

INTRODUCTIE

WORD JIJ EEN WAARDEREGISSEUR?

Voordat je aan dit boek begint, willen wij je vragen om eerst te bepalen of dit boek voor jou de moeite waard is om te lezen. Beantwoord daartoe de volgende vragen met 'ja' of 'nee'.

Wil jij je klant helpen bij:

Vraag	Ja	Nee
Het geven van managementinformatie?		
Resultaatverbetering op de korte termijn?		
Het berekenen van de kostprijs?		
Het beperken van het ondernemersrisico?		
Focus, grip, sturing, rust en doelrealisatie?		

Wil jij als accountant persoonlijk:

Vraag	Ja	Nee
De <i>trusted advisor</i> zijn voor jouw klanten?		
Meer bedrijfseconomisch – financieel – strategisch adviseren?		
Meer proactief adviseren in plaats van reactief?		
Een hogere omzet met minder klanten?		
Onderscheidend zijn in de markt?		
Beschikken over een eenduidige gestructureerde adviesmethode?		

Als je meerdere van bovenstaande vragen met ‘ja’ hebt beantwoord, dan is dit boek de moeite waard om te lezen en zul je er in de praktijk veel voordeel aan hebben.

Autorijden zonder achteruitkijkspiegel

Nu je besloten hebt om dit boek te gaan lezen, nodigen wij je graag uit om bij ons in te stappen voor een rit naar de toekomst van het accountants vak – een rit in een virtuele auto zonder achteruitkijkspiegel, maar met een heel grote voorruit en met een bagageruimte boordevol ervaring met valkuilen, successen, hoge pieken en diepe dalen.

Wij zijn tijdens deze rit naar de toekomst jouw chauffeurs: Luuk Haegens en Lau Haegens, respectievelijk organisatieadviseur en accountant, samen goed voor ruim zestig jaar ervaring. Tijdens deze rit halen we aannemer Jan, chef-kok Judith en Tanja en Ruud van

accountantskantoor Verduin en Overdijk op. Zij zijn de hoofdrolspelers in drie verhalen die we in kaders in dit boek vertellen.

Wees gerust, tijdens deze rit zullen we op tijd stoppen om de benen te strekken, een frisse neus te halen en te wisselen van chauffeur. Onze medepassagiers zullen om beurten een stuk rijden naar hun bestemming en bij de laatste bestemming mag jij het stuur overnemen en verder rijden naar jouw toekomst. Wij zijn er slechts als co-chauffeur om je de weg te wijzen.

Als lezer zul je denken: waarom is er gekozen voor deze auto? Waarom heeft onze auto geen achteruitkijkspiegel? We willen tijdens deze rit zo veel mogelijk zien van alles wat voor ons ligt en niet afgeleid worden door dat wat achter ons ligt. We willen focussen op onze eindbestemming, de toekomst.

Ook wij als accountants zullen moeten nadenken over onze rit naar de toekomst. We moeten alert zijn op alles wat er om ons heen gebeurt, om tijdig te remmen en de juiste weg naar de toekomst in te slaan. Op de weg rondom en achter ons is het enorm druk, dit leidt de aandacht af van wat er voor ons gebeurt. Vaak is het zo druk en gebeurt er zoveel dat we gemakkelijk de verkeerde afslag nemen.

Denk maar eens aan de huidige ontwikkelingen. De moderne wereld brengt digitale uitdagingen mee, waaronder omgaan met kunstmatige intelligentie en de mogelijkheid van computers om mensachtige vaardigheden te vertonen. Sommige van deze technologieën bestaan al meer dan vijftig jaar, maar de vooruitgang in rekenkracht, de beschikbaarheid van een enorme hoeveelheid data en nieuwe algoritmes hebben de laatste jaren tot belangrijke doorbraken geleid. En deze ontwikkelingen zullen niet ongemerkt aan onze beroepsgroep voorbijgaan. De automatisering van financiële systemen is een

onomkeerbare trend, die de afgelopen jaren in een stroomversnelling is gekomen. Het gebeurt in het klein bij bedrijven die gebruikmaken van slimme online-boekhoudpakketten; facturen worden elektronisch gefactureerd via UBL of worden gescand en automatisch verwerkt. Het gebeurt in het groot bij banken en verzekeraars, waar zelfs complexe dienstverlening als hypotheekverstrekking wordt geautomatiseerd. Alle (grote) financiële dienstverleners voeren al jarenlang reorganisaties door waarbij aan de lopende band mensen worden ontslagen; hun werkzaamheden worden overgenomen door computers. Het is naïef om te denken dat wij als accountants en onze medewerkers de dans zullen ontspringen.

Wat is straks ons bestaansrecht in de accountancy? Hoe ga jij je kantoor toekomstbestendig maken? De toekomst lijkt onzeker, maar er zijn gelukkig voldoende mogelijkheden om je kwaliteiten te blijven inzetten op een manier die lucratief en uitdagend is voor jou en aantrekkelijk is voor de klant. Hierbij denken we bijvoorbeeld naast de controle aan werkzaamheden als data-analist of waarderegisseur. De oplossing waar wij met dit boek op ingaan, is die van waarderegisseur

DE ACCOUNTANT ALS WAARDEREGISSEUR

De waarderegisseur is een betrokken en vertrouwde adviseur die ondernemers met raad en daad bijstaat. Hij zorgt voor waardevolle inzichten, rust, grip, focus en een structureel hogere winst op de korte termijn en meer ondernemingswaarde op de langere termijn. Een waarderegisseur heeft oog voor de toekomst van de onderneming, is kritisch, denkt mee en inspireert. De waarderegisseur kent zijn kwaliteiten, maar durft zich ook kwetsbaar op te stellen. De waarde-

regisseur luistert en daar waar nodig beschikt hij over een netwerk van externe experts waarop zijn klant en hij kunnen bouwen.

Wil jij ook zo'n waarderegisseur worden? Dan wordt dit jouw rit naar de toekomst.

VOORWOORD

GOOI HET STUUR OM

De directeur van de groothandel die zijn laatste reserves gebruikt om een nieuwe auto te kopen, de timmerman die een veel te laag uur-tarief vraagt, de eigenaar van het advocatenkantoor die geen idee heeft wanneer hij met pensioen kan gaan: soms jeuken je vingers als accountant om een ondernemer een handje te helpen. In de praktijk doe je het niet, bijvoorbeeld omdat je er geen tijd voor hebt of omdat de klant niet om hulp vraagt. Je gaat verder op de manier waarop je het altijd hebt gedaan: de ondernemer onderneemt, en jij zorgt achteraf voor kloppende cijfers. Je zit net als de meeste accountants vast in je expertiserol. Deze eenzijdige rol is vanuit historisch oogpunt begrijpelijk, maar inmiddels volledig achterhaald.

AUTEUR LAU HAEGENS

Naarmate mijn carrière als accountant vorderde, voelde ik mij steeds minder goed bij de grote afstand tussen mij en mijn klant. Ik ging deze afstand ervaren als een gemiste kans. Ik besepte dat ik als vertrouwenspersoon in een unieke positie verkeerde om onze klanten

van dienst te zijn met waardevolle adviezen, maar ik gaf die adviezen niet. Ik kende de bedrijven onvoldoende van binnen en wist niet hoe ik ongeraagd de advieswerkzaamheden moest invullen.

De methode van de toekomst

Op een dag maakte ik kennis met de ideeën van ingenieur H.W. Bennink. Hij had in opdracht van de provincie Limburg een systeem ontwikkeld om bedrijven te helpen die als gevolg van de mijnsluitingen in de problemen waren gekomen. Hij ontwikkelde een even eenvoudige als effectieve methode om managementinformatie te verzamelen waarmee het mogelijk was om een bedrijf te helpen. Tegelijkertijd ontdekte ik in verschillende brancheonderzoeken dat de twintig procent best scorende bedrijven gemiddeld een drie keer hoger resultaat behalen dan het gemiddelde van alle bedrijven. En dit bleek van toepassing binnen elke branche.

De ideeën van Bennink en de ontdekking dat tachtig procent van alle bedrijven kansen laten liggen om hun bedrijfsresultaten te verbeteren, vormden de basis voor mijn besluit om het stuur om te gooien en een nieuwe weg in te slaan – een weg vol verrassingen en obstakels. Gelukkig vond ik medestanders die deze ongebaande weg met mij wilden afleggen. Enkele van deze medestanders waren prof. dr. P.S. Zwart van de Rijksuniversiteit Groningen en dr. F.J.M. Verschuren, werkzaam op ons kantoor. Samen met hen en enkele andere collega's ontwikkelden wij een methode, het ManagementKompasSysteem®, een routekaart voor ons accountantskantoor, een methode om een rit naar de toekomst te maken. Met deze methode zijn wij, en zoals later bleek ook heel veel collega-accountants, in staat om ondernemers te helpen met het verbeteren van hun resultaten op de korte termijn en

het verhogen van de ondernemingswaarde op de langere termijn. In deze methode zetten we de ondernemer achter het stuur en samen stippen we de weg uit naar een hoger rendement en naar zijn stip op de horizon. De methode bleek een schot in de roos.

Weg van vallen en opstaan

Als je dit boek leest, dan lijkt de methode hopelijk duidelijk en logisch, maar eerlijk gezegd was de weg ernaartoe helemaal niet zo vanzelfsprekend. Door te kiezen voor een ongebaande weg heb ik als accountant- adviseur de nodige fouten gemaakt.

De grootste fout die ik in het begin maakte, was dat ik zelf te lang achter het stuur bleef zitten als ik een ondernemer hielp. Hierdoor ontstond vooral in de beginfase niet het gewenste inzicht dat nodig was om tot verandering te komen. De ondernemer is enthousiast om met jou de rit te maken en wil graag zelf achter het stuur kruipen en begrijpen wat hij moet doen. Als dit in zijn beleving te lang duurt, dan verdwijnt zijn enthousiasme en haakt hij geleidelijk aan af. In meerdere opzichten is dit vervelend: in zo'n situatie is alle bestede tijd verloren, heeft het adviestraject niet aan jouw en zijn verwachtingen voldaan, en blijft de ondernemer zitten met de rekening. Ten slotte deelt hij deze negatieve ervaring met anderen terwijl jij het beste met hem voorhad. Pas na enkele negatieve ervaringen werd mij duidelijk dat er drie dingen nodig zijn voor het welslagen van een adviestraject;

- ✳ De ondernemer moet snel resultaat kunnen zien.
- ✳ Er moet bewustwording en inzicht ontstaan bij de ondernemer.
- ✳ De ondernemer moet betrokken zijn en actief participeren in het adviestraject.

Toen dit duidelijk was, zijn we met succes een andere weg ingeslagen. Zo hebben we een quickscan ontwikkeld, een soort simulator, om de ondernemer voorafgaand aan het volledige adviestraject te laten zien wat dit voor hem kan betekenen. Met de quickscan krijgt hij inzicht in de mogelijkheden van zijn bedrijf. Bij de start van het traject wordt met de ondernemer afgesproken dat hij binnen een vrij kort tijdsbestek samen met de adviseur zijn bedrijf doorlicht om zo snel mogelijk zijn resultaat te kunnen verbeteren. Snelheid is belangrijk, want als er geen strakke kortetermijnplanning is, neemt de waan van de dag de ondernemer weer in beslag; ziet hij niet snel resultaatverbetering, dan verdwijnt zijn enthousiasme, haakt hij af en is het einde oefening. Je verliest het momentum.

Vooral in de startfase van het traject wil de ondernemer snel resultaat zien. Hierdoor wordt hij enthousiast én wordt hij je beste ambassadeur. Daar kan geen enkele reclamecampagne tegenop.

Een ander praktisch probleem waar we als accountants tegen aanliepen toen we gingen adviseren, was het verdienmodel. Gewend aan uurtje-factuurkje kwamen we snel tot de ontdekking dat dit niet werkte. De ondernemer wil jou betalen voor de toegevoegde waarde en niet voor de tijd die je hieraan besteedt. Alle ondernemers zijn verschillend en bij de een heb je wat meer tijd nodig dan bij de ander. Daarom hebben we voor het verdienmodel het traject in verschillende fasen gesplitst waaruit de ondernemer kan kiezen. Afhankelijk van de omvang van de onderneming en de inschatting van de ondernemer wordt per fase een vaste prijs afgesproken.

Verder heb ik onderschat dat, hoe eenvoudig onze methode ook is, sommige accountants dit gedachtegoed in het begin lastig vinden. Dat is wel te begrijpen. Door onze jarenlange opleiding en later in de praktijk zijn we eraan gewend geraakt dat we het resultaat van

een onderneming berekenen vanuit de administratie. Zoals we in de casus van bouwbedrijf De toekomst laten zien, heeft onze methode een volledig andere invalshoek. *Voor de berekening van het resultaat staat niet langer de administratie centraal, maar dient deze uitsluitend ter controle. Met als bijkomend voordeel dat je met onze methode tevens al deels invulling geeft aan het risicogericht samenstellen en controleren van ondernemingen in het mkb.*

Door dit ontwikkelingstraject en de fouten die ik hierin heb gemaakt, heb ik als accountant veel nieuwe inzichten gekregen. Ook de gesprekken die ik met ondernemers heb mogen voeren, hebben me verrijkt en veel nieuwe kennis opgeleverd. Ondanks het feit dat de ontwikkeling van deze methode niet van een leien dakje is gegaan, ben ik achteraf dan ook blij dat ik deze ongebaande weg ben ingeslagen. Ik prijs me gelukkig dat ik deze ervaring, door middel van dit boek, met jullie mag delen. Dit is geen wetenschappelijk boek, maar een boek gebaseerd op meer dan zestig jaar praktijkervaring.

AUTEUR LUK HAEGENS

Zo'n zeven jaar geleden kruiste mijn zakelijke pad dat van mijn vader. Tijdens mijn werk als fusie- en overname-adviseur verbaasde ik me er vaak over hoe slecht ondernemers hun managementinformatie op orde hadden. Ik realiseerde me steeds meer dat de meeste ondernemers geen idee hebben van hoe zij zelf bewust op winstgevendheid en ondernemingswaarde kunnen sturen. Dit ondanks alle dashboards, ERP-pakketten en andere managementinformatiesystemen die worden gebruikt. En als adviseur vond ik het ook altijd lastig om direct de vinger op de zere plek te leggen.

Vaak is er geen of slechts een beperkt inzicht in de kostprijs, verkoopprijscalculaties, winstgevende- en verlieslatende activiteiten. Dit heeft mij altijd geïnteresseerd en gegrepen. Toen ik zelf met deze methode ben gaan werken zag ik direct wat het effect hiervan was en wist ik, dit wordt mijn missie.

Ik vind het werk dat ik nu doe supermooi en ben dankbaar voor het feit dat ik samen met mijn vader onze gezamenlijke missie mag vormgeven.

Vinger op de zere plek

De ondernemers en accountants die wij helpen, zijn dankbaar voor onze adviezen en aanpak. Met de resultaten van onze analyse in de hand kunnen we moeiteloos de vinger op de zere plek leggen. We kunnen de directeur van een installatiebedrijf bijvoorbeeld uitleggen dat hij zijn resultaat gaat verdubbelen met een productiviteitsstijging van vijf procent. De eigenaar van het advocatenkantoor helpen we door hem voor te rekenen hoe hij de waarde van zijn praktijk kan verbeteren zodat hij binnen vijf jaar kan stoppen.

Onze adviezen zijn waardevol voor onze klanten, maar ook voor onszelf en onze collega's. Deze aanpak geeft ons veel nieuwe inzichten die in het advieswerk goed van pas komen en het geeft veel voldoening als je met je expertise mensen kunt helpen, zeker als je hen ziet worstelen. Ondernemers hebben meestal veel product- en marketingkennis, maar ze missen niet zelden bedrijfseconomische en financiële basiskennis. Onze inzet is dan ook welkom. Als waarde-regisseur kunnen we niet op de stoel van onze klanten gaan zitten, maar we kunnen wel naast hen gaan zitten met de ambitie om hen verder te helpen door inzicht en bewustwording te verschaffen.

Delen is vermenigvuldigen

Onze missie is: **"meer winst voor iedere ondernemer"**, waarbij meer winst breed te interpreteren is (rust, focus, tijd, plezier, geluk, geld, etc). Iedere accountant en adviseur met wie wij onze kennis delen, kan bijdragen aan deze missie. Met dat als vertrekpunt hebben we onze jarenlange ervaring en kennis samengesmolten, ondergebracht en verder doorontwikkeld in Management Kompasgroep B.V. Met onze organisatie hebben we een eigen Academy en eigen tooling opgezet. Met de Academy mogen we dagelijks accountants en adviseurs in de praktijk opleiden, trainen en inspireren aan de hand van onze methode. De tools, van de quickscan tot alle andere software die we hebben ontwikkeld, geven adviseurs de juiste handvatten en hulpmiddelen in handen om hun werk als waarderegisseur effectief, efficiënt en inspirerend te kunnen uitvoeren.

Met veel enthousiasme en passie voor ons vak leid ik Management Kompasgroep B.V. Hierbij heb ik iedere dag veel plezier en profijt van mijn ervaring als bedrijfseconomisch adviseur in de accountancy en in fusies en overnames.

Wij hebben dit boek geschreven om nog meer accountants, boekhouders, financieel adviseurs en andere professionals in ons vakgebied te inspireren en ertoe aan te sporen om hun unieke kennis, ervaring en competenties nog beter in te zetten voor mkb-ondernemers.

Je weet als accountant al zoveel over je klant, je kent zijn cijfers soms beter dan hijzelf, maar hoe goed ken je zijn bedrijf echt? Hoe leg je snel de vinger op de zere plek? En hoe neem je de ondernemer

hierin mee om ervan te leren en geïnspireerd te raken nog betere prestaties te behalen?

Lau Haegens

Luuk Haegens

INLEIDING

VAN ACCOUNTANT NAAR ADVISEUR

In elke accountant schuilt een adviseur. Toch stel je je nog vaak terughoudend op. Hoe komt dit? Je hebt de kennis en de ervaring om bedrijfseconomische verbeteringen aan te wijzen, maar er zijn drie zaken die je mist:

- ✱ Allereerst een gestructureerde aanpak om een onderneming door te lichten en daarmee het bedrijf echt te leren kennen.
- ✱ Ten tweede de mindset en commerciële houding om je op te stellen als adviseur.
- ✱ Ten derde de tijd om je op adviesdiensten te richten.

Met de aanpak in dit boek kun je deze drie dilemma's moeiteloos het hoofd bieden. 'Ja, maar,' zul je zeggen, 'mijn klanten zitten helemaal niet te wachten op ongevraagd advies. Advies kost geld, en ze vinden mij al duur genoeg.' We herkennen dit vooroordeel, maar misschien helpt het om deze redenering eens om te draaien: misschien

vinden ze accountants zo duur omdat ze het gevoel hebben dat ze te weinig toegevoegde waarde voor hun geld krijgen?

Klanten krijgen van jou regelmatig een dik pak papier, bijvoorbeeld in de vorm van een jaarrekening, maar alle cijfers die daarin staan, leveren hun voor hun gevoel onder aan de streep niets op. Het zijn historische gegevens, abstract en niet te begrijpen. Wat zou er gebeuren als je die cijfers kunt omzetten in waardevolle managementinformatie die de ondernemer begrijpt en waarmee hij kan werken? En in adviezen die de ondernemer direct wat opleveren, bij voorkeur op korte termijn? Wat zou er gebeuren als jouw adviezen je klant meer opleveren dan dat jij kost? Wat als jij hun dit zelfs vooraf kunt laten inzien?

Met de aanpak in dit boek krijg je de tools en handvatten in handen om ondernemingen te helpen met bedrijfseconomisch, financieel en strategisch advies. Je blijft gewoon de accountant die je altijd al was, maar je voegt met je advieswerkzaamheden een activiteit toe aan je dienstverlening die aantrekkelijk is voor beide partijen.

Wat zijn de voordelen voor de klant?

De meeste ondernemers en managers hebben geen financiële of bedrijfseconomische opleiding gevolgd. Veel van jouw klanten weten het verschil niet tussen een balans en een winst-en-verliesrekening. Een liquiditeitsprognose hebben ze misschien nog nooit gezien, laat staan bijgehouden. Als ondernemers de kans hebben, laten ze de boekhouding over aan hun partner of aan hun secretaresse. Tijdens het onderzoek *Grip op de tent* van de Kamer van Koophandel zei meer dan de helft van alle ondernemers het gevoel te hebben onvoldoende te weten over de basisprincipes van boekhouden. Het

gebrek aan kennis leidt volgens de KvK bij de helft van de zzp'ers en zes op de tien mkb'ers tot ongewenste situaties.

Een aannemer ziet waarschijnlijk in één oogopslag dat de verkeerde stenen zijn gebruikt voor een huis, maar weet hij ook of hij voor deze stenen niet te veel heeft betaald? Of hij de juiste kostprijs heeft berekend voor dit huis?

Als accountant kun je ondernemingen met elkaar vergelijken, en je zult vaak genoeg hebben ervaren dat de succesvolste ondernemingen niet alleen aantrekkelijke producten en diensten aanbieden en hun marketing goed op orde hebben, maar ook hun financiële en bedrijfseconomische situatie. Voor de meeste ondernemingen is er wat dit betreft nog veel te winnen, en jij kunt ze daarbij helpen.

Jouw adviezen kunnen ondernemingen veel opleveren. Je kunt ondernemers niet alleen wijzen op verkeerde beslissingen, maar je kunt hun ook leren hoe ze kunnen sturen op specifieke variabelen. Droge, nietszeggende cijfers veranderen daarmee in waardevolle managementinformatie.

Wij hebben nog geen ondernemer meegemaakt die niet blij werd van een beter bedrijfsresultaat op korte termijn, en van een hogere ondernemingswaardering op de langere termijn. Als een klant eenmaal doorheeft dat jij niet alleen wat komt halen, maar juist wat komt brengen, dan ziet hij het nut van advies al snel in. Hij wordt er namelijk een betere en succesvollere ondernemer van, met meer tijd, grip en focus, en wie wil dat nou niet.

Wat zijn de voordelen voor de accountant?

Het ontwikkelen van de adviesfunctie wordt de uitdaging in de accountancy voor de komende jaren. Aan de ene kant is het brood-

nodig om nieuwe activiteiten te ontwikkelen omdat de voortgaande automatisering de inkomsten uit traditionele activiteiten onder druk zet. Deze trend is nog lang niet beëindigd; kunstmatige intelligentie creëert in de nabije toekomst nieuwe mogelijkheden die we ons nu nog amper kunnen voorstellen. Advies geven is tegelijkertijd een nieuwe activiteit die je relatief veel kan opleveren omdat je er aantrekkelijke tarieven voor kunt rekenen. En het soort advies dat je kunt geven, is moeilijk te automatiseren, dus ook wat dat betreft, maak je een veilige keuze.

Adviseren is bovendien een logische uitbreiding van je takenpakket. Als accountant ben je al op de hoogte van de belangrijkste financiële kengetallen van een onderneming en een gedegen bedrijfsdoorlichting zorgt ervoor dat je de ondernemer en zijn onderneming nog beter leert kennen.

Een voordeel dat veel accountants onderschatten, is het plezier dat je kunt beleven aan het helpen van een ondernemer. Als financieel expert schep je ongetwijfeld veel genoegen in het aanleveren van een kloppende administratie, jaarstukken en fiscale aangiften, maar het geeft een extra kick als een ondernemer op basis van jouw adviezen in korte tijd zijn winst structureel kan verbeteren.

Wij horen regelmatig van accountants dat ze het vervelend vinden dat adviseurs het mooie werk voor hun ogen weggapen. Als we dan vragen waarom ze niet zelf advies geven, zeggen ze dat ze het te druk hebben. Dat is begrijpelijk. De bezetting en productie van hun kantoren is hoofdzakelijk afgestemd op de standaard accountantswerkzaamheden, waardoor er nauwelijks tijd en ruimte is voor extra advies. Dit wordt nog versterkt door de krappe arbeidsmarkt. Kantoren die hun klanten bewust willen gaan adviseren, lossen dit dilemma op door productiewerkzaamheden uit te besteden of door afscheid

te nemen van klanten voor wie ze onvoldoende toegevoegde waarde kunnen leveren. De tijd die hierdoor vrijkomt, kan worden ingezet voor werkzaamheden die meer voldoening geven, hogere tarieven opleveren en gelukkigere klanten.

Wat van toepassing is op onze klanten, geldt ook voor ons als adviseurs. Laat 'geen tijd' geen argument zijn om niet aan de strategie en toekomst van je kantoor en ons vak te werken. Zorg tijdig voor verandering of verbetering en geef de klanten de aandacht die ze verdienen. De waardering en het vertrouwen van onze klanten maken het beroep van accountant zoveel mooier en aantrekkelijker.

Adviseren biedt louter voordelen, zowel voor de klant als voor jou als accountant. Beide partijen worden er beter van, zowel inhoudelijk als financieel. Ondernemers en accountants die de voordelen zien, willen niet meer terug naar de pragmatische relatie die ze eerder hadden, zo is onze ervaring.

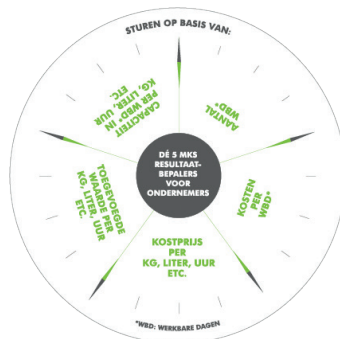
Hoe werkt de methode?

Als accountant heb je jezelf ontwikkeld in je rol als expert. Met jouw financiële expertise zorg je voor een sluitende administratie, de jaarstukken, en de controle hiervan. Met het ManagementKompasSysteem[®] ontwikkel je een nieuwe rol als adviseur, waarbij je je richt op het begeleiden van processen. Je gebruikt nog steeds je financiële en bedrijfseconomische expertise, maar je zet deze nu in voor het adviseren en begeleiden van klanten, met het doel de kwaliteit en het zakelijke succes van ondernemingen te verbeteren.

Het ManagementKompasSysteem[®] is een methode om een onderneming in het midden- en kleinbedrijf snel en gestructureerd door

te lichten – denk aan ondernemingen tot honderd medewerkers. De kennis die de methode oplevert, kun je als accountant gebruiken om een ondernemer of directie te adviseren. Met jouw advies in de hand kunnen zij betere beslissingen nemen.

De mensen die het meest gebaat zouden zijn bij strategisch managementadvies, zijn vaak niet geïnteresseerd omdat ze een onderzoeken adviestraject onoverzichtelijk vinden. Omdat onze methode zo gestructureerd is, ervaart geen gebruiker deze als onoverzichtelijk. Sterker nog: dankzij de methode met bijbehorende hulpmiddelen kunnen de resultaten als eenvoudige kengetallen worden gepresenteerd en worden deze trajecten door beide partijen als inspirerend en leerzaam ervaren. Ons doel is altijd geweest om de cijfers, die je als adviseur nodig hebt om de klant te overtuigen, te laten passen op de achterkant van een bierviltje. Daarom hebben we bij onze methode ook daadwerkelijk een bierviltje ontwikkeld, alsmede een Winstcanvas dat beide partijen, accountant en ondernemer, helpt in het adviestraject. Hiermee is de accountant in staat om energiek en inspirerend op een begrijpelijke manier te adviseren. Het Winstcanvas is in dit boek opgenomen in hoofdstuk 2 en kan gratis worden gedownload via www.adviserenvooraccountants.nl.





Jij wilt graag meer adviseren. Maar waar begin je? Waar haal je de tijd vandaan? En welke modellen, handvatten en methodes gebruik je daarbij?

Dit boek bevat een kant-en-klare methode voor adviserende accountants, financieel experts en organisatie-adviseurs. In dit boek lees je hoe je ondernemers met zes kritische resultaatbepalers, in drie stappen en binnen drie maanden helpt met het verbeteren van hun resultaat. Het is een praktische methode om te werken aan:

Inzicht / Stuurinformatie / Rendementsverbetering / Waardecreatie

Leer omgaan met de weerstanden bij ondernemers en kom erachter hoe je advieswerkzaamheden binnen je eigen kantoor kunt organiseren. Profiteer van alle praktische tips en concrete casussen. Het boek is gebaseerd op vele jaren praktijkervaring binnen het MKB en de methode is in samenwerking met de Rijksuniversiteit Groningen wetenschappelijk onderbouwd.

Wil jij op een gestructureerde manier bedrijfseconomisch en strategisch adviseren? Dan is dit boek geschikt voor jou!

INCLUSIEF DOWNLOADS VAN HET WINSTCANVAS, HANDIGE CHECKLISTS EN VRAGENLIJSTEN

Auteurs **Lau Haegens** en **Luuk Haegens**, zijn de drijvende krachten achter Management Kompasgroep B.V. Het is hun missie om accountants te helpen, te inspireren, te trainen en te begeleiden in hoe zij hun dienstverlening kunnen uitbreiden met advieswerkzaamheden.

