

De naamsbekendheid van uw onderneming vergroten



Promotie van uw accountantskantoor is onmisbaar om naamsbekendheid te krijgen. Klanten moeten uw onderneming leren kennen, zodat ze uw producten en diensten kopen. En wervend zijn is voor personeel ook niet onbelangrijk. Het beeld dat mensen hebben van uw onderneming (het imago) kan het succes maken of breken. Hoe zorgt u voor een positief imago?

De reputatie van uw accountantskantoor is mede afhankelijk van de promotie. U heeft dat dus deels zelf in de hand. Tegenwoordig doen ondernemingen er bijvoorbeeld verstandig aan om te laten zien hoe duurzaam zij ondernemen en wat hun toekomstplannen op dat gebied zijn. Een profilering als duurzaam, klimaatbewust of groen heeft immers effect op hoe werkenden, andere ondernemingen, overheden en stakeholders naar uw onderneming kijken en kan gevolgen hebben voor uw marktpositie.

Het verbeteren van uw imago start bij het inventariseren van de doelgroep

Beeld van uw onderneming bij doelgroep

Het is dus de kunst om uw onderneming op de kaart te zetten. Voor een groot deel doet u dat door reclame te maken, maar het imago speelt ook een grote rol. Het beeld dat de doelgroep van uw onderneming heeft, bepaalt namelijk vaak of deze voor u kiest. Zorg daarom voor een positieve indruk. Het verbeteren van uw imago start bij het inventariseren van de doelgroep.

Uw accountantskantoor is er voor een bepaalde doelgroep. Soms zijn er voor uw doelgroep meer redenen om zich specifiek aan te sluiten bij uw onderneming. Inventariseer deze redenen en geef die ook door aan mensen die uw onderneming nog niet kennen.

Gevoelsmatige meerwaarde

Het **imago (infographic)** van uw kantoor bepaalt u grotendeels zelf, het is de indruk die u maakt op uw doelgroep. Een goed imago levert veel op, het is een gevoelsmatige meerwaarde. U biedt voordelen en daardoor is uw onderneming in de ogen van uw doelgroep aantrekkelijk.

Stel uzelf daarom vragen zoals: wat voor indruk wil ik maken? Hoe wil ik dat de buitenwereld ons kantoor ziet? Welk gedrag beïnvloedt die opinie? Het is onder meer de manier waarop u naar buiten treedt. Wat doet u? Maar ook: hoe doet u dat? Hoe neemt u de telefoon aan? Komt u afspraken altijd na? Wilt u het imago verbeteren, dan tellen zelfs dat soort details mee.

Schade voor de reputatie of het imago van de zaak

Reputatie- of imagoschade kan grote gevolgen hebben. In het artikel [Wat te doen bij slechte publiciteit over uw onderneming](#) leest u er meer over. In het ergste geval komt u zelfs in de financiële problemen. Als bijvoorbeeld door een cyberaanval persoonsgegevens op straat komen te liggen, is dat niet goed voor uw reputatie. Ook via sociale media loopt uw onderneming kans op imagoschade. U kunt een verzekering afsluiten tegen deze schade, maar dat voorkomt niet alle schade.

Uniek karakter

Een sterk merk is die unieke tone of voice of het herkenbare beeldgebruik van uw accountantskantoor. Mensen weten daardoor gelijk dat het om uw onderneming gaat. Daarnaast blijkt daaruit gelijk het karakter van uw zaak. Het sluit goed aan bij het gevoel van uw klanten. Een sterk merk geeft invulling aan het verhaal van uw onderneming. Een sterk merk zorgt voor merktrouw, zorgt dat uw onderneming opvalt tussen de duizenden boodschappen en prikkels die elk mens elke dag binnenkrijgt.

Stappenplan om klanten binnen te halen

Uw onderneming zal zich dus moeten richten op de doelgroep. Wat is er voor nodig om klanten 'mee te krijgen', te overtuigen en binnen te halen? Het volgende stappenplan daarbij helpt:

- Inventariseer de beweegredenen van uw doelgroep: naar welke voordelen is de doelgroep op zoek?
- Werk aan uw imago: uw imago wordt bepaald door de indruk die uw kantoor maakt op de doelgroep. Ondernemingen met een positief imago krijgen de voorkeur van hun doelgroep. Imago is dan de gevoelsmatige meerwaarde die uw onderneming heeft. In de ogen van de doelgroep is uw onderneming aantrekkelijk door de vele, concrete voordelen die u biedt. De communicatie aan de doelgroep moet in lijn zijn met dit imago.
- Maak uw verklaring van bekwaamheid zichtbaar: behalen al uw werknemers steeds op tijd hun PE-punten? Bent u snel in het afwikkelen van zaken? Hebben klanten positieve reviews achtergelaten? Al deze verklaringen van bekwaamheid kunt u gebruiken in de persoonlijke communicatie met potentiële klanten en bij de promotie via de lokale en regionale media.
- Maak uw belofte waar: klanten willen graag de bevestiging dat u de intenties die u uitspreekt ook werkelijk omzet in daden.

Uw eigen werknemers zijn de beste ambassadeurs van uw onderneming

Employee advocacy

Wie kunnen er nu beter als reclame voor uw accountantskantoor dienen dan uw eigen werknemers. Uw eigen werknemers zijn de beste ambassadeurs van uw onderneming. Het is goed voor de zichtbaarheid van uw onderneming als werknemers content gaan delen. Dit is de zogenoemde employee advocacy. Kort gezegd is dit de promotie van uw kantoor door de mensen die er werken.

Persoonlijk netwerk medewerkers

De werknemers worden dus de 'merkambassadeurs' van uw onderneming. Ze doen dat door het delen van berichten via de persoonlijke socialmediakanalen. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om nieuwe vacatures, leuke uitjes of belevenissen op de werkvloer of bijvoorbeeld een post waarin u melding maakt van gedegen medewerking na een succesvolle bedrijfsovername.

Op deze manier vergroot uw onderneming het bereik op social media. Persoonlijke posts worden namelijk beter gelezen dan berichten van een bedrijfsprofiel. Dit zorgt voor meer zichtbaarheid. Werknemers kunnen dit doen door berichten te delen, te laten zien wat u allemaal bereikt en alle

financiële expertise die in huis is delen. Werknemers kunnen op die manier ook eenvoudig hun persoonlijk netwerk, maar ook dat van de zaak uitbreiden.

Up-to-date zijn belangrijk voor imago

Uw onderneming moet natuurlijk wel meegaan met haar tijd. Dit is bijvoorbeeld erg belangrijk om de strijd aan te kunnen gaan met concurrentie. Het is namelijk de kunst om de concurrenten net een stapje voor te zijn. Daarnaast is het belangrijk voor uw bedrijfsimago om uit te stralen dat u met uw tijd meegaat. Klanten zien dat als een positieve eigenschap en hebben daardoor vertrouwen in uw onderneming.

Aandachtspunten

Niet volledig up-to-date zijn, kan behoorlijk schadelijk zijn voor uw onderneming. Denk maar eens aan het verlies van klanten, het achterblijven bij concurrenten, problemen met cybercriminelen, een datalek of een boete. Wat verdient extra aandacht als het gaat om 'bij blijven'? Dat zijn de volgende onderwerpen:

- Op de hoogte zijn van wet- en regelgeving: uw onderneming leidt reputatieschade als dit niet op orde is.
- Blijven innoveren: een concurrent is gauw gevonden!
- Werken met AI: niet alleen goed voor de concurrentiepositie, maar ook kostenbesparend.
- Actueel houden van de website: vaak een ondergeschoven kindje, maar als telefoonnummers of e-mailadressen niet kloppen, of u laat een kerstactie uit 2017 staan, raakt u klanten kwijt.

Interactieve promotie

Promotie is een belangrijk onderdeel om uw onderneming in de schijnwerpers te zetten. Reclame maken kan tegenwoordig variëren van huis-aan-huisfolders of het in de brievenbus gooien van visitekaartjes, tot hippe filmpjes via social media, zoals LinkedIn, Instagram, TikTok of YouTube. Wel is duidelijk een verschuiving waarneembaar. Analoge massamedia zoals televisie en radio blijven belangrijk, maar de impact van die klassieke kanalen daalt.

Reclame is een vorm van promotie met als doel (potentiële) klanten over te halen tot aanschaf van uw diensten. Reclame kennen we traditioneel als onpersoonlijke, betaalde promoties waarbij met behulp van massamedia een boodschap wordt verzonden naar het grotere publiek. Maar reclame is tegenwoordig veel meer dan een radiospotje of krantenadvertentie.

Met de komst van internet (online promotie) zijn er steeds meer mogelijkheden voor interactie. Sociale netwerken en digitale platforms bieden steeds meer mogelijkheden om de consument persoonlijker te benaderen. Denk aan Facebook en YouTube waar content kan worden afgestemd op het gedrag en de behoeftes van de gebruiker. Met behulp van data en digitale content kunt u de klantbeleving aanpassen aan de persoonlijke behoefte van de specifieke klant.

(F)Influencers komen authentiek over

Een ander populair online fenomeen zijn vloggers, oftewel videobloggers, op social media een bekende vorm van product placement. Jongeren met bijvoorbeeld een goed bekeken YouTube-kanaal of een Instagram-account krijgen geregeld betaald om producten te dragen, te testen of alleen aan de kijker te tonen. Deze zogenoemde 'Influencers' hebben letterlijk invloed op hun achterban.

In de financiële wereld werd in 2021 de term 'finfluencer' populair: een influencer op social media voor financiële producten en diensten. Product placement op sociale kanalen als YouTube, Facebook, Snapchat en Instagram is effectief omdat de vloggers hun doelgroep als geen ander kennen. Dat maakt ze authentiek en dus geloofwaardig.

Dit is een artikel van de redactie van FA Rendement

FA Rendement is dé informatiebron voor administrateurs, boekhouders, controllers en andere financiële professionals. Wat is er veranderd op het gebied van financieel-administratieve wet- en regelgeving, en hoe kunt u als specialist deze informatie direct in uw dagelijkse werk toepassen? Daarnaast moet u op de hoogte zijn van onder meer de fiscaliteit, automatisering, de loon- en salarisadministratie, sociale voorzieningen, debiteurenbeheer en inkoop.

De onafhankelijke en ervaren redactie van FA Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt u als eerste wat de ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat u de informatie direct kunt vertalen naar uw eigen werksituatie. FA Rendement is daarnaast multimediaal. De voor uw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar u onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot uw beschikking heeft;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ maandelijks in het vakblad FA Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

www.rendementuitgeverij.nl