

Jouw bedrijf is continu in beweging. De wereld om je heen verandert. Je wilt handvatten om te sturen. Dan heb je een beeld nodig van de strategie van jouw financieel advieskantoor. Nu en in de toekomst.

TEKST JELLE BARTELS, NEXT STEP FACTORY



# De verandering de baas

**J**e hebt wel al een voordeel: ondanks de veranderingen in het verleden besta je nog steeds! Dat geeft vertrouwen voor de toekomst. Advies blijft altijd nodig. Met jouw antwoord op onderstaande zes thema's vergroot je de kans om ook in de toekomst relevant te blijven.

## MARKT EN PORTFOLIO

Welke markt wil je (blijven) bedienen en wat neemt deze markt bij je af? Hoe ziet dit er idealiter uit? Denk hierbij niet alleen aan 'particulier en zakelijk'. Maak een verdiepingsslag. Ook jouw bedrijf maakt onderscheid. Als je weet wie je bedient en wat je daar werkelijk levert, kun je gericht ondernemen. En dat scheelt weer in de (marketing) portemonnee.

## INNOVATIE EN VERNIEUWING

Verandering is er altijd. Of je nu wilt of niet. Wat zijn de vernieuwingen waarmee je jouw kantoor naar het volgende plan brengt? Hoe zorg jij voor het excellente advies? Welke nieuwe manieren ga je daarvoor inzetten? Wat moet je vernieuwen en wat is leuk om te doen?

## WINSTGEVENDHEID EN MIDDELEN

Hoe is het gesteld met je winstgevendheid? Nu én in de toekomst? Wat is je ideale en gezonde marge? Wat wil je investeren? Wat moet je investeren? Welke middelen heb je minimaal nodig?

## CULTUUR EN GEDRAG

De tevredenheid van je klanten is voor het grootste deel afhankelijk van de cultuur binnen je bedrijf en het gedrag dat daarmee gepaard gaat. Hoe gaat het nu? Ben je tevreden? Is het een 10+? Wat moet je doen om het te krijgen? En wat moet je doen om het te behouden?

## PERSOONLIJKE ONTWIKKELING EN MEESTERSCHAP

Waar moeten jouw mensen meester in worden/zijn voor de ideale klantgroep? Wat moeten ze daarvoor ontwikkelen? Hoe is het nu en hoe ziet het eruit als het ideaal is? Wat verwacht de klant? Kijk niet alleen vakinhoudelijk, maar zeker ook naar vaardigheden.

## INZETBAARHEID EN PRODUCTIVITEIT

Hoeveel van je tijd besteed je waaraan en hoe zou dat ideaal zijn? Waar ben je de hele dag mee bezig en draagt dat bij aan de beleving van de klant? Wat wil je blijven doen en wat moet vooral niet meer? Tijd is de meest kostbare factor van mensen. Wees zuinig op je tijd, eenmaal gegeven kun je het nooit meer terug krijgen.

Als je een antwoord formuleert op deze zes thema's zal je zien dat het antwoord van het ene thema direct een ander thema raakt. Daarom is het goed om ze allemaal in beeld te hebben. Stel je besluit een (nieuw) CRM-systeem aan te schaffen. Dan heeft dit direct consequenties voor onder andere je winst, meesterschap (opnieuw opleiden), en productiviteit (want tijdverlies door het nieuwe systeem). Breng je strategie op deze manier in kaart. Je begint met hoe het nu is en maakt dan een stap naar hoe je het wilt hebben. Op deze manier krijg je snel de projecten voor de toekomst in zicht. Zo hou je grip op je bedrijf. Ook als je te maken krijgt met omstandigheden die buiten jezelf liggen. ■

**'Ondanks alle veranderingen besta je nog steeds!'**