alfa accountants en adviseurs

RESULTATEN KLANTONDERZOEK ALFA 2021

Imago, het contact en de samenwerking

Klanten kiezen voornamelijk voor Alfa vanwege de persoonlijke en betrokken benadering en omdat er veel verschillende expertise en sector kennis in huis is. De samenwerking met de vaste contactpersoon verloopt goed en deze speelt een grote rol bij het behouden van klanten.

Proactiviteit

Alle klanten geven aan proactiviteit van belang te vinden en dit ook van Alfa te verwachten. Alfa dient hun bedrijf constant te spiegelen aan ontwikkelingen. Bijvoorbeeld ten aanzien van de branche, wetgeving, fiscaliteit, subsidiestromen, financiering, personeel en regelingen. De meeste klanten onderschrijven dat Alfa dit nu goed oppakt.

Duurzaamheid

Bijna alle klanten geven aan duurzaamheid belangrijk te vinden en verwachten dat elk bedrijf op dit vlak stappen onderneemt. Niet alle klanten zijn bekend met het duurzame karakter van Alfa. Voor het merendeel van de bestaande klanten is het geen bepalende factor bij het selecteren van een accountantskantoor en men wil hiervoor ook niet extra betalen. Belang van duurzaamheid lijkt afhankelijk te zijn van bedrijfsomvang en sector.

DOEL

Inzicht creëren in de beleving van Alfa klanten t.a.v. een aantal specifieke onderwerpen en het vinden van aanknopingspunten voor verbetering. Resultaten dienen als input voor het beleidsplan 2022-2025.

AANPAK

Er hebben 2 digitale klantpanels plaatsgevonden met in totaal 15 klanten. Daarnaast zijn er via videobellen 13 interviews afgenomen.

RAPPORTCIJFER

7,9

Het laagste rapportcijfer is een 7,0 en het hoogste een 9,0. Alle klanten bevelen Alfa aan.

ACTIEPUNTEN

- Beter laten zien welke diensten we in huis hebben.
- Duidelijk uitleggen waarom wij duurzaamheid zo belangrijk vinden.
- Op de factuur beter inzichtelijk maken wat we doen voor klanten.
- Doorlopend klanttevredenheid toetsen en klantenpanels organiseren om zo te onderzoeken wat verbeterpunten zijn.

"Organisatie met hele korte lijnen en persoonlijke benadering. Het lijkt een klein lokaal bedrijf in sociale omgang, maar is onderdeel van een landelijke organisatie en heeft daardoor alle aspecten en kennis in huis."

Aanbod zakelijke dienstverlening

Klanten zijn gevraagd waar zij in de toekomst toegevoegde waarde zien ontstaan voor Alfa. Een deel van de klanten geeft aan dat additionele diensten een financieel karakter moeten hebben. Andere klanten komen met concrete ideeën voor producten en diensten. Een deel van de genoemde diensten wordt echter op dit moment al aangeboden door Alfa. De conclusie is dat het huidige (brede) dienstenpallet beter onder de aandacht gebracht moet worden.

Overal dichtbij

Sommige klanten hechten geen waarde aan lokale/regionale aanwezigheid met een vestiging. Zij komen toch al niet op kantoren van Alfa en vinden het op dit moment met alle digitale middelen niet nodig. Voor andere klanten zijn de korte lijnen, een persoonlijk gesprek en de bereikbaarheid heel belangrijk. Een locatie, maar vooral een contactpersoon dichtbij geeft hen het gevoel dat zaken snel en vlot geregeld kunnen worden.

Digitalisering

Het merendeel van de klanten geeft aan dat Alfa goed op weg is met digitalisering en het idee te hebben dat Alfa op dit vlak vooroploopt. De mate waarin de dienstverlening gedigitaliseerd is verschilt per klant evenals de behoeften en ervaringen op dit vlak.

Het lijkt erop dat een meerderheid van de klanten niet direct een (advies) rol weggelegd ziet voor Alfa m.b.t. digitalisering. Genoemde redenen zijn: digitalisering is een specialisme wat (te) ver weg ligt van de accountancy, het wordt al centraal geregeld en/of hier zijn andere partijen voor, of men is niet bekend met de dienstverlening van Alfa op dit vlak. Ook zijn er klanten die open staan voor advies over digitalisering of hier al gebruik van maken. Zij geven aan dat Alfa hier een actieve rol invult en hen helpt om hun eigen processen te digitaliseren. Zij zijn hier tevreden over.

STATISFACT