

BLM Accountants en Adviseurs zet in op nieuw adviesterrein

Assessment als adviestool

Frans Heitling

Gedragsonderzoek om de ondernemer een beter beeld te geven van wie hij zelf is en wat zijn drijfveren zijn in ondernemerschap. Maar ook om een betere match tot stand te brengen tussen ondernemer en accountant. Om als accountant daadwerkelijk te kunnen groeien in de rol van coach ten behoeve van je cliënten, heeft BLM Accountants in Veldhoven hier echt werk van gemaakt. Een assessment voor ondernemer en accountant.

Symon Jagersma, Ricardo van Doormalen en Henk van der Meijs zijn drie totaal verschillende personen. Zij zijn voor dit interview mijn gesprekspartner. Henk is de doorgewinterde fiscalist, vennoot van BLM en gewend om recht, kort en zakelijk op zijn doel af te gaan. Een tikeltje ongeduldig? Zou best kunnen. Symon Jagersma is bedachtzaam, een wiskundige van huis uit, die zich jarenlang heeft bezig gehouden met gedragsonderzoek en ondernemerschap, niet direct werkzaam bij BLM maar wel sterk verbonden met dit project. Ricardo van Doormalen is vennoot en fiscalist bij Becx Liew en van der Meijs, of sinds januari van dit jaar BLM Accountants en Adviseurs uit Veldhoven, een provinciestad

onder de rook van Eindhoven. Ricardo van Doormalen is een echte fiscalist, goed thuis in de onderwerpen waarover hij

'Het is een goede zaak om op het juiste moment geitenwollen sokken aan te trekken. Het wijst je op de menselijke maat in je dienstverlening.'

moet adviseren en een geduldige uitlegger. Drie totaal verschillende personen met wel een gemeenschappelijke noemer: zeer geïnteresseerd in financial behavior.

Financial behavior

Financial behavior is de Amerikaanse term voor de psychologie rond financieel gedrag. Op basis van welke karaktereigenschappen neemt een ondernemer zijn beslissingen? BLM zet dit ook in bij hun dienstverlening aan ondernemers. Financial Behavior is inmiddels een behoorlijk uitgekristalliseerd onderzoeksgebied en er zijn inmiddels ook genoeg testen beschikbaar die ondernemers inzicht kunnen geven in hun persoon, hun drijfveren en de wijze waarop ze beslissingen nemen. Zo'n test is ook geschikt voor de vennoten en medewerkers binnen het kantoor: bij wat voor soort cliënt pas je nu het best?

Assessments

Ricardo van Doormalen is inmiddels een overtuigd voorstander van assessment ten behoeve van je cliënt. In zijn dagelijkse praktijk houdt hij zich bezig met fiscaal advies en financial plan-



Henk van der Meijs



Ricardo van Doormalen

ning. En dan zie je soms dat je met een klant een plan afspreekt om een bepaalde richting in te slaan. Vervolgens komt het regelmatig voor dat doelstellingen niet gehaald worden. Dan is zijn vraag: waar ligt dat aan? Blijkbaar is er dan geen match tussen plan en persoon. Het plan ligt in de kast en er wordt (te) weinig mee gedaan. Voor BLM werd het ook een zoektocht om accountancy, fiscaliteit en financial planning te integreren. Symon Jagersma is al enkele jaren bezig met 'financial behavior.' Hij benadert het onderwerp vanuit wetenschap en onderzoek. In de Verenigde Staten is het volgens hem al veel meer gebruikelijk om dit in de praktijk van financiële dienstverleners toe te passen. Het past ook in een klantgerichte benadering vanuit het accountantskantoor. Cliënten vullen een vragenlijst in met als doel een beeld te krijgen van het type mens en ondernemer dat zij zijn. 'Daar komt een profiel uit en dat vormt dan weer de basis voor een gesprek. De belangrijke vraag in zo'n gesprek is dan: Zo zie jij er uit. Zie je jezelf ook zo?' De rapportage wordt door de mensen zelf ingevuld. De cliënt krijgt een vragenlijst voorgelegd met neutraal geformuleerde eigenschappen waarvan hij moet aangeven welke eigenschappen het meest of het minst bij hem passen. Bijvoorbeeld: vrijheid, regie, communicatie. Het afnemen van zo'n test gebeurt online en is ingebed in een stevig privacyprotocol. Het bespreken en beoordelen is niet aan iedereen voorbehouden. De medewerkers die daarbij betrokken zijn, zijn in deze tests geschoold en moeten hun kennis ook bijhouden. Uit de test rolt een individueel profiel dat getoetst wordt aan een geanonimiseerde database met inmiddels zo'n 150.000 profielen. De vragenlijsten zijn opgesteld door psychologen.

De markt

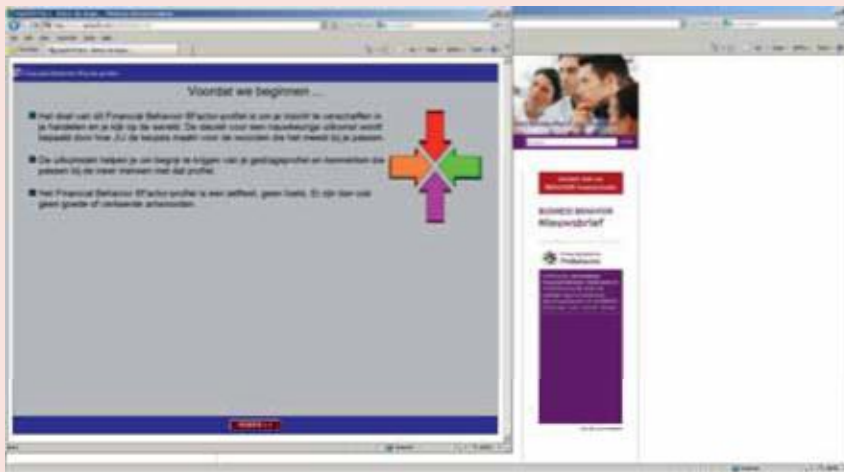
Fiscalist Henk van der Meijs is medeoprichter van BLM en hij was de scepticus bij deze plannen. Hij heeft zijn vak wel zien veranderen in de afgelopen 30 jaar. 'In eerste instantie gingen mensen ervan uit dat jij de inhoudelij-

En dan de test:

Om daadwerkelijk te ervaren wat zo'n test betekent, moet je de test zelf doen. Dat kost mij een goed half uur en er rolt een resultaat uit. Scoor ik op harmonie, structuur, innovatie, avontuurlijkheid?

De vragenlijst is gebaseerd op keuzes uit steeds drie eigenschappen, waarvan je moet aangeven welke eigenschap het meest en welke het minst bij je past. Ik moet bijvoorbeeld kiezen tussen: direct, innovatief en beminnelijk. Ik kies voor direct als meest aanwezige eigenschap en beminnelijkheid als in dit rijtje minst aanwezige eigenschap. Bij een volgende vraag moet ik kiezen uit: vindingrijk, verstandig of gezellig. Ik kies voor vindingrijk als meest aanwezige eigenschap en gezellig als minst aanwezige. De test is een zelftest. De uitkomsten zijn dus niet gebaseerd op geobserveerd gedrag. Een andere opmerking is dat de test inzicht geeft in eigenschappen die in meer of mindere mate bij mensen aanwezig zijn. Het zijn echter geen absolute kwantificeringen. Wanneer twee mensen allebei aangeven dat ze vindingrijkheid een belangrijkere eigenschap van zichzelf vinden dan het streven naar gezelligheid, zal er ongetwijfeld een van beide vindingrijker zijn. Toch vind ik een dergelijke toets zinvol en eigenlijk ook leuk. De spiegel die je weer voorgehouden krijgt, zet je toch weer een beetje aan het denken. Ben ik wel geduldig genoeg? Moet ik niet toch een beetje meer luisteren? Besteed ik wel genoeg aandacht aan details?

De hamvraag is: kun je er wat mee in dienstverlening? Het antwoord is situationeel. Dat is dus een ja en een nee. En dat is wat Ricardo van Doormalen eigenlijk ook in ons gesprek al opmerkt. Niet iedere ondernemer zal er onmiddellijk ontvankelijk voor zijn. Maar kan dit zorgen voor een betere match tussen accountant en zijn klant? Geeft het inzicht in de effectiviteit van een adviseur? In leiderschapskwaliteiten? Draagt het bij aan het concept vertrouwde adviseur? Ik denk van wel. FH



ke professional was en mensen vonden het gewoon om voor dienstverlening te betalen. Dat is veranderd.' De klant kijkt nu anders dan 10 jaar geleden. Wanneer een kantoor dus ziet dat de omzet onder de druk staat, dan moet het kantoor zichzelf vragen gaan stellen.' Hij ziet het als een klassieke fout wanneer kantoren denken dat de klant wel naar hen toekomt. 'De klant weet dat de accountant altijd iets deed met het verleden en hij wil nu naar de

toekomst kijken. Wij doen dat door meer te vragen naar het beeld dat de ondernemer van zichzelf heeft en wij helpen hem daarbij om dat beeld helder te krijgen.'

Volgens Van der Meijs is ook de MKB-accountant in de afgelopen jaren een beetje te veel bezig geweest met de regelgeving en de kaders die bijvoorbeeld vanuit de AFM gesteld worden. Terwijl dat een kader is dat in de MKB-markt helemaal niet zo noodzakelijk is. Die



Symon Jagersma

kaders leiden vaak af. 'MKB-kantoren hebben desondanks een goede uitgangspunt om uit te groeien tot most trusted advisor, de meest vertrouwde adviseur. Veel meer dan voor het notariaat, de bank of de advocaat liggen daar de kansen.'

'Niet een punt van de taart, maar in het midden van de taart,' vult Ricardo van Doormalen aan. 'Wanneer je daar als accountantskantoor niet op inspeelt word je op den duur een veredeld administratiekantoor.'

Geitenwollen sok

Van der Meijs vond het in eerste instantie ook een 'geitenwollensokkengedoe.'

'MKB-kantoren hebben een goede uitgangspunt om uit te groeien tot most trusted advisor.'

Maar inmiddels is hij overtuigd voorstander. 'Het is wel een goede zaak om op het juiste moment geitenwollen sokken aan te trekken. Het wijst je op de menselijke maat in je dienstverlening. Je

krijgt een betere match tussen kantoor en cliënt. Het voegt toe aan de vertrouwensrelatie die je als accountant of fiscalist met je klant kunt hebben.'

Dat toevoegen wil hij ook wel concreet maken. Wanneer een ondernemer een redelijk inzicht in zichzelf heeft – en een financial behavior assessment biedt dat inzicht volgens hem ook – heeft de ondernemer een beter inzicht in zijn drijfveren en kan hij beslissingen nemen die passen bij zijn persoon en ambitie. Maar het wijst hem ook op zijn valkuilen. De koppeling gedrag en financiële analyse vindt hij in de MKB-adviespraktijk daarom een gouden combinatie. An

Saai?

Leuk!

Summercourse

Benut de vakantiemaanden met een summercourse!
Op maat gemaakte summercourse voor uw organisatie.

De zomerperiode is dé periode om uw vakkennis en vaardigheden aan te scherpen. Registreer uw eigen op maat gemaakte summercourse samen met Kluwer Incompany. Denk bijvoorbeeld aan:

- Eén of tweedaagse Summercourses (met/zonder overnachting)
- Summercourse café
- Summercourse met blended variant (klassikaal en e-learning)
- Combinatie van vaardigheids- en vakinhoudelijke programma's

Contact?
Daniëlla Karsijns
T 0570 64 72 80
E Incompany@kluwer.nl

Alle vakgebieden zijn mogelijk!

Voor meer informatie ga naar:
www.kluwerincompany.nl/summercourse

Kluwer
a Wolters Kluwer business