




Nikolas Vandelanotte (managing partner Vandelanotte)

A man with curly brown hair, wearing a dark blue suit jacket, is shown from the chest up in profile, looking towards the right. The background is a plain, light-colored wall.

De nieuwe accountant

De boekhouder staat op nummer twee in de Oxford-lijst van beroepen die zullen verdwijnen. Nikolas Vandelanotte, managing partner bij het gelijknamige accountantsbureau, panikeert nog niet meteen.

Hoe kan je jezelf profileren in deze competitieve wereld?

Nikolas Vandelanotte: “We willen eerst en vooral een onestopshoppingpunt zijn voor onze klanten, die over het algemeen één aanspreekpunt zoeken. Daarvoor moeten we meer diensten aanbieden. We willen echter meer zijn dan louter accountant. Het is onze ambitie om een vertrouwensrol waar te maken bij onze klant. Wie zijn bedrijf runt, moet ons zien als eerste en laatste contact bij het nemen van belangrijke beslissingen. Die rol willen we waarmaken met 270 mensen over acht vestigingen.”

Van welke normen en waarden vertrekt u daarbij?

Nikolas Vandelanotte: “We vertrekken van drie kernwaarden: betrokkenheid, creativiteit en groei. Onder betrokkenheid verstaan we in de eerste plaats die met onze klant. We willen dat mensen wakker liggen van hun klant. Maar onze medewerkers spenderen meer tijd met hun collega's dan met hun partner, dus dat moet eveneens goed zitten. Tot slot is ook betrokkenheid bij de organisatie van belang.”

Creativiteit als waarde bij accountants. Dat vraagt om wat uitleg.

Nikolas Vandelanotte: “De tweede waarde is inderdaad creativiteit. Dat kan raar ogen voor een boekhouder — creatief boekhouden heeft soms een rare bijklank — maar wij zoeken oplossingen voor onze klanten en dan moeten we out of the box durven meedenken met hen. Het is als schaken: als je een goede zet gevonden hebt als oplossing, zoek dan een betere zet. Dat is onze opdracht. Creativiteit zal nodig zijn, want we staan voor een gigantische opdracht met de digitalisering! We zullen daarin creatief moeten zijn. Dat sluit aan bij onze derde waarde: groei. Die zit in ons. We hebben ambitie en groeiden meer dan 10% per jaar over de laatste vijf jaar. We willen ook dat onze mensen groeien, zich ontwikkelen en nieuwe vaardigheden aanleren. En ook, als onze klanten groeien is dat goed voor ons en biedt dat mogelijkheden.”

U noemt de digitalisering een gigantische opdracht. Wat staat u dan te wachten?

Nikolas Vandelanotte: “Uit een Oxford-studie blijkt dat de boekhouder het tweede snelst verdwijnende beroep zal zijn. Dat zien we vandaag al in de vele manuele processen die geautomatiseerd worden, tot en met de boekhoudkundige verwerking van de factuur. De opdracht die ons wacht, is het stellen van de

“Het gevaar bestaat steeds dat je de foute vraag beantwoordt.”

juiste vraag. De informatisering zal het verschil duidelijk maken tussen raad en advies. Systemen zullen analyses maken en advies geven. Beslissingen nemen zal echter voor de klant en zijn raadgever zijn. We moeten de tolk worden van de analyses die de systemen ons gaan bezorgen.”

Welke toegevoegde waarde gaat u dan nog leveren?

Nikolas Vandelanotte: “We zien dat de klant ook vaak niet weet wat hij juist wil weten. Je moet eerst tot de juiste vraag komen en dan een oplossing gaan zoeken. Het gevaar bestaat steeds dat je de foute vraag beantwoordt. Raad geven doe je aan mensen, bv. als een klant zich na de berekening van alle gegevens de vraag stelt of hij een bedrijf al dan niet gaat kopen. Dan maak je het verschil. Er is geen wetenschappelijk juist antwoord. Dan heeft uw klant behoefte aan raad die enkel voor zijn persoon geldt. En dat is onze toekomst.”

Welke zijn de gevolgen van deze evolutie voor uw mensen en uw organisatie?

Nikolas Vandelanotte: “We moeten evolueren van een technische organisatie naar een gesplitste. Processen worden heel belangrijk en zullen verder gedigitaliseerd worden. Nu zijn alle mensen deels technisch, deels commercieel. We hebben technische mensen die de relatie met de klant verzorgen. Dat gaat veranderen. We gaan naar ingenieursprofielen voor de processen en de techniciteit. Anderzijds gaan we naar commerciële profielen voor de relatie met de klant en het belangrijke persoonlijke contact. We moeten in beide beter worden en dat zal wellicht betekenen dat onze profielen anders zullen moeten zijn in de toekomst.”

Dat betekent belangrijke wijzigingen voor uw mensen?

Nikolas Vandelanotte: “Je kan onze toekomst vergelijken met een fabriek. De verkopers kennen de noden van de klant en weten wat die wil. De verkopers doen echter de fabriek niet draaien. Daar heb je procesingenieurs voor nodig. Dat geldt ook voor

Mag het iets meer zijn?

Het familiebedrijf Vandelanotte — More than accountants — zag het levenslicht in 1948 in Wevelgem. Het behoort ondertussen tot de groep accountants vlak na de Big Four. Het is een snelle groeier op de markt en zit daar goed, volgens managing partner Nikolas: “We zijn een familiebedrijf voor kmo's, vaak ook zelf familiebedrijven. Met Hein en mezelf is de familie nog vertegenwoordigd met 70% van de aandelen. Verder zijn er nog acht andere vennoten.” (PV)

ons. We staan nog maar aan het begin van de digitalisering. Als ik bij klanten in een productieomgeving kom, dan zie ik dat elke schakel in elk proces overdacht is: wat kan hier beter? Daar zijn we nog bijlange niet aan toe in onze sector.”

Dat heeft ongetwijfeld gevolgen voor de aanwerving en de vorming van de nieuwe accountant?

Nikolas Vandelanotte: “Onze ambitie is onze mensen door dit transitieproces te helpen. We hebben hen al gevraagd in welke rol zij zich zien evolueren en dat

“We moeten de tolk worden van de analyses die de systemen ons gaan bezorgen.”

vergt energie van mensen. Dat levert soms wat vrees op, zoals elke verandering. Mensen voelen en snappen de evolutie wel, maar het is kiezen en kiezen is altijd een opdracht. Wat de nieuwe aanwervingen betreft, we hebben een groei van 10% en een turn-over van 12%. Dat betekent jaarlijks ongeveer 50 aanwervingen en die jonge mensen kunnen we meteen richten naar ons toekomstig profiel.”

Wat betekenen die aanwervingen voor uw waarden en normen?

Nikolas Vandelanotte: “Elke waarde staat voor de relatie met de klant, onze organisatie en de medewerkers onder elkaar. Onze activa bestaat uit twee dingen: klanten en medewerkers. We moeten zorgen dat onze waarden en normen geen slogans zijn en dat begint bij de aanwerving. We benoemen ze verder voortdurend, spreken ze veel uit en komen er vaak op terug. Vooral betrokkenheid leeft. Creativiteit is de meest speciale waarde en heeft veel duiding nodig voor onze mensen. We praten veel over waar we voor staan.”

Hoe uit die betrokkenheid zich dan verder nog?

Nikolas Vandelanotte: “Er wordt in het bedrijf veel werk gemaakt van een zogenaamde vriendenkring. Dat is niet mijn verdienste, maar het management ondersteunt dat wel. Rond de kerst organiseren zij bijvoorbeeld acties voor het goede doel en zo tonen we sociaal engagement. Betrokkenheid houdt ook in dat

je wel fouten mag maken, maar dat je wakker moet liggen van je klant. We nemen dat mee in evaluaties en we proberen dat constant uit te dragen.”

Maakt het speciale statuut van vennoot verschil voor de organisatie?

Nikolas Vandelanotte: “Het vennotenstatuut is een ongelooflijk voordeel. Sommige mensen willen graag doorgroeien naar vennoot. Dat zijn in principe goede mensen. Die moeten dan wel investeren. Ze delen mee in de winst, maar hebben ook pijn als het niet goed draait. De vennoten vormen de Raad van Bestuur en dat maakt voor hen het verschil, in inkomen, betrokkenheid en in hoe ze door de klant bekeken worden. Maar ook andere mensen in ons bedrijf zijn heel betrokken. Mensen blijven ook omdat de sfeer goed is en het werk afwisselend. Je kan steeds doorgroeien. Maar een goede werk-leven balans vinden is soms een uitdaging. We moeten vaak 's avonds naar de klant en dat vergt wat van medewerkers...”

Tekst: Patrick Verhoest | Foto: Jan Locus