

# 'Van winst naar welvaart'

Spoelstra Accountancy Services verleent accountancydiensten aan circa 100 klanten in het Nederlandse mkb. Het vierkoppige kantoor hanteert geen uurtarief. Klanten hoeven niet op de klok te kijken bij contactmomenten, want voordat een samenwerking aanvangt, staan de kosten in steen. De keuze voor een value-based prijsmodel is net zo effectief als de resultaten die klanten aan de dienstverlening van Spoelstra Accountancy Services overhouden. Marcel Spoelstra, eigenaar van het kantoor, werpt een licht op zijn onderscheidende werkwijze.

**Marcel Spoelstra** | Spoelstra Accountancy Services

"Hoewel ik uit een groter zakelijk segment kom, ben ik als registeraccountant uiteindelijk voor het mkb gaan werken", vertelt Marcel. "Dit omdat de lijnen lekker kort zijn en je vaak direct praat met degene voor wie je het doet, namelijk directeur-eigenaren."

Marcel ziet zijn werkveld als breed. "Ik help klanten bij het bereiken van hun doelen. Natuurlijk is de financiële administratie belangrijk, maar een band net zo goed. Hiervoor ga ik relaties aan. Zo kom ik erachter wat iemand wil. De vragen die ik stel zijn best wel confronterend. Ben je tevreden waar je nu bent? Wat stopt jou om te doen wat je doet? Zo ondersteun ik ondernemers bij het bereiken van hun doelen - en ben ik meer een partner die ondernemers helpt om te beseffen dat hun onderneming een middel is en niet per se het doel."

#### **Value-based pricing**

Iets wat veel accountants vergeten, maar desondanks

essentieel is voor de bedrijfsvoering, is dat ook zij ondernemers zijn. Marcel vergeet het niet. Integendeel: hij onderwerpt zijn bedrijfsvoering aan dezelfde kritische vragen waarmee hij zijn klanten vooruit helpt.

Het logische gevolg is groei. Terwijl de meeste kantoren gedurende COVID-19 omzetverlies verwachtten, ervoer Spoelstra Accountancy Services een stijgende lijn. Het kantoor is bestendig - en dat heeft alles te maken met 'value-based pricing'.

"Het is meer dan een prijsmodel," licht Marcel toe. "Het is een dienstverleningsmodel. Ik ben niet de goedkoopste accountant, maar ik werk met een vaste prijs. Klanten ontvangen geen uurtarief, maar een vast bedrag voor het uiteindelijke resultaat. Zo weten mijn klanten vooraf wat het gaat kosten. Het geeft ze zekerheid en voorkomt nare verrassingen achteraf. Ook geef ze de mogelijkheid in termijnen te

betalen. Dit model maakt het een stuk laagdrempeliger om mij te benaderen. En andersom: klanten schrikken niet als ik ze bel."

Een verre sprong van de uurtje-factuur-tje-werkwijze die het Nederlandse accountancylandschap tekent. Value-based pricing werpt beduidend zijn vruchten af. Waarom gaan niet alle andere accountantskantoren overstag?

"Gewenning," antwoordt Marcel resoluut. "Als je bij je eerste werkgever leert om je uren te schrijven en door te belasten, is het logisch dat je die werkwijze overneemt. Maar ik zie een verschuiving in het betalen van bijvoorbeeld je auto, het streamen van muziek of films of je abonnement op de sportschool.

Ik analyseer, concludeer en richt mijn vragen daarop in. Die vragen gaan veel verder dan de cijfers. Zo kan een bedrijf dat wil groeien misschien wel behoefte hebben aan een groter pand, met alle gevolgen van dien. Dat kan ik in kaart brengen: samen met de klant een roadmap uitstippelen om van A naar B te komen."

"Bij het meedenken over de inrichting van een onderneming komen de doelen van de ondernemer om de hoek kijken. Wordt die wel echt gelukkig van het vele werken? Is het winst wat de ondernemer nastreeft? Of ligt die winst op een ander vlak?"

"Winst is immers niet allesbepalend. Het geld van een bedrijf is soortgelijk aan het bloed van een menselijk lichaam. Noodzakelijk, maar niet waarvoor je leeft. Ik heb klanten die zichzelf zes dagen per week een slag in de rondte werken. Die verdienen misschien een miljoen, maar geven er ook veel voor op. Ik ben meer iemand die het weekend graag doorbrengt zijn mijn kinderen en hobby's. En dat ondervind je pas wanneer je de juiste vragen stelt. Mijn streven is om klanten van winst naar welvaart te helpen." **B**

## 'Klanten ontvangen geen uurtarief, maar een vast bedrag voor het uiteindelijke resultaat'

Het is steeds vaker mogelijk iets te leasen of een abonnement af te sluiten. Ik bewijs met mijn kantoor dat dit uitstekend werkt, maar daar heb je wel durf voor nodig."

#### **Van winst naar welvaart**

Kortom: value-based pricing biedt een kans voor kantoren met lef. Er is geen sprake van een 'one size fits all'-aanpak. Het laatste galmt door in de inhoud van Marcells dienstverlening. Elke klant en oplossing is anders.

"Ik wil allereerst een gesprek met de klant. Een klant kan veel willen en van mij verwachten, of misschien juist niet. Het wisselt enorm en hangt helemaal af van het bedrijf en de situatie.

**=exact**

