



RICHARD KOMEN

In 2007 startte Richard Komen FFP De Scheidingsplanner Alkmaar | Zaandam en specialiseerde zich in financiële advisering/ bemiddeling bij echtscheiding.



TOM GUNTHER

register makelaar/ taxateur en ondernemer, is actief op het gebied van bedrijfs-huisvesting in al haar facetten.



EDWIN KERKHOVEN

Joek Accountants + Adviseurs/accountant te Wormer, ondersteunt al jarenlang met een klein professioneel team en een netwerk van specialisten MKB-ondernemers op allerlei gebieden.



HERMAN JANSEN

is gerechtsdeurwaarder. Hij verricht maatwerk in incasso- en gerechtelijke werkzaamheden en is gespecialiseerd op oninbare en afgeschreven vorderingen van MKB.

RONDE TAFEL ZAKELIJKE DIENSTVERLENING

Continue aandacht voor klant blijft belangrijkste succesfactor

Bij Gunther bedrijfsmakelaars in Zaandam vond onlangs een boeiende bijeenkomst plaats, die in het teken stond van brede heroriëntering. Waar staan we met onze economie en welke actie vraagt dat van zakelijke dienstverleners?



De tijden zijn nog altijd turbulent en de vraag is of we met zijn allen eigenlijk al door de storm heen zijn. Tom Gunther ziet voornamelijk dat het sentiment verbetert. Maar constateert tegelijkertijd dat de harde economische indicatoren nog steeds geen solide basis vormen voor de stelling dat het werkelijk beter zou gaan. “Als bedrijfsmakelaar zie ik dat in elk geval nog niet. Deels zijn we de afgelopen jaren de put ingeprept, het is dus voor een belangrijk deel psychologie. En zeker bij de bestedingen zie je dat sentiment sterk meespeelt. Zolang mensen er dus nog niet in geloven, komen de bestedingen niet of nauwelijks op gang.”

Richard Komen spreekt van een tweeledig verhaal. “Eerst zijn we de hemel en vervolgens de put ingeprept. Vergelijk het met de lucht in een ballon, die moet eruit en komt niet meer terug.

Daarnaast veranderen markten snel, zodat je op een totaal andere manier je producten of diensten verkoopt dan enkele jaren geleden. De levenscycli van zowel bedrijven als producten zijn daardoor verkort. Ook gaan we nu terug naar aflossen en sparen, waar de economie eigenlijk consumptieve bestedingen nodig heeft. Er zijn dus vele zaken tegelijk in beweging.”

Vermogensbeheerder Harald Leendertse voegt toe dat we voor de crisis met een veel te rooskleurig economisch beeld rondliepen.

“We zijn aan dat mooie plaatje gewend geraakt en als je dan terugvalt naar een veel mindere economische cyclus en de pers die vervolgens regelmatig voorziet van kritische ondertitels, dan ontstaat er een negatief klimaat. Maar eigenlijk is het huidige plaatje natuurlijk wel reëler dan dat waar we vóór de crisis naar keken. We zouden onszelf dus eigenlijk moeten afvragen; ‘waar komen we vandaan en was die situatie wel zo reëel?’ Persoonlijk denk ik dat de waarderingen toentertijd wel erg hoog zijn opgelopen.”

“Vooral het sentiment op de markten verbetert zich”

Dat sluit aan bij de ervaringen van Raimond Takkenberg. “Daar heb ik de laatste jaren bij bedrijfsoverdrachten veel mee te maken. Een ondernemer heeft voor de crisis, in 2004 of 2005, gehoord dat zijn onderneming bijvoorbeeld zes of zeven keer de Ebitda waard is. Maar kijk je naar de afgelopen jaren dan is met een beetje geluk misschien

nog een kleine winst gemaakt, terwijl er helemaal niet meer is geïnvesteerd. Kortom; dan zien de waarderingcijfers er op een gegeven moment uiteraard heel anders uit. Daar zit ook de tragiek; veel ondernemers denken nog steeds dat ze financieel gezien een topzaak hebben, maar de realiteit is anders geworden. Een van de verantwoordelijkheden die wij als zakelijke dienstverleners moeten nemen, is het eerlijke verhaal te vertellen. Ook als ondernemers dat liever niet horen.”

Geert Habets gaat in op de eerder gemaakte opmerkingen over sentiment en waardeontwikkeling van bedrijven. “Wij constateren als Rabobank ook duidelijk het positievere sentiment in de markt. Waarbij we vaak merken dat de ondernemers die actief zijn en investeren in de toekomst, ook werkelijk meer perspectief hebben. Wat betreft waardeontwikkeling van bedrijven blijft het volgens mij een kwestie van vraag en aanbod. Wat is op een bepaald moment hot en wat not?” Habets constateert dat ondernemers in elk geval van één ding zeker kunnen zijn en dat is verandering. “En wij zien vaak dat ondernemers die zich tijdig aan die marktveranderingen weten aan te passen en die erin slagen om te innoveren, de ondernemers zijn die successen boeken. Partijen die stil blijven staan en denken dat het wel overwaait, verliezen meestal.”



HARALD LEENDERTSE

Vermogensbeheerder/beleggingsadviseur Harald Leendertse is een onderscheidende specialist die maatwerk biedt op het gebied van persoonlijk beleggingsadvies en beheer.



RAIMOND TAKKENBERG

Werkt voor bedrijfsoverdracht.eu, is onafhankelijk adviseur op het gebied van bedrijfsovernames en bedrijfswaarderingen, gericht op het MKB.



NIENKE VAN BOCKHOVEN

van AGIN van Bockhoven Gerechtsdeurwaarders is partner voor haar klanten in resultaatgericht debiteurenbeheer en incasso.



GEERT HABETS

werkt voor Rabobank Waterland en Omstreken als manager Bedrijven. In de regio Waterland en omgeving bedient de Rabobank zo'n kleine zeventienduizend kleine en grote zakelijke klanten in vrijwel alle branches.

Nienke van Bockhooven benoemt als gerechtsdeurwaarder een dubbel probleem waar haar beroepsgroep tegenaan loopt. “Pas sinds 2001 hebben wij in onze beroepsgroep echt met marktwerking te maken. Dat bracht verschuivingen en schaalvergrotingen in de markt teweeg, wat je nu weer wat ziet teruglopen. Daarnaast moeten we ermee omgaan dat als gevolg van de crisis zowel bedrijven als particulieren weinig geld hebben. En met het feit dat bedrijven de laatste jaren anders met hun incassoportefeuille zijn omgegaan. Klanten zijn minder loyaal, stappen makkelijker over naar een ander. Dat maakt onze markt, die een vechtmarkt is, een behoorlijk uitdagende. We hebben momenteel niet minder werk, misschien wel meer, maar het verdienrendement op de portefeuille ligt lager.”

Ook Herman Jansen is gerechtsdeurwaarder en hij merkt op hoe belangrijk het is om met beide benen op de grond te blijven staan. “De omstandigheden dwingen daar sowieso toe. Vooral dienstverleners die het werk maar binnen zagen vliegen en vergaten om ondernemer te zijn, hebben het moeilijk gekregen. Het werk komt namelijk niet meer zomaar binnen, je moet tegenwoordig meedoen aan tenders en dat is een hele verandering als je bedenkt dat je voorheen contractuele afspraken met klanten had. Dat je preferred supplier was op basis van bewezen diensten. Dat krediet kalft af. En bij tenders wordt helaas vaak primair naar prijs gekeken en gaat men meestal voorbij aan de kwaliteit van dienstverleners.”

“Een van de verantwoordelijkheden die wij als zakelijke dienstverleners moeten nemen is het eerlijke verhaal te vertellen”

Edwin Kerkhoven: “Ik constateer in mijn accountancy praktijk dat de ondernemers die in de problemen komen diegenen zijn die niet verder kijken dan naar dat getalletje op de aangifte. Een accountant inhuren lijkt hen op het eerste gezicht te duur. Er wordt dus heel erg naar de korte termijn gekeken. Terwijl succesvolle ondernemers tijdig onderkennen dat zaken niet gaan zoals ze zouden moeten gaan en vervolgens snel bijsturen.

Die goede ondernemer is ook met een andere termijn bezig, namelijk de lange. En die begrijpt dat een goede accountant daar een belangrijke adviserende en ondersteunende rol in kan spelen.”

De markten zijn dus duidelijk veranderd, zoals blijkt uit alle reacties van de deelnemers. Hoe veranderden zij de afgelopen jaren mee in antwoord op die dynamiek en hoe bleven zij onderscheidend? Leendertse: “Het grappige is dat ik juist succes boek door het klassieke servicemodel aan te bieden, waarin het gaat om korte lijnen en persoonlijk contact. Daarnaast is mijn houding proactief, dus ik bel de cliënt en wacht niet tot hij mij belt. Die actieve houding en de continuïteit van mijn dienstverlening worden gewaardeerd.”

Takkenberg: “Toen ik begon zaten bedrijfswaardering en -overdracht vaak nog in de verborgen hoek. Ondernemers lopen er niet mee te koop en weten vaak ook niet waar ze de informatie moeten halen.

Daarom heb ik de informatievoorziening uit die hoek gehaald en ben ik mijn kennis actief gaan delen middels het geven van workshops en lezingen.”

Kerkhoven: “Veel mensen denken dat een accountant een bij een optelt en dat daar automatisch een aangifte uit rolt. Maar voor mij zijn de cijfers slechts de basis om een goed gesprek met de klant aan te gaan. Wij zijn continu bezig om het proces om tot relevante cijfers te komen, zo efficiënt mogelijk te krijgen. We maken daarbij gebruik van de modernste hulpmiddelen, maken de klant daar bewust van en laten hem daarin participeren. Want hoe hoger de kwaliteit van de aan ons geleverde gegevens, des te efficiënter en beter wij adequate informatie kunnen verzorgen. En des te meer tijd overblijft om over die cijfers te praten en op maat te adviseren.”



Van Bockhooven: "Ik onderscheid me in een vrij naar binnen gerichte beroepsgroep door juist naar buiten te treden en het persoonlijke contact met ondernemers te zoeken. Niet alleen om er business van te krijgen, maar ook om mezelf te verrijken door nieuwe mensen te leren kennen."

Habets: "Bij ons zit innovatie vooral in de service aan de klant. We proberen onze producten en organisatie te vereenvoudigen en begrijpelijker te maken voor klanten, zodat zij beter weten waar ze aan toe zijn. Zo neemt bijvoorbeeld het aantal verschillende financieringsvormen af. Een andere belangrijke stap is dat wij steeds meer services online aanbieden. Dit vinden onze klanten belangrijk, ze komen immers steeds minder in een kantoor. Klanten kunnen waar en wanneer zij willen veel zelf regelen. Voor bijvoorbeeld het blokkeren van een zakelijke pas of het wijzigingen van contactgegevens hoeft de klant niet meer langs te komen bij de bank."

"We gaan steeds meer naar 'one size fits all'-achtige producten"

Gunther: "Wij zijn op social media actiever geworden. We hebben mooie platformen, zoals Fun in Business en ook onze eigen site. Maar directe communicatie met de klant was nog beperkt. Zodoende zijn we nu ook actief geworden op LinkedIn en zijn we een Twitter account gestart."

Jansen: "Wij zijn sterk in het persoonlijk contact. We hebben geen folder, maar men vertelt onze service door en dat is een uitvloeisel van onze persoonlijke aanpak en van het feit dat wij ons op die manier presenteren en kunnen bewijzen."

Daarbij ben ik kritisch in het binnenhalen van opdrachtgevers, wat er dan ook in resulteert dat wij ongeveer 95 procent van alle vorderingen binnenhalen."

Komen: "Als scheidingsplanner leven wij bij echtscheidingen, maar we gaan nu ook investeren in relatietherapie in een tijd waarin het aantal vechtscheidingen toeneemt. Er bestaat overigens de verplichting voor gescheiden ouders om een ouderschapsplan op te stellen, maar aan de afspraken daarin houdt men zich vaak niet. Bijna altijd is slechte communicatie de basis voor alle problemen. Daarom hebben wij een communicatieplan ontwikkeld dat boven het ouderschapsplan ligt en waarmee we de verstoorde communicatie willen herstellen en problemen na een scheiding willen voorkomen. Ons doel met deze innovatieve ontwikkeling: leed verminderen en het hele financiële en organisatorische proces van een echtscheiding voor partijen vereenvoudigen." <<

