



De ziel van  
**MANIFESTO**

Wij helpen je  
**scherp aan de wind** te varen.  
Alles uit *jezelf*  
en je onderneming te halen.

Wij verzorgen je administratie.  
Regelen je belastingzaken.

Adviseren je **breed**.  
**Coachen en spiegelen** je.  
En halen er - als dat nodig is -  
*specialisten* bij.

Dat doen we  
voor een **vast** bedrag.

Jouw **droom**, jouw missie,  
en de doelen die jij  
jezelf gesteld hebt  
zijn daarbij  
ons **uitgangspunt**.

**Altijd.**





## WIE WIJ ZIJN

Wij zijn een keten, een landelijke organisatie, met een nieuwe type bedrijfsadviseurs en accountants. Onze doelgroep zijn ambitieuze start-ups, ideële organisaties en familiebedrijven. Tegen een vaste fee verzorgen wij de administratie voor onze opdrachtgevers en stellen aan het eind van het boekjaar de jaarrekening op. Een derde partij, een onafhankelijke accountant, zet nadat hij elke ondernemer uitgebreid gesproken en beoordeeld heeft, zijn handtekening onder een zogenoemd certificaat. Een door ons ontwikkelde controleverklaring nieuwe stijl, dat meer over de gezondheid van de onderneming zegt, en daarmee betrouwbaarder en waardevoller is dan een gewone jaarrekening).

### **Daarnaast geven wij onze klanten elk kwartaal een breed advies.**

Om die adviezen draait het bij ons. Vormen de kern van dat wat wij doen. In onze adviezen - en de manier waarop we die geven - zit onze relevantie. De betekenis die wij voor onze opdrachtgevers hebben. Waarin wij ons onderscheiden van andere aanbieders in aanpalende branches.

Wij zijn voor onze klanten hun externe geweten. Steun en toeverlaat. *Sparring-partner*, vraagbaak en coach. Wij helpen hen financieel gezond te ondernemen. Hun doelen te halen. Hun missie te verwezenlijken. En zo hun droom dichterbij te brengen.

In onze vestigingen werken mensen die van mensen houden. Die empathisch en dienstbaar zijn. Oprecht geïnteresseerd in de mens achter de ondernemer en dat wat hij of zij wil bereiken. In alle opzichten toegerust om onze opdrachtgevers effectief te adviseren, te spiegelen en te coachen.

Onze vestigingen zijn plekken waar het aangenaam toeven is. Waar een ontspannen, persoonlijke en losse sfeer hangt. Onze stoelen zitten prettig en de koffie is een



espresso of een cappuccino, die door de adviseur persoonlijk is gemaakt. Onze vestigingen zijn ingericht om het ergens over te hebben. De diepte in te gaan. Het achterste van je tong te laten zien. Nieuwe horizonten te verkennen. Eerlijk gespiegeld te worden. Een goed coaching gesprek te hebben.

Daarom vind je in onze vestigingen geen kamers met vlijtige medewerkers achter computers. Hebben wij al onze *backoffice*-werkzaamheden op een anonieme plek ergens in het midden van het land geconcentreerd.

Daarom is onze organisatiestructuur plat. Zijn wij een open en transparante organisatie. Is ons verdienmodel simpel en inzichtelijk. Gebaseerd op een vaste jaarlijkse fee. Hebben wij de rechtsvorm van een coöperatie gekozen. Zijn wij onafhankelijk. Onze adviezen enkel en alleen in het belang van onze klanten. Komen ze voort uit dat wat onze opdrachtgevers zich tot doel hebben gesteld.

Daarom geven wij onze opdrachtgevers naast de jaarrekening ook een **certificaat**. Een nieuw type controleverklaring, dat de onderneming op een aantal criteria beoordeelt, en meer over de staat van de onderneming zegt dan een gewone, traditionele jaarrekening. En wordt dit document opgesteld en ondertekend door een externe accountant, die daarmee dus in feite ook ons werk controleert.

Daarom hebben onze klanten een vaste adviseur. Dezelfde man of vrouw die de intake heeft gedaan. En dus van meet af weet waar het bij deze ondernemer en zijn bedrijf om draait. Wat zijn of haar missie is. **Welke droom men dichterbij wil brengen.**

Daarom zijn wij een **maatschappelijk relevante** organisatie. Hanteren wij kapitalistische principes om een ideëel doel te realiseren. Streven wij niet naar winstmaximalisatie. Is geld voor ons geen doel op zich, maar louter een instrument om onze missie te verwezenlijken en onze eigen droom dichterbij te brengen.

Daarom streven wij naar moreel leiderschap in onze branche. Willen wij een voorbeeld zijn. Een rolmodel voor het accountancy-vak. Willen wij laten zien hoe het ook kan. En hoe het ook zou moeten. Willen wij de accountantskantoren, zowel



de grote, middelgrote als kleine, in Nederland en daarbuiten, inspireren. Hen tonen wat ook hun toekomst zou kunnen zijn. In welke richting het vak zich kan ontwikkelen. Over welke kwaliteiten een accountant vandaag de dag zou moeten beschikken. Wat de samenleving van deze beroepsgroep eist. Wat de (soms latente) wensen en verlangens van opdrachtgevers zijn. Hoe je daar op in kunt spelen. En welke normen en waarden in deze branche vanzelfsprekend moeten worden.

En omdat de branche te langzaam beweegt, weliswaar beseft dat zij moet veranderen, maar nog te weinig urgentie voelt om dat ook daadwerkelijk te doen, omdat zij teveel naar binnen gekeerd is, slechts instrumenteel denkt, de aansluiting met de samenleving heeft verloren, en de essentie van hun werkzaamheden en de maatschappelijke relevantie van het vak al lang verkeerd inschat, hebben wij besloten het niet bij woorden alleen te laten, maar het financieel advieskantoor van de toekomst daadwerkelijk neer te zetten.

## WAT WIJ DOEN

De adviezen die wij onze klanten geven bestrijken een breed terrein. Kunnen zowel over fiscale-, bedrijfseconomische-, strategische-, juridische-, fiscale-, marketing-, of HRM-aspecten gaan. Van zowel instrumentele als meer mentale, coaching achtige aard zijn. Indien nodig en gewenst kunnen onze vaste kwartaaladviezen elk moment verder worden verbreed en verdiept door specialisten in te schakelen. Daar hebben wij knipkaarten met vaste prijzen voor. Zo weten onze opdrachtgevers altijd waar zij aan toe zijn. Komen zij nooit voor vervelende verrassingen te staan. Ook als zij gespecialiseerd advies nodig hebben.



Want deze specialisten zijn partners van ons. Soms freelancers, dan weer medewerkers. Maar altijd zijn het mensen die op dezelfde manier in het leven staan als wij. Dezelfde normen en waarden hanteren. Zij vormen onze **vliegende brigade**. Reizen van vestiging naar vestiging om de vaste adviseurs en hun cliënten waar nodig en gewenst assistentie te verlenen.

Onze vaste adviseurs geven hun adviezen gevraagd en **ongevraagd**. Zijn reactief, actief of proactief van aard. Komen in actie als de klant advies nodig heeft, wil sparren over dilemma's, met uitdagingen geconfronteerd wordt, maar ook als men het **even niet ziet zitten**. Of als onze adviseurs zelf vinden dat de cijfers daar aanleiding toe geven. Daarbij baseren zij zich niet alleen op de cijfers van de klant zelf, maar ook op de gegevens die wij uit vele andere bronnen herleiden en ordenen (*big data-mining*). En die we samenvatten in een simpel scorebord.

Het administratieve werk dat wij verrichten, zien wij als een *commodity*. Beschouwen we als *backoffice*-werkzaamheden. Oftewel zaken die je zo efficiënt mogelijk moet inrichten en zo goedkoop mogelijk moet aanbieden. Tegelijk zijn ze essentieel. Omdat we aan de hand van o.a. deze cijfers weten hoe de organisatie er voor staat. In lijn zijn met soortgelijke ondernemingen. Of haar resultaten op schema liggen. Of er een tandje bijgezet moet worden. Zaken anders aangepakt of ingericht moeten worden. Men het over een andere boeg moet gooien om de missie te verwezenlijken en **de droom** dichterbij te brengen.

## HOE WIJ DAT DOEN

Hoe wij onze administratieve werkzaamheden hebben georganiseerd, ons verdienmodel hebben ingericht, en de manier waarop wij onze adviezen geven, ondernemers helpen, adviseren, ondersteuning, spiegelen en coachen, staat ver af van de praktijk van de huidige generatie administratie- en accountantskantoren. Op



alle aspecten.

Zo kijken administrateurs en accountants nog steeds vooral met vooral een fiscale bril naar zaken. Zijn zij met name geïnteresseerd in cijfers. Denken zij in termen van winst en verlies. En zijn belastingadviezen en de jaarrekening de voornaamste producten die zij leveren. De hoogte van de factuur is meestal gebaseerd op het aantal uren dat zij voor een opdrachtgever bezig zijn. Er is dus geen enkele noodzaak en prikkel om zaken efficiënter in te richten.

De huidige generatie administratie- en accountantskantoren is amper geïnteresseerd in **de ondernemer zelf**. Wie deze klant is. Hoe deze in de wereld staat. De relevantie die men zoekt voor de klanten. De betekenis die men wil hebben in de samenleving. De missie die men wil realiseren. En de droom die men dichterbij wil brengen.

Terwijl juist dit de zaken zijn waar bijna elke jonge ondernemer vandaag de dag mee bezig is. Er worden in deze tijd amper nog nieuwe bedrijven opgericht met als doelstelling om zo veel mogelijk geld verdienen. **Geen start-up streeft nog naar louter winstmaximalisatie**. En elke nieuwe organisatie die zijn maatschappelijke relevantie uit het oog verliest, zal snel aan succes inboeten. Dat is de realiteit van deze tijd. Een realiteit waar de huidige administratiekantoren en accountantsbureaus geen enkele voeling mee hebben.

Voor wij met een opdrachtgever aan de slag gaan, houden wij een uitgebreide intake. Vaste gespreksonderwerpen daarbij zijn: **Wat is je droom?** Wat is je missie? Wat is je korte, en wat is je langetermijnstrategie? Wat is je relevantie? Wat is de betekenis die je voor je doelgroep wil hebben? En wat wil je betekenen voor de samenleving?

Pas dan kijken wij naar de cijfers. Kijken we of de doelstellingen die men zichzelf gesteld heeft reëel zijn. Waar ze eventueel bijgesteld moeten worden. Wat er moet veranderen. Waar de strategie moet worden aangescherpt, afgezwakt of worden herzien. Welk type mensen de ondernemer om zich heen moet verzamelen om stappen te kunnen zetten. En op basis van de antwoorden richten wij voor



elke ondernemer een uniek scorebord in. Elk kwartaal of wanneer de cijfers daar aanleiding toe geven - of de ondernemer daar behoefte aan heeft - vergelijken we de resultaten en de doelstellingen. In hoeverre die met elkaar in overeenstemming zijn. En waar actie ondernomen moet worden.

De gesprekken die wij met onze klanten houden zijn strikt vertrouwelijk. En alles wat wij doen is in het belang van de klant. Binnen de richtlijnen van de wet. En volgens de normen en waarden van de samenleving. Uiteraard. Voor ons is dat volstrekt vanzelfsprekend, maar omdat veel opdrachtgevers inmiddels kritisch tegenover de branche staan, omdat vooral de grote kantoren er de afgelopen decennia een potje van hebben gemaakt, tekenen wij met onze opdrachtgevers een moreel contract waarin deze zaken zwart op wit geregeld zijn.

De opdrachtgever heeft altijd een **vast aanspreekpunt**. Recht op zijn eigen adviseur. Iemand die de klant goed kent. Weet wie hij of zij als mens is. En welke doelen men wil nastreven.

Wij beginnen met één kantoor. Bemand door zowel een accountant als een bedrijfsadviseur. Maar zodra dit optimaal is ingericht, loopt zoals wij dat wensen, gaan we de formule verscalen. Breiden wij ons kantorennetwerk snel uit. Streven wij binnen een aantal jaren naar een landelijke dekking. Willen wij in elke grote stad een vestiging hebben.

## ONZE DOELSTELLING

Wij willen ondernemers helpen. Adviseren en ondersteunen. Zodat zij zich kunnen focussen op dat waar ze goed in zijn. Waar zij energie van krijgen. Op hun business, ambacht of bedrijf. Het najagen van hun missie. **Het dichterbij brengen van hun droom.**





Betekenis zoeken voor hun klanten. Relevant worden voor de samenleving.

Wij helpen ondernemers om binnen hun eigen doelstellingen zo scherp mogelijk aan de wind te varen. Alles uit zichzelf en hun onderneming te halen wat erin zit. Optimaal te presteren. Hun korte- en langetermijndoelstellingen scherp in de gaten te houden. Alles wat zij doen en laten in overeenstemming met hun missie brengen. En zo hun droom langzaam dichterbij te brengen.

## ONZE DROOM\*

Wij dromen van een wereld waarin accountants onkreukbaar zijn. Van onbesproken gedrag zijn. Open, eerlijk en integer zijn. Waar het bedrijfsleven blind op deze beroepsgroep kan vertrouwen. Ervan overtuigd is dat zij louter in het belang van hun klant en de samenleving adviseren.

Wij dromen van een wereld waarin accountants dienstbaar zijn. Zowel aan de **maatschappij** als aan hun opdrachtgevers. Het vanzelfsprekend vinden dat zij zich in hun klanten verdiepen en verplaatsen. Geïnteresseerd zijn in dat waar hun opdrachtgevers mee bezig zijn. Actief meewerken om de missie van hun klanten te realiseren, en hun droom dichterbij te brengen.

*\*Definitie van een droom*

*Iets wat je graag wilt, maar nooit zal bereiken. Maar dat ondertussen wel richting geeft. Houvast geeft. De weg laat zien die je te gaan hebt. Op dezelfde lijn, maar dichterbij, ligt de missie. De*



*missie is haalbaar. Alle beslissingen die je neemt, zijn er op gericht de missie dichterbij te brengen.*

## HET WAAROM VAN ONZE DROOM

Zoals het nu gaat, kan het niet langer. Zowel internationaal als nationaal krijgt de branche een steeds slechtere naam. Accountantskantoren, en dan met name de Big Four, zijn onverbeterlijk. Gaan keer op keer in de fout. Zijn primair uit op eigen gewin. Op het maximaliseren van de winst. Op een zo hoog mogelijk inkomen voor de partners. Nog even en de wal keert het schip. Grijpen overheden in. Zal bijvoorbeeld het goedkeuren van jaarrekeningen het exclusieve domein van de overheid worden.

Daarnaast ontbreekt het accountantskantoren aan empathie. Zijn zij niet geïnteresseerd en zelfs onmachtig zich in de klant en de onderneming te verplaatsen. Zijn zij louter **instrumenteel gefocust**. Slecht geïnteresseerd in de cijfers en een juiste fiscale verslaglegging.

## ONZE MISSIE

Wij willen het goede voorbeeld geven. Laten zien hoe het anders kan. Door alles waar wij in geloven in de - dagelijkse en weerbarstige - praktijk te brengen. En zo te bewijzen dat onze aanpak succesvol is. **Het model van de toekomst is.**



Wij willen uiteindelijk een rolmodel worden voor de gehele branche. Een lichtend voorbeeld. De accountantswereld in Nederland en wellicht ook daarbuiten inspireren. Hen laten zien hoe het anders kan. En hoe het ook zou moeten. Wij willen het voortouw nemen. Moreel marktleider worden in Nederland. En zo het imago van het vak verbeteren. De publieke opinie over accountants doen omslaan. De kleine, krachtige sleepboot zijn, die de grote logge tanker die de accountantswereld is, van koers doet veranderen.

Naast het moreel marktleiderschap in onze branche, willen wij in het MKB-segment, ook de echte marktleider, oftewel de grootste worden. Wij streven ernaar dat onze aanpak in dit segment de nieuwe norm wordt. Onze manier van adviseren vanzelfsprekend wordt. De komst van een nieuwe generatie breed opererende adviseurs voor dit segment inluit.

Wij willen van onze opdrachtgevers onze ambassadeurs te maken. Van onze organisatie maken. Hen zo weten te inspireren, te ondersteunen, dat zij ons graag aanbevelen in hun netwerk. Vol lof met vrienden en kennissen over onze aanpak praten. Over de kwaliteit van onze dienstverlening en adviezen. De empathie en dienstbaarheid van onze adviseurs. De diepe kennis en ervaring van onze specialisten. Hoe goed wij hen terzijde staan, hen eerlijk spiegelen en effectief coachen. De betekenis die wij voor hen hebben.

**Zo willen wij groeien. Zo willen wij een fenomeen worden. Via onze klanten.**

## HET WAAROM VAN ONZE MISSIE

De grotere kantoren, en dan met name de Big Four, zijn onverbeterlijk. Stapelen schandaal op schandaal. Zijn hun **maatschappelijke functie** geheel uit het oog verloren. En de partners van deze kantoren, zij die het goede voorbeeld moeten geven voor



de medewerkers, zijn inhalig geworden, hebben het gedrag gekopieerd en zich het inkomen toegeëigend van de topmannen van het internationale bedrijfsleven die zij adviseren. De mannen - ja, het zijn meestal mannen - die zich *captains of industry* laten noemen. Zo werd ook bij deze grote accountantskantoren geld verdienen een doel op zich. Is alles gaan draaien om winst-maximalisatie. Ten koste van alles en iedereen.

En de middelgrote en kleinere kantoren, die wel willen veranderen, aarzelen. Hebben koudwatervrees. Weten niet hoe ze de noodzakelijke veranderingen in gang moeten zetten. Waar ze moeten beginnen. Zijn de gevangenen van hun eigen conventies. Volledig instrumenteel gefocust. Onmachtig zich in hun klanten en hun emoties te verplaatsen. Onbekwaam om zich te realiseren waar ondernemers vandaag de dag van dromen. Welke betekenis zij willen hebben voor de samenleving.

Sowieso is de gehele accountantsbranche de **voeling met de maatschappij** verloren. Sterk naar binnen en op zichzelf gericht. Zij weet niet meer wat ondernemers belangrijk vinden. Waar het in de maatschappij vandaag de dag om draait. Waar de samenleving behoefte aan heeft. Welke maatschappelijke rol zij zouden moeten oppakken.

**Dat willen wij aanpakken. Door het goede voorbeeld te geven. Te laten hoe het anders kan. Door de daad bij het woord te voegen. Er helemaal voor de ondernemers te zijn.**

Wij willen de accountantswereld inspireren om dienstbaar te worden. Zowel naar de samenleving als hun klanten. Hen duidelijk maken dat ondernemen niet alleen om cijfers draait. En dat het accountancy-vak meer inhoudt dan fiscale adviezen geven en binnen de wettelijke kaders verslag doen van het afgelopen jaar.

Wij willen accountants inspireren om zich te verplaatsen in hun klant. Zich gaan



realiseren waarom ondernemers hun bedrijf hebben opgericht. Wat hen toen voor ogen stond. Waar zij van droomden. Wat zij willen bereiken. Welke doelen zij zich gesteld hebben. **En welke droom zij najagen.**

## ONZE DOELGROEP

**Ambitieuze, op groei gerichte, start-ups, ideële organisaties en familiebedrijven.**

Iedereen die het fijn vindt voor een vast bedrag de administratie goed geregeld te hebben. Die het prettig vindt voor datzelfde bedrag per kwartaal aan de hand van een simpel scorebord advies te krijgen over hoe z'n bedrijf er voor staat. Of de gestelde doelen gehaald zullen worden. En waar zaken eventueel anders aangepakt moeten worden. Die het kan waarderen, dat zijn adviseur ook ongevraagd met advies komt als de situatie daar aanleiding toe geeft.

Oftewel iedereen die gebaat is bij regelmatig breed en integraal advies. Behoeft heeft om zo nu en dan gecoacht en gespiegeld te worden. Op zoek is naar iemand waarmee je als dat nodig is kunt sparren. Waarmee je je problemen kunt bespreken. Die je scherp houdt. Je wijst op je zwakke punten. En precies weet wanneer het tijd wordt er een specialist bij te halen.

Iedereen die zo nu en dan behoefte heeft aan specialistische kennis. Diepgravend advies over zaken als HRM, marketing, strategie, fiscale of juridische zaken. En er zeker van wil zijn dat de kosten niet uit de hand zullen lopen.

**Elke ondernemer die hulp kan gebruiken bij het realiseren van zijn of haar dromen.**



# DOMINANTE WAARDEN

(zie merkvizier)

**Empathisch en baanbrekend. Onkreukbaar en berekenend.**

# ONZE MERKESSENTIE

(zie merkvizier)

**De nieuwe norm in bedrijfsadvies en accountancy.**

# ONZE BELOFTE

Wij beloven je open en eerlijke advies. Dat altijd in lijn is met jouw doelstellingen, jouw missie en jouw droom. Een coach die alles uit jou en je bedrijf haalt wat erin zit. Een adequate financiële verslaglegging, die uitmond in een makkelijk te lezen scorebord. En dat alles voor een vast tarief.

Daarnaast beloven we je, als daar aanleiding toe is, specialistisch advies van kundige en betrouwbare mensen tegen een vaste prijs. Op het gebied van strategie, fiscale en juridische aangelegenheden, HRM en marketing.

Wij beloven je kortom, dat je met ons scherp aan de wind kunt varen. Alles uit



jezelf en je onderneming weet te halen wat erin zit. En zo je droom dichterbij brengen. Je missie te verwezenlijken. En je doelstellingen te bereiken.

**Wij helpen je droom dichterbij brengen.**

## WHY – HOW – WHAT

### Why

Omdat wij vinden dat het zo niet langer kan. De accountantswereld teveel op zichzelf gericht is. Op de eigen problematiek. Haar eigen inkomen. Omdat deze beroepsgroep te instrumenteel denkt. Te fiscaal gefocust is. Onbekwaam en onwillig is zich in de ondernemer te verplaatsen. Niet geïnteresseerd is om na te denken wat zij voor hem of haar zou kunnen betekenen. Wat de (latente) wensen en verlangens van hun opdrachtgevers zijn. Waar zij van dromen, wat zij willen bereiken, welke relevantie men zoekt, en daar hun advies op af te stemmen.

Maar ook omdat accountants inmiddels, net als zoveel andere financiële adviseurs, door de samenleving als een onbetrouwbare, egocentrische en louter op geld beluste partij gepercipieerd wordt. Deze beroepsgroep affaire op affaire stapelt. Onmachtig is hier een eind aan te maken en haar maatschappelijke rol eindelijk serieus te nemen.

Omdat wij vinden dat het hoog tijd is voor een nieuw type adviseur. Iemand die je als ondernemer blind kunt vertrouwen. Er helemaal voor je is. Veel kennis en



ervaring heeft. Je niet alleen financieel bijstaat, maar je veel breder adviseert. Die je spiegelt en coacht. **En daarbij jouw droom, jouw missie en jouw doelen als uitgangspunt neemt.**

## How

Door de administratieve werkzaamheden slechts als middel te zien. Als een *commodity* te beschouwen. Oftewel iets wat je zo efficiënt mogelijk moet organiseren en zo goedkoop mogelijk moet aanbieden.

Door het accent te leggen op het breed adviseren, spiegelen en coachen van de opdrachtgevers op basis van die cijfers. In hoeverre deze cijfers in lijn zijn met soortgelijke bedrijven. Het gemiddelde in een branche. Met de in de intake geformuleerde doelen, missie en droom. Waar je moet bijsturen. Een tandje extra bij moet zetten. Of het over een andere boeg moet gooien.

Door deze advisering en vooral de manier waarop wij dat doen, als onze *core business* te zien. Dat als onze toegevoegde waarde te beschouwen. Op dit gebied relevantie bij onze opdrachtgevers te verwerven.

Door in elke belangrijke plaats een vestiging te openen. Een **ontmoetingsplek** waar het aangenaam toeven is.

Door deze vestigingen losjes, sfeervol en inspirerend in te richten. Zodat de klanten zich er op z'n gemak voelen. De plek uitnodigt tot een diepgaand gesprek. Een stevige bespiegeling. Een inspirerende coaching-sessie. Over de betekenis en de relevantie die de opdrachtgever zoekt, en hoe je die het beste kunt bereiken.

Door onze opdrachtgevers elk kwartaal, of tussentijds, wanneer dat nodig en gewenst is, te adviseren. Hun resultaten te bespreken. Deze in relatie te beoordelen met de doelen die zij zichzelf gesteld hebben. Hen hierop te spiegelen, te adviseren en hier en daar bij te sturen. Of, als de situatie daarom vraagt, er een specialist bij te halen. Nog dieper op een specifiek onderwerp in te zoomen.





Door administratieve werkzaamheden als louter *backoffice*-werkzaamheden te beschouwen. Ergens op een anonieme plek te centraliseren. Waardoor deze zo efficiënt en goedkoop mogelijk aangeboden kunnen worden.

Door voor onze klanten een scorebord te maken waarin op simpele wijze inzichtelijk wordt gemaakt hoe ze er voor staan. Waar ze actie op moeten ondernemen wanneer de cijfers daar aanleiding toegeven. Afwijken van soortgelijke aanbieders in de markt, of van de doelen die ze zichzelf gesteld hebben.

Door hen naast de jaarrekening ook een certificaat uit te reiken. Een door ons ontwikkelde controleverklaring nieuwe stijl, waarbij een derde partij, een externe accountant de onderneming op een aantal criteria beoordeelt en uiteindelijk door deze accountant wordt ondertekend. En meer over de gezondheid van het bedrijf zegt dan de gewone, traditionele jaarrekening.

Door regelmatig netwerkbijeenkomsten te organiseren en daar interessante sprekers voor uit te nodigen. Waar onze opdrachtgevers in een informele sfeer elkaar kunnen ontmoeten. Ervaringen kunnen uitwisselen. Hun netwerk kunnen verbreden. Introduces kunnen meenemen. Zodat meer mensen met onze afwijkende manier van werken in aanraking komen. In de praktijk kunnen zien waar wij voor staan, hoe wij opereren. Wat onze normen en waarden zijn.

## **What**

Wij verzorgen de administratie voor onze opdrachtgevers. Stellen voor hen de jaarrekening op. En geven een derde partij, een externe accountant, de opdracht aan de hand van deze cijfers en een extra gesprek een zogenaamd certificaat op te stellen en te ondertekenen. Waarbij deze externe accountant dus niet alleen de resultaten van onze opdrachtgevers controleert, maar ook ons werk.

Dit certificaat is een controleverklaring nieuwe stijl, die de onderneming (en



daarmee de ondernemer) op een aantal vaste punten beoordeelt. Meer over de gezondheid van de onderneming zegt dan een gewone jaarrekening. Een document waarmee de ondernemer straks bijvoorbeeld tegen lagere rente kan lenen, een hoger krediet krijgt of dat in sommige gevallen ook als borg kan fungeren.

Wij geven onze opdrachtgevers elk kwartaal breed advies. Tegen een vast - laag - tarief. Daarnaast geven wij, als daar reden toe is, specialistisch advies op het gebied van strategie, juridische en fiscale zaken, HRM en marketing. Ook deze adviezen hebben een vast tarief en worden afgerekend via een vooraf gekochte knipkaart.

Wij helpen en ondersteunen onze opdrachtgevers. Spiegelen en coachen. Zorgen er voor dat zij zich kunnen focussen op dat waar ze goed in zijn. Op die zaken waarbij ze in hun kracht zitten. Waar ze energie van krijgen. Op hun business, ambacht of bedrijf. Het najagen van hun missie. Dichterbij brengen van hun droom. Betekenis zoeken voor hun klanten. En relevant worden voor de samenleving.

Wij helpen onze opdrachtgevers zo scherp mogelijk aan de wind te varen. Alles uit zichzelf en hun onderneming te halen wat erin zit. Optimaal te presteren. Hun korte- en langetermijn-doelstellingen scherp in de gaten te houden. Alles wat zij doen en laten in overeenstemming met hun missie te brengen. En zo hun droom langzaam dichterbij te brengen.

Wij organiseren netwerkbijeenkomsten waar we interessante sprekers voor uitnodigen die een actueel onderwerp behandelen. Iets waar onze klanten (en hun introducés door geïnspireerd worden, energie van krijgen. Op nieuwe gedachten worden gebracht. Vol energie huiswaarts keren.



# DE ZIEL\* VAN MANIFESTO

\*Definitie van een ziel

De organisatie verbeeld als mens van vlees en bloed. Met alle leuke en minder leuke kanten die mensen eigen zijn. Met afkomst en opleiding. Leeftijd en ervaring. Karakter en levensinstelling. Drijfveren en ambities. En natuurlijk met sekse. Met sekse wordt bedoeld de *animus* en de *anima* in de terminologie van o.a. Carl Jung. Mannelijke en vrouwelijke eigenschappen dus. Mannelijke eigenschappen zijn o.a. agressie, daadkracht, durf, lef, wil, moed, avontuur, territoriumdrift en ego. En vrouwelijk zijn o.a. warmte, inlevingsvermogen, mededogen, verzorging, betrokkenheid, opoffering, altruïsme en dienstbaarheid. Als de mannelijke eigenschappen de vrouwelijke overtreffen wordt de ziel automatisch mannelijk. En andersom.

**De ziel bepaalt de tone-of-voice en de look-and-feel van de organisatie. Persoon en organisatie.**

## ONZE ZIEL

Manifesto is een ambitieuze vrouw. Met idealistische motieven. Een wereldverbeteraar. Iemand die niet rust tot zij haar missie heeft bereikt. **Haar droom dichterbij heeft gebracht.**



Maar ze is daarbij niet, zoals veel andere wereldverbeteraars, drammerig. Inspireert juist anderen. Neemt hen mee op haar vleugels. Haalt mensen op een vanzelfsprekende, losse manier uit hun conventies. Daagt hen uit om *out-of-the-box* te denken. Nieuwe wegen in te slaan. En stelt zichzelf daarbij kwetsbaar op. Door zelf het goede voorbeeld te geven. Te laten zien hoe bijzondere initiatieven ook in de weerbarstige praktijk van alledag kunnen werken.

Daarnaast is Manifesto een empathische vrouw. Kan zich makkelijk in anderen verplaatsen. Is dienstbaar, maar nooit op een onderdanige, slaafse manier. Vindt het gewoon fijn om anderen te helpen. Maar tegelijk is zij zich bewust van haar kracht. Van haar kennis en kunde. Ervaring en talent.

Oftewel zij weet niet alleen wat zij voor anderen kan betekenen, maar ook wat haar adviezen waard zijn.

Manifesto weet hoe ze mensen op hun gemak kan stellen. Een vertrouwelijke sfeer om zich heen kan scheppen. Een weinig formele setting kan creëren, waar mensen als vanzelf bereid zijn zich open stellen, het achterste van hun tong te laten zien. Snel tot de kern van de zaak komen. Er wordt bij haar nooit om de hete brei heen gedraaid. Alles kan benoemd worden. Op een respectvolle, opbouwende en inspirerende manier.

Manifesto heeft een sterk ontwikkelde gewetensfunctie. Een duidelijk gevoel voor mijn en dijn. Is integer. Open en eerlijk. Niet omdat het zo hoort, de tijdgeest daarom vraagt, maar omdat zij zo in elkaar zit. Niet anders zou kunnen. Zich anders onprettig zou voelen.

Manifesto is een echte professional. Iemand met een academisch denkniveau. Is afgestudeerd accountant, bedrijfskundige en gediplomeerd coach. Heeft zich breed georiënteerd en ontwikkeld. Maar zal zich nooit op die kennis laten voorstaan. Het is voor haar niet meer dan het rugzakje dat zij met zich mee draagt. Waaruit zij kan putten als de situatie daar aanleiding toe geeft.

Ondanks haar nog relatief jonge leeftijd heeft al Manifesto aardig wat levenswijsheid vergaard. Heeft inzicht in menselijke drijfveren. Zo weet zij precies



wanneer mensen onderpresteren. En heeft een feilloze intuïtie in welke richting ze de oplossing moet zoeken. Hoe ze mensen boven zichzelf kan laten uitstijgen.

Al tijdens haar studie leek Manifesto in weinig op haar medestudenten. Mensen die geobsedeerd waren door cijfers. Niets leukers vonden dan met die cijfers te spelen. In wiskundige abstracties te denken. Manifesto was ook toen al meer geïnteresseerd in de wereld áchter de cijfers. Wat die betekenden. Welke consequenties ze hadden. En menselijke drijfveren boeiden haar aanmerkelijk meer dan abstracties.

Manifesto komt uit een echt ondernemersnest. Haar beide ouders hadden een bloeiend bedrijfje. Waren succesvol in dat wat ze deden. Maar hun nering groeide amper. Omdat ze ook andere dingen belangrijk vonden. Van het leven wilden genieten. Misschien niet opportunistisch en doortrapt genoeg waren. Graag anderen wilden helpen. Veel geld verdienen niet hun ultieme doel in het leven was.

Zij heeft veel van de karaktertrekken van haar ouders. Alleen zij heeft wél de ambitie, wél de wil om te groeien. Niet omdat zij zo veel om geld geeft, maar omdat ze betekenis zoekt voor een grote groep mensen. Idealistisch is. Zelf ook een missie heeft. En een droom.

Manifesto ergert zich al een tijdje groen en geel aan het gedrag van de grote accountants. Hun egoïsme, graaigedrag, streven naar winstmaximalisatie. De maatschappelijke functie die ze uit het oog zij verloren. Maar ook de kleinere kantoren zijn haar een gruwel. Hun focus op cijfers. Hun onmacht zich in hun klanten te verplaatsen. De cijfers in de context te zien van waar deze ondernemers naar streven. Wat hun missie en hun droom is.

Zij wil hen inspireren het over een andere boeg te gooien. De zaken diametraal anders aan te pakken. Door zelf het goede voorbeeld te geven. Te laten zien hoe het ook kan. En hoe het ook zou moeten.

Manifesto heeft geen (voor)oordeel over mensen of situaties. Treedt mensen open en onbevangen tegemoet. Leeft zich makkelijk in anderen in. Verplaatst zich als vanzelf in hun situatie. Wil begrijpen waarom haar klanten hun onderneming hebben opgericht. Wat ze ermee willen bereiken. Voor wie ze relevant willen



zijn. En welke droom ze koesteren. Dat is haar uitgangspunt. Met dat in het achterhoofd adviseert zij, coacht en spiegelt zij. Interpreteert zij de cijfers En baseert zij haar aanbevelingen op.

Manifesto is een mooie vrouw. Een natuurlijke schoonheid. Als zij ergens binnenkomt kijken mensen op. Worden als een magneet naar haar toetrokken. Toch heeft dat amper te maken met haar buitenkant. Het is meer dat wat zij uitstraalt. Haar levenslust en energie.

Zij gaat losjes en nonchalant gekleed, maar tegelijk zie je aan alles dat zij smaak heeft, de tijdgeest aanvoelt, modisch goed onderlegd is, precies weet wat zij doet. Maar een fashion victim is zij allesbehalve. En zij geeft al helemaal geen kapitalen uit aan schoenen of kleding. Als je échte smaak hebt is dat ook helemaal niet nodig.

Alles duidt er op: deze vrouw lijkt voorbestemd een fenomeen te worden. De normen en waarden en de mores in het accountantsvak voorgoed te veranderen. Een game-changer te worden, zoals dat tegenwoordig in goed Nederlands heet.

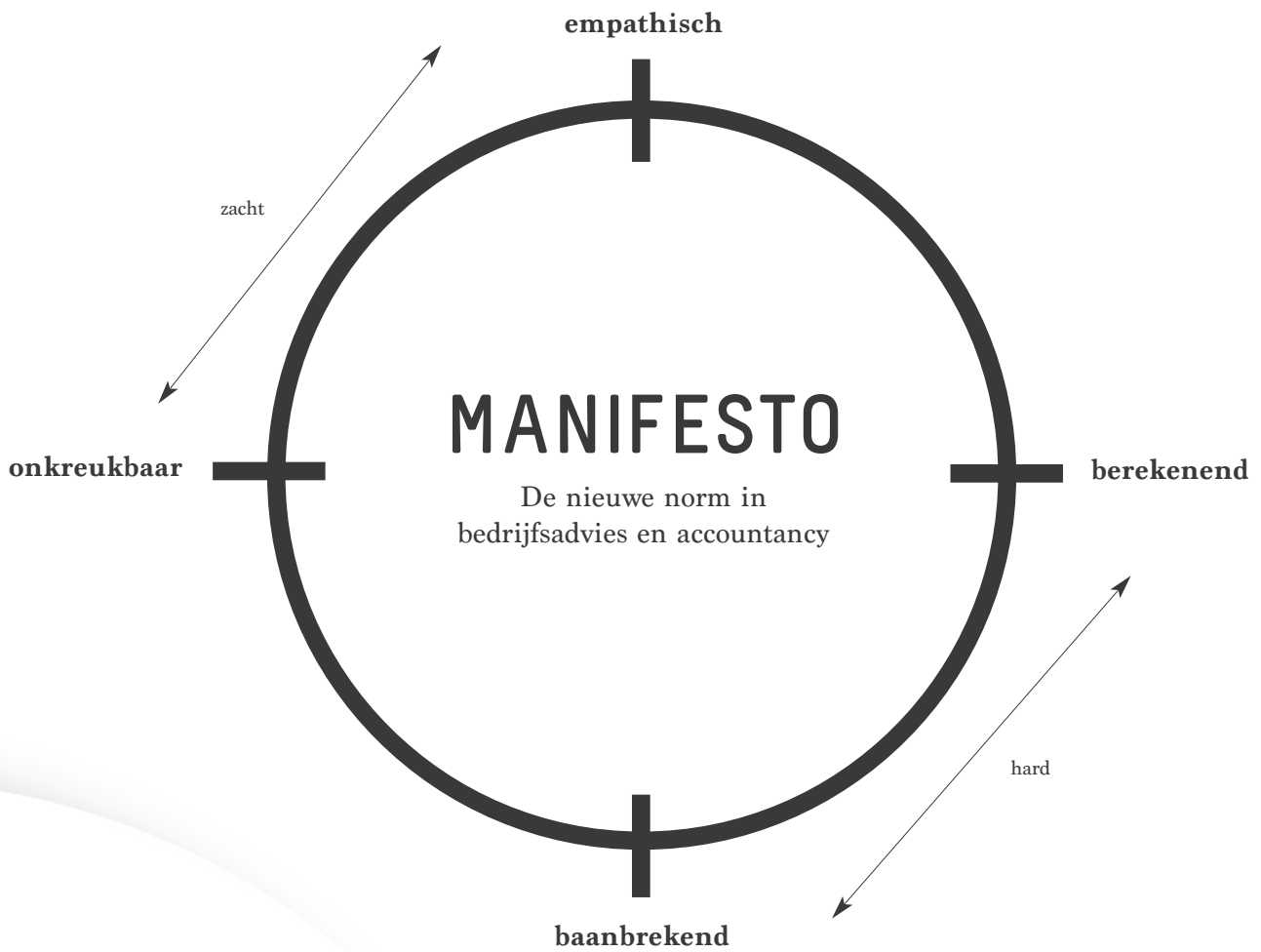
## NIVEAU COMMUNICATIE / RELATIE MET DOELGROEP\*

\*Mogelijkheden: top-down / down-up / gelijkwaardig

Gelijkwaardig

# MERKVIZIER

Dominante waarden en essentie



# MERKVIZIER

Associaties





# MERKVIZIER

Verpersoonlijking waarden

Oprah Winfrey



**empathisch**

Nelson Mandela



**onkreukbaar**

## MANIFESTO

De nieuwe norm in  
bedrijfsadvies en accountancy

**berekenend**



Richard Branson

**baanbrekend**



Steve Jobs



# MERKVIZIER

Strategische weg



