

THEMA: *HOOFD EN HART**Tekst: Henk Vlaming Beeld: Shutterstock*

DE GELIKTE ACCOUNTANT

De accountant als houten klaas heeft zijn langste tijd gehad. Netwerken, deuren openen en deals sluiten zitten steeds vaker in het takenpakket. De transitie naar charmeur valt menig accountant echter zwaar. “Sommigen worden recalcitrant.”

Voor het oog van de camera krimpt de aankomend accountant in elkaar en zwijgt als de financieel directeur een loopje met hem neemt. Zo gaat dat tegenwoordig op de universiteit. “Met acteurs en camera’s”, zegt Ronald Hoeksel, bestuurder van Baker Tilly Berk, verantwoordelijk voor hr en opleidingen. “Droog oefenen, inclusief opnamen, terugkijken en coaching. Studenten mogen fouten maken, zodat zij weten hoe je ze in het echt moet vermijden. Zo leer je om beter het gesprek aan te gaan met je controleklant en de juiste vragen te stellen. Ik weet zeker dat de kwaliteit van de controles daardoor verbetert.”

Baker Tilly Berk ontwikkelde samen met de Universiteit Nyenrode een programma voor accountants die moeten leren communiceren. Deze training draait tegenwoordig op alle universiteiten die een accountantsopleiding aanbieden. “Want in communicatieve en sociale vaardigheden hebben accountants een achterstand”, weet Hoeksel.

“Vooral de echte techneuten. Zodra die moeten doorvragen is er schroom en durven zij niet.”

PLOMPVERLOREN

Niet alleen op de universiteiten maken ze zich zorgen over de accountant als houten klaas. Relatiebeheer wint aan betekenis in de accountancy, dus moet de accountant ook op het sociale vlak overtuigen. “We trainen hier iedereen in gesprekstechniek”, vertelt Jan Christiaens van BnP Accountants & Advies. “In rekenwerk zijn accountants goed. Maar het bewustzijn van wat het doet met hun klant als ze daar plompverloren de cijfers op tafel leggen, daaraan moesten we nog sleutelen.”

Dus hebben de accountants hun sociale antenne anders afgesteld, verzekert Christiaens. Nu gaan ze regelmatig vrijblijvend langs bij hun klanten voor een spreekwoordelijk kop koffie. “Kost de klant niets, die wil graag praten over zijn werk, zijn bedrijf, zijn uitdagingen.”

→



*'ETIQUETTE IS SMEEROLIE
WAARMEE JE HET VERSCHIL
KAN MAKEN.'*

Een eenvoudige manier om in gesprek te raken, op de hoogte te blijven, verwachtingen af te stemmen en oplossingen aan te dragen." Je moet het echter wel goed brengen, beaamt hij. "Zomaar op de stoep staan als accountant is niet handig, alle alarmbellen zouden afgaan bij de klant."

Elk accountantskantoor kent wel een voorbeeld van de onhandige accountant die zijn klant onbedoeld op de kast heeft gejaagd. Pieter van der Kwaak, directeur van Lansigt Accountants en Belastingadviseurs, maakte mee hoe onaangedaan een accountant reageerde toen een afspraak met een klant per ongeluk een week te laat in de agenda belandde. "Die klant was teleurgesteld over het uitstel. De accountant zag het probleem niet. De afspraak stond nu toch gewoon op de planning?"

COMMERCIEEL

Met dit onbegrip is het afgelopen sinds accountants van Lansigt op sociale les gaan. Het gaat daarbij om gedragsverandering, benadrukt Van der Kwaak. "Je moet anders leren luisteren, oprechte belangstelling tonen en op de juiste manier reageren."

Dat willen steeds meer accountantskantoren, dus neemt daar het aantal workshops, trainingen en masterclasses over sociale en communicatieve vaardigheden toe. "Zo noem ik het tenminste, maar eigenlijk gaat het over het

verbeteren van commerciële vaardigheden", zegt Ruud Janson van trainingsbureau Kenneth Smit. Regelmatig leert hij accountants hoe ze zich moeten gedragen in gezelschap. "Maar als ik het commercieel noem, gaan ze steigeren. De accountant ziet zichzelf als een adviseur die waarde toevoegt, niet als een verkoper."

Niet altijd vallen de lessen over presentatietechnieken, beïnvloedend gedrag en omgangsvormen in goede aarde bij de accountants. "Er zijn er die weigeren om voor de camera te gaan staan", zegt Van der Kwaak. "Het is confronterend als je niet zeker weet hoe je je moet gedragen."

SMEEROLIE

"Sommige accountants worden recalcitrant", zegt Anne-Marie van Leggelo-Van den Berkmortel van het Etiquette Bureau. Regelmatig komt zij bij grote kantoren om accountants bij te schaven. "Er zijn er die belangstelling hebben en graag leren, maar ik hoor ook accountants die zichzelf willen blijven. Hun werkgevers vinden het echter belangrijk dat hun medewerkers een goede indruk maken. Etiquette geeft daar regels voor, geen wetten. Als je ze goed beheerst vallen ze niet op en maak je een goede indruk die heel vanzelfsprekend is. Etiquette is smeerolie waarmee je het verschil kan maken in het zakelijk verkeer."

Let op de details als je 's morgens voor de kledingkast staat, zo luidt haar advies. De accountant in t-shirt wekt niet de indruk een professional te zijn. Een pak is verstandiger. "Als je tenminste autoriteit wil uitstralen. Je das en je jas kun je altijd nog uitdoen als de situatie daarom vraagt."

Jijzelf bent als mens het visitekaartje, houdt ook trainer Janson zijn accountantsklasjes voor. "Pas daarna gaat het om het kantoor waar je werkt en als laatste telt je kennis van zaken. De meeste accountants beginnen echter achteraan, bij hun rugzak met kennis."

ONTELBARE ROLLENSPELLEN

Zichzelf presenteren als mens, de doorsnee accountant is er niet groot mee geworden. Menigeeen voelt zich op de netwerkborrel als een kat in een vreemd pakhuis. Janson: "Dan gaan ze bij collega's of andere bekenden staan, terwijl het juist de bedoeling is om mensen te leren kennen."

Netwerken is dan ook een vast onderdeel van de trainingen. In de ontelbare rollenspellen waarin accountants oefenen, gaat het meer dan eens dramatisch mis. Zoals met de accountant die bij wijze van oefening moest inbreken in een groepje van drie. Een tip om het makkelijker te maken: de actualiteit is een goed gespreksonderwerp om het ijs te breken. Zonder aankondiging stortte de accountant zich in de groep, waarbij hij een van de drie op de korrel nam. "Hij begon over Max Verstappen", herinnert Janson zich. "De andere twee sloot hij buiten. Hij ging met zijn rug naar ze toestaan."

Belangrijk is om het geschikte moment af te wachten om jezelf te introduceren, zegt etiquette-specialist Van Leggelo. "Wacht op oogcontact." Janson voegt daaraan toe dat je het beste gewoon kan vragen of het goed is dat je erbij komt staan. "Introduceer vervolgens jezelf, herhaal de naam van de naam van de ander en toon belangstelling voor iedereen. Ze doen dan letterlijk een pas achteruit ten teken dat je welkom bent."

VOORTDUREND DOODVALLEN

Raak je in gesprek, houd het dan eerst neutraal, adviseert Van Leggelo. "Maar begin niet over het weer, want dat is te algemeen, en niet over politiek, want dat is te zwaar." Nog een aanrader: laat de ander praten. Het stellen van open vragen helpt daarbij, informeren naar het wie, wat, hoe en waarom. Gesloten vragen werken juist averechts, want die leiden vaak tot korte ja- en nee-antwoorden. "Dan valt het gesprek voortdurend dood", waarschuwt Janson.

Kun je dit leren? Jazeker, zegt Janson. "Ik heb eens meegemaakt dat een van de cursisten weg was na de pauze. We trairden in een congreshotel waar ook andere groepen waren, dus hadden we in de drukte niet gezien waar hij was. Tien minuten later kwam hij binnen. →

GOEDE OMGANGSVORMEN

- Glimlach
- Maak oogcontact
- Geef een goede handdruk
- Luister aandachtig
- Spreek je gesprekspartner aan met zijn of haar naam
- Geef ruiterlijke complimenten
- Toon interesse

SLECHTE OMGANGSVORMEN

- Te dicht bij je gesprekspartner gaan staan
- Constant aan het woord zijn
- Wegkijken
- Mobiel of horloge raadplegen tijdens een gesprek
- Interrumperen
- Indiscretie
- Meteen tutoyeren
- Sleutelbos of mobieltje op tafel leggen tijdens een afspraak

MANIEREN MET E-MAIL

- Geef een duidelijk onderwerp aan in de onderwerpregel
- Zorg voor een zakelijke aanhef
- Houd de boodschap compact. Het langere verhaal hoort in een bijlage
- Lezen ook anderen mee, neem die dan op in de BCC
- Vermijd verwijten of conflicten in de e-mail
- Wissel geen vertrouwelijke informatie uit per e-mail
- Beantwoord e-mail binnen 24 uur
- Stuur geen e-mail door naar mensen aan wie deze niet is gericht

*'DE NETWERKTECHNIEKEN DIE
HIJ ZOJUIST HAD GELEERD,
HAD HIJ UITGEPROBEERD OP
EEN GROEPJE VROUWEN. HET
WERKTE, ZEI HIJ TROTS.'*



*'HEB JE EEN ETENTJE,
BEWAAR DE ZAKEN DAN TOT
NA HET VOORGERECHT.'*

De netwerktechnieken die hij zojuist had geleerd, had hij uitgeprobeerd op een groepje vrouwen. Het werkte, zei hij trots.”

OPDRINGERIGE VERKOPER

De kunst is om het gesprek dan de zakelijke kant op te sturen, zonder dat de accountant door de mand valt als opdringerige verkoper. Belangstelling voor het werk van de ander is een handig opstapje: wat doe je, wat speelt er in jullie markt, welke vraagstukken kom je tegen? Van daaruit is het niet moeilijk om jezelf als professional onder de aandacht te brengen.

Maar, zo waarschuwen de specialisten, houd je diensten op zak, die werken bij een eerste kennismaking als een koude douche. “Vraag of je mag bellen om een afspraak te maken”, tipt Janson. “Als de klik er is, maak je een goede kans op groen licht.” Bij een vervolgesprek is de business niet langer taboe. Maar zonder goed gedrag vertrek je weer met lege handen. De juiste omgangsvormen doen weerstand smelten en voeden de belangstelling. Kom je binnen, wacht tot je een plaats aangeboden krijgt. Laat het gespreksonderwerp aan de ander, luister goed en trek niet te snel conclusies, adviseert Van Leggelo. “Niet gelijk tutoyeren. Volg het initiatief van je gastheer of gastvrouw. Heb je een etentje, bewaar de zaken dan tot na het voorgerecht. Samen eten is een sociaal gebeuren.”

LINKS LOPEN

Ben je zelf de gastheer of gastvrouw, dan gelden er weer andere regels. “Zorg dat je links van je gast loopt, want

die voelt zich rechts het prettigst”, zegt Van Leggelo. “Ga voor door het gebouw of wijs de weg, zodat je gast zich niet onzeker gaat voelen. Bied een stoel aan, iets te drinken en wacht de reactie af. Ik ben ooit eens ontvangen met de opmerking: ‘Ga zitten’, zonder dat ik een stoel aangeboden kreeg. ‘Bakkie koffie?’ was de volgende vraag. Voordat ik antwoord kon geven, was mijn gastvrouw alweer weg.”

Sociale handigheid helpt om de ander aan het praten te krijgen. Dat is nodig om diens leidmotief te achterhalen. De bekende psycholoog Jung onderscheidde vier van zulke motieven: het verlangen naar winst, zekerheid, gemak of erkenning.

Janson: “Herken je zo’n motief, speel daar dan op in. Is de ander gevoelig voor status, benadruk dan dat de reputatie van je accountantskantoor. Gaat het om winst, vertel dan over de resultaten die je haalde voor je klanten. Zo leer je om te denken hoe de ander denkt. Het beheersen van die kunst helpt om je eigen verhaal acceptabel te krijgen.” Leveren die investeringen in omgangsvormen en gesprekstechnieken iets op? Ja, zegt Christiaens van BnP. “Bijna tachtig nieuwe klanten en maar vijf opzeggingen sinds we hiermee zijn begonnen.” Maar leren van sociaal gedrag kost tijd, weet Van der Kwaak van Lansigt. “Ze moeten erin slijten door gebruik, maar je kunt ze ook weer verliezen als je ze te weinig toepast. Trainen in sociale vaardigheden zou je eigenlijk ieder jaar moeten herhalen.” ←