

Geen drempels in Wolvega

Wie het kantoor van Maatman Accountants binnenstapt, proeft gelijk de sfeer. Nuchter, zakelijk, fris, maar met een onmiskenbaar gemoedelijke onderstroom. Eduard Maatman en Stephan Zijlstra: “Er worden bewust geen driedelige kostuums, mantelpakjes of stropdassen gedragen.”

TEKST: ANNEMARIE OORD | BEELD: WILLEM EELMAN

Of je kantoor nu in Friesland staat of in Amsterdam maakt in zekere zin niet zoveel uit. Alle klanten zijn kritischer geworden. Ze willen meer waar voor hun geld, transparantere facturen en snelle service, zonder financiële verrassingen. Toch heeft een kantoor in Friesland daar minder last van dan een kantoor onder de rook van Amsterdam. Dat geldt ook voor Maatman Accountants: op zoek naar de ingrediënten waarmee zij de slag naar een meer adviesgerichte organisatie maken.

Laagdremkelig. Wat is het toverwoord bij die transitie?

Eduard Maatman: “Laagdremkeligheid is een van onze kernwaarden. De andere zijn ‘samen met de klant ondernemen’ en voldoende invoelingsvermogen hebben. Dus niet tegenover de klant zitten, maar juist naast hem staan. Met zijn cijfers als uitvalsbasis leggen we de lijnen vooruit. We bespreken samen de haalbaarheid van plannen en de manier waarop ik ze daarbij kan ondersteunen. Dat geeft de ondernemer rust en duidelijkheid en daar zit ook je toegevoegde waarde als



Eduard Maatman (links) en Stephan Zijlstra: ‘Het is onze missie niet om klanten het vel over de oren te trekken.’

accountant. Het impliceert overigens wel dat we onze klanten gevraagd én ongevraagd advies geven en dat we hen regelmatig een spiegel voorhouden. We zijn geen ja-knikkers.”

Stephan Zijlstra vult aan: “Onze organisatie is ook intern heel laagdrempelig. We werken met 25 medewerkers en daardoor blijven de lijnen kort; de een weet nog wat de ander doet en we drinken steevast twee keer per dag koffie met het hele team. Het mooie is dat je dan ook ziet dat iedereen op een gelijkwaardige manier met elkaar omgaat.”

Maatman grinnikt: “Ze jagen mij en Stephan dan net zo goed op de kast als ieder ander.”

Roerige periode

Het kantoor in Wolvega heeft al jaren een rustig doch gestaag groeiende klantenkring. Dure marketingacties en spannende wervingsstunts waren niet nodig, de mond-tot-mondreclame deed - en doet - gewoon zijn werk. In 2011 kon Maatman Accountants een administratiekantoor overnemen uit een naburige kern. Daar verslikte het kantoor zich een beetje in. Met name de andere manier van communiceren en het kwaliteitsverschil in dienstverlening wreekten zich hier.

Zijlstra: “In de afgelopen drie jaren is er een hoop gebeurd. Zo hebben we onze dienstverlening uitgebreid met een aparte bv voor hypotheekadvies en financial planning, om de ondernemer in elke levensfase van zijn onderneming zo goed mogelijk te kunnen adviseren. Deze bredere dienstverlening heeft de regionale aantrekkingskracht van ons kantoor versterkt. De deelname aan HT heeft daar mede aan bijgedragen. Daarnaast maken we gebruik van Auxilium en Fiscount om speciale klantvraagstukken te kunnen oplossen. “In deze periode hebben we ook bewust de relatie met een deel van ons klantenbestand opgezegd. Desondanks is onze omzet daar tot nu toe niet door gedaald.”

Klanten afstoten in een moeilijke tijd, hoe slim is dat?

Maatman: “Je moet klanten hebben die bij jou passen. Dat geldt ook ten aanzien van je medewerkers. We hebben in de afgelopen periode daarom diverse knopen

‘JE MOET KLANTEN HEBBEN DIE BIJ JOU PAssEN.’

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 Friese mkb-kantoor Maatman Accountants in Wolvega. Een gesprek met eigenaren Eduard Maatman en Stephan Zijlstra.

Vijf vragen aan Maatman Accountants

Uren x tarief, normaal of terminaal? ‘Hier geen issue! Belangrijk is dat je je klant niet teleurstelt, noch bij uurtje-factuurtje, noch bij vaste prijzen.’

SBR: kansen of problemen? ‘Kansen, een praktisch middel om partijen zonder al te veel werk direct van goede informatie te voorzien.’

Grootste concurrent? ‘Dat zijn wijzelf. Doen we het niet goed, dan zitten we zelf op de blaren.’

Competenties medewerker 3.0? ‘Vaktechnische bagage, inlevingsvermogen, het ‘technische verhaal’ kunnen vertalen voor de ondernemer.’

Kantoorlijfspreuk: ‘Samen succesvol ondernemen.’

‘ER WORDEN BEWUST GEEN DRIEDELIGE KOSTUUMS, MANTELPAKJES OF STROPDASSEN GEDRAGEN.’

doorgehakt. Aanvankelijk liep onze omzet even wat terug, maar de omzet die er nu ligt, komt uit een gezonde klantenportefeuille. Klanten met wie je prettig kunt samenwerken en communiceren en die - niet onbelangrijk - hun rekeningen ook behoorlijk op tijd betalen. Het loopt hierdoor allemaal veel soepeler. Natuurlijk melden zich hier af en toe ook ‘prijszoekers’. Maar als je werk aanneemt tegen zeer lage tarieven, ben je ook gedwongen om concessies te doen aan de kwaliteit. Dat willen we niet en dat doen we dus ook niet.”

Iets toevoegen

En hoe zit het nu precies met dat loyaliteitsverschil Wolvega-Amsterdam?

“De loyaliteit van klanten is in Friesland wel groter dan in de Randstad”, merkt Maatman op. “Maar dat schiet ook wel eens erg door”, vult Zijlstra aan: “Ik sta er soms echt versteld van wat klanten bij een vorig kantoor geslikt hebben. Ondernemers die in vier jaar tijd nooit een rapport hebben ontvangen, waar constant zaken misgingen, waarover nauwelijks werd gecommuniceerd. Als ondernemers in deze regio eenmaal voor je hebben gekozen, zappen ze niet gauw door naar een ander. Nieuwe klanten zijn beduidend kritischer: ‘Laat eerst maar eens zien wat je kan. Doe je dat goed, dan blijven we’.”

Waarom kiezen klanten in deze regio nou juist voor jullie kantoor?

Maatman: “De kwaliteit van onze dienstverlening is één, maar ik denk dat wij ook een heel eerlijk imago hebben. Het is onze missie niet om klanten het vel over de oren te trekken. Daar hebben we geen enkel belang bij. De focus ligt op een duurzame relatie, niet op snel willen scoren. Onze stelregel: pas als je wat toevoegt voor de ondernemer, mag je ook uren schrijven. Voeg je niks toe, dan is dat dus voor eigen rekening. Klanten weten hier ook dat ze voor vergelijkbaar werk nooit ineens het tweevoudige hoeven te betalen.” □