

Transformatie mkb-accountant: van rapporteur tot ziener

Met behulp van digitalisering voorspelt de mkb-accountant steeds vaker de toekomst voor klanten. Administratie, aangiften, samenstel en fiscaal werk vormen daarbij een hygiënefactor. Twee kantoren vertellen hoe zij de omslag maakten.

Henk Vlaming

"De impact van de toenemende digitalisering begreep ik al in 2010", zegt Gregor Kruijssen, partner van accountantskantoor New Vision Groep, dat zich op zijn kantoor in Culemborg toelegt op de *automotive* sector. Het kantoor bouwde in 2014 een eigen rapportagetool - Data Reports - dat toekomstige prestaties van ondernemers in de *automotive* prognosticeert op basis van historie, begroting en actuele cijfers. "De traditionele accountant staat hoog op de lijst van beroepen die verdwijnen. Er kwam steeds meer ondersteunende software beschikbaar. We moesten meer gaan bieden dan administreren, samenstellen, fiscale dienstverlening en controleren. Dan is de vraag hoe je daarmee wil omgaan als accountant", aldus Kruijssen.

Ook het accountantskantoor WEA Zuidwest, opererend vanuit Zeeland, zag de markt veranderen onder invloed van automatisering. Het kantoor ontwikkelde met 'Joost' een eigen tool dat klanten een vooruitblik biedt in prestaties. Deze tool is voortaan het gezicht in de markt van WEA Zuidwest. "Tien jaar geleden zagen we de markt veranderen door automatisering", zegt Arjo Schroevers van WEA Zuidwest. "Bankkoppelingen, scannen, we automatiseerden alles wat mogelijk was. Daardoor gingen we efficiënter werken, maar tegelijkertijd holden we onze omzet uit. Dat zette ons voor de uitdaging om meer te bieden, zonder dat we duurder zouden worden en ook zonder omzet weg te geven."

Geen panklare oplossing

Een panklare oplossing voor de veranderende markt was er niet. "Daar heb ik samen met mijn collega Robbin Borst een plan de campagne voor opgesteld", zegt Kruijssen. "Digitaliseren was een tussenstap, de ondernemer vroeg ernaar. De kunst was om de vinger continu aan de pols van je klant te houden, in plaats van ons te beperken tot de maandelijkse afsluiting. Hoe intensiever het contact met je klant, hoe meer data je krijgt over omzet en kosten. Hierdoor krijg je informatie op basis waarvan je een *forecast* kunt geven.

'Hoe intensiever het contact met je klant, hoe meer data je krijgt over omzet en kosten.'

Voortdurend pas je deze *forecast* aan, omdat er elke dag nieuwe actuele data komen. Alleen was de technologie negen jaar geleden nog niet zo ver om die branchegericht geautomatiseerd toe te passen. Daarom bouwden wij zelf de rapportagetool die aansluit bij de informatiebehoefte in de *automotive*."

WEA Zuidwest kwam tot dezelfde conclusie: een groeiende vraag van ondernemers naar actuele rapportages. "Veel van onze klanten zaten in de webhandel, ze hadden meerdere vestigingen en filialen en wilden weten wanneer en wat ze konden investeren in verhouding tot hun verwachte resultaten. Met behulp van Excel konden we dit vertalen in toekomstscenario's", aldus Schroevers. "Maar we wilden hierover interactief communiceren met een klant en ons niet beperken tot een plat document vol data. Er was echter geen technologie in de markt waarmee we dit online konden realiseren. Daarom zijn we een toepassing gaan ontwikkelen in eigen beheer."

In huis

Het ontwikkelen van nieuwe dienstverlening vraagt veel denkkracht en bouwkunde. New Vision Groep deed alles in eigen huis. "Het was vooral een investering in tijd die je niet hebt", zegt Kruijssen. "Deskresearch, heel veel artikelen lezen, uitpluizen wat de betekenis is van de informatie, het is arbeidsintensief en kost veel energie. Opbrengsten zijn er niet, zeker niet in het begin. Robbin en ik werkten er daarom vooral 's avonds en in het weekend aan. Het had echt onze interesse, noem het een hobby. De vraag is waar je uiteindelijk staat als accountant. Die vraag moet je ook stellen aan je klanten, want voor hen ben je bezig."

De grootste hobbel in deze omslag wordt gevormd door de mensen om je heen die moeite hebben met veranderen, stelt Kruijssen. "Zo'n vaart zal het niet lopen, is vaak de houding. Verkooppraatjes van techneuten. Waarom iets wegdoen dat nog prima werkt, weer leren werken op nieuwe pakketten? Om iets in beweging te krijgen moet je praten, argumenteren en overtuigen. Alle kantoren ervaren dat adviseren meer toegevoegde waarde biedt dan het invullen van informatie. Ga je de discussie hierover uit de weg, dan zouden we nu nog op de doorschrijfplaat werken."

'Ga je de discussie hierover uit de weg, dan zouden we nu nog op de doorschrijfplaat werken.'

Ook WEA Zuidwest merkte dat niet iedereen mee wilde naar geautomatiseerde forecasts. "Onze rapportagetool is eigenlijk vooral een visie op de accountancy", zegt Schroevers. "Informatie toepassen is bedoeld om de klant beter te laten presteren. Het inzicht in geldstromen is voor ondernemers cruciaal voor hun dagelijkse bedrijfsvoering. Verwerken van de financiële administratie dient in de eerste plaats het maken van prognoses."

Voor deze manier van denken moet je openstaan, benadrukt hij. "In dit opzicht staan alle neuzen bij ons dezelfde kant op, met inbegrip van de partners. De andere, traditionele visie op de accountancy is dat boeken bedoeld is voor de btw-aangifte en het samenstellen van de jaarrekening. Medewerkers die de voorkeur geven aan deze kijk op de accountancy werken hier niet meer. Die hebben in de loop van de jaren andere keuzes gemaakt."

Efficiënter

Focus op forecasts voor klanten verschuift de werkzaamheden in een accountantskantoor, zo ervaart WEA Zuidwest. "Onze benadering van de markt is efficiënter dan die van de traditionele accountancy", zegt Pieter Jan Bevelander, die nauw betrokken is bij de ontwikkeling van 'Joost'. "We verzamelen continu klantdata, daardoor zijn dossiers altijd op orde. De crediteuren- en debiteurenlijsten zijn altijd geactualiseerd en gecontroleerd, ook al is de mkb-ondernemer niet controleplichtig."

Toolkit aanpassing aan de digitalisering

- Breng de informatiebehoefte van de klant in kaart.
- Maak je dienstverlening aaibaar, zonder drempels voor je klant. Druk op de knop = inzicht in de informatie.
- Bied meer dan financiële informatie alleen. Bied ook strategische informatie over bijvoorbeeld pricing, klantpotentieel en marktvolumes.
- Zorg dat een of meer personen op kantoor de kar van de omslag willen trekken.
- Wees zeker van intern commitment voor investeringen en inzet.
- Ken benodigde en beschikbare technologieën en weet hoe je ze moet toepassen.
- Pas je businessmodel aan. Bied andere dienstverlening met andere tarieven.
- Maak de verandering tastbaar voor de klant. Kostenbesparing verleidt meer dan extra informatie.
- Budgetteer scherp. Innoveren kan ook mislukken.

Ondanks de vraag naar actuele financiële informatie hapt de klant niet onmiddellijk toe. "Op een kristallen bol zitten ze aanvankelijk niet te wachten, want die kost geld", zegt Kruijssen. "De automotive heeft smalle marges, overal is al op bezuinigd. Ook op de accountant. Vroeger kwamen we elke maand langs om de cijfers door te nemen, daarna elk kwartaal en op het laatst nog maar een keer per jaar. De administratie doen ze zelf. Voor managementrapportages is financieel nauwelijks ruimte."

New Vision Groep biedt "administratie op afstand", zo stelt Kruijssen. "Ons businessmodel hebben we aangepast. We brengen geen uren meer in rekening, maar abonnementen op basis van verwerkte facturen en bankafschriften. Dat levert de ondernemer aantoonbaar een besparing op in administratieve verwerking. Aangiften en samenstel zijn inbegrepen, waarmee de ondernemer voldoet aan zijn wettelijke verplichtingen."

De extra waarde zit volgens hem in de managementrapportage die de ondernemer "met één blik op de smartphone of tablet" vertelt of hij bijvoorbeeld onder of boven de begroting zit. "Er is inzicht in de verkoop van nieuwe en gebruikte auto's en omzet uit aftersales, zodat klanten precies zien waar prestaties afwijkingen vertonen. Daar voegen we niet-financiële informatie aan toe, bijvoorbeeld aantallen verkopen van auto's en diverse urenspecificaties van de werkplaats. Deze service zit verdisconteerd in de abonnementsprijs, de klant krijgt het er gewoon bij."

Andere klantcontacten

Geautomatiseerde forecasts leiden tot andere klantcontacten, stelt Kruijssen. "Sparren met klanten gebeurt gericht. Het gaat niet meer over prestaties uit het verleden, maar over het beïnvloeden van toekomstige resultaten. Er zijn zoveel inzichten dat we altijd wel iets hebben om over te praten."

"We halen er veel adviesopdrachten uit", zegt ook Jan Pieter Bevelander. "Vroeger was de verhouding van ons werk zeventig procent administratie, twintig procent samenstel en tien procent overig. Nu is die verhouding 30-30-40. Zonder deze verschuiving zou de klant onze tarieven op den duur niet meer accepteren."

'Continue contactmomenten in plaats van een of twee per jaar'

"Momenteel bedienen de meeste kantoren de markt prima. Maar de gangbare dienstverlening van administratie, aangifte en samenstel gaat geen tien jaar meer mee. De kennisvoorsprong die het verdienmodel vormt in de accountancy, verdwijnt onder invloed van de digitalisering. Dit kan nog sneller gaan dan we nu denken", stelt Jan Rijken, vice-voorzitter van de Commissie MKB van de NBA. "De accountant van de toekomst zal de klant meer bij de hand moeten nemen. In de toekomst gaat het om continue contactmomenten in plaats van die een of twee contactmomenten per jaar. We willen kantoren helpen die deze omslag nog niet zo scherp zien, of die nadenken over de omslag die zij moeten maken. Er is tijd om je aan te passen. Maar veranderen kost veel tijd, daarom kun je beter beginnen als het goed gaat."

De grote omslag is geweest, maar de doorontwikkeling van de dienstverlening voltrekt zich traag, meent Bevelander. "De transitie naar zeventig procent advieswerk zal nog jaren op zich laten wachten. Nog steeds vraagt administratie veel handwerk. De klant die vroeger slecht aanleverde, levert nog steeds slecht aan. We kunnen niet zonder, want we hebben de data nodig."

'De transitie naar zeventig procent advieswerk zal nog jaren op zich laten wachten.'

De volgende omslag vraagt wederom een enorme investering en aanpassing van de accountancy, weet Kruijssen. "De volgende uitdaging is die van de data-analyse. Die gaat over veel meer dan financiële informatie, zoals regionale dekking van de markt. Er is veel mogelijk, maar het mkb is low budget en we moeten de consultantskosten laag houden. Dat betekent dat je als accountantskantoor opnieuw moet voorfinancieren. Dat moet je niet alleen kunnen, je moet het ook willen."

Deel dit artikel

f in  

[Henk Vlaming is journalist.](#)

GERELATEERD



MKB | 29 juli 2021

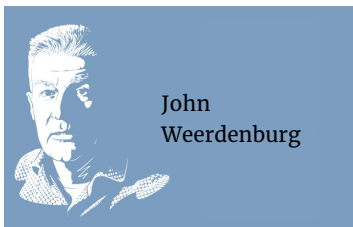
De Digitale Accountant: kansen en uitdagingen met informatietechnologie

Digitalisering en automatisering zijn twee, vaak hand in hand gaande, ontwikkelingen met een ongekeerde maatschappelijke impact. Zo ook voor de beroepspraktijk van... →

MKB | 24 maart 2020

Mkb-accountants in coronatijd: omvallende klanten, werken op afstand en zorgen over betaling

Accountantskantoren staan ondernemers met man en macht bij in de coronacrisis, vanuit aangepaste werkplekken en met geïmproviseerde werkprocessen. Ze moeten tegelijk... →



John
Weerdenburg

DISCUSSIE | Column | 07 februari 2020

Struikel niet over het periodiek verrekenbeding

Veel financiële dienstverleners kijken met een scheve blik naar de mkb-accountant. Hij of zij is immers de vertrouwenspersoon voor de ondernemer, vanwege zijn uitgebreide... →



OPINIE | 21 augustus 2019

'Jip en Janneke' gaan op wereldreis

Het verhaal gaat dat toen de Belgische minister verantwoordelijk voor het accountantsdossier werd geconfronteerd met de controlestandaarden van de IAASB, hij aangaf... →



NIEUWS | 03 mei 2019

NEMACC-symposium: Een kleine entiteit controleren zonder dikke boeken

Pack PE-KE is een nieuw softwaresysteem voor de controle van jaarrekeningen van kleinere ondernemingen. NEMACC introduceerde het tijdens een symposium en droeg het... →
