

# Questies

*Klantbenadering = Mensenwerk*



# Inhoud

## Profiel FACET

FACET is een accountants- en adviesorganisatie van circa 50 professionals gevestigd in Capelle aan den IJssel, in de wijk Fascinatio onder de rook van Rotterdam.

Net als ieder accountantskantoor leveren wij de reguliere accountantsdiensten. Onze visie is echter dat wij door onze inbreng ondernemers beter willen laten ondernemen, door hen werkelijk toegevoegde waarde te leveren. Wij zijn uw sparringpartner. 'Het gaat ons om meer dan de knikkers!'

Met onze AFM-vergunning en onze aansluiting bij Nexia International kunnen wij ook onze grotere en internationale cliënten prima bedienen.



Wim de Jong over Mensenwerk en het samen waarmaken

3



Ruud Heijenga, oprichter Brandfriend, over de waarde van een merk en merkbeleving

4



Arnoud Brouwer (FACET) en Saskia van der Heijden (ING): 'Beter inzicht dankzij FACET Ondernemingsrapport'

8



Antiono Oken, eigenaar Opticool, over hoe hij de wensen van zijn klanten omzet naar diensten en producten

10

### Colofon

*Questies* is het magazine voor cliënten en relaties van FACET Accountants en Adviseurs en FACET Audit. Hoewel bij het redigeren van *Questies* de grootst mogelijke zorgvuldigheid wordt betracht, bestaat altijd de mogelijkheid dat bepaalde informatie na verloop van tijd verouderd of niet juist meer is. FACET Accountants en Adviseurs en FACET Audit zijn niet aansprakelijk voor de gevolgen van activiteiten die worden ondernomen op basis van deze uitgave.

Redactie-adres Postbus 4079, 3006 AB Rotterdam (010) 452 61 44

[www.facet-accountants.nl](http://www.facet-accountants.nl)

Contactpersoon Kim Stander  
Productie Rijken & Jaarsma  
Vormgeving Boulogne Jonkers Vormgeving, Ontwerp Ruim  
Fotografie Peter van Es, Désirée Verstege, Brandfriend, Robert Tjalando  
Lithografie & druk Drukkerij Goos

De wereld om ons heen verandert snel. Ook accountantskantoren hebben daarmee te maken. Diensten als het samenstellen van de jaarrekening, de accountantscontrole en het verzorgen van de fiscale aangiften zijn min of meer een 'commodity' geworden, een standaardproduct waarvoor de klant zo min mogelijk wil betalen. Veel accountantskantoren zitten in een identiteitscrisis: hoe ga je om met de veranderingen en de nieuwe eisen die zowel de klant, de toezichthouders als de maatschappij stellen.



## Klantbenadering = Mensenwerk

Bij FACET hebben wij ons die vraag ook gesteld. Niet nu, maar al eerder. De klant centraal stellen. Het is makkelijk gezegd, maar hoe breng je dat in de praktijk? Innoveren en inspelen op daadwerkelijke klantbehoeften zijn noodzakelijk, maar hoe geven we dat vorm en inhoud?

De visie die we daarop hebben ontwikkeld, hebben we 'Mensenwerk' genoemd. Want dat is het. Klantbenadering is Menschenwerk en Menschenwerk is hét samen waarmaken. Wat verwachten onze klanten van ons? Waarmee kunnen wij ons als adviseurs onderscheiden en hoe kunnen wij bijdragen aan ondernemers beter te laten ondernemen? Op basis van een merkenprisma hebben we een aantal belangrijke kernwaarden benoemd: **kleur en inhoud geven** aan datgene wat we doen, **duurzaam verbonden** zijn met onze relaties, **toonbepalend** zijn, **hét samen waarmaken, versterkend werken** en een **kordate partner** zijn. Ons merkenprisma treft u aan op pagina 6.

Intern zijn we aan de slag gegaan door te gaan werken met multidisciplinair samengestelde klantenteams. Accountants,

fiscalisten en loonadviseurs in één team dat gezamenlijk een vaste klantengroep bedient. Daarmee verkrijgen we meer klantkennis en kunnen we efficiënter en pro-actiever inspelen op de wensen van onze klanten. Vertrouwen is de kern van een sterke relatie. Je moet met elkaar meegroeien in een verbondenheid die tegen een stootje kan.

Door onze branchegerichte benadering ontsluiten we de vakkennis van onze mensen ten behoeve van onze klanten nog beter. Elke branche heeft zijn eigenaardigheden en die moet je kennen en herkennen om een sterk staaltje werk af te leveren. Wij zetten voortdurend de klantbril op bij datgene wat we doen. Dat betekent ook dat we onze expertise van de verschillende branches en sectoren verder blijven uitbouwen.

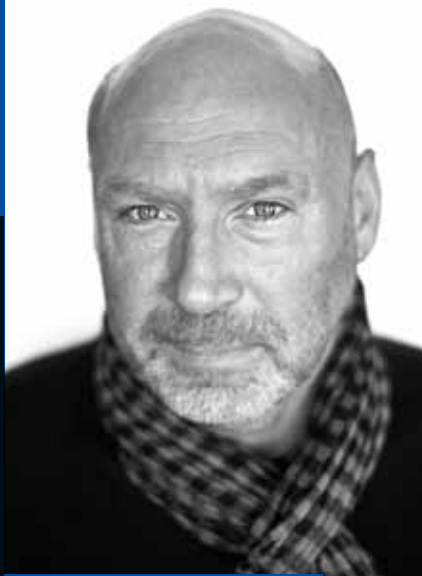
Met ons merk 'Mensenwerk' treden we ook naar buiten. In een andere en opvallende stijl. Onze bedrijfsfilm Menschenwerk en het bijbehorende merkpaspoort maken duidelijk waarvoor wij staan en hoe wij de toekomst zien. FACET Menschenwerk is ons DNA

en geeft aan dat klanten bij ons echt centraal staan: in ons denken en in ons doen. Onze mensen en degenen die achter hen staan, zien wij als belangrijke stakeholders.

In deze uitgave van Questies vindt u veel over FACET Menschenwerk en over de manier waarop wij in de markt willen staan. Dat is niet alleen te zien in FACET Menschenwerk, maar ook in andere activiteiten zoals de Jaarrekening Hulp App die we speciaal hebben laten ontwikkelen, het FACET Ondernemingsrapport en het opstarten van onze Duitsland Desk.

Onze ambities zijn groot. Wij willen ondernemers de toegevoegde waarde bieden die ze verlangen. Ondernemers met ambities helpen beter te ondernemen. Het gaat ons om meer dan alleen de knikkers. Die slogan hanteren we al een aantal jaren en die houden we vast!

*Wim de Jong*  
managing partner FACET  
Accountants en Adviseurs



Ruud Heijenga (1963) is mede-eigenaar van het bedrijf Brandfriend en is sinds 2003 verbonden aan de Hogeschool Arnhem-Nijmegen als kerndocent merkmanagement & design en sinds 2011 aan de TiasNimbas Business School. Als inspirator, trainer en consultant heeft hij zich beziggehouden met merken van ANWB, Mexx, Jaguar Clothing, Trendhopper, Bruynzeel Keukens, Right to Play en Rabobank. Namens FACET zal Ruud Heijenga tijdens de verkiezing van de Capelse Ondernemer van het Jaar 2012 in het Isalatheater in Capelle aan den IJssel optreden als 'dinner speaker'. Ook dan zal hij ingaan op het belang van branding.

[www.brandfriend.nl](http://www.brandfriend.nl)

# Ruud Heijenga: Waar ga je voor,

Een merk gaat over je ware identiteit. Of dat nu de identiteit van een organisatie, een product, een dienst of een individu is. Waar ga je voor en waar sta je voor? Een merk moet relevant, onderscheidend, herkenbaar en authentiek zijn. Een merk moet het gevoel van mensen raken en de ratio weten te overtuigen. Waarom zijn merken zo belangrijk? Wat betekenen ze voor consumenten? En hoe kun je als onderneming een merk beheren? Ruud Heijenga is gespecialiseerd in merkdefiniëring, merkdesign en merkontwikkeling. Als spreker tijdens een van de workshops van de FACET Academy ging hij dieper op deze vragen in. Centraal in zijn betoog stond het opbouwen, het beheren en het meten van de meerwaarde van een merk.

## **Merkmeerwaarde**

'Een sterk merk is van onschatbare waarde,' aldus Ruud Heijenga. 'Het wekt verwachtingen, vereenvoudigt de besluitvorming van consumenten en het verkleint de risico's.' Hoewel merken uiterst kostbare, immateriële bezittingen kunnen zijn, brengt het bouwen en beheren van een sterk merk, oftewel de branding, behoorlijke uitdagingen met zich mee. Want ook een merk kun je, net als een bedrijf, organiseren. Het uiteindelijke doel van het branden van een merk is het creëren van merkmeerwaarde.'

## **Identiteit**

Heijenga: 'Een merk moet relevant, onderscheidend, herkenbaar en authentiek zijn. Een merk stelt pas wat voor als het betekenis heeft in de hoofden van mensen. De beeldvorming gaat uiteindelijk om het gevoel dat je met je ware identiteit oproept en zoals je door je geleverde prestaties beoordeeld wordt. Een merk kan een product zijn, maar ook een dienst kan een merk zijn. Denk eens aan Rabo Mobiel. Daarnaast kun je ook een evenement branden (Lowlands) of een stad, bijvoorbeeld Amsterdam. City- en regiobranding krijgt steeds meer aandacht. De stad Antwerpen is hierin een goed voorbeeld. Ook mensen kunnen uitgroeien tot een merk, zoals Linda de Mol en haar tijdschrift LINDA.'

## **Waar ga je voor, waar sta je voor?**

Waar ga je voor, waar sta je voor? De beantwoording van die twee vragen is essentieel voor de ontwikkeling van een merk. En dus voor het bepalen van de meerwaarde van een sterk merk. 'De waarde van een merk kun je in financiële termen uitdrukken, maar een merk kan ook een culturele of maatschappelijke waarde hebben: het naar buiten brengen van je geloofsbrieven. Wat voel en ervaar je als individu als je bij een organisatie werkt of gaat werken? Welke waarden zijn dan belangrijk en wat bepaalt jouw keuze? Sterke merken zijn

**Ruud Heijenga:**

**'Mensen zijn de ambassadeurs van je organisatie en van je activiteiten'**



# Over de waarde van een merk en merkbeleving

## waar sta je voor?

in staat sterke en duurzame relaties aan te gaan: met klanten, maar ook met eigen medewerkers en met andere relaties.' Volgens Heijenga laat FACET zien dat zij deze boodschap begrijpen en uitdragen. 'In hun recent gemaakte bedrijfsfilm "Mensenwerk" en het bijbehorende Merkpaspoot komt tot uitdrukking welke kernwaarden voor hen belangrijk zijn en als organisatie worden nageleefd.'

### 100% klanttevredenheid

Het ultieme doel is natuurlijk 100% klanttevredenheid. 'Als mensen zich in hoge mate bewust zijn van je merk, er vertrouwd mee zijn en er gunstige en unieke associaties bij hebben, spreek je van echte klantgerichte merkmeerwaarde. In de beleving, en dus ook in het bouwen aan een merkmeerwaarde, zijn bijvoorbeeld de laatste contacten met een klant ontzettend belangrijk. Die laatste ervaring blijft hangen en bepaalt daarom mede hoe succesvol een merk is. Mensen zijn de ambassadeurs van je organisatie en van je activiteiten. Dat betekent dat je samen met je mensen aan een merk kunt bouwen. Bepaal samen wat de merkwaarden zijn! Ga daarover met elkaar in gesprek. Zorg ervoor dat uit dit gesprek concrete zaken komen die mensen begrijpen, voelen en dus kunnen uitdragen. De interne merkcultuur bepaalt een groot deel van het uitdragen van de authenticiteit van het merk. Het gedrag, de communicatie en de merksymboliek creëren in een juiste samenwerking met elkaar of de ware identiteit ook als zodanig ontvangen wordt door de merkontvangers.'

[www.facet-accountants.nl/nl/mensenwerk](http://www.facet-accountants.nl/nl/mensenwerk)

In de bedrijfsfilm 'Mensenwerk' komt tot uitdrukking welke kernwaarden voor FACET belangrijk zijn en als organisatie worden nageleefd



# Het FACET Merkprisma

## Beeld zender

Kleur en inhoud geven



Het samen waarmaken



Het gaat om meer dan de knikkers

Duurzaam verbonden

Werkt versterkend



Toonbepalend

Kordate partner

## Beeld ontvanger

Extern

Intern

Mensenwerk: Het zijn de mensen die het samen doen



Het samen waarmaken!  
Om dat tot uitdrukking te brengen lieten wij al onze medewerkers fotograferen en brachten we hen bijeen in een collage. Dit aansprekende geheel plaatsten wij op de wand op de eerste etage van ons kantoorpand.





**Wim de Jong: 'We willen ons als FACET meer focussen op tussen-tijdse cijfers, op het doorrekenen van scenario's, het opstellen van ondernemingsrapporten om te kijken waar een onderneming naar toe gaat. Om die reden ontwikkelden we diverse tools en activiteiten om onze adviserende rol nog verder te versterken.'**

Een aantal daarvan brengen we in deze Questies voor het voetlicht. Maar daar blijft het niet bij. Zo ontwikkelen we ook het **OASE-dossier** waarin zaken bij Overlijden, Arbeidsongeschiktheid, Stoppen met werken en Echtscheiding van de dga geborgd zijn. Hierop gaan we in de volgende editie van Questies uitvoerig in. Ook hebben we contact met de Belastingdienst over hun **IDEA-tool** waarmee ze steekproefsgewijs nagaan of ondernemingen wel aan hun verplichtingen voldoen. In het kader van Horizontaal Toezicht is het natuurlijk goed dat wij dat ook kunnen, dat we onze verantwoordelijkheid daarin nemen. Een initiatief dat grote voordelen voor de ondernemer heeft, en dat ook de Belastingdienst enorm toejuicht.'

## Specifieke ondersteuning voor DGA's

Om als directeur-groootaandeelhouder (DGA) succesvol te zijn, kansen te grijpen en adequaat in te spelen op bedreigingen, is een sterke visie een must. DGA's worden bijgestaan door allerlei adviseurs, maar de variatie aan adviezen kan tegenstrijdig zijn. Wat dan te doen? FACET heeft, samen met drie onafhankelijke partijen, haar expertise en ervaringen gebundeld in de **DGA desk**. Op de website staat de mede door FACET ontwikkelde DGA-scan. Door deze in te vullen, kunnen eventuele tekortkomingen in de bedrijfsvoering vrij eenvoudig achterhaald worden. Vervolgens kan de partij die daarvoor het meest geschikt is, voor de juiste oplossing zorgen. Door als vier partijen met elkaar samen te werken, vindt kennisoverdracht plaats en krijgt de DGA altijd het meest optimale advies.

[www.dga-desk.com](http://www.dga-desk.com)

twitter: <http://twitter.com/#!/dga-desk>



In de recent verschenen audit special van Questies stelt Cor van Marle: 'FACET werkt anders dan veel andere accountantskantoren. We zijn de checklistterreur voorbij en zijn gegroeid van controleur naar strategisch partner. Een aantal van onze auditklanten vertelt hierover in deze special van Questies.'

Wilt u deze audit special van Questies ontvangen? Dan kunt u een exemplaar opvragen bij Kim Stander ([k.stander@facet-accountants.nl](mailto:k.stander@facet-accountants.nl)) of u kunt de digitale versie downloaden via onze website [www.facet-accountants.nl](http://www.facet-accountants.nl).



Als FACET werken we graag samen met administratiekantoren en andere accountantskantoren. Over het hoe, wat en waarom vertellen we in onze brochure 'Ziet u ook door de bomen het bos niet meer.'



## Ook sponsoring is Mensenwerk!

Bij FACET zijn we maatschappelijk betrokken en vinden we het sponsoren van goede doelen belangrijk. Dat doen we bij voorkeur niet door alleen geld te doneren, maar door onze eigen mensen in te zetten. Zo bedwong onze partner Arnoud Brouwer onder het motto 'Opgeven is geen optie' tot drie keer toe de Alpe D'Huzes. Hiermee zamelde hij geld in voor onderzoek naar kanker en het verbeteren van de kwaliteit van leven met kanker.

Onze collega's Mirjam de Vaal, Nita van Harskamp, Kim Stander en Mirjam Blokpoel liepen de 5 en 7 kilometerloop tijdens de LadiesRun Rotterdam. Alle deelnemers doneerden bij hun inschrijving een bedrag aan de Stichting Pink Ribbon.

Ook verzorgt FACET geheel vrijblijvend op diverse scholen presentaties en worden jaarlijks een aantal stageplaatsen beschikbaar gesteld.

Het zal duidelijk zijn: ook sponsoring is bij FACET een kwestie van Mensenwerk!



'Verbeter uw ondernemingsresultaten'  
In een overzichtelijk boekwerkje leggen we uit hoe u op eenvoudige wijze uw ondernemingsresultaten kunt verbeteren.

Wim de Jong en Annette Koevermans:

## 'Via mediation een win-win-situatie bereiken'

Wim de Jong: 'In ons werk komen we regelmatig in aanraking met allerlei vormen van conflicten. Denk aan spanningen die gepaard gaan bij de overname van een familiebedrijf. Of een arbeidsconflict met een personeelslid. Dit was voor Annette en mij aanleiding om een mediation-opleiding te gaan volgen. Als mediator proberen we conflicten uit een juridische strijd te houden of te halen. Als partijen het geschil zelf kunnen oplossen, bespaart dat veel leed en kosten. Bovendien is dat ook constructief naar hun toekomstige relatie toe. Via mediation kun je een win-win-situatie bereiken.'

### Geschikt

Niet elk conflict is geschikt voor deze vorm van bemiddeling. Annette Koevermans: 'Mediation kan zowel bij particuliere als zakelijke conflicten ingezet worden. Denk bijvoorbeeld aan echtscheiding en andere familiezaken, arbeidsconflicten, burenruzies en conflicten binnen of tussen bedrijven en organisaties. Of mediation geschikt is voor een bepaald conflict, hangt af van hoe de betrokken partijen tegen het conflict aankijken. Het is in ieder geval belangrijk dat alle partijen het conflict willen oplossen, ondanks de problemen of de moeizame onderlinge communicatie.'



Wim de Jong en Annette Koevermans:  
'Alle partijen moeten het conflict willen oplossen.'

# FACET HRM: de juiste mensen op de juiste plek

Bij veel ondernemingen blijven tijdrovende projecten op HRM-gebied regelmatig te lang liggen. 'Dat is goed te begrijpen,' zegt Annette Koevermans, HRM-manager bij FACET. 'De verantwoordelijk HRM-manager of P&O-medewerker heeft het vaak al druk genoeg met de dagelijkse operationele gang van zaken. Bovendien zijn door de crisis veel HRM-afdelingen afgeslankt en neemt de werkdruk toe voor degenen die zijn gebleven.'

Iemand van buitenaf op tijdelijke basis voor HRM-zaken inzetten, kan voor een onderneming een goede optie zijn. Annette Koevermans: 'Vooral in het opstarten of het doortrekken van processen gaat veel tijd zitten. Denk dan bijvoorbeeld aan het opzetten van een beoordelingssysteem, het opstellen van functie- en competentieprofielen of het doorlopen van alle arbeidscontracten. In de aanloopfase kunnen de HRM-medewerkers van FACET daarbij een rol vervullen. Dat doen we uiteraard in nauwe samenwerking met de vaste P&O-medewerkers van de onderneming in kwestie. Zo maken we optimaal gebruik van elkaars krachten en kennis.'

## Werving en selectie

Ook de werving en selectie van personeel voor allerlei ondernemingen ziet Annette als een van de taken van FACET HRM. 'Nog een voorbeeld van een zeer arbeidsintensief traject waarvoor

binnen een onderneming vaak de tijd ontbreekt om het goed aan te pakken. Het opstellen van een functieprofiel, een advertentie laten maken, de juiste media uitzoeken, gesprekken met potentiële kandidaten voeren, afwijzingen verzorgen, etc. Ook dat traject kunnen wij een ondernemer geheel uit handen nemen. Al beslist de ondernemer natuurlijk zelf welke van de door ons geselecteerde kandidaten de functie uiteindelijk krijgt.'

## Dossieropbouw

De juiste mensen op de juiste plek zodat ze plezier in hun werk hebben met een beter bedrijfsresultaat tot gevolg. Het lijkt zo logisch, maar dat is het voor veel ondernemers niet, meent Annette. 'Als iemand niet goed functioneert, schroom dan niet om degene aan te spreken. Geef iemand de kans om zich te verbeteren en leg de daarover gemaakte afspraken schriftelijk vast, bouw een dossier op. Allemaal zaken die wij kunnen verzorgen. Blijven de problemen zich voordoen, neem dan afscheid van iemand.'

## Scan uw organisatie

FACET ontwikkelde een Quick scan Personeelszaken waarmee alle facetten van dit vakgebied worden belicht. Annette: 'Dan realiseren ondernemers zich dat bepaalde onderdelen binnen hun bedrijf onderbelicht zijn. Met alle risico's van dien. Samen met de ondernemer brengen we in kaart wat nodig is en wat wij als FACET kunnen doen.'



## Branche-specialisaties: expertise verder uitgebouwd

Elke branche kent haar eigen ontwikkelingen. Daarin spelen trends, kansen en risico's een belangrijke rol. Ondernemers moeten daar op inspelen, anders blijven zaken onbedoeld liggen. Voor een aantal branches beschikt FACET over specifieke expertise waarvoor brancheteams in het leven zijn geroepen. Denk dan aan kennis op het gebied van wetgeving, lange termijn doelstellingen, personeelsbeleid en conjunctuurele ontwikkelingen. Zo blijft FACET haar dienstverlening aanpassen aan de wensen en behoeften van klanten. Deze branches zijn:

- Automotive
- Bouw en installatietechniek
- Familiebedrijven
- Horeca
- Retail
- Transport en logistiek
- Zakelijke dienstverlening

[www.facet-accountants.nl/nl/branchespecialisaties](http://www.facet-accountants.nl/nl/branchespecialisaties)



Maurice van Aanholt

Carla van Buren

Wim de Jong

Annette Koevermans

## FACET grensoverschrijdend met de Duitsland Desk

Duitse bedrijven met een filiaal in Nederland en Nederlandse ondernemers die zaken willen gaan doen in Duitsland, kunnen bij FACET terecht voor raad en daad. Binnen FACET is de kennis en ervaring op dit gebied samengebracht in de Duitsland Desk.

'De Rotterdamse haven is van oudsher een belangrijke aanvoeren doorvoerpunt naar het Duitse achterland. De bedrijven waarop wij ons met name richten, zijn Duitse bedrijven met belangen in Nederland (met name in het Rijnmondgebied) en Nederlandse bedrijven in de regio die zich op de Duitse markt willen begeven. In de grensregio's zijn er meer kantoren met verstand van de Duitse markt, in onze regio is dat veel minder aanwezig,' vertelt Wim de Jong, managing partner van FACET.

### Financiële en fiscale vraagstukken.

Tussen de Nederlandse en de Duitse wetgeving bestaan aanzienlijke verschillen, met name op fiscaal-juridisch gebied. Binnen de Duitsland Desk zijn specialisten actief met oog voor deze verschillen. Zij kunnen adviseren over audit gerelateerde vraagstukken, over een optimale fiscaal/juridi-

sche bedrijfsstructuur van uw vestiging (filiaal van een Duitse onderneming of een Nederlandse vennootschap), het oprichten van een BV, het inrichten van uw administratie of de sociale verzekeringsplicht van werknemers. Uiteraard worden ook fiscale vraagstukken en aangiften door de mensen van de Duitsland Desk behandeld.

### Team FACET Duitsland Desk

Het team van de FACET Duitsland Desk bestaat uit drs. M.B. (Maurice) van Aanholt (senior belasting-adviseur) FB, W. (Wim) de Jong AA CB (managing partner), A. (Annette) Koevermans (HRM-adviseur) en C. (Carla) van Buren (secretaresse). Alle teamleden zijn goed ingevoerd in de Duitse taal en cultuur en hebben goede contacten met Deutsche Bank en andere financiële instellingen.

Duitsland is voor het Nederlandse bedrijfsleven met afstand de belangrijkste handelspartner. In 2011 heeft de export van goederen en diensten naar Duitsland volgens het CBS een bedrag van 90 miljard euro bereikt. Een flink deel van die goederen gaat via de Rotterdamse haven naar het Duitse achterland. Voor het begeleiden van Nederlandse ondernemingen die activiteiten in Duitsland willen opzetten en voor Duitse bedrijven met belangen in de Rotterdamse regio, is FACET gestart met een Duitsland Desk. De Duitse markt biedt vele kansen, maar zaken doen met Duitsland heeft zijn bijzonderheden.

Kijk voor meer informatie op: [www.facet-accountants.nl/nl/duitslanddesk](http://www.facet-accountants.nl/nl/duitslanddesk)



# FACET Ondernemingsrapport: Weten waar een onderneming staat

De jaarrekening is een blik naar het verleden, vindt Arnoud Brouwer, partner bij FACET. 'Terwijl ondernemers veel meer geïnteresseerd zijn in de vraag hoe hun onderneming er op dit moment voor staat en wat de vooruitzichten, mogelijkheden en bedreigingen zijn. Het FACET Ondernemingsrapport helpt dat inzicht scherp te krijgen. Een must met het oog op de economische en specifieke brancheontwikkelingen. Met deze tool in handen, kan een ondernemer tijdig en goed bijsturen.'

Aan de hand van het FACET Ondernemingsrapport worden bijvoorbeeld verschillende scenario's doorgenomen. 'Daarbij houden we rekening met brancheontwikkelingen, werkkapitaal, valutaschommelingen, ratings en seizoenspatronen,' geeft Brouwer aan. 'Aan de hand van liquiditeitsprognoses kunnen we bijvoorbeeld inzicht geven in verplichtingen voor de toekomst en in hoeverre je daaraan als onderneming kunt voldoen. Zinnvolle informatie die een ondernemer kan gebruiken bij een investeringsbeslissing, waar mogelijk een bankfinanciering noodzakelijk is.'

## Financiële huishouding op orde

Saskia van der Heijden, Senior Relatiemanager Business Banking bij ING Nederland, beveelt het FACET Ondernemingsrapport van harte aan. 'Of het nu gaat om het bespreken van de jaarcijfers of de aanvraag van een kredietfaciliteit, het is prettig als relaties en prospects de financiële huishouding op orde hebben. Het FACET Ondernemingsrapport is een uitstekend middel om dit inzichtelijk te maken. Men geeft er blijk van te beschikken over de juiste stuurinformatie. Als wij een dergelijk rapport vooraf ontvangen, vergroot dat ons inzicht in de onderneming en kunnen we onze voorbereiding passend maken en de juiste vragen stellen. Wat ik ook goed vind, is dat er in het Ondernemingsrapport gewerkt wordt met *worst*, *normal* en *best case* scenario's. Met name bij kredietaanvragen is het van belang voor de ondernemer en de bank om te

weten of eventuele tegenvallers kunnen worden opgevangen.

Al bij de ontwikkeling van het FACET Ondernemingsrapport heeft FACET ons gevraagd feedback te leveren over welke informatie wij als bank graag terugzien in de rapportage.'

## Overzicht via eigen dashboard

'Met behulp van het FACET Ondernemingsrapport krijgen onze klanten maandelijks of per kwartaal compleet uitgewerkte rapportages: financiële resultaten ten opzichte van de prognoses, de uitwerking van de scenario's, uitwerking van de Kritische Succes Factoren (KSF),' vervolgt Brouwer. 'Kort na afloop van de periode gaan we over deze gegevens in gesprek met de klant. 'Hoe kan het anders, wellicht nog beter?'. Binnenkort kan dit zelfs *realtime*, waarbij de financiële gegevens gekoppeld kunnen worden aan een dashboard die via een webapplicatie beschikbaar komt. Na het bijwerken van de financiële administratie weet men exact hoe de onderneming ervoor staat. Kloppen deze uitkomsten met de visie en strategie van de onderneming? Welke invloeden hebben bepaalde ontwikkelingen op de onderneming? Dat is direct te zien. Wij kunnen op afstand meekijken en daarover weer het gesprek aangaan.'

Diverse klanten doen inmiddels hun voordeel met het FACET Ondernemingsrapport. Brouwer: 'Een grotere klant van ons kon aan de hand van deze tool achterhalen waarom de ene vestiging veel rendabeler was dan de

'Zowel banken als accountants willen steeds meer als strategisch partner van hun klanten optreden.'



Saskia van der Heijden

Arnoud Brouwer

andere. Vervolgens kon het beleid hierop worden aangepast met een beter totaalrendement als gevolg.'

#### **Strategisch partner**

Van der Heijden: 'Zowel banken als accountants willen steeds meer als strategisch partner van hun klanten optreden. Advisering en het bieden van toegevoegde waarde voor relaties wordt steeds belangrijker. Ook de ING heeft instrumenten waarmee de financiële conditie van een bedrijf getoetst en vergeleken kan worden met andere spelers in de sector. Dit geeft de ondernemer relevante informatie over de toekomst van zijn bedrijf op basis waarvan de bedrijfsstrategie kan worden aangescherpt. Overigens willen wij bij de begeleiding van klanten zeker niet op elkaars stoel gaan zitten, maar vooral samen optrekken en elkaar waar

mogelijk versterken. In de ideale situatie is er sprake van een driehoeksverhouding tussen Accountant – Bank – Cliënt. We willen relaties graag laten ervaren dat we de juiste kennis in huis hebben en dat we meedenken met onze klanten. Voorbeelden hiervan zijn het van beide kanten aan de orde stellen van onderwerpen als toekomstvisie, groeistrategie en bedrijfsoverdracht en het overzien van de mogelijke financiële consequenties hiervan. Regeren is vooruitzien, maar ook je goed laten begeleiden door de juiste partijen. Mijn advies is dan ook: laat jezelf als ondernemer goed begeleiden! Een goede accountant/adviseur verdient zichzelf terug. En kom gerust ook eens kennismaken met mij of mijn bevoegen collega's van de meest ambitieuze zichtbare Rotterdamse kwaliteitsbank die de ING is.'

'Een goede accountant verdient zichzelf terug.'

# ‘Wensen van klanten omzetten naar diensten en producten’

In de afgelopen jaren maakte Opticool Freshlogistics, serviceprovider en specialist in op- en overslag van overzees fruit, een stevige groei door. ‘We zijn steeds professioneler gaan werken,’ aldus eigenaar en grondlegger Antonio Oken. ‘Zo hanteren we nu een geavanceerd track & trace-systeem, waardoor onze klanten precies weten waar hun producten zich bevinden. Daarnaast beschikken we sinds kort over een eigen ompak- en inpakafdeling en bieden we onze klanten package-deals aan. Mijn motto is simpel: “Zeggen wat je denkt en doen wat je zegt.” Natuurlijk doe ik het niet alleen, ik heb goede medewerkers om mee heen die wat voor elkaar over hebben. Teambuilding vinden we belangrijk.’

**MVO is een belangrijke kernwaarde van ons bedrijf**

Volgens Edwin Riet, namens FACET de vaste adviseur bij Opticool, weet Oken als geen ander de wensen van zijn klanten om te zetten naar concrete diensten en producten. ‘Ik ken niemand anders die zo’n goed “Fingerspitzengefühl” heeft voor ontwikkelingen die zich in de markt voordoen en hoe je daarop zou moeten reageren. Flexibel denken en doen.’

### **Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen**

Oken: ‘Vooral als ik in de auto zit, gaat het malen in mijn hoofd. Bijvoorbeeld over de vraag waarom we overzees fruit ter plaatse laten inpakken, waarna het wordt verscheept naar Nederland en hier weer overgepakt wordt. Dat betekent namelijk een extra handeling en een enorme berg afval in de vorm van verpakkingsmateriaal. Dan ga ik nadenken over een logische oplossing en zo kom ik dan op herbruikbaar verpakkingsmateriaal dat we na gebruik in een container terugsturen naar het land van herkomst. Daarmee zijn we dan ook meteen maatschappelijk verantwoord bezig. MVO is namelijk een belangrijke kernwaarde van ons bedrijf. Zo streven we ook naar zo

schoon mogelijk transport. Daarvoor gaan we op korte termijn gebruik maken van afvalstroom.’

### **Package deals**

Een andere ontwikkeling binnen Opticool is het aanbieden van package-deals aan klanten. Oken: ‘Ik merk dat het voor klanten vaak onduidelijk is wat ze moeten betalen voor bepaalde diensten en wat daar nu wel en niet onder valt. Daarom gaan we nu werken met drie verschillende pakketten tegen een vaste prijs waar klanten zelf uit kunnen kiezen. Willen ze bijvoorbeeld alleen gebruik maken van de op- en overslag of willen ze het gehele logistieke proces door ons laten verzorgen? Het aanbieden van vaste package-deals verschaft duidelijkheid. De klant bepaalt uiteraard zelf waar hij voor kiest.’

### **Handboek Personeel**

Voor de financiële invulling van de plannen die Oken heeft, vraagt de bank om een cijfermatige onderbouwing en prognoses. Dat is een van de rollen die Riet als adviseur vervult. ‘Wij ondersteunen en adviseren Oken op vele terreinen. Naast de financiële advisering denken we ook mee over pensioen-

**Opticool Freshlogistics** is gespecialiseerd in het op- en overslaan van overzees fruit als service provider en sevedoring (lossen en laden van zeeschepen) en kan daarbij desgewenst het gehele logistieke proces uit handen van haar klanten nemen: van zeehaven tot klant. Dat geldt ook voor het laden van containers in het land van herkomst. Opticool regelt het transport van de terminals naar haar eigen koelhuizen, draagt zorg voor het uitlossen van de containers, verricht de nodige kwaliteitscontroles en verzorgt het geconditioneerd opslaan van producten alsmede de opslag en het verladen hiervan. Ook verzorgt Opticool het inklaan van goederen en overige douaneformaliteiten rondom import en export van fruit. Opticool is gevestigd in een vooroorlogs pand aan de Keilestraat in Rotterdam. Daarnaast beschikt het bedrijf over 21 aparte koelruimtes met aparte temperaturen. Het bedrijf is onder andere HACCP-, IFS-, BRC-, Scall bio-, Vwa-, AEO-gecertificeerd en is erkend bananenweger.



Edwin Riet en Antonio Oken (r):

‘Zeggen wat je denkt en doen wat je zegt.’



Antonio Oken:

Ik ben altijd aan het kijken hoe zaken beter kunnen, logischer kunnen. Logistiek is immers logisch denken, dus werken met korte lijnen. Als ik bijvoorbeeld in een winkel kom waar je kampeerspullen kunt kopen, dan denk ik : waarom kun je hier dan geen kampeervakantie boeken? Kijk, het is niet mijn branche, maar ik zie wel waar je zaken zou kunnen verbeteren.

Aan lange termijnplanning doet Oken niet echt. ‘De wereld van overzees fruit verandert continu. Dat houdt het wat mij betreft ook leuk. Wel had ik jaren geleden al in mijn hoofd dat deze onderneming de kant op zou moeten gaan van waar we nu staan. Maar het is niet zo dat ik vooraf allerlei scenario’s uitwerk en strategieën bepaal. Het begint vaak met een vage gedachte die steeds meer vorm krijgt. En dan komt FACET als belangrijke sparringpartner vanzelf in beeld.’

opbouw, bedrijfsopvolging en kostenbeheersing. Momenteel zijn we druk bezig met het implementeren van een Handboek Personeel (en alles wat daarmee samenhangt op HRM-gebied) binnen Opticool. De groei van de onderneming brengt immers ook de nodige verantwoordelijkheden met zich mee op het gebied van personeelszaken. Binnen een kleine organisatie kun je nog volstaan met mondelinge afspraken. Maar als het aantal werknemers toeneemt, dan is het noodzakelijk om afspraken vast te leggen, bijvoorbeeld in een handboek.’

#### Afspraak is afspraak

‘Zo’n Handboek Personeel is in feite een trechter waarin de afspraken staan die we als werkgever met onze werknemers maken, wat onze normen en waarden zijn, maar ook de functieprofielen,’ aldus Oken. ‘Met andere woorden, er staat in beschreven waaraan iedereen zich binnen onze onderneming moet houden. Persoonlijk ben ik van mening dat je dit soort dingen niet vast zou hoeven te leggen. Bij mij is het gewoon “afspraak is afspraak” en daar moet je je aan houden. Je hoeft hier niet te werken,

je mag hier werken, zeg ik altijd. Maar in de praktijk werkt het zo niet en ik begrijp ook wel dat het in ieders belang is om te kunnen verwijzen naar schriftelijk vastgelegde afspraken. Dan is het ook duidelijk waar mensen moeten zijn als er zaken spelen en wie waarvoor verantwoordelijk is binnen onze organisatie.

#### Vast aanspreekpunt

FACET en Opticool zijn in gelijke tred groter gegroeid. ‘Edwin Riet en Cees Kwakernaak zijn al jarenlang mijn vaste adviseurs en aanspreekpunten,’ vertelt Oken. ‘Wij houden van rechtdoor zee en standvastig. We werken al dertig jaar met elkaar, dus het is net een huwelijk. Natuurlijk is er wel eens wat, maar dan zeggen we dat tegen elkaar en zo lossen we het op. Bij FACET verzorgen ze overigens niet alleen allerlei zaken op het gebied van salarisadministratie, loonbelasting, jaarrekeningen, personeelszaken, ze denken ook met me mee als ik weer eens met een idee in mijn hoofd rondloop. Zo zou ik bijvoorbeeld wel een trein willen laten rijden vanaf en naar de kades hier. Dat scheelt weer vervoer over de weg. Maar of dat te realiseren is....?’

# Jaarrekening Hulp App van FACET helpt jonge ondernemers de jaarrekening beter te begrijpen

Binnen FACET is de 'Jaarrekening Hulp App' ontwikkeld. Met deze app kunnen jonge, startende ondernemers, of ondernemers die wat minder financiële achtergrond hebben, op een leuke, aansprekende manier hun jaarrekening beter leren begrijpen. Mark Oosterom en Eline van der Ende van FACET vervulden een belangrijke rol bij de ontwikkeling van deze zeer gebruiksvriendelijke app. Eline: 'We richten ons



met deze app op de ondernemers die gewend zijn alles via internet te doen. Dat zijn in de praktijk vaak de jonge, startende ondernemers, maar uiteraard is deze app breder in te zetten. Bijvoorbeeld als lesmateriaal op scholen.'

## Stoplicht

Mark: 'De app is heel eenvoudig in het gebruik, het wijst zich eigenlijk vanzelf. Na het aanklikken van het startscherm wordt de ondernemer gevraagd de jaarrekening bij de hand te houden. Vervolgens moet de ondernemer een aantal balansposten in de app invullen en vindt terugkoppeling plaats over de ingevoerde cijfers. Daarbij maken we gebruik van een stoplicht: een groen licht betekent een positieve uitkomst en een rood licht betekent "oppassen!". Vervolgens geven we suggesties met verbetermogelijkheden. Alle termen en alle posten worden met behulp van pop-up-schermpjes uitgelegd; dat maakt het voor zover nodig voor de gebruiker nog beter te begrijpen.'

## Ondernemersvragen

Eline: 'Ook stellen we zeven vragen die het denkproces van de ondernemers op gang kunnen brengen. Zoals de vraag 'Kan ik een BV worden?' of 'Hoeveel belasting moet ik betalen?'. Deze vragen

worden vanuit vier verschillende invalshoeken belicht: algemeen, vanuit de bank, vanuit de fiscus en vanuit de collega-ondernemer/concurrent. Dat kan een heel verfrissend beeld geven.'

## Groiegrenzen

Bang om kennis weg te geven, hebben ze bij FACET niet. Mark: 'Als je wat weggeeft, krijg je er ook vaak wat voor terug. We kunnen met deze app natuurlijk niet op specifieke situaties ingaan, maar het maakt wel dat ondernemers zich ervan bewust worden dat ze meer uit hun cijfers kunnen halen. Een jaarrekening is nu eenmaal een belangrijk hulpmiddel om te kijken waar je onderneming staat om vervolgens de strategie voor de toekomst te bepalen. Daarom stellen wij ook: deze app is voor ambitieuze ondernemers die willen vernieuwen, verbeteren en hun groiegrenzen willen opzoeken.'

## iPhone en Android

De Jaarrekening Hulp App is beschikbaar voor zowel iPhone als voor Android en is gratis te downloaden via de appstores of via [www.jaarrekeninghulp.nl](http://www.jaarrekeninghulp.nl).

## FACET Academy najaar 2012

In het najaar van 2012 staan onderstaande workshops van de FACET Academy gepland:

**Donderdag 27 september:** **Generatiemanagement**

**Donderdag 1 november:** **Samenwerken wordt projectmatig werken**

**Dinsdag 4 december:** **Duurzaam ondernemen**

Voor meer informatie over de inhoud van deze workshops kunt u terecht op onze website [www.facet-accountants.nl/nl/facet\\_academy](http://www.facet-accountants.nl/nl/facet_academy). Hier kunt u zich ook aanmelden.