die is relatief hoog.

“Ik vraag me weleens af of mijn pakket nog wel de juiste is. Mijn administratie is, met relatief weinig in- en verkoopfacturen per jaar, echt ‘jip-en-janneke’. Het zou fijn zijn als mijn accountant kritisch naar die prijsafspraken kijkt.”

Zo overtreft je de verwachtingen van je klanten

De geïnterviewde ondernemers verlangen elk naar duidelijkheid en assertiviteit. Naar een luisterend oor. Naar iemand die kritisch durft te zijn op zichzelf en hun dienstverlening. Daarin staan Wiechers, Groeneveld en Verkleij niet alleen. Ook jouw klanten voelen deze behoefte.

Dit sluit aan bij het marktonderzoek dat we verrichten. Daaruit blijkt dat een proactieve houding vanuit de accountant steeds belangrijker wordt. Wees dus niet bang om concrete stappen te zetten. Verander je verdienmodel, zodat je klanten zich welkom voelen en weten waar ze aan toe zijn. Maak gebruik van automatisering, forecasting en benchmarking om optimaal inzicht te bieden in hun administratie. Plan brainstormen in om de inzichten die daaruit voortkomen, te bespreken.



Laat zien dat je betrokken bent, dat je meedenkt over de wereld van morgen. Bewijs dat accountancy niet slechts om cijfers draait, maar vooral en bovenal om mensenwerk. En last but not least: laat zien dat het creëren van meer waarde centraal staat in alles wat je doet. Alleen zo kun je de verwachtingen van je klanten daadwerkelijk overtreffen.

