

# Marjan Heemskerk

Een goede relatie tussen accountant en klant is en zal altijd een spanningsveld blijven, betoogt Marjan Heemskerk.

DISCUSSIE | Column | 25 oktober 2021

## De overschatting van een goede klantrelatie

"We doen dat zo, want dat wil de klant graag. En de klant tevreden houden is belangrijk." Klinkt bekend, niet? Af en toe maakt een accountant keuzes om de klantrelatie goed te houden. Maar vindt de klant dat wel altijd zo belangrijk? Zit een klant daarop te wachten? Of heeft een klant meer aan een onafhankelijke en efficiënte controle? Kun je daar een onderscheid in maken tussen mkb- en niet-mkb klanten?

### Spanningsveld

Een goede relatie tussen een accountant en een klant is en zal altijd een spanningsveld blijven. Aan de ene kant wil je als accountant onafhankelijk zijn, maar aan de andere kant wil je de klant tevreden houden en er een goede samenwerking aan overhouden. Hoe langer die samenwerking voortduurt, hoe beter de accountant en de klant op elkaar ingespeeld raken. Maar ook: hoe beter de onderlinge verhoudingen zijn, hoe meer de klant zich openstelt voor de accountant en de accountant makkelijker en sneller van de benodigde informatie zal voorzien.

De accountant heeft daarnaast meer klantkennis, die vervolgens ingezet kan worden voor een efficiëntere audit, ook wel de *knowledge spillover* genoemd. Althans, dat is de wetenschappelijke consensus.

Maar hoe zit dat vanuit het klantperspectief? Zit die altijd wel te wachten op een goede en langdurige relatie met de accountant? Volgens Fontaine en Pilot (2012) niet per se. Een klant voelt namelijk ook heel goed aan wanneer een samenwerking te lang duurt en wanneer de onafhankelijkheid van hun accountant in het geding komt. Met name in het mkb-segment, waar je door het ontbreken van een verplichte roulatie een hele langdurige relatie met klant kunt hebben. Zeker daar is het belangrijk om, zowel als accountant en als klant, kritisch te blijven op de onderlinge relatie.

### Relationele versus transactionele relatie

Vanuit de *relationship* marketing literatuur worden grofweg twee soorten relaties onderscheiden. Relaties tussen accountant en klant zijn ofwel relationeel ofwel transactioneel. Een relationele samenwerking is gebaseerd op samenwerken, communicatie en vertrouwen. Een dergelijke relatie is vaak een *ongoing* proces. De transactionele relatie aan de andere kant is dan weer gebaseerd op een stukje competitie en eigenbelang. Dit resulteert dan in een meer zakelijke relatie (het bekende *at arm's length*).

Een accountant-klant relatie wordt extra ingewikkeld gemaakt omdat deze eigenlijk niet past in het standaard stramien van een koper-verkoper relatie. Door het toevoegen van een derde partij, het maatschappelijk verkeer, terwijl de klant de accountant kiest en betaalt, wordt deze relatie een stuk complexer dan in de literatuur beschreven is. Ook voor deze derde partij willen zowel de klant als de accountant hun onafhankelijkheid behouden. Samen op het terras kunnen zitten is natuurlijk leuk, maar er moet wel een balans zijn vanuit beide kanten.

## **Andere werkzaamheden, andere relatie**

Daar komt nog een volgend aspect bij: het soort werkzaamheden dat een accountant uitvoert. Op het moment dat het gaat om een controle, zal de klant dit veelal zien als een *commodity*. Een klant verwacht hierbij weinig toegevoegde waarde en wil gewoon een soepele controle voor een zo redelijk mogelijke *fee*. Juist ten aanzien van dit soort werkzaamheden verwacht een klant een transactionele relatie en zit niet zozeer te wachten op een gezellig gesprek met de accountant. Dat komt pas op het moment dat de klant op zoek is naar overige dienstverlening, bijvoorbeeld adviesdiensten. Wanneer het gaat om meer complexe, niet-standaard werkzaamheden, heeft een klant meer behoefte aan een relationele relatie.

Iets wat je vanuit de praktijk waarschijnlijk wel herkent. Het uitvoeren van de controlewerkzaamheden verloopt volgens een vast stramien en zowel de klant als het team willen dit zo efficiënt mogelijk laten verlopen. Als er dan bijzonderheden spelen, waar de klant het advies van de accountant bij nodig heeft, zal die er de tijd voor nemen. Extra uitleg geven en meer open staan in de accountant-klant relatie. Hierbij geldt natuurlijk wel dat er altijd sprake moet zijn van een goede controle. Een goede klantrelatie maakt een slechte controle nog niet goed. Goed uitgevoerde werkzaamheden zijn daarbij het startpunt van een goede accountant-klantrelatie.

Klanten tevreden houden en de klantrelatie goed houden: het gaat dus niet alleen om het uitvoeren van een goede controle, het verstrekken van die verklaring tegen een zo gunstig mogelijke *fee*. Klanten willen ook een relatie die past bij de werkzaamheden; controle- of juist adviesdiensten. Zonder daarbij de onafhankelijkheid uit het oog te verliezen natuurlijk.

*Bron: Fontaine, R., & Pilote, C. (2012). Clients' Preferred Relationship Approach with their Financial Statement Auditor. Current Issues in Auditing, 6(1), 1-6.*

**Marjan Heemskerk is registeraccountant. Sinds 2016 blogt en vlogt ze als The Happy Financial over persoonlijke financiën en bespreekt thema's voor ondernemers in het mkb. Eerder werkte ze bij PwC, BDO en Witlox Van den Boomen.**