

Meer innovatiekracht bij administratiekantoren!

We leven in een tijd waarin digitale ontwikkelingen zich in een hoog tempo voltrekken. Er is sprake van toenemende prijsconcurrentie en toenemende afhankelijkheid van IT-leveranciers. In deze context maken veel kantoren een zoektocht naar hun eigen positie en de gewenste ontwikkelrichting. Door op de juiste wijze aandacht te geven aan innovatie kunt u in kleine stappen toewerken naar vernieuwing zónder onnodig productieverlies.

Door: Jeff Gaspersz en Reindert Doorn

Een actuele trend is de opkomst van ‘robotisering’ van de administratieve processen. Deze ontwikkelingen worden hoofdzakelijk aangejaagd door innovaties en verplichtstellingen rondom digitale uitwisseling van gegevens. De effecten voor het kantoor vragen echter om een integrale benadering en bijpassende antwoorden. Bijvoorbeeld over business- en verdienmodellen. In welk tempo zich de digitale revolutie voltrekt is onduidelijk, maar zeker is dat er legio externe ontwikkelingen zijn die invloed (gaan) hebben op uw praktijk.

Vaar uw eigen koers

Sommige ontwikkelingen ziet u van veraf aankomen. Zoals de verplichtstellingen rond SBR voor wat betreft de Kamer van Koophandel en de banken. Ook de aankomende verplichte UBL-facturatie aan de overheid zal een impuls geven aan digitale gegevensuitwisseling.

‘Innoveren is geen ‘uurcode’, maar bovenal een houding’

Aanbieders van cloudsoftware kennen echter een steeds kortere doorlooptijd in de oplevering van bijpassende software-innovaties. Hierdoor zullen ontwikkelingen elkaar in een sneller tempo opvolgen. In de praktijk wordt de innovatieagenda en het tempo van kantoren dan ook veelvuldig bepaald door de

ontwikkelkracht van IT-leveranciers. Maar daarmee doet uw kantoor zichzelf tekort. Het gaat voorbij aan het vermogen en potentieel dat uzelf bezit om uw toekomst vorm te geven.

Wees alert

Niet wachten dus totdat u over rechts wordt ingehaald door dat accountantskantoor dat in dezelfde regio een gelijke administratiepraktijk uit de grond stampt. Afwachten en enkel vertrouwen op de loyaliteit van uw klanten en de kwaliteit van uw dienstverlening is ontoereikend. Neem het voorbeeld van Nokia: kwalitatieve telefoons – die konden nog eens vallen zonder stuk te gaan – met een tevreden gebruiksgroep. Totdat Apple een revolutionaire wedloop ontketende...

Het is dus essentieel om ruimte te bieden voor innovatie binnen uw kantoor. Maar dat is makkelijker gezegd dan gedaan. Als eerste zit er altijd een productiedruk op de uitvoering van activiteiten binnen het kantoor, zeker als er wordt gewerkt op uur-factuurbasis. Onder druk is het moeilijk om creativiteit tot uiting te laten komen.

Maak tijd

Het is onvermijdelijk dat u tijd maakt voor werken aan innovatie, terwijl dit ten koste gaat van de productie. Vergelijk het met een verbouwing van een supermarkt. Terwijl de structuur wordt aangepast en mensen worden opgeleid voor een nieuwe winkelformule, moet de kassa wel open blijven. Bij voorkeur zonder oplopende wachtrijen. Een juiste verwachting maken van deze realiteit is een zeer belangrijke horde op weg naar meer (tijd voor) innovatie. Innoveren is echter geen ‘uurcode’, maar bovenal een houding. De winkel moet openblijven.

Breng focus in

Om de innovatiekracht van uw kantoor te versterken, is naast enige tijdsinspanning vooral ook focus nodig. Innovatiekracht ontstaat wanneer medewerkers in staat en bereid zijn om het eigen werk vanaf een zekere afstand te bekijken en zich gefocust af te vragen: kan dit ook slimmer, sneller, beter, meer in samenwerking met de klant? Voor de vennoten is het dan de taak om de medewerkers hiertoe te enthousiasmeren en om ruimte te bieden voor nieuwe ideeën en de beste ervan te realiseren.

Creëer maandelijks kansen

Wat is nu een eenvoudige actie binnen uw kantoor om uw medewerkers permanent innovatiekansen te laten ontdekken? Dat kan wanneer een team in een maandelijks overleg de laatste tien minuten stevast reserveert voor de beantwoording van de vraag: 'Hebben we nog iets opgemerkt, gehoord of meegeemaakt wat een kans biedt voor ons kantoor?'

'In tien minuten tijd ontstaat een oogst van kansen'

Juist door de periodieke herhaling van de vraag verwerven medewerkers hierdoor een kansgerichte blik. In de gesprekken die ze voeren, of de informatie waarmee ze werken, gaan ze bewust dan wel onbewust op zoek naar kansen voor vernieuwing of verbetering. En die vinden ze ook. Het is hetzelfde proces als wanneer u een auto van een bepaalde kleur of merk koopt. Ineens ziet u zulke auto's overal rijden. Dus er ontstaat in die tien minuten een oogst van kansen, waarbij de medewerkers, in samenspraak met de vennoten, kunnen bepalen welke kansen verder worden uitgewerkt.



Fotografie Ruben Eshuis Photography

Jeff Gaspersz

Innoveer in stappen

Wanneer u uw kantoor op systematische wijze gereed wil maken om te innoveren, zijn de volgende stappen belangrijk.

- De eerste stap is aan iedereen duidelijk te maken wat het doel is om te innoveren. Waarom is het voor uw kantoor urgent in te spelen op innovatiekansen? Wat is de consequentie als u niet innoveert? Dat levert de creatieve spanning op die nodig is om medewerkers alert en gefocust te houden.
- Een tweede belangrijk stap is het creëren van betrokkenheid bij innoveren. Uiteindelijk zullen de meeste ideeën voor verbetering en vernieuwing vanuit de medewerkers komen. Cruciaal voor hun betrokkenheid is hoe de vennoten innovatie neerzetten. Wanneer innovatie wordt opgevat als het ontwikkelen van nieuwe diensten of producten, dan zullen vele professionals in uw kantoor afhaken. Ze zien het niet als hun taak of hun competentie en willen er ook geen tijd voor maken. Wanneer u echter innovatie definieert als een proces om steeds weer te zoeken naar hoe u nieuwe waarde kunt creëren voor uw klanten, dan verlaagt deze benadering sterk de drempel. Aan iedereen in uw kantoor, inclusief het secretariaat, is uit te leggen dat het belangrijk is te zoeken op welke wijze meerwaarde in het werk is te leveren. En daarvoor wellicht nog beter de wensen van klanten te leren kennen. Maak vooral duidelijk dat innoveren behoort tot het werk: 'Wanneer je bij ons op kantoor werkt, ben je ook een innovator van je eigen werk'.
- De derde stap is het ontwikkelen van de competenties om innovatiekansen te ontdekken. Hiermee doelen we niet alleen op het verwerven van technieken voor brainstormen ►►



of out-of-the box denken. Wanneer u enkele keren per jaar voor uw medewerkers een spreker over innovatie uit een geheel andere sector uitnodigt (dat kan ook een klantbedrijf van u zijn), dan traint u daarmee het voor innovatie noodzakelijk verbindende denken van uw medewerkers. Zij gaan de uitdagingen in het eigen werk immers relateren aan de inzichten die de spreker deelt. U zou ook frequent met het kantoor een geselecteerde TED-talk kunnen bekijken en de gezamenlijke vraag kunnen stellen: ‘Wat betekenen deze inzichten voor ons werk? Biedt dit innovatiekansen?’ Met zo’n eenvoudige oefening blijft u scherp en innovatiegericht.

- Als eenmaal een ideeënstroom in uw kantoor op gang is gekomen, dan is het zaak om zorgvuldig te oogsten, te selecteren en de meest kansrijke ideeën te realiseren. Dan volgt de vierde stap: het vieren en leren van het innovatieproces. Met het erkennen en vieren van de gerealiseerde innovaties, hoe klein ook, geeft u een krachtig en duidelijk signaal af: innovatiegericht gedrag is belangrijk in ons kantoor en we waarderen ieders bijdrage. Voorts is het belangrijk te leren over wat in het innovatieproces beter had gekund. Deze analyse kan aanleiding geven om de focus van innovatie bij te stellen of er anders over te communiceren.

Kortom, wilt u uw kantoor permanente innovatiekracht geven, betrek dan alle medewerkers, en zo mogelijk ook uw klanten, in het innovatieproces. En laat zien hoe het heeft bijgedragen aan het succes van uw kantoor. Zo voorkomt u dat u rechtsom wordt ingehaald. Het is aan u. U bent aan zet! ■

Prof. dr. Jeff Gaspersz is als hoogleraar innovatie verbonden aan Nyenrode Business Universiteit en daarnaast actief als spreker, auteur en uitgever.



Fotografie Ruben Esthuis Photography

Reindert Doorn

Ing. Reindert B. Doorn is adviseur IT & Verandermanagement bij DOCCO, advies- en consultancybureau voor strategische ICT-trajecten bij administratie- & accountantskantoren. DOCCO is lid van de NOAB Adviesgroep.

ADVIESGROEP Partners in kwaliteit

MARREE & VAN UUNEN
BELASTINGADVISEURS
Sprendlingenstraat 61
5061 KM Oisterwijk
T. 013 - 577 34 81
E. info@marree-cs.nl

VOOR UW FISCALE VRAAGSTUKKEN

PUNT & VAN DE WEERDT,
BELASTINGADVISEURS
Parkstraat 20
2514 JK Den Haag
T. 070 - 302 58 25
E. info@defiscalisten.nl

VOOR UW FISCALE VRAAGSTUKKEN

VAN ELDEREN
ACCOUNTANTS | BELASTINGADVISEURS
Kanaalpad 77 | 7321 AN Apeldoorn
T. 055 - 522 33 77
E. apeldoorn@vanelderens.nl
Met vestigingen in:
Ommen 0529 - 46 96 00
Zwolle 038 - 423 15 83

