

# Hoe het juiste talent boeien en binden?

Een praktische gids om accountants aan  
te trekken, aan te werven en te behouden.



# In dit e-book

Inleiding.....	3	<b>5. Het bedrijf verlaten? Geen vaarwel, maar tot ziens!.....</b>	<b>20</b>
<b>1. Is de arbeidsmarkt van accountants een leeg aquarium? ....</b>	<b>4</b>	Einde contract is niet einde betrokkenheid.....	20
Iedereen op jacht naar fiscalisten.....	4	Een goed afscheid is waardevol.....	20
“The Big Four” kopen jong talent op.....	4	Blijf contact houden met oud-werknemers.....	20
Afstoffen én opblinken.....	5	<b>6. Hoe verhoog je het engagement van je medewerkers?.....</b>	<b>21</b>
Van digitale tools naar een digitale mindset.....	6	Niets gaat boven een goed gesprek.....	21
Step aside Siri, hier komt yuki!.....	7	Teambuildings moeten effectief constructief zijn voor het team.....	22
<b>2. Cultuur op kantoor als uithangbord voor rekrutering. ....</b>	<b>8</b>	Investeer als organisatie in je employer branding.....	23
Pauzeer de ratrace en behandel jezelf ook als klant.....	8	‘Functionele’ werkprykkels.....	24
Verruim je horizon en ga op een andere manier rekruteren.....	9	Ook digitale tools ondersteunen de motivatie.....	24
Waarden en cultuur: de basis van elk bedrijf.....	10	<b>7. Accountancy? Digit-all the way! .....</b>	<b>26</b>
Welke klemtonen leg je bij de rekrutering van de juiste kandidaten?.....	11	Digitalisering van je kantoor? Yuki to the rescue!.....	26
Welke (online) kanalen kies je voor rekrutering?.....	12	Wat zijn de 4 belangrijkste voordelen voor je organisatie?.....	27
Hoe zet je je LinkedIn slim in om te rekruteren?.....	13		
<b>3. Slim sollicitatieproces. ....</b>	<b>14</b>		
Solliciteren is wederzijds enthousiasmeren.....	14		
<b>4. Werken binnen de organisatie: date or ditch? .....</b>	<b>16</b>		
Past het praatje bij het plaatje?.....	16		
De eerste 100 dagen bevestigen de toekomst.....	18		
Met de neuzen dezelfde kant op (ook tijdens een veranderingstraject).....	19		

# Inleiding

Mensen met het profiel van accountant worden de laatste jaren fel gezocht (en bevochten) op de arbeidsmarkt. Met een vraag die veel groter is dan het aanbod, zit accountancy al een tijdje bij de knelpuntberoepen. Bovendien is de jobinhoud in volle transformatie, waardoor de verwachtingen van mogelijke kandidaten én klanten verschuiven. Daarom moeten er ook andere vaardigheden aangesproken worden ten opzichte van vroeger.

Accountancykantoren staan hierdoor voor een dubbele uitdaging. Hoe vul je openstaande vacatures in met een beperkt aantal kanshebbers? En hoe houd je de gevonden collega enthousiast voor een langdurige samenwerking? **Eén ding is alvast zeker: kijk verder dan de platgetreden paden. Want die leiden nauwelijks nog tot de geschikte kandidaat.**

Dit e-book biedt je een praktische gids om gekwalificeerde werkrachten te rekruteren en ervoor te zorgen dat je huidige medewerkers gelukkig zijn én blijven in de job. We begeleiden je van het begin van het rekruteringsproces tot voorbij de onboarding en leiden je in in de 'kunst van het blijven boeien'. Zo mikken we er samen op om je kandidaat te binden aan je bedrijf. **Want de sleutel tot een langetermijnsamenwerking is 'the power of onboarding': om van een werknemer een teamlid te maken.**

Naast inzetbare inzichten krijg je een overzicht van tools en ondersteuning om je medewerker zich naar volle potentieel te helpen ontplooiën, aangevuld met enkele leuke tips om je personeel te motiveren en te stimuleren.

Op die manier kan jij jezelf goed gewapend in 'the war for talent' gooien. Zonder dat het een uitputtingsslag dreigt te worden.

Misschien al een eerste tip: maak er geen strijd van. Maak er werk van.



# 1. Is de arbeidsmarkt van accountants een leeg aquarium?

## Iedereen op jacht naar fiscalisten

Een carrière als accountant-fiscalist spreekt (veel) te weinig jonge studenten aan. Het is een tendens die de laatste jaren duidelijk voelbaar is in de accountancysector en die ook werd bevestigd door een rondvraag van Wolters Kluwer bij de hogescholen. De vraag wordt alsmear groter dan het aanbod. Ronny De Goedt, managing director bij Wolters Kluwer Tax & Accounting België, schetst in HR Magazine (2019) de pijnlijke realiteit: "Acht op de tien vacatures voor basisprofielen in accountancy raken moeilijk of zelfs helemaal niet ingevuld."

Maar waar liggen dan juist de struikelblokken? En misschien nog belangrijker: **hoe maken we jongeren weer warm voor onze accountancywereld?**

“Acht op de tien vacatures voor basisprofielen in accountancy raken moeilijk of zelfs helemaal niet ingevuld.”

## “The Big Four” kopen jong talent op

In een vijver waar al een zeer beperkt aantal vissen zwemt, vangen de grootste netten het meeste weg. In accountancy is dat helaas niet anders. Terwijl de kleinere kantoren veel moeite hebben om hun tekort aan accountants in te vullen, wordt de fiduciaire markt kaalgeplukt door “the Big Four” (Deloitte, KPMG, Ernst & Young en PwC). “Zij kapen het grootste deel van elke nieuwe lichting afgestudeerden onmiddellijk weg,” stelt De Goedt vast in HR Magazine. **Veel beginnende accountants laten zich verleiden door de grote kantoren omwille van de hogere lonen, aantrekkelijke extra's en betere arbeidsvoorwaarden.**

En met betere voorwaarden kijken de jonge talenten vooral naar de match met hun ambities. De Goedt verklaart: “Hoe groter de organisatie, hoe groter de kans dat de werkomgeving hen stimuleert om hun digitale en adviserende skills verder te ontwikkelen. Bijvoorbeeld door van verschillende takken binnen het bedrijf te proeven, zoals audits of consultancy.”

Kunnen de kleinere bedrijven dan niets weerwerk bieden tegen het grote geweld? Gelukkig wel. Maar dan is het belangrijk dat ook zij de link maken met die nieuwe mindset van jongeren. **De keuze voor een doorgedreven digitalisering in de verschillende accounting processen wordt een absolute must.** Zo vecht je met meer gelijke wapens en vergroot je als kleinschalig kantoor je overlevingskansen.

## Afstoffen én opblinken

Hiermee hebben we ook onmiddellijk de kern van het probleem blootgelegd voor kleinere accountancykantoren. Het beeld van een (job als) accountant moet niet enkel bijgesteld worden, maar ook dringend opgefrist. *'Make accounting great again.'* Hoe? Zorg ervoor dat de perceptie én de realiteit op één lijn zitten met de nieuwe generatie accountants en hun digitale DNA.

**Jonge talenten weten heel goed wat ze willen en - minstens even belangrijk - wat ze niet willen.** En dat zal hun ambities en keuze bepalen. Ze willen de ruimte én de middelen om zich te kunnen ontwikkelen. En zoals dat in een digitale mentaliteit gaat: hoe sneller, hoe beter.

Daarom moet het beeld van de cijfercrushers van weleer niet alleen in de geschiedenisboeken; we kunnen het zelfs beter gewoon vergeten. De jobeisen én de jobinvulling van een moderne accountant gaan veel verder dan nummers en getallen. **De accountant wordt een belangrijke spil in de dynamische relatie tussen onderneming, banken en overheid. Technologie en digitalisering bieden alle tools om advies en begeleiding te bieden, op maat van elke klant. Dat is de toekomst. En die toekomst begint vandaag. Nu.**



### Soft skills worden steeds belangrijker

Vroeger draaide accounting rond de juistheid van cijfers, plussen en minnen, btw-aangiftes, enz. Maar van de moderne accountant wordt ook verwacht klantgericht te zijn, luisterbereidheid te tonen, een stuk commercieel te denken, de ondernemer achter het dossier te kennen, te adviseren... Soft skills zijn niet meer weg te denken uit het profiel van de accountant van nu.





## Van digitale tools naar een digitale mindset

Digitalisering is uiteraard niets nieuws voor accountants. Ze gebruiken al jaren softwarepakketten en technologische tools. Maar er is een verschuiving in de mindset. In tijden waarin telewerken stilaan meer en meer de norm is, maakt digitalisering het mogelijk om te shiften van ondersteuning naar automatisatie.

Zo kwam de vernieuw(en)de rol van de accountant – met de bijhorende klantenverwachtingen – in een stroomversnelling door de coronacrisis.

Ondernemers zochten meer en meer advies voor hun persoonlijke financiële planning, die door COVID-19 onder druk stond. Op die manier **evolueerde de accountant naar de rol van business partner**. En de digitale tools zorgden voor een snelle, efficiënte en betrouwbare ruggengraat.

Nu de klant heeft geproefd van de mogelijkheden en de voordelen van die digitale mindset, zal dit ongetwijfeld een blijver worden. Facturen

worden veel vaker digitaal aangeleverd, de cijfers kunnen – waar en wanneer ook – geraadpleegd worden. Ook nieuwe communicatiekanalen winnen aan populariteit. De accountant kan zijn ondernemer sneller spreken via Whatsapp en videocall, waardoor hij korter en efficiënter op de bal speelt. **Zo klimt de accountant op de digitale ladder naar een nieuwe rol als fiscaal adviseur, strateeg en zelfs klantbegeleider in het digitaliseringstraject.**

## Step aside Siri, hier komt yuki!

Ben je klaar om je denkwijze meer digitaal te rebooten en je rol als accountant een upgrade te geven? Denk dan in de eerste plaats aan yuki. Want wat Siri is voor je smartphone, is yuki voor smart accounting.

Niet enkel hebben wij de software en digitale tools om je nieuwe rol als accountant te ondersteunen; wij begeleiden je waar nodig naar die digitale mindset. Eenvoudig én efficiënt.

### Hoe kan yuki jou helpen?

- Dankzij realtime boekhouding stimuleert yuki een betere en meer (inter)actieve samenwerking tussen accountant en ondernemer.
- Met onze app yuki Assistant heb jij een extra collega én ondernemers hun persoonlijke assistent. Je klant kan vanaf nu eenvoudiger z'n cijfers zelf volgen én jij kan je focussen op een nog betere service en toegevoegde waarde. Een overzichtelijke workspace voor een complete boekhouding, uitgebreide financiële monitoring om snel bij te sturen waar nodig... Allemaal op je smartphone.
- Je ondernemer kan zijn vragen documentgericht stellen, waardoor jij als accountant veel sneller en gericht advies kan geven.
- ...

**Benieuwd naar alle features van yuki? [Ontdek ze op yuki.be](https://yuki.be)**

**Of beter nog: contacteer ons voor een korte babbel en we kijken samen hoe yuki op jouw maat kan werken.**

### Hoe belangrijk is digitalisering voor accountancykantoren?

- 2/3 van de accountancykantoren maakt budget vrij voor digitale tools en automatiseringsoplossingen
- 40% grijpt naar digitale opleidingen
- Bijna 30% zet WhatsApp in als digitaal communicatiekanaal





## 2. Cultuur op kantoor als uithangbord voor rekrutering

### **Pauzeer de ratrace en behandel jezelf ook als klant**

Zaakvoerders focussen zich vaak vooral op de klant, waardoor ze vergeten stil te staan bij hun eigen bedrijfscultuur. Wat is je missie en visie? Welke waarden zijn belangrijk om naar buiten te brengen? Hoe laat je je team excelleren in een veranderende sector? En welke nieuwe mensen heb je daarvoor nog nodig?

Wil je anticiperen op de toekomst en nieuwe medewerkers aantrekken die ook nog perfect matchen met je bedrijfsprofiel, dan is het belangrijk dat jij **in de eerste plaats goed weet waarvoor je bedrijf staat** en welke langetermijnvisie je hebt. Maak hier voldoende tijd voor. Want hoe helderder het beeld, hoe gemakkelijker het is om het juiste talent te selecteren dat je doelstellingen kan waarmaken.





## Verruim je horizon en ga op een andere manier rekruteren

Zijn het beeld en de boodschap van je bedrijf duidelijk, dan kan de zoektocht naar de geschikte kandidaten beginnen. Duik je in diezelfde vijver waar iedereen in vist (en waar de groten alles leeghalen) of ga je op zoek naar nieuwe wateren? De realiteit geeft in feite het antwoord: **de platgetreden paden leveren nog maar nauwelijks iets op.**

Begin daarom met jezelf de vraag stellen: wat zijn jouw criteria bij het rekruteren? Kies je voor

iemand met gelijkaardige ambities als het kantoor? Waar leg je de klemtoon: mentaliteit of skills?

Het is uiteraard essentieel dat een kandidaat voldoende kennis heeft van het vak. Want fiscaliteit is een complexe job. Maar dat is een beetje een no-brainer en het startpunt van elk bedrijf dat nieuw volk zoekt. Daarom is het misschien wel tijd om je zoekveld te verbreden en te kijken naar andere opties. **Mensen met de juiste mindset zijn vaak op lange termijn**

**meer waard dan iemand met de gevraagde technische skills, maar die niet achter de missie en visie van jouw bedrijf staat.**

Bovendien zorgt de opmars van digitalisering ervoor dat de technische basis van accountancy wordt overgenomen door software zoals yuki. Daardoor komt er meer tijd vrij om je te focussen op de toegevoegde waarde die je de ondernemer kan bieden. En daarvoor zijn vaak heel andere kwaliteiten van belang.

“Boekhouding draait al lang niet meer alleen om de cijfers en de handtekening onder de jaarrekening. Minstens zo belangrijk is dat de accountant meer voeling krijgt met een bedrijfscultuur en de juiste vragen kan en durft te stellen.”

Marcel van Loo, topman van EY Nederland



Entrepreneurship



Dedication



Inclusiveness



Reliability



Fun

## Waarden en cultuur: de basis van elk bedrijf

Met een goede portie gevoel, gezond verstand en een beetje soul-searching kan je de belangrijkste waarden van je accountancy-kantoor van in het begin scherpstellen.

Schrijf ze ook fysiek uit. Zo ga je ernaar werken, leven en bouw je je team errond. Zij vormen het stokpaardje voor alles – van product, operationele processen tot teamspirit en klanttevredenheid. Zelfs wanneer de zaken even wat moeilijker lopen, dan hebben jij en je team meteen een houvast.

Een bedrijfscultuur daarentegen is een meer organische omgeving die de eerste jaren moet groeien. Neem je mensen in de beginfase aan

omwille van dezelfde mindset als jij, dan worden ze op termijn een waardevolle aanvulling van die cultuur. Zij zijn als het ware de interne ambassadeurs voor toekomstige collega's.

Door je waarden duidelijk af te lijnen en een bedrijfscultuur te ontwikkelen, evolueer je sneller naar een duurzame groei. En dat is ook niet onlogisch. Wanneer beiden gedragen worden door je medewerkers, gaan ze zich ook meer verbonden voelen met je bedrijf. En dat resulteert in een intensere betrokkenheid, meer professionele creativiteit en groter succes op lange termijn.

“Vroeger wilden we mensen te vaak meetrekken in ons verhaal. Maar nu weten we: wil je er niet in meestappen, dan scheiden onze wegen. Dat is het beste voor iedereen. We zijn niet de goedkoopste, maar garanderen wel een enorm hoge kwaliteit. Dat kan alleen met de juiste medewerkers, de juiste klanten en de juiste digitale tools.”

Ook yuki-partner Fiscadvies deed de DNA-oefening voor hun kantoor



## Welke klemtonen leg je bij de rekrutering van de juiste kandidaten?

Hoewel elk bedrijf een verschillend profiel heeft, zijn er toch enkele essentials waar je altijd rekening mee moet houden. Zij vormen de basis.

### 1. **Begin bij je eigen werkgeversmerk**

Je werkgeversmerk draait om goed werkgeverschap, betrokkenheid, verbondenheid en ambassadeurschap. Laat duidelijk zien wie je bent en wat je te bieden hebt. Betrek je medewerkers en vraag naar hun beleving als werknemer van je kantoor.

### 2. **Match je bedrijfscultuur met de identiteit van je kandidaten**

Stel je in de plaats van mogelijke kandidaten. Professioneel én persoonlijk. Want jong of iets minder jong, mensen kiezen voor een bedrijf dat aansluit bij hun eigen identiteit:

- Past de organisatievisie en -cultuur bij mijn eigen overtuigingen?
- Kan ik op een slimme en efficiënte manier mijn werk doen?
- Is er voldoende ruimte voor mijn persoonlijke en professionele ontwikkeling?
- Kan ik impact creëren voor de organisatie waarvoor ik werk?

### 3. **Charmeer, maar blijf eerlijk**

Ook al wil je je als werkgever van je aantrekkelijkste kant voorstellen, schets een eerlijk beeld van hoe het is om bij jou te werken. Hecht je bijvoorbeeld als kleine, familiale KMO waarde aan een goede en nauwe samenwerking met collega's, maar minder aan teambuildings of apero's op vrijdag? Communiceer dit dan ook. Je wil talent met de juiste ingesteldheid aantrekken, dat past bij jouw organisatie en een essentiële bijdrage kan leveren aan het behalen van je ambities.

### 4. **Maak duidelijke afspraken en heldere beloftes**

Als kandidaten een duidelijk beeld hebben van wie je bent en wat je als werkgever te bieden hebt, gaan ze sneller solliciteren. Daarom is het belangrijk dat de belofte aan mogelijke medewerkers vanaf het allereerste contactmoment doorklinkt. *Loud and clear*. En juist! Vermeld je vacature bijvoorbeeld een 9-to-5 job, maar zoek je in werkelijkheid iemand die geen schrik heeft van overuren? Dan ga je sowieso snel op problemen botsen.



## Welke (online) kanalen kies je voor rekrutering?

Zoals we hiervoor al gezegd hebben: wie wil opvallen, moet eerst gezien worden. Op de juiste manier én door de juiste mensen. De keuze van de (mix van) kanalen zal voor een groot deel het succes in je zoektocht naar talent bepalen.

### 1. Een website is (nog altijd) je beste visitekaartje

Zonder een actieve rekruteringscampagne op te zetten, beschikt je organisatie sowieso over een aantal indirecte kanalen die je imago als bedrijf en werkgever voortdurend mee uitdragen. Je bent dus mogelijk toekomstige kandidaten aan het aanspreken zonder dat je je hier goed en wel bewust van bent. In deze digitale tijden gaat zeker je online aanwezigheid nooit onopgemerkt voorbij. Het is daarom altijd belangrijk dat je online terug te vinden bent én dat je de juiste boodschap uitdraagt.

De meest evidente plek is uiteraard je website. **Maak daarom regelmatig de tijd om even een korte maar kritische blik te werpen.** Vragen die je altijd in je achterhoofd moet houden zijn bijvoorbeeld:

- Hoe komt de website over bij externe bezoekers?
- Is er een aparte jobpagina?
- Kan je gemakkelijk en eenvoudig solliciteren? Bij wie kom je dan terecht? Hoe snel wordt dit vandaag opgevolgd?
- Zijn de vacatures onderscheidend en aantrekkelijk geschreven?
- Zeg je iets over je bedrijfscultuur en de mensen?
- Is alle informatie op de website up-to-date?
- Hoe scoort jouw website in de zoekmachines? Stimuleert de SEO mogelijke kandidaten om snel en eenvoudig bij jouw organisatie uit te komen?

### 2. Rekruteer anders én op minder traditionele kanalen

Net zoals bij de switch naar een meer digitaal denkend doelpubliek, merken we ook in de rekruteringskanalen een zelfde zwaai van traditioneel naar meer digitaal en sociaal. Op maat van de doelgroep. **Ook de transitie van formeel adverteren naar meer informeel 'sharen' wordt hoe langer hoe meer voelbaar.**

De klassieke kanalen kosten niet alleen zeer veel in verhouding tot hun return; ze werken nauwelijks nog efficiënt voor de gekozen doelgroep. Online en offline jobmedia zijn vaak te generaliserend en missen affiniteit en doelgerichtheid voor de sector. Met bijgevolg maar een beperkte kans op de perfecte match. Externe rekruteringsbureaus missen dan weer de connectie met je bedrijf en rekenen vaak gigantische sommen aan (tot 300.000 euro per jaar!).

Waar zit dan wel de toekomst van rekruteren? Simpel: waar de kandidaten zitten. **Begin bij het begin en maak een bedrijfsaccount aan op LinkedIn.** Ben je meer fan van sociale media, dan kan je ook je eigen account aanmaken op **Facebook of Instagram.** Maar let wel op: rekruteren via sociale media heeft alleen zin als het past binnen de bedrijfscultuur. Dus check eerst of je bedrijf een open en sociale communicatiecultuur heeft.



## Hoe zet je je LinkedIn slim in om te rekruteren?

1. Omring je met de juiste stakeholders: een uitgebreid netwerk is een must.
2. Plaats je vacatures op LinkedIn en spoor zeker ook medewerkers aan om vacatures of andere content van je bedrijf te delen via hun sociale media.
3. Post (af en toe) content die relevant is voor je bedrijf of sector.
4. LinkedIn Recruiter helpt je met behulp van AI en machine learning om de juiste kandidaten te vinden op basis van functie, locatie en vaardigheid. Bovendien zie je gemakkelijk wie openstaat voor een nieuwe job en kan je ook targetten op een bepaalde studie, school of afstudeerjaar.

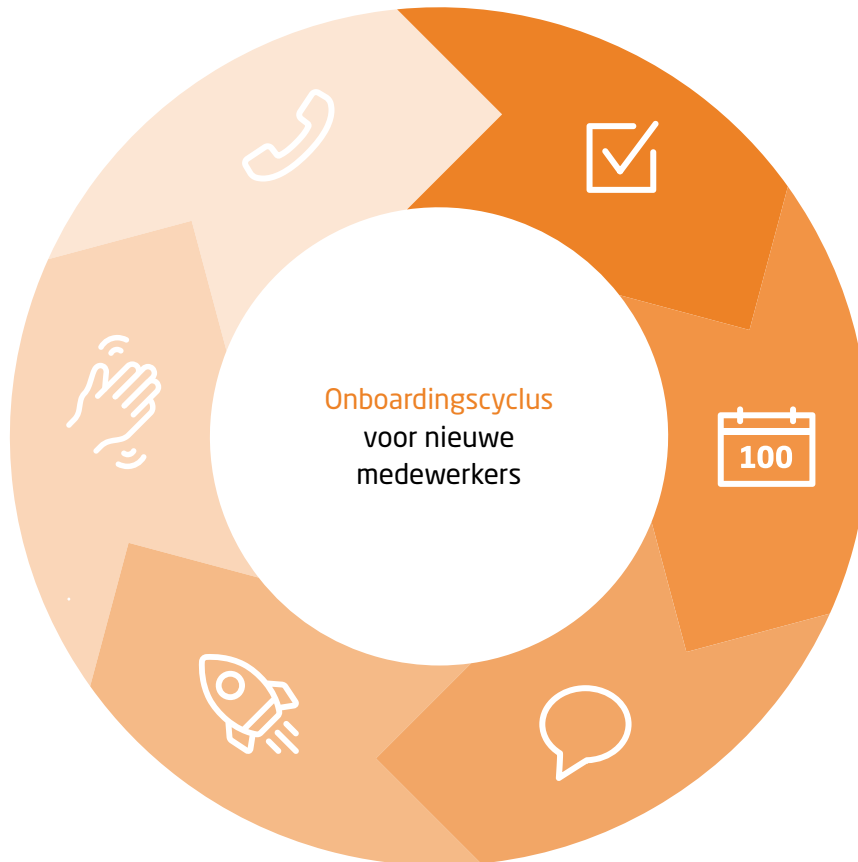
Handig weetje: ken je iemand die voldoet aan het profiel dat je zoekt? Tik de naam in en Recruiter zoekt gelijkaardige profielen.

5. Je kan ook een aparte Carrièrepagina toevoegen aan je eigen LinkedIn pagina. Hiermee vang je twee vliegen in één klap. Je plaatst vacatures én promoot je employer branding met eigen content: testimonials, video, foto...

### TIP!

Spoor zeker ook medewerkers aan om vacatures of andere content van je bedrijf te delen via hun sociale media. Niets spreekt zo aan als een enthousiaste aanbeveling van iemand uit de organisatie.

# 3. Slim sollicitatieproces



## Solliciteren is wederzijds enthousiasmeren

Het cliché zegt wel eens 'Je krijgt geen tweede kans om een eerste indruk te maken.' Die stelling gaat niet helemaal op in het rekruteringsproces. Want ook al heb je geïnteresseerden voldoende kunnen prikkelen om te solliciteren, nu is het wel de eerste keer dat beide partijen elkaar écht ontmoeten. En dat is **een tweede make-or-break-moment** voor potentiële werknemer en werkgever. Vergeet niet – zeker met de ambitieuze digital minds in het achterhoofd – dat je kandidaat misschien wel even kritisch en veeleisend is als jijzelf.

Daarom is het belangrijk dat het plaatje bij het praatje blijft kloppen. Of zelfs nog beter wordt. Zo bevestig je de kandidaten in hun keuze. Niet enkel wat de jobinhoud betreft, maar ook in hun gevoel over je bedrijfscultuur.

De sollicitatie en de beeldvorming rond jouw bedrijf eindigen trouwens niet na het gesprek. **Blijf elk moment van interactie met mogelijke werknemers opvolgen met de juiste zorg én in lijn met je waarden en cultuur.** Wordt de kandidaat uiteindelijk aangenomen of niet? Zelfs die momenten kan je als bedrijf positief beïnvloeden. Besluit je bijvoorbeeld om uiteindelijk toch niet te kiezen voor een bepaalde persoon, geef dan eerlijke feedback. Zo blijft de kandidaat niet onnodig in onzekerheid zitten over de reden waarom het geen match werd. En dat straalt uiteindelijk af in het voordeel van jouw bedrijfsbeeld.





### Hoe bespaar je tijd tijdens het sollicitatieproces?

Sollicitanten ontvangen vraagt veel tijd en energie. Dat lijkt logisch, maar toch bestaan er tijdbesparende oplossingen. Zo kan je een eerste gesprek voortaan zonder probleem via videocall laten lopen. Voor Covid-19 was dit misschien niet gebruikelijk, maar nu is het algemeen aanvaard. En bovendien heel handig, want je toont ook onmiddellijk een eerste teken van de digitale cultuur van het bureau. Verder kan je een heleboel zaken te weten komen via digitale testen: kennis, persoonlijkheid, intelligentie, drijfveren... Of laat de kandidaat een specifieke case maken en presenteren. Het is een prima startpunt om het gesprek gericht en efficiënter te laten verlopen.



# 4. Werken binnen de organisatie: date or ditch?



## Past het praatje bij het plaatje?

Heeft een nieuw talent de stap naar je organisatie gezet, dan is het aan jou om die keuze voortdurend te bevestigen. Je nieuwe medewerker viel voor je verhaal; **nu is het de periode om betekenis te geven aan de woorden en te ervaren dat ze met de realiteit samenvallen.** En dat is een never-ending story... Of toch minstens één met een happy end.

Veel verschillende factoren kunnen bepalen of een medewerker gelukkig is in zijn of haar werk en gemotiveerd wordt om elke dag het beste van zichzelf te geven:

- een inspirerende werkomgeving met slimme systemen en structuren
- een prettige cultuur die prestaties stimuleert en successen viert
- een top en leidinggevenden die het goede voorbeeld geven
- continue ontwikkelingsmogelijkheden waardoor nieuwe medewerkers hun bijdrage willen en kunnen leveren
- ...

Eén ding hebben ze allemaal gemeen: ze zorgen ervoor dat medewerker en werkgever elkaar versterken.

Bovendien zijn er een aantal essentiële punten in een carrière waarop medewerkers kunnen besluiten of ze verdergaan met dezelfde werkgever of vertrekken. Twee typische sleutelmomenten zijn de eerste 100 dagen en grote verandertrajecten. **Aan jouw organisatie om deze mijlpalen op de juiste manier in te vullen, zodat je het gevoel van je werknemer positief versterkt.**

### Bespaar met de juiste kandidaat tot 62.000 euro kosten

Vind je meteen de juiste mensen die voor lange tijd bij jouw kantoor willen blijven, dan is dat niet enkel goed voor de werking van je organisatie, maar ook voor je portefeuille. Het vertrek van een medewerker en het zoeken naar een vervanger kunnen al gauw tot 62.000 euro oplopen. En dan vermelden we nog niet de vele energie die je extra moet investeren. Met een goede onboarding zorg je ervoor dat je werkracht niet snel weer vertrekt.

#### Loonkost

Totale loonkost op jaarbasis bij een bruto maandloon van € 3.000 (gesimuleerd met officienti.io/loonkost)	€ 56.160
---	----------

#### Rekrutering en selectie

Werkuren HR-verantwoordelijke: 20 uur (brutoloon € 2.500)	€ 508
---	-------

Werkuren leidinggevende: 10 uur (brutoloon € 3.500)	€ 339
---	-------

Advertentieruimte vacature	€ 2.000
----------------------------	---------

Extra kosten (assessments, recruiter...)	???
--	-----

#### Onboarding

Werkuren HR-verantwoordelijke: 10 uur (brutoloon € 2.500)	€ 254
---	-------

Werkuren leidinggevende: 3 uur per week gedurende 6 weken (brutoloon € 3.500)	€ 610
---	-------

Werkuren teamleden: 2 personen, 3 uur per week gedurende 6 weken (brutoloon € 3.500)	€ 972
--	-------

Training nieuwe medewerker	€ 1.200
----------------------------	---------

<b>Totale kost</b>	<b>€ 62.043</b>
--------------------	-----------------



## De eerste 100 dagen bevestigen de toekomst

De eerste 100 dagen bij een nieuwe werkgever kunnen - met een beetje vrije interpretatie - vergeleken worden met de wittebroodsweken in een huwelijk. De beloftes zijn gedaan, het papier is ondertekend en we gaan nooit meer uit elkaar. Of toch niet te snel.

Hoe dan ook is deze periode van onboarding doorslaggevend voor de ervaring van je nieuwe werkrachten. **Je 'brengt hen aan boord', zorgt ervoor dat ze zich welkom voelen en zet ze binnen je organisatie op weg met een introductieprogramma.**

Daarom is de onboarding het ideale moment om de interesse van je nieuwe medewerker vast te houden en zelfs nog te versterken. Tijdens de sollicitatie gaf je informatie over je bedrijf, nu is het tijd om het gevoel in je bedrijf over te brengen. En het beeld dat tijdens de eerste fase is gevormd te bevestigen.

Dé uitgelezen kans om je nieuwste werkracht mee te nemen in het verhaal van de organisatie:

- Wie zijn we?
- Waar staan we voor?
- Waar gaan we voor?
- Hoe kunnen wij ervoor zorgen dat jij daar op de juiste manier aan bijdraagt?

Je kan een volledig 'onboarding programma' uitwerken om je nieuwe medewerkers op interactieve wijze en in fases kennis te laten maken met het kantoor. De mogelijkheden vul je zelf in, met zowel formele als minder formele elementen.

- Zorg voor een mentor binnen het bedrijf die de nieuwkomer begeleidt.
- Speel een 'personeel bingo' om namen en gezichten sneller te leren kennen.
- Stel een leuk welkomstpakket samen.
- Bied in de eerste weken al enkele workshops aan.
- Voorzie een leuk intro/informatiefilmpje voor nieuwe werknemers.
- Laat ze kort na hun aanwerving ook kennismaken met de CEO.
- ...

**Met de juiste informatie en tools zorg jij ervoor dat medewerkers zich snel thuis voelen, betrokken raken en positief kunnen bijdragen aan de organisatie, zodat ze op het juiste moment de juiste dingen doen.**



### Een 'Start, stop, continue' gesprek à la yuki

Bij yuki waarderen we altijd een nieuwe frisse kijk op het bedrijf. Na drie maanden en na één jaar krijgt elke nieuwe collega de kans om zijn/haar mening te geven in een 'Start, stop, continue' gesprek.

- Waarmee moet het bedrijf onmiddellijk beginnen? (START)
- Wat werkt er helemaal niet en zou het bedrijf moeten stoppen? (STOP)
- Welke zaken lopen goed en moeten zeker doorgaan? (CONTINUE)

Via deze gesprekken krijg jij waardevolle inzichten én krijgt je medewerker het gevoel dat zijn/haar mening telt. Een win-winsituatie.



### Met de neuzen dezelfde kant op (ook tijdens een veranderingstraject)

Het bevestigen van de waarden, ambities en doelen van je organisatie is een voortdurende reis, zelfs na de initiële 100 dagen. En zoals op elke tocht kunnen er zich ook onvoorziene veranderingen voordoen. Een nieuwe manier van werken, fusie, overname of grootschalige strategiewijziging vragen een extra inspanning. **Zorg ook dan dat al je medewerkers de aandacht krijgen die ze verdienen.**

Het is belangrijk dat jullie op dezelfde golflengte blijven zitten. Neem je medewerkers mee in het nieuwe verhaal, praat over hun verwachtingen en help ze om tijdens en na de transformatie succesvol te blijven. En **benadruk tegelijkertijd wat er niet verandert.** Dit zorgt voor het nodige vertrouwen en brengt rust.

# 5. Het bedrijf verlaten? Geen vaarwel, maar tot ziens!

## Einde contract is niet einde betrokkenheid

Niet al je medewerkers blijven voor altijd. Wat de reden van vertrek ook is – eigen keuze, ontslag, reorganisatie, ziekte of pensioen – neem op een goede manier afscheid.

De laatste indruk die je als organisatie maakt, bepaalt voor een groot deel de herinnering aan de periode dat vroegere medewerkers bij jou in dienst waren.

Zorg er altijd voor dat er **voldoende communicatie is en menselijk begrip voor de beslissing** die is genomen. Ontsla je iemand, geef dan ook in een gesprek duidelijk aan waarom.



## Een goed afscheid is waardevol

Maak voldoende tijd voor een goed gesprek over het vertrek van de medewerker, met **wederzijds begrip voor de keuze van de ene en de reactie van de andere**. Zorg vervolgens voor een persoonlijk afscheid, met waardering en dank.

Bied je een veilige omgeving voor een respectvol en transparant gesprek dat twee richtingen opgaat, dan kan je nog eerlijke en verhelderende inzichten krijgen over jouw organisatie. Hoe kijkt de vertrekkende medewerker tegen de organisatie aan? Wat vond hij prettig? Wat had beter gekund?

Voelt je medewerker zich gehoord en gewaardeerd – zelfs bij zijn vertrek – dan scheidt dit een verbondenheid met het verhaal van de organisatie en de kans die hij kreeg om er mee vorm aan te geven. **Zo kan hij of zij een goede ambassadeur blijven** voor je reputatie en een waardevolle spreekbuis naar potentiële medewerkers of klanten.

## Blijf contact houden met oud-werknemers

Onderhoud altijd een goed en vlot contact met oud-medewerkers, of ze nu ergens anders aan de slag zijn of op pensioen. Het kan wel eens verder gaan dan een leuke babbel. Zij blijven niet alleen bij met het actuele verhaal van jouw organisatie; jij blijft ook toegang houden tot hun specialistische kennis, jarenlange ervaring én (nieuwe) netwerk.

**Bovendien zien we steeds vaker dat oud-medewerkers terugkeren naar hun voormalige werkgever.** Dat zou nooit lukken als de relatie tussen organisatie en medewerker bij het ontslag volledig werd verbroken.



# 6. Hoe verhoog je het engagement van je medewerkers?

Motivatie en betrokkenheid beperken zich uiteraard niet enkel tot nieuwe medewerkers. Het moet in het hele team regelmatig versterkt worden. Zeker in tijden waarin telewerken meer en meer standaard wordt, is het belangrijk om ook vanop afstand regelmatig de bedrijfscultuur te versterken. Want **een verhoogd engagement laat zich op alle fronten voelen.**

Er zijn heel wat mogelijkheden om de betrokkenheid en motivatie van je medewerkers een boost te geven – van informatief tot informeel, van face-to-face tot digitaal.

## Niets gaat boven een goed gesprek

Of je het 'Start, stop, continue' gesprek, 1 on 1, 121, catch-up of informeel babbeltje noemt: **praten is nog altijd de beste en meest persoonlijke manier om de betrokkenheid van je medewerkers te onderstrepen en te versterken.** En dan niet in het formele kader van een evaluatie- of functioneringsgesprek. Die hebben een andere functie.

Creëer een ontspannen en 'veilige' sfeer die je medewerkers uitnodigt om te vertellen hoe ze zich écht voelen binnen het bedrijf. Wat is er goed, wat kan beter? Hebben ze nuttige tips? Geef ze alle kansen om hun feedback te geven over het bedrijf, de processen, de sfeer enz. **Hoe meer je zelf een open debatcultuur stimuleert, hoe beter je een vinger aan de pols kan houden** over wat er leeft binnen het bedrijf. En daar wint iedereen bij.

Je kan zelf bepalen wat de lengte, frequentie en de grootte van het team is dat deelneemt aan de gesprekken, digitaal of op kantoor. Het hoeft zeker niet altijd met de volledige groep of uren te duren. **Het belangrijkste is dat de deelnemers altijd een meerwaarde voelen.** Houd geen gesprekjes omdat het moet.

### FACTS & FIGURES

## Werknemersbetrokkenheid



Toename  
productiviteit  
**17%**



Toename  
rendement  
**21%**



Toename  
sales  
**20%**



Afname  
absenteïsme  
**41%**



## Teambuildings moeten effectief constructief zijn voor het team

Teambuildings zorgen altijd voor gemengde gevoelens bij je medewerkers. Terwijl de ene bijna een 'schoolreisachtig' enthousiasme heeft, kan een andere al beginnen zuchten bij het woord alleen. Daarom is het essentieel dat een teamactiviteit ook écht bijdraagt tot de teamspirit en ervoor zorgt dat je mensen graag naar het werk komen.

Want de twee succesfactoren van een goede teambuilding zijn:

1. (zo veel mogelijk) deelnemers
2. ontspanning voor iedereen

Misschien is de eerste teambuildingsessie wel samen met de groep bespreken wat de organisatie als teambuildings kan doen? Dan heb je nog een gesprek erbij: twee vliegen in één klap! Dat maakt het ineens een heel stuk persoonlijker.

### “Bezint eer ge begint.”

Deze tegelwijsheid gaat al eeuwen mee, maar is ook in het digitale tijdperk nog altijd een prima uitgangspunt. **Is je bedrijfscultuur wel klaar voor teambuilding activiteiten?** In heel wat kantoren ligt de werkdruk immers enorm hoog door het grote tekort aan accountants. Kwartaalpieken, btw-aangiftes, fiscale formulieren, enz. De ketel staat roodgloeiend.

Bovendien werken accountants aan factureerbare uren en moeten ze alle activiteiten daarbuiten als overuren doen. Een spijtig gevolg is dat er **geen ruimte wordt voorzien tijdens de uren voor opleidingen, persoonlijke ontwikkeling, koffieklets met collega's of teambuildings**. Want zulke activiteiten zorgen ervoor dat het productiviteitspercentage daalt. Maar tegelijkertijd beknipt het bedrijf dan wel op datgene wat een job leuk maakt en medewerkers doet groeien als persoon. Het is belangrijk dat de

bedrijfscultuur in zulke kantoren eerst verandert voor er aan teambuildings kan gedacht worden.

Heb je de bedrijfscultuur voldoende aangepakt en ben jij er klaar voor om écht een activiteit op poten te zetten? Dat kan je simpelweg checken. Gaat de teambuilding ten koste van de vrije tijd of het productiviteitscijfer (het aantal factureerbare uren)? Dan is er eerst nog werk aan de winkel.

### Keep it simple

Ben je er dan écht écht klaar voor als bedrijf? Toch nog een kleine tip om te starten. Zoek het niet altijd te ver. Teambuilding moet niet per se 'rotsklimmen in de Ardennen', 'over gloeiende kolen lopen' of 'een diepe yogasessie op zoek naar je innerlijke zelf' zijn. **Begin met een eenvoudige instapactiviteit**, die toch anders is dan een gewone werkdag maar comfortabel genoeg blijft voor iedereen.

Bv.

- Groepswandeling
- Ontbijt (met een speciale editie op feestdagen)
- Inspiratiesessies
- Vrijdag apero-moment
- Quiz
- Breng-een-taart-mee-dag
- ...

Wil je je team toch ook eens uit hun comfortzone halen, pols dan eerst of alle mensen er wel klaar voor zijn. Past het bij de mentaliteit en – soms nog van vitaler belang – hun gezondheid. Het laatste wat je wil zijn kwetsuren.



## Investeer als organisatie in je employer branding

Los van alle babbels, activiteiten en extra attenties is de motivatie van je medewerkers iets dat de werkplek dagelijks moet uitademen. **Betrokkenheid is geen momentopname, maar een permanent gegeven.** Tevredenheid duurt het langst als je het niet te veel forceert. Zo kan je binnen je organisatie een aantal initiatieven lanceren die elke dag hun effect hebben, de ene keer subtiel en de andere keer wat meer aanwezig. Maar het resultaat is altijd hetzelfde: een tevreden en gemotiveerde collega.

### Hoe kan je het kantoor verrijken op lange termijn?

- Bekijk de **fysieke werkplek** eens kritisch door de ogen van je medewerkers. Wat kan er efficiënter, aangenamer, logischer? Of betrek het team erbij en vraag naar hun ideeën (Heb je ook ineens weer een praatmoment. Tsjakaal). Soms kunnen de kleinste details al een voelbaar verschil maken: geen stapels archiefmappen, een degelijke koffie- en theemachine, wat planten op de tafels, zachter wc-papier...
- Creëer per dag/week **kleine 'kantoormomenten'**. Dat hoeft geen grootse organisatie te zijn, maar even een short break in de werkdag. Een aangename koffieruimte of een pingpong- of voetbaltafel om even te ontspannen, een leuke nieuwsbrief, chatroulette met de collega's, een kantoorbingo voor nieuwe collega's zodat ze op een toffe manier de anderen leren kennen. Alles kan, maar hou het kort en spontaan.
- Goed in je vel zitten en je gezond voelen liggen heel dicht bij elkaar. En daar draagt **zowel de werkplek als de organisatie** toe bij. Investeer tijd en geld in aanwinsten die een positief effect hebben op lichaam en geest. The sky (en het budget) is the limit: elke week een fruitmand, office bikes, een radio, een fitnessruimte, groepssessies yoga,...Misschien kan je zelfs één van je klanten aanspreken. Heb je een glasblazer, een theesommelier of een tai chi-meester in je bestand? Vraag of ze een workshop willen geven aan het hele team.

**De keuze is onbeperkt. Zolang je collega's er zich maar beter door gaan voelen.**

## 'Functionele' werkprakkels

Toch hoeft het zeker niet altijd 'fun en games' te zijn om je medewerkers gemotiveerd te houden. Je kan ook kiezen om voor meer **inhoudelijke en functionele boosters** te gaan.

- De simpelste motivatie die 0% energie en geld kost, maar toch nog wel eens over het hoofd wordt gezien: **een compliment**. Zeggen dat we goed bezig zijn, doet iedereen goed. Gemeend, persoonlijk en onmiddellijk resultaat.
- Heb je de middelen om de appreciatie ook financieel extra in de verf te zetten? Een **bonus** – geld of uniek voordeel – maakt de waardering echt tastbaar.
- Investeer als organisatie ook in de **kennis en vaardigheden** van je team. Het is niet enkel nuttig, maar ook noodzakelijk. Accountants moeten constant opleidingen volgen om up-to-date te blijven met de wijzigingen in de wet. Maar het is minstens even belangrijk dat ze ook op niet-technisch vlak bijleren. De veranderde mindset binnen accountancy vraagt bijvoorbeeld meer en meer soft skills en mensgericht denken. Probeer wel de opleidingen zo veel mogelijk tijdens de werkuren te organiseren. Dat zal je medewerkers meer motiveren.
- Ook de **manier waarop het bedrijf wordt geleid** en beslissingen worden genomen, hebben een invloed op de motivatie van de medewerkers. Haalbare doelen, open overleg en goede communicatie vormen de basis en moeten goed zitten. Anders hebben alle extraatjes maar een tijdelijk effect.

## Ook digitale tools ondersteunen de motivatie

Digitaal en persoonlijkheid lijken op het eerste gezicht een beetje contradictorisch. Is fysiek contact niet beter? Dat hangt ervan af hoe je digitale kanalen inzet. Uiteraard kan je niet alles herleiden tot een digitale variant. Toch heeft de trend van thuiswerken heel wat nieuwe en creatieve initiatieven doen ontstaan om het groepsgevoel en de betrokkenheid ook vanop afstand op peil te houden en zelfs te verhogen: e-apero, online koffiepauzes, zoom-chats, online quizen, e-scape rooms... Of wat denk je van een Whatsapp-groep of de app Yammer voor het bedrijf? Zorg er wel altijd voor dat het geen nieuw werkkanal wordt, want dan schieten de initiatieven hun doel voorbij.

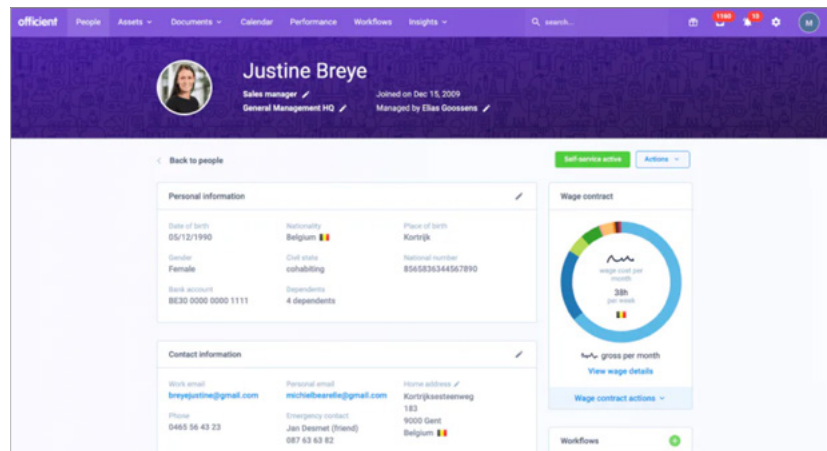


Er zijn ook een aantal functionele digitale tools die de werking binnen het bedrijf vergemakkelijken en je mensen motiveren. Heb je geen tijd voor hr maar wil je hier wel mee starten of hierin investeren op een efficiënte manier? We lichten er twee Belgische hr-tools uit die heel interessant zijn: Officient en Intuo.

- **Officient** biedt een centraal hr-platform waar alle personeelszaken terug te vinden zijn en eenvoudig en overal geconsulteerd kunnen worden.

### Wat heeft Officient te bieden?

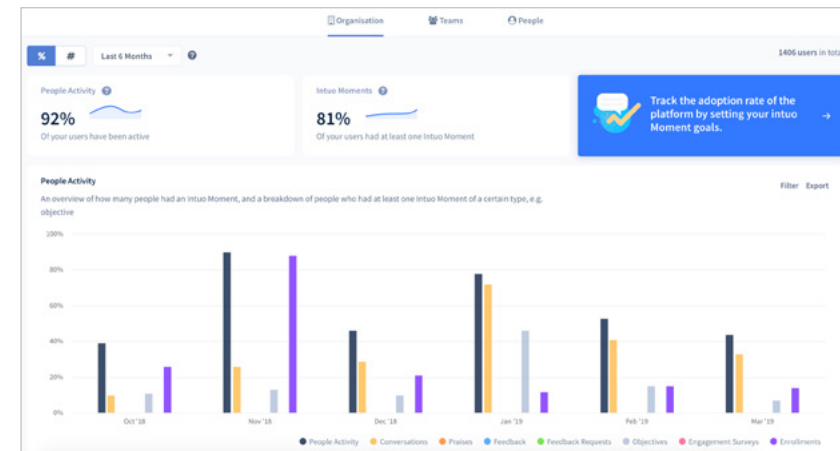
- Alle hr-data op één plaats: persoonlijke gegevens, loonpakketten, contracten, verlof, ... per profiel.
- Een online koppeling met je sociaal secretariaat.
- Vaste flows voor digitale onboarding en performance.
- Autonome functies voor alle werknemers: verlof aanvragen, loonbrief consulteren of downloaden.



- **Intuo** noemt zichzelf een 'Talent management solution for people'. Het biedt managers en hun teams een ruim pakket aan digitale tools om hun productiviteit, betrokkenheid en groei positief te stimuleren.

### Hoe kan je Intuo inzetten in jouw organisatie?

- Geef complimentjes: Intuo is de ideale tool om elk gegeven compliment ook officieel te maken en zichtbaar voor iedereen (indien gewenst).
- Verhoog de betrokkenheid van alle medewerkers door in dialoog te gaan en op basis van hun inbreng beslissingen te nemen.
- Voorzie digitale e-learning mogelijkheden die jouw mensen inhoudelijk doen groeien.
- Zorg voor tastbare en relevante inzichten die je talenten zowel professioneel als persoonlijk rijker maken.
- Verhoog zowel het groepsgevoel als de individuele productiviteit.
- Stippel de toekomst uit met een AI-ondersteunde module.





# 7. Accountancy? Digit-all the way!

Wil je als moderne accountant of hedendaags accountancybedrijf meetellen, dan is digitalisering niet langer een optie, maar wel een must.

Eenzijds om uitzonderlijke omstandigheden zoals de coronacrisis te overleven en er zelfs voor een stukje sterker uit te komen. Zo is er vanuit de noodzaak een nieuwe werkwijze ontstaan die de rol van de accountant heeft geherdefinieerd en opgewaardeerd.

Maar anderzijds ook om de schaarse jonge fiscale talenten aan te trekken en aan boord te houden. Die digitalisering maakt het voor hen mogelijk hun ambities waar te maken en meerwaarde te creëren in hun adviserende rol.

Digitalisering levert dus altijd een meerwaarde op: voor je persoonlijke ontwikkeling, je collega's en je klant.



## Digitalisering van je kantoor? Yuki to the rescue!

Yuki software en services zijn volledig **gesynchroniseerd met de digitale denkwijze** en vernieuwde rol van accountants. Het platform is altijd en overal beschikbaar en biedt alle tools voor realtime boekhouding en een interactieve samenwerking tussen accountant en ondernemer. Op het kantoor of op afstand.

Met een pakket slimme gedigitaliseerde toepassingen neemt yuki een aantal van de standaardtaken over, zodat de accountant zich kan toeleveren op de essentie: **degelijk en diepgaand advies** met overzichtelijke en betrouwbare cijfers als leidraad.

Bovendien heeft elke medewerker een persoonlijk dashboard. Je ziet de workflow van je eigen dossiers en weet dus perfect hoeveel je zelf nog moet doen. Bovendien geeft het dashboard een overzicht van het aantal transacties en de periodes wanneer ze verwerkt worden. Maar tegelijkertijd behoudt de zaakvoerder ook een volledige kijk over de workflow van alle dossiers. Wat is de kwaliteit van elk dossier? Werkt iedereen het dossier voldoende bij? Wie heeft een enorme workload? Zo ondersteunt yuki niet enkel een vlotte samenwerking met de klant; het verhoogt ook de **betrokkenheid en de motivatie van je medewerkers**.

## Wat zijn de 4 belangrijkste voordelen voor je organisatie?

1. Met behulp van het portaal en de functionaliteiten van yuki ga je op een andere manier werken. Je opent niet langer al je dossiers apart om te kijken wat er nog moet gebeuren, maar je klikt gewoon door op de workflow. Zo optimaliseer je de werking van je kantoor dankzij een **helderder inzicht in je dagelijkse 'To-do's' en beter beheer van de werkdruk**.
2. Dankzij automatisatie zorg je voor een **snellere verwerking van facturen**. Met meer ruimte voor checks, verminder je de kans op fouten. Zo behoud je dus alle controle, op een tijdsefficiënte manier.
3. Met behulp van de **kwaliteitsmonitor** volg je de volledigheid en correctheid van de boekhouding op de voet.
4. Je kan een duidelijke, volledige en klantgerichte communicatie verzekeren doordat elke **vraag en antwoord rechtstreeks aan het document** hangen.

### Volg het yuki webinar over employee engagement

Naast het sterke softwareplatform bruist yuki ook van de verfrissende inzichten en interessante tips om de betrokkenheid en motivatie van je medewerkers positief te stimuleren.

- Hoe zorg je voor meer 'Schwung' op de werkvloer?
- Hoe vind je een mooi evenwicht tussen telewerken en betrokkenheid met de bedrijfscultuur?
- Hoe zet je de yuki software in om je medewerkers én je business te laten groeien?
- Hoe helpt digitalisering de reputatie van je kantoor te versterken?
- ...

**Wil jij je positie op de arbeidsmarkt versterken en je digitale reputatie en motivatie verhogen bij huidige en toekomstige werknemers? [Schrijf je dan nu in voor het yuki webinar over employee engagement.](#)**

Yuki België  
Orteliuskaai 2  
2000 Antwerpen

T +32 3 361 26 00  
E [info@yuki.be](mailto:info@yuki.be)  
W [www.yuki.be](http://www.yuki.be)

