

Wat zijn de verwachtingen van de ondernemers ?



Woord vooraf

Deze White Paper geeft je inzicht in de verwachtingen van ondernemers ten opzichte van hun accountant.

Het is wellicht niet meer nodig om lang stil te staan bij de uitdagingen van de hedendaagse accountant, voorheen ook wel beter bekend als 'de Boekhouder'. Iedereen met een beetje kennis binnen het vakgebied van 'Accounting of Boekhouden' weet na alle artikelen, webinars en blogs die er de afgelopen maanden en jaren geschreven zijn wel redelijk welke uitdagingen er zich zoal voordoen.

Voor diegene die alle commotie hieromtrent toch gemist heeft, onderstaand nog even de lijst met uitdagingen die doorgaans de revue passeert:

- Te hoge werkdruk en stress rond de periodes van de Btw-aangiften en de neerlegging van de Jaarrekeningen,
- Toenemende regelgeving en controles op het naleven van de deontologie,
- Strategische keuze: specialiseren, samenwerken of schaal vergroten,
- De strijd tussen de kantoren om talenten aan te werven of om gekwalificeerd personeel te behouden,
- De aanhoudende roep om digitalisering van dagdagelijkse processen en de daarmee gepaard gaande digitale transformatie van de manier van werken tussen kantoor, cliënt en derden.

Wellicht zijn er nog veel meer uitdagingen en dilemma's waar je als accountant dagelijks tegenaan loopt en je mag deze zeker met de schrijver van deze White Paper delen. Stuur je reactie, opmerkingen en eventuele aanvulling dus zeker even per email naar Stijn.dejong@partena.be, waarvoor dank !

Hoe kwam deze White Paper tot stand ?

In plaats van het zoveelste onderzoek te organiseren onder accountants, die het al druk genoeg hebben, is er voor gekozen om eens vanuit het perspectief van de ondernemer te starten om te achterhalen hoe deze de hedendaagse samenwerking met zijn accountant ziet en hoe hij deze relatie en samenwerking in de toekomst graag ziet evolueren.

Er werkten uiteindelijk 333 kleine ondernemingen mee aan onze studie, bestaande uit maximaal 10 werknemers.

Veel plezier bij het lezen van de uitkomsten van het volledige onderzoek en aarzel zeker niet om contact met ons op te nemen indien je vragen hebt.

Stijn de Jong – *Segment manager*

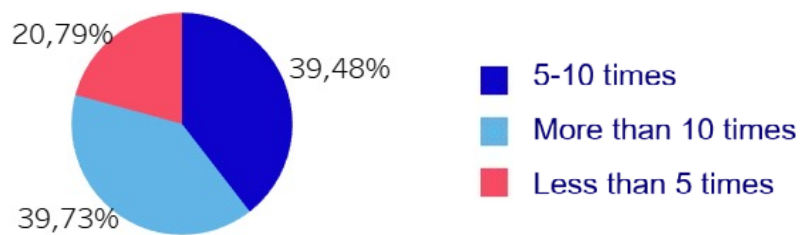
Karen Peferoen – *Marketing Intelligence Researcher*

Contactmomenten

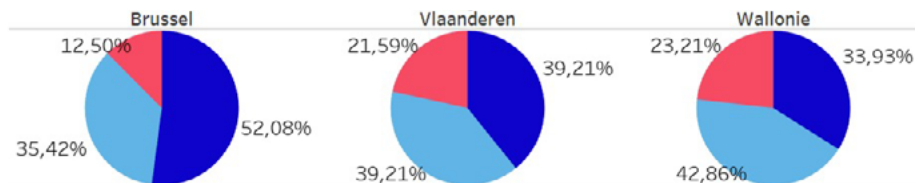
Allereerst hebben we gekeken hoe vaak een ondernemer contact heeft of samenzit met zijn accountant gedurende een kalender jaar. Hieruit mogen we concluderen dat bijna 80% van de ondervraagden 5 tot 10 keer per jaar, of zelfs vaker contact heeft met zijn accountant.

Slechts 20% heeft minder dan 5 keer per jaar contact met zijn accountant, wat in feite overeenkomt met één contactmoment per kwartaal, plus één contactmoment voor de jaarafsluiting.

Wij kunnen hieruit geen harde conclusies trekken, maar het lijkt er toch sterk op dat diegenen die 5 keer per jaar contact hebben met hun accountant wellicht een extra zetje in de rug nodig hebben om ook eens buiten de piekmomenten om contact te hebben en inhoudelijk te spreken over de meest recente resultaten, de toekomstverwachtingen, de te volgen strategie, etc.



Gekeken naar de 3 regio's (Brussel, Vlaanderen en Wallonië) zien we dat de ondernemers in de regio Brussel doorgaans vaker contact hebben met hun accountant dan elders in het land.



Communicatie

De manier waarop men communiceert met de accountant is hoofdzakelijk per email (56%), telefoon (18%) of een combinatie van de twee (17%). Men geeft echter ook duidelijk aan dat men in de nabije toekomst wel weer meer gebruik wenst te maken van de mogelijkheid om de accountant 'face-to-face' te ontmoeten, wat met name ten koste zou gaan van het contact dat nu per e-mail verloopt.

In Wallonië (29%) verwachten ondernemers in de nabije toekomst weer meer 'face-to-face' contact te hebben met hun accountant dan het geval zou zijn in de regio Brussel (13%) en Vlaanderen (16%).



Uitwisseling van documenten

Waar ondernemers vroeger meestal met hun (schoenen)doos onder de arm naar de accountant toe gingen, is er de laatste 10 jaar toch behoorlijk veel veranderd. Tegenwoordig maken steeds meer ondernemers gebruik van digitale hulpmiddelen om bonnetjes en facturen direct in te scannen na ontvangst en deze door te sturen naar het digitale archief van hun accountant. In sommige gevallen worden deze bestanden zelfs direct omgezet in een UBL formaat en automatisch opgeladen in het boekhoudsysteem van de betreffende accountant.

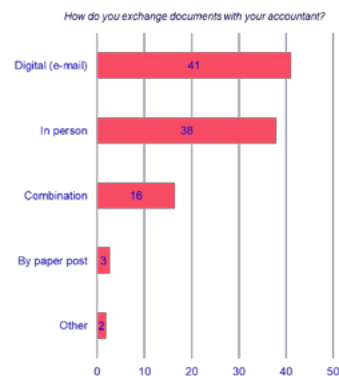
Die laatste hoeft vervolgens enkel nog maar een controle te doen op de ingevoerde boekingen, deze goed te keuren, of aan te passen waar nodig.

Een proces zoals hierboven beschreven zorgt er voor dat veel van de manuele handelingen van de accountant tot een minimum beperkt worden, waarmee veel tijdsdruk en stress wegvallen. De gewonnen tijd kan vervolgens besteed worden om de klanten op een proactieve manier te voorzien van advies, ofwel om het klantenbestand fors uit te breiden. In beide gevallen zal er sprake zijn van een omzetting, maar kantoren die het proces echt weten te optimaliseren zullen ook de operationele winst fors zien toenemen.

De strategische keuzes van het kantoor bepalen in dit geval de mate van succes. Investeren in digitalisatie is op lange termijn uiteraard de slimste keuze, maar voor de kleinere kantoren ook weer geen evidentie. Zij moeten echt een meerwaarde van de digitalisering van hun kantoor op lange termijn zien, wat uiteraard niet voor alle accountantskantoren het geval zal zijn (indien de zaakvoerder tegen de pensioengerechtigde leeftijd aan zit).

De ondernemers geven in onze studie duidelijk aan dat het van hen allemaal nog wel wat digitaal mag. Deze wens is iets sterker in Vlaanderen dan voor Brussel en Wallonië.

Het liefst sturen ondernemers hun documenten in de toekomst via email naar de accountant, of delen zij het grootste deel van hun administratie via andere digitale oplossingen. Zodoende zal er uiteindelijk ook minder vaak sprake zijn van ontbrekende stukken of administratieve fouten door menselijk tussenkomen



Ondernemers zijn er zich terdege van bewust dat de accountant door alle technische hulpmiddelen die er voorhanden zijn efficiënter moet kunnen opereren dan nu vaak het geval is.

Deze digitalisering zou in de ogen van de ondernemer ook een positief effect moeten hebben op het huidige 'pricing model'.

De prijzen hoeven van ondernemers niet direct gehalveerd te worden vanaf het moment dat de accountant digitaal gaat werken, maar de tijdswinst mag zeker tot uitdrukking komen in meer frequente momenten waarop de ondernemer in gesprek gaat met de accountant om de resultaten te overlopen en advies te krijgen om zijn zakelijke prestaties - waar mogelijk - verder te optimaliseren.

Afstand

In het verleden was de afstand tussen een ondernemer en het kantoor van zijn accountant een belangrijke factor in de keuze van een accountantskantoor. Met de opkomst van de diverse digitale mogelijkheden om gegevens tussen accountant en klant uit te wisselen lijkt hier nu toch verandering in te komen.

Ondernemers in Brussel (27%) en Vlaanderen (24%) geven aan dat de afstand tot hun accountant minder van belang is in hun keuze voor een boekhoudkantoor. In Wallonië (36%) is afstand nog steeds belangrijk.



Facturatie

Het grootste deel van de ondernemers (41%) ontvangt en betaalt momenteel één keer per kwartaal een factuur voor de bewezen diensten van zijn accountant.

Er is echter ook een groot deel dat de accountant op basis van gepresteerde uren betaalt (25%) of eens per maand een vast bedrag overmaakt naar het accountantskantoor (22%).

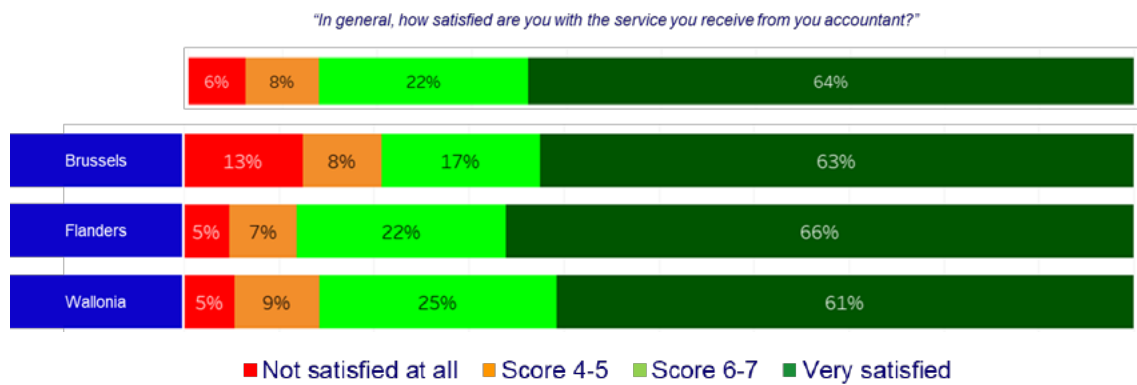
Het overige deel van de respondenten (12%) gaf aan slechts één, maximaal twee facturen per jaar te ontvangen voor de bewezen diensten, tegen een vooraf afgesproken tarief.



Algehele tevredenheid

De algemene tevredenheid van ondernemers ten opzichte van de dienstverlening van hun accountant is zéér positief te noemen (64% is uiterst tevreden). Slechts 6% van de respondenten is niet tevreden over de dienstverlening van hun accountant.

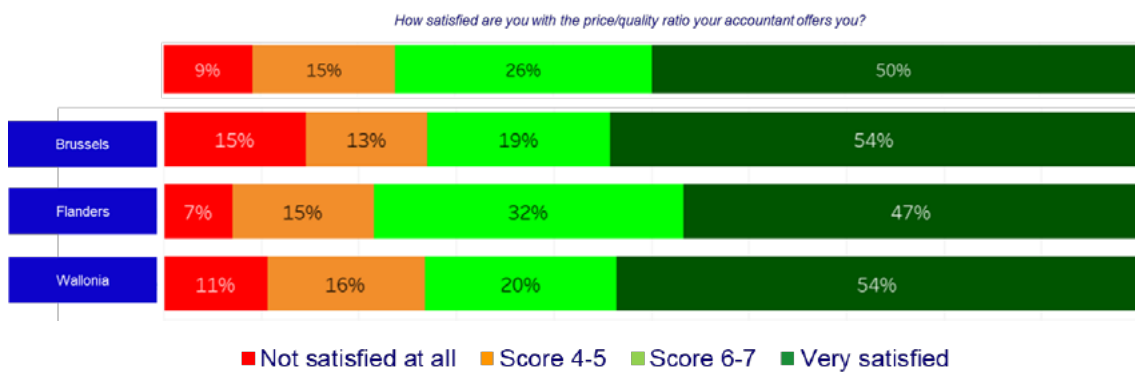
Opvallend genoeg zijn er in de regio Brussel (13%) tweemaal zoveel ontevreden ondernemers dan in Wallonië (5%) en Vlaanderen (5%).



Prijs-Kwaliteit verhouding

Het is altijd lastig om een duidelijk beeld te vormen in welke mate iemand tevreden is over de kwaliteit van een bepaalde dienstverlening en de prijs die hiervoor moet worden betaald. Dit hangt namelijk ook samen met het referentiekader van de ondervraagden.

Uit ons onderzoek kwam met name duidelijk naar voren dat de Vlaamse ondernemers iets minder snel volledig tevreden zijn, maar dat de meerderheid ruimschoots tevreden is (>75%)



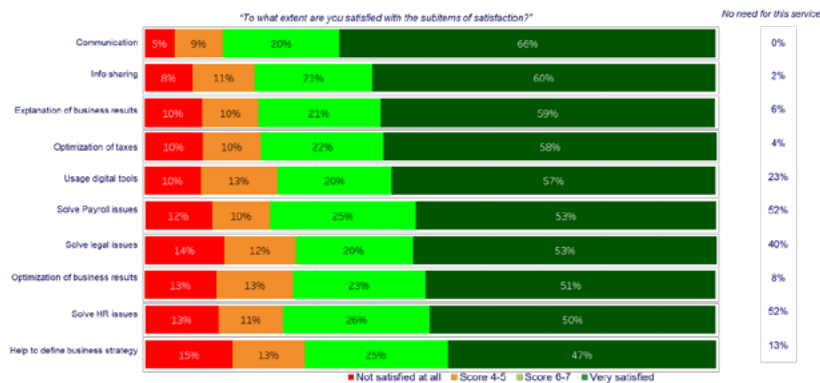
Diensten

Voor accountantskantoren, en zeker voor de wat grotere kantoren, is het met name interessant om te weten op welke aanvullende diensten naast de traditionele boekhoudkundige activiteiten zij zich in de toekomst moeten richten om de ondernemer optimaal te bedienen.

Voor kleinere kantoren is dat iets minder relevant omdat zij over het algemeen niet de schaalgroten hebben om van alle markten thuis te zijn.

Opmerkelijk voor Partena Professional was het feit dat de ondernemer geen specifieke rol van betekenis ziet voor de accountant als het gaat om Payroll (52%), HR (52%) en Legal (40%) gerelateerde diensten, waar wij uit ervaring natuurlijk weten dat de accountant ook op deze domeinen veelvuldig tussenkomt en een belangrijke rol speelt.

Het is spijtig om te zien dat de meerwaarde van de accountant op deze gebieden onvoldoende uit de verf komt.



De manier waarop accountants met hun klanten communiceren (60%), informatie uitwisselen (60%), de cijfers uitleggen (59%) en belastingen optimaliseren (58%) scoren erg sterk. Ook is men positief over de digitale hulpmiddelen (57%) die gebruikt worden in de samenwerking.

Accountants kunnen hier echter nog dwingender in zijn om zelf zo efficiënt mogelijk te werken en zo min mogelijk manuele handelingen te hoeven verrichten bij het inboeken van facturen.

Door de klant te sturen in het gebruik van de optimale manier van werken en het gebruik van de meest efficiënte digitale tools kun je als accountant veel (tijd)winst boeken. Dit zal er uiteindelijk toe bijdragen dat er meer ruimte in de agenda kan worden vrijgemaakt om klanten extra te begeleiden (Strategie, Optimalisatie resultaten, etc.).

De diensten die een lage waardering scoorden in de rubriek 'No need for this service from accountant' vormen de basis van een goede dienstverlening.

Het is de moeite om eens goed na te denken over hoe je advies kan geven rond thema's die vanuit de basis niet tot het takenpakket of activiteiten van de accountant behoren. Ondanks dat de klant deze aanvullende activiteiten misschien niet direct met zijn accountant associeert zal dit zeker voor een onderscheidend aspect zorgen ten opzichte van de concurrentie.

Er is dus nog voldoende ruimte om je als accountant tijdens de persoonlijke contactmomenten meer bezighouden te houden met de bedrijfsstrategie van de klant en hoe deze zijn bedrijfsresultaten kan verbeteren.

In onderstaande grafiek komen deze zaken nog extra duidelijk naar voren.

Aanvullende diensten

Op de vraag of ondernemers eventueel bereid zijn om extra kosten te betalen voor aanvullende diensten die niet binnen het basistarief vallen heeft 49% geantwoord 'zeker niet bereid' te zijn.

De overige 51% is 'wel bereid' om extra te betalen voor aanvullende diensten.

Onderstaande grafiek geeft aan voor welke diensten eventueel extra kosten gemaakt mogen worden.



Eindwoord

Wat kun je als accountant nu precies afleiden uit voorgaande informatie?

Ondernemers zijn over het algemeen tevreden over de dienstverlening, maar sommige elementen van de samenwerking bieden nog ruimte voor verbetering:

- Veel ondernemers geven aan dat zij voornamelijk per e-mail contact hebben met hun accountant, maar dat zij best wat vaker een face-to-face ontmoeting zouden willen. Hieruit zou kunnen blijken dat zij op zoek zijn naar meer diepgaand en persoonlijk advies.
- Vooral optimalisatie van bedrijfsresultaten en hulp bij het uitstippelen van de bedrijfsstrategie zijn zaken waar de meeste ondernemers iets meer betrokkenheid van de accountant verwachten
- Accountants zouden de klant minstens één keer per jaar moeten uitnodigen om hen te adviseren. Op die manier los je als accountant direct twee belangrijke 'learnings' uit ons onderzoek op.
- Meer persoonlijke contactmomenten kunnen ingezet worden om voeding te geven aan de behoefte naar het optimaliseren van belastingen. De meeste ondernemers zijn hier al ruimschoots tevreden over, maar na de sanitaire crisis van 2020 zou dit voor 2021 een extra punt van aandacht moeten zijn.
- De kleinere ondernemingen vragen minder vaak om advies, zeker als het gaat om Payroll, HR en juridische onderwerpen. Accountants kunnen met hulp van partijen als Partena Professional perfect ondersteuning bieden op deze gebieden. Hiermee kan een accountant eventueel zelfs extra inkomsten genereren indien ondersteuning op deze gebieden buiten de standaard dienstverlening zou vallen.

We kunnen ons afvragen welke kennis en competenties er in de toekomst nog nodig zijn om je klanten optimaal te kunnen bedienen.

Zal het vooral draaien om je vakinhoudelijke kennis om al je taken 'compliant' uit te voeren, of heb je enkel nog nood aan basiskennis en verstand van technologie om te evolueren naar een allround probleemoplosser met exceptionele communicatieve vaardigheden?

De tijd zal het leren, maar het is nooit te laat om je eigen ambities en je huidige manier van werken eens tegen het licht te houden en deze waar nodig bij te stellen.

Heb je een vraag ?

Indien je meer informatie of verduidelijking wenst met betrekking tot de inhoud van deze White Paper, stuur ons dan even een email op stijn.dejong@partena.be en dan komen wij hier zo spoedig mogelijk op terug.