



DEEL ONLINE



De menselijke maat blijft doorslaggevend

Financieel dienstverlener

Visser & Visser is gegroeid dankzij de managementfilosofie van Eckhart Wintzen, gebaseerd op groei, ontwikkeling en celdeling. Inmiddels heeft het bedrijf ruim vierhonderd medewerkers in twaalf autonome vestigingen.

"Een belangrijke reden waarom we willen groeien", vertelt fiscaal venoot Harold van den Berge, "is om mensen te trekken met drive en enthousiasme. Als je het beste wilt voor de klant, moet je de beste mensen hebben. Dat is een vliegwiel dat al ruim dertig jaar draait. Ook in een tijd waarin de digitale communicatiemogelijkheden enorm zijn toegenomen, blijft de menselijke maat doorslaggevend."

Nieuwe ontwikkelingen

"Dankzij die groei kunnen onze medewerkers in hun vak doorgroeien en nieuwe dingen ontwikkelen om de klant te ontzorgen", aldus fiscaal venoot Erik Klop. "Zo spelen we met een team specialisten op het vlak van internationaal advies in op de globalisering. Ook hebben we 35 data-analisten, omdat wij geloven dat daar toekomst in zit." "Die analisten zijn goed voor onze klanten", vult partner Jaap van Beek aan, "en voor

'Als onze medewerkers het naar hun zin hebben, stralen ze dat uit naar onze klanten'

onze eigen organisatie. Wel blijft altijd de menselijke maat achter de data belangrijk." Visser & Visser heeft al een grote internationale klantengroep en richt zijn pijlen nu ook specifiek op Duitsland vanuit een nieuw kantoor in Doetinchem, vertelt medeoprichter Steef Visser. "Zo'n 'German desk' trekt meteen weer nieuwe medewerkers én klanten. Zo komen we samen steeds verder."

Culturele waarden

Dat elke nieuwe vestiging toch weer het Visser & Visser-DNA heeft, is volgens Klop te danken aan Wintzens principe van de cel-

deling. "De mensen die een nieuwe vestiging opzetten nemen de culturele waarden mee en zoeken ook weer mensen die daarbij passen", legt hij uit. "Dat gebeurt vrijwel organisch. Zo ontwikkelen we nieuwe initiatieven, nieuwe vestigingen en nieuwe dienstverlening vanuit de bestaande organisatie. De culturele waarden zijn door medewerkers zelf vastgesteld. Daarbij kun je denken aan innovatief zijn, maar ook menselijk, professioneel en behulpzaam. En ook: goed luisteren naar de klant. Op die waarden mogen we echt trots zijn." "Als onze medewerkers het naar hun zin hebben en zich goed voelen", zegt Visser, "stralen ze dat ook uit naar onze klanten. Niet voor niets is het bedrijf al twee jaar achter elkaar uitgeroepen tot beste werkgever in de financiële dienstverlening. En dit jaar hebben onze klanten ons beloofd met een mooie positie als beste financiële dienstverlener op het gebied van accountancy en fiscaal. Daar zijn we ook enorm trots op." ■