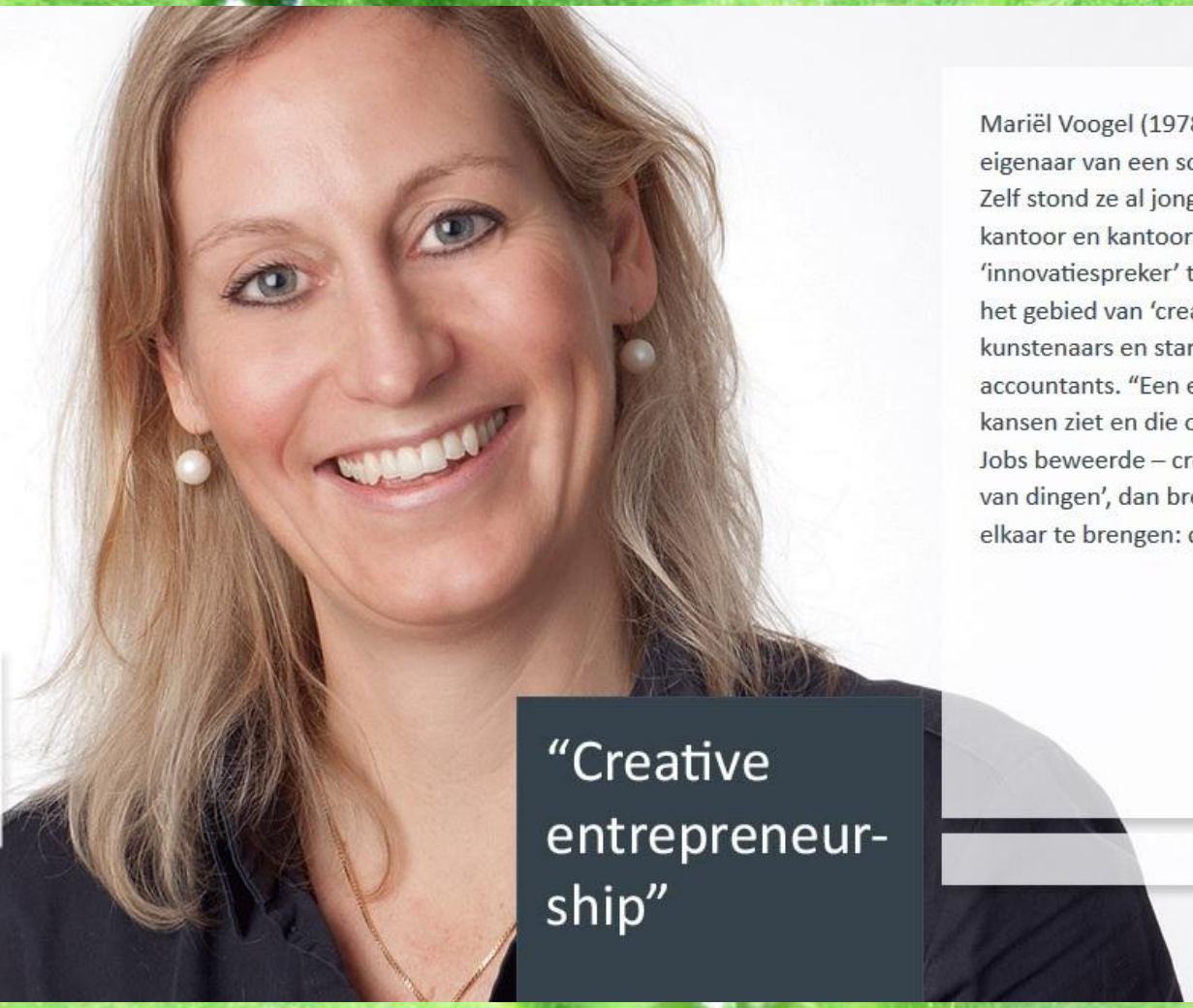
# Interview AFAS Insite Accountancy

# Geef kleur aan je kantoor!

Alle accountants leveren financiële dienstverlening. Maar als je die financiële diensten eens even wegdenkt, wat blijft er dan over? Dáár zit nu precies wat je onderscheidt van anderen, zegt ‘innovatiespreker’ Mariël Voogel. Haar boodschap: ontsnap aan vijftig tinten grijs, geef kleur aan je kantoor! Dat bereik je volgens haar met creativiteit, innovatief bezig zijn en meer empathie.



Mariël Voogel (1978) 'heeft wel wat' met accountancy. Haar vader is eigenaar van een softwarehuis voor administratieve dienstverlening. Zelf stond ze al jong te flyeren op de Efficiencybeurs (vakbeurs voor kantoor en kantoorautomatisering), maar studeerde Kunstbeleid. Als 'innovatiespreker' traint ze op dit moment individuen en groepen op het gebied van 'creative entrepreneurship' – van net afgestudeerde kunstenaars en startende ondernemers tot doorgewinterde accountants. "Een entrepreneur is iemand die voortdurend nieuwe kansen ziet en die ook benut," zegt ze. Als het klopt dat – zoals Steve Jobs beweerde – creativiteit in feite niks anders is dan 'het verbinden van dingen', dan brengt Voogel dat in de praktijk door werelden bij elkaar te brengen: creativiteit en dienstverlening.

"Creative entrepreneur-ship"

# Voogels tips om te ontsnappen aan ‘vijftig tinten grijs’:

**They all look alike. So…be different!**

“Accountants lijken veel op elkaar. Dat begint al met hun website. Ter voorbereiding van mijn presentatie over creative entrepreneurship op de Accountancynieuwsdag 2014 bekeek ik de websites van deelnemers. Sommige waren niet eens vindbaar, de andere leken heel erg op elkaar. Tik ‘accountant’ in op Google afbeeldingen en je ziet vooral mannen in pakken, rekenmachines en een enkele vrouw, meestal ook in kostuum.

In de basis leveren alle accountants hetzelfde: financiële dienstverlening. Maar het verschil met concurrenten wordt niet gemaakt door het product zelf, maar door de waarde die je hebt voor je klant. Stel jezelf de vraag: hoe vernieuwend of hoe anders ben ik hierin dan mijn concurrent?"

**Wees concreet!**

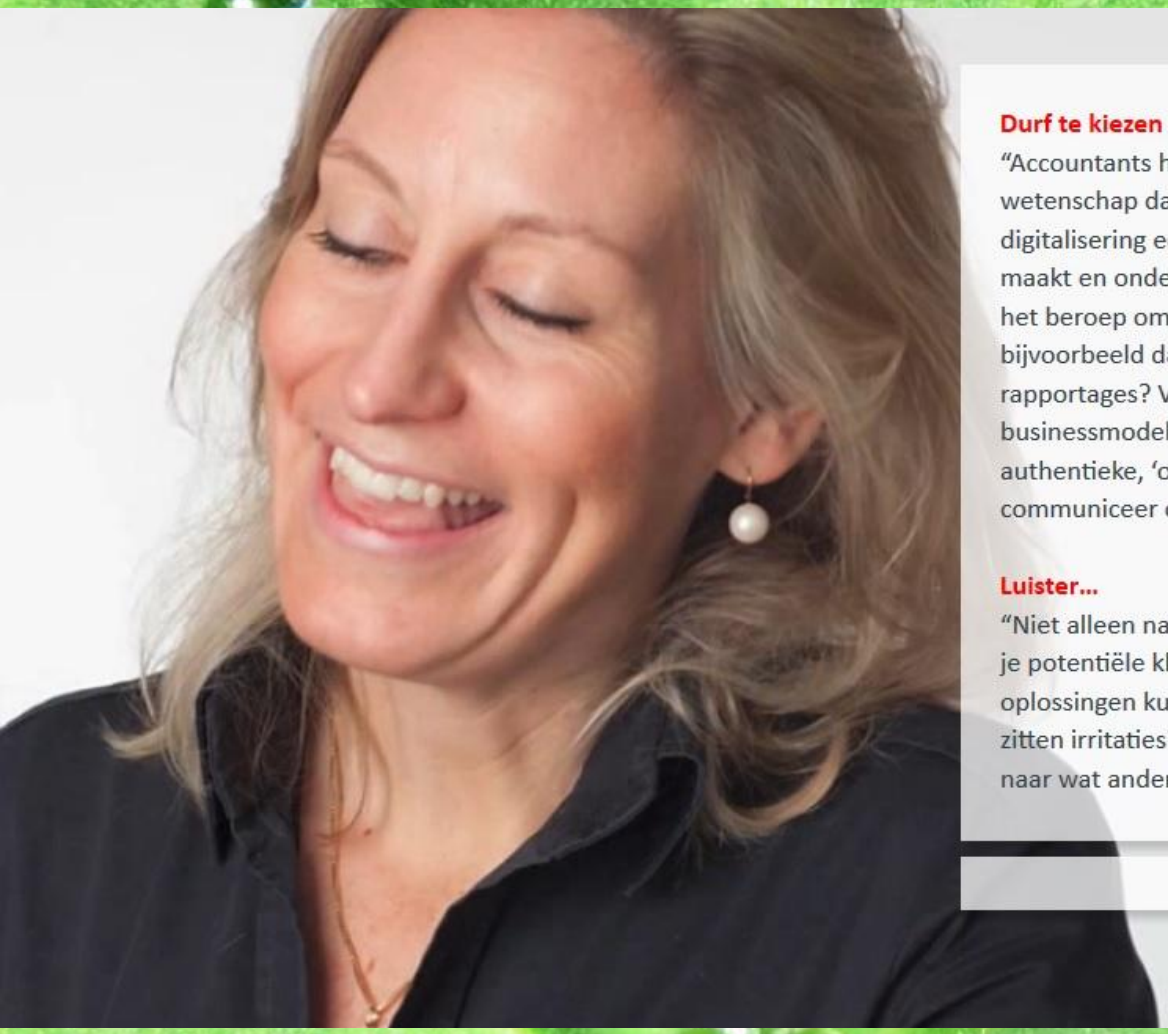
"Wees concreet in de belofte die je doet aan potentiële klanten. Zeg je dat je bijzonder bent vanwege de kwaliteit en service die je biedt? Vermijd dergelijke open deuren. Ik heb nog nooit iemand horen zeggen: ik wil je product maar ik hoef géén kwaliteit. Met vijftig tinten grijs ga je de oorlog niet winnen. Laat zien wie je bent, wat je doet en maak dat vooral heel concreet. Als je zegt dat je als accountant ondernemers ontzorgt, wat houdt dat dan in? Benoem dat! Te vaak zie ik op websites beloften als 'coachende accountant', 'ondernemende accountant'.

"Vertel *hoe* je ondernemers ontzorgt"

Met daarna het standaardaanbod. Dat breekt volstrekt de geloofwaardigheid van de boodschap af. Maak duidelijk hoe en waarbij je je klant coacht en waaruit blijkt dat je ondernemend bent."

**Waarom jij?**

"Ga na waarom je klanten voor jou kiezen. Het gebruik van bepaalde software? Omdat je kantoor lekker dichtbij zit? Omdat jullie lid zijn van dezelfde businessclub of omdat je bent aanbevolen? Je creëert nieuwe markten door de behoeften van je klant te ontdekken en je dienstverlening daarop aan te passen."



**Durf te kiezen**

"Accountants hebben lang dezelfde de koers kunnen varen in de wetenschap dat ondernemers hen nodig hebben. Maar nu de digitalisering een stuk van de traditionele dienstverlening overbodig maakt en ondernemers behoefte hebben aan meer efficiency, vraagt het beroep om een nieuwe invulling. Ga je zitten op de lijn van bijvoorbeeld data-analyse of het real time kunnen leveren van rapportages? Voer dat dan zover mogelijk door en bouw er je businessmodel omheen. Het kan natuurlijk zo zijn dat je toch 'die authentieke, 'ouderwetse' accountant' wilt blijven, maar communiceer dat dan ook in al je uitingen."

**Luister...**

"Niet alleen naar je klanten, maar ook naar je collega's, je omgeving, je potentiële klanten. Wat zeggen zij, wat willen zij? Welke oplossingen kun jij daarvoor bieden? Wat vinden ze goed en waar zitten irritaties? Zie je omgeving als een waardenetwerk en luister naar wat anderen over jou of je branche zeggen."

## Wees empathisch

"Je dienstverlening is vooral functioneel gericht. Voeg daar gerust eens wat emotie aan toe. Appelleer aan het gevoel van je klant. Een warme en attente relatie kan het verschil maken. Verdiep je in de wereld van de klant en zijn branche; wat zijn daarin de ontwikkelingen en in welke mate hebben die invloed op zijn dagelijkse activiteiten? Welke partijen zijn daarin van belang? Fungeer als klankbord voor je klant. Wees zakelijk én empathisch. Probeer je voor te stellen wat het voor de klant en zijn bedrijf betekent als hij bijvoorbeeld een financiering niet rond krijgt."

# Start vandaag met je business van morgen!

**www.creatiefinnoveren.nl**

Mail naar info@creatiefinnoveren.nl

Of bel Mariël Voogel op 06-813 62 492

Voor het volledige Insite magazine, meld je hier aan