

Cfo, kom eens tot de kern!

Wanneer topbestuurders omslachtige taal gebruiken bij het geven van vitale informatie aan beleggers kost dit bedrijven geld. Hoe begrijpelijker het verhaal, des te hoger het rendement.

Alain Mulder

De boodschap kan niet compact genoeg zijn, blijkt uit onderzoek van de Japanse bank Nomura. Die les geldt ook voor accountants. Een finance professional die omslachtig praat, zit in de problemen; hoelang kan je dan nog mee in dit vak?

Bij de grootste bedrijven worden cfo's omringd door hele legers aan communicatie-experts die presentaties tot in de puntjes voorbereiden. Maar zodra de *chief financial officer* zelf zijn of haar mond opentrekt, is het beïnvloeden gedaan en komt het aan op de communicatie-skills van deze cfo. En dat valt niet altijd mee. Te vaak woon ik lezingen bij, waarbij ik me moet inhouden om niet à la Maxim Hartman heel hard 'Mand!' te roepen. "Kom eens tot de kern; wat wil je eigenlijk zeggen?"

Accountants zijn per definitie risicomijdend

Dat vooral accountants vaak moeite hebben om kort en bondig uit te leggen wat er speelt, is geen verrassing. Laten we wel wezen: accountants mijden per definitie risico's. Ze worden geacht een ander zoveel mogelijk informatie te geven, zodat die persoon in staat is de juiste besluiten te nemen voor zijn of haar organisatie. Je herkent accountants vaak aan hun e-mails: hele lappen tekst. Zinloos. Leidinggevend van grote bedrijven reageren meestal met maar een paar woorden: "Ja" of "Ja, is goed." Meer niet.

Vaagheid gevaarlijker dan durf

Volgens onderzoek stoppen de meeste mensen al na vijf regels met lezen. Dat moet je wel weten als finance professional. Jij moet de directie adviseren en uitleggen welke kant het bedrijf op moet. Dat betekent overtuigen en snel ook. Zorg dat je een kant en klaar verhaal hebt, weet wat je wil vertellen, maar wees niet bang voor een eigen mening. Durf!

Omslachtige en vage communicatie kan gevaarlijker zijn dan je eigen mening geven. Daarmee verhoog je alleen de kans dat de beurswaarde van het bedrijf afneemt. Ken je de klassieker nog waarin de toenmalige directeur van Blokker aan de NOS probeert uit te leggen waar zijn bedrijf mee bezig was? Die arme man had geleerd dat je altijd bij je eigen boodschap moet blijven. Dat deed hij. En hoe.

Veel te zweverig die soft skills?

Ik hoor sommige lezers nu al denken: "Ik hoor alleen maar soft skills, veel te zweverig voor mij." Dat zal best. Maar toevallig vormen juist deze skills wel de toekomst van ons vak: als je hier geen gevoel voor hebt, kan dat best problematisch zijn. De tijd dat je als accountant vooral de jaarrekening opmaakte, is allang voorbij. Dat werk is grotendeels geautomatiseerd. Er ligt een steeds grotere rol weggelegd in het publiekelijk adviseren. Dat staat bijna synoniem aan communiceren. Neem Adyen-ceo Peter van der Does, een meesterlijke communicator die zo helder mogelijk blijft als hij spreekt. Hij is nog authentiek ook, met z'n vijftien jaar oude Volvo en de cv-ketel die hij het liefst zelf repareert.

De boodschap van Bezos

Maar laten we ons vak ook niet moeilijker maken dan het is. Jeff Bezos van Amazon werd ooit gevraagd of hij aan slapen toekomt, in zijn functie met al die enorme financiële belangen. Waarop hij zei prima te slapen, zeker acht uur per dag. En dat hij verhalen van collega *decison makers* maar onzin vond. "Je hoeft echt geen duizenden beslissingen op een dag te nemen. Eigenlijk gaat het er als executive om dat je dagelijks maar een paar hele belangrijke beslissingen neemt. *That's it.*" Hoezo tot de kern?

Deel dit artikel

f in  

Alain Mulder is senior director Europe Operations bij IMA, de wereldwijde vereniging van finance professionals. Hij houdt zich bezig met de Europese

groei van het Certified Management Accountant-studieprogramma, waarin data en breed bedrijfsadvies centraal staan.