

'Extravert accoun

Loop door de Sarphatistraat in Amsterdam en de kans is groot dat je Peter Herrebout in de buurt van zijn kantoor tegen het lijf loopt. Op zijn Probaat-groene bakfiets laveert hij door het verkeer, met enkele zorgvuldig verpakte klantenadministraties in de bak of zijn oudste dochter.

TEKST: ANNEMARIE OORD

Peter Herrebout noemt zichzelf 'anders dan anders'. Een beetje gelijk heeft hij met die uitspraak wel, als je zijn doen en laten afzet tegen dat van de 'doorsnee accountant'. Zijn kantoor profileert zich sterk met een eigen gezicht en met een niet altijd alledaagse aanpak. Het feit dat er op hun website een tabje 'Ons team en tarieven' staat (wat een medewerker per uur kost), is daarvan een kleine indicatie. Herrebout: "We willen hiermee gewoon laten zien dat we geen te grote broek aantrekken en dat we transparant en eerlijk zijn."

Doen jullie qua branding iets wezenlijk anders dan andere kantoren?

"Wezenlijk is hier misschien een groot woord, maar wij zijn toegankelijker. We organiseren bijvoorbeeld regelmatig inhoudelijke bijeenkomsten bij ons op kantoor, bijvoorbeeld over *crowdfunding* of de flex-bv. Dat doen we voor klanten, maar ook collega-accountants zijn welkom. Daarnaast presenteren onze klanten met enige regelmaat hun eigen product of dienst bij ons op kantoor voor belangstellende andere klanten. Dit jaar zijn we ook gestart met het faciliteren van financiële bedrijfsopleidingen."

Hij vervolgt: "Relaties kunnen ook meelunchen op kantoor, bijvoorbeeld voor of na een afspraak met een van onze medewerkers. En wie vaak op de fiets naar ons kantoor komt, krijgt van ons een fietstas met kantoornaam en -logo. We hebben ook, met een knip-oog naar het fiscale boxenstelsel, de Box4 laten maken; een stevige opbergbox waarin klantadministraties

gemakkelijk, per bakfiets, kunnen worden vervoerd en waarin thuis de administratie per boekjaar kan worden gearchiveerd."

Hoe reageren klanten en collega-accountants hierop?

"Klanten reageren positief, anderen vinden het weleens vreemd dat ik ook al die dingen ernaast doe. Maar ons kantoor is wel groot geworden door veel extra activiteiten te ontplooiën: een autonome groei van vijf naar vijftien medewerkers in de periode 2005 - 2010! Ik vind echter ook dat we op de wereld zijn om elkaar te helpen, variërend van concrete hulp tot kennis met elkaar delen en mensen met elkaar in contact brengen. Daarom zijn wij bijvoorbeeld ook bedrijvenambassadeur geworden voor Oxfam Novib."

Red je het als kantoor met deze aanpak?

Herrebout: "Het zit in mijn DNA dat ik graag mensen met elkaar verbind. We willen ondernemers sterker maken, dus dat impliceert dan ook dat we hen zo goed mogelijk willen bedienen; op alle fronten, altijd. Om die reden heb ik een soort 'parapluorganisatie' gebouwd, met specialisten om ons heen die klanten met allerlei vraagstukken efficiënt kunnen helpen. Bijvoorbeeld notarissen en fiscalisten, die extra expertise op een specifiek vakgebied hebben. Deze mensen werken niet onder onze vlag, maar ze zijn wel nauw gelieerd aan ons. Voor een groot deel zijn het professionals die bij grotere kantoren vandaan komen, maar nu zelfstandig tegen schappelijke mkb-tarieven werken. Wij verwijzen onze klanten naar hen door. Zij opereren zelfstandig, factureren ook zelfstandig, maar ik houd wel de vinger aan de pols op alle fronten, omdat ik me verantwoordelijk voel voor hun werk. Op deze manier heb ik in tien jaar tijd veel goede mensen om me heen verzameld; advocaten, juristen, mensen uit de bancaire wereld. Zij snappen allemaal ons principe: ondernemers zo sterk mogelijk maken, zonder daarvoor nadrukkelijk de hoofdprijs te willen vragen. Het gaat om de lange termijn!"

Kantoor nieuwe stijl

Traditionele accountantsomzet zal door automatisering én kritischer klanten steeds meer verdwijnen. Hoe vangen kantoren dat op? Voorbeeld van een succesvolle aanpassing aan de nieuwe werkelijkheid is het mkb-kantoor Probaat Accountants & Adviseurs in Amsterdam. Een gesprek met oprichter en boegbeeld Peter Herrebout.

'WE WILLEN LATEN ZIEN DAT WE GEEN TE GROTE BROEK AANTREKKEN EN DAT WE TRANSPARANT EN EERLIJK ZIJN.'



tantskantoor'



Vijf vragen aan Worrell & Jetten

Uren x tarief, normaal of terminaal? 'Terminaal; de klant eist vaste bedragen.'

SBR: kansen of problemen? 'Kansen, vanwege efficiency, snelheid en eenvoud.'

Grootste concurrent? 'Accountantskantoren die net een slagje groter zijn dan het onze.'

Competenties medewerker 3.0? 'Sterk kunnen communiceren, mee kunnen gaan met de tijd!'

Kantoorlijfspreuk: 'Probaat, als het u om ondernemen gaat!'

'IK GA MET ENIGE REGELMAAT SPONTAAN LANGS BIJ MIJN KLANTEN ZONDER MISSIE OM IETS TE MOETEN 'SCOREN'.'

Herrebout benadrukt dat de transitie die accountantskantoren nu moeten maken, complex is. "Nieuwe adviesomzet kan de verloren gegane traditionele omzet doorgaans niet compenseren, laat staan overtreffen. Klanten zijn assertiever geworden en beschikken ook over veel meer kennis dankzij internet. Ook doen ze meer zelf, of dat nu in de cloud gebeurt of lokaal. Dat maakt het voor ons uitdagend, je moet scherp zijn op wat er gebeurt en continu blijven bouwen aan je eigen organisatie."

Maar met welke kwaliteiten wint een kantoor het dan in deze tijd?

Herrebout: "Alhoewel de meeste kantoren momenteel tegenwind ervaren, zie ik wel dat je met een goede missie en strategie nog steeds succesvol kunt zijn. Voor onze klanten zijn wij meer business partner dan alleen accountant. We denken met hen mee op een ondernemende, gedegen en innovatieve manier. We kijken hoe de klant zijn administratieve organisatie optimaal kan inrichten, we geven financieel advies en we verstrekken actuele informatie waarmee hij direct uit de voeten kan in zijn dagelijkse praktijk."

Dan, bedachtzaam: "De ondernemer gaat met jou in zee, omdat hij waarde toekent aan de kwaliteit van je werk. Een goede accountant verdient zichzelf altijd terug. Maar diezelfde ondernemer stelt het ook op prijs dat hij oprechte aandacht van je krijgt, van mens tot mens, zonder dat daaraan direct een prijskaartje wordt gehangen. Dus: ja, ik ga met enige regelmaat spontaan langs bij mijn klanten zonder missie om iets te moeten 'scoren' of ik verwijs relaties door. Elkaar dingen gunnen en elkaar verder willen helpen in deze tijd vind ik van grote waarde." □

Bier, boot en rugmassage

Een brochure hier, een persberichtje daar; traditionele manieren om je als kantoor te profileren. "Dat kan creatiever", dacht Peter Herrebout, waarop hij de Amsterdamse bierbrouwer 'De Prael' de opdracht gaf om een smakelijk bier te brouwen, met het etiket 'Probeer' - Probaat Accountants & Adviseurs. Maar er kan meer. Daarom vaart er ook een 'Proboot' van het kantoor door de Amsterdamse grachten. "Een van onze klanten heeft hierop zijn vrouw ten huwelijk gevraagd!", glimlacht Herrebout. En wie er op het kantoor werkt, kan één keer in de veertien dagen een gratis rugmassage ondergaan. Ook de klant die er die dag op bezoek komt.



'IK HEB EEN SOORT 'PARAPLU-ORGANISATIE' GEBOUWD MET SPECIALISTEN OM ONS HEEN.'