

# Voorbereiden op de Superbloem: hoe het financiële team bedrijfsgroei stimuleert

**soldo**

# Inhaltsverzeichnis

---

|   |           |
|---|-----------|
| Inleiding   | 3         |
| <b>Voorwoord: De superbloem komt eraan</b>  | <b>5</b>  |
| <b>Deel 1: De vooruitzichten voor zakelijke groei zien er goed uit</b>                        | <b>6</b>  |
| <b>Deel 2: Geen weg terug – bedrijven investeren nu om te groeien</b>                         | <b>11</b> |
| <b>Deel 3: Gebruik technologie en operationele hervormingen om te groeien</b>                 | <b>21</b> |
| <b>Deel 4: De evolutie van de financiële functie – van formules tot echt zakelijk inzicht</b> | <b>28</b> |
| <b>Conclusie: Aanbevelingen van Soldo</b>   | <b>35</b> |

# Inleiding: Verwelkoming door onze voorzitter

Het Europese bedrijfsleven heeft een buitengewone periode achter de rug. Bedrijven trokken zich terug om de ongekende uitdagingen van de pandemie aan te pakken. Dit is gelukkig aan het veranderen. We staan aan de vooravond van een nieuw jaar en nieuwe beloften voor bedrijven in alle soorten en maten. De financiële teams zijn de afgelopen twee jaar getransformeerd – niet alleen door de pandemie, maar ook door de snelle vooruitgang op het gebied van technologie en automatisering.

Ze zorgen nu zelf voor verandering en stimuleren wendbaarheid en innovatie in het hele bedrijf. Ze zijn slimmer, sterker en beter uitgerust met toegang tot inzichtelijke informatie.

In dit rapport delen we wat we hebben geleerd van een onderzoek dat we hebben uitgevoerd onder honderden professionals met financiële verantwoordelijkheid voor kleine en middelgrote bedrijven in Europa. We spraken ook met twee dozijn mensen in het veld, peilden naar de redenen en beweegredenen achter deze veranderende houding, en vroegen wat dit betekende voor groeigerichte bedrijven in het komende jaar.

Wat dit rapport laat zien, is hoe – door dynamische processen, betere

samenwerking en prognoses – bedrijven zich voorbereiden op groei, ongeacht welke uitdagingen er achter de horizon liggen. We nodigen u uit om te leren en te zien hoe de gegevens uw eigen bedrijf kunnen versterken.

Bij Soldo willen wij graag met u samenwerken. Neemt contact met ons op voor hulp.

**Mariano Dima**  
*directeur en*  
*bestuursdirecteur,*  
*Soldo*



# Een opmerking over methodologie

*Soldo heeft onderzoek laten doen bij Coleman Parkes Research, een onafhankelijk adviesbureau. Het bedrijf ondervroeg 900 respondenten in september 2021. Alle respondenten waren afkomstig uit bedrijven met 1.000 werknemers of minder uit het Verenigd Koninkrijk, Ierland, België, Luxemburg, Nederland, Italië, Duitsland en Frankrijk. Alle respondenten waren besluitvormers die verantwoordelijk waren voor financiële automatisering en technologische oplossingen en/of hadden goedkeuringen en toezicht op financieel toezicht en zakelijke uitgaven. Dit omvat leidinggevendenden die verantwoordelijk zijn voor het hele bedrijf, inclusief CEO's. De resultaten werden verdeeld in twee categorieën – 1 tot 50 werknemers en 50 tot 1.000 werknemers, die in het rapport worden genoemd.*

*Soldo en zijn vertegenwoordigers hielden ook kwalitatieve interviews met meer dan 25 financiële of zakelijke besluitvormers, voornamelijk van kleine en middelgrote bedrijven. Alle citaten in het onderzoek komen uit die gesprekken, die in september en oktober 2021 zijn gevoerd, tenzij anders vermeld. De respondenten van de kwalitatieve en kwantitatieve enquête overlappen elkaar niet noodzakelijkerwijs, maar ze hebben vergelijkbare functies.*

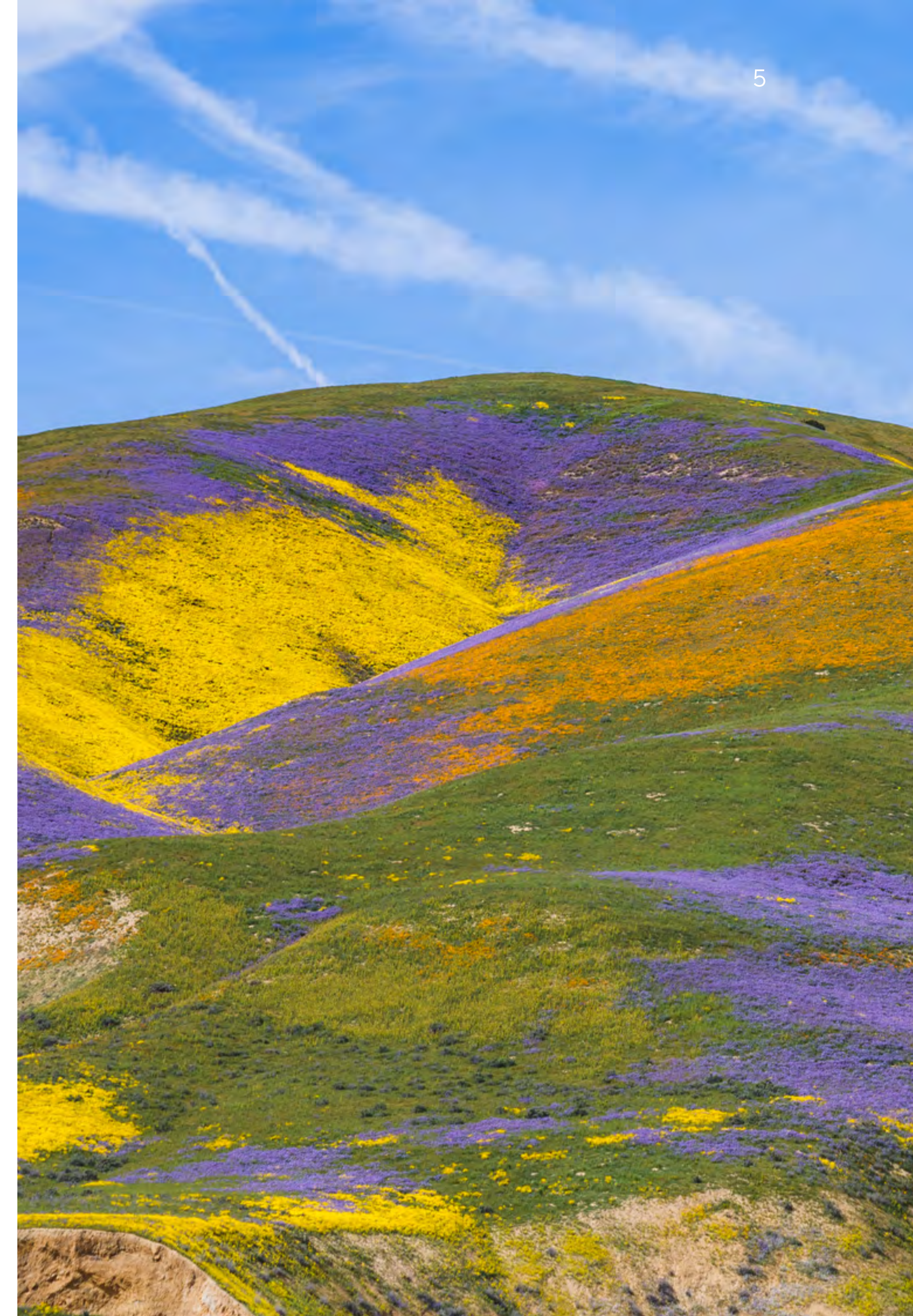


# Voorwoord: De superbloem komt eraan

Er is een natuurverschijnsel dat zich alleen in de meest zeldzame omstandigheden voordoet. In woestijnlandschappen liggen duizenden zaden maanden, soms jaren achtereen te slapen. Dan worden tijdens een wildvuur hun wasachtige buitenlagen gesmolten door de hitte, waardoor zuurstof kan worden verkregen. Na het volgende regenseizoen ontkiemen deze zaden allemaal tegelijk. Het resultaat is een bloei van wilde bloemen, een explosie van kleuren in omgevingen die onlangs door een ramp zijn getroffen. Het wordt een superbloem genoemd.

Er zijn parallellen tussen de zakelijke omgeving in het najaar van 2021 – terwijl dit rapport wordt geschreven – en deze dorre landschappen worden opnieuw gelest door

regenval. Potentiële energie die inactief is geweest, borrelt nu naar de oppervlakte, nu bedrijven in alle soorten en maten afstand nemen van de overlevingsmentaliteit die de afgelopen twee jaar regeerde. Maar net als in de natuur zullen alleen de ideale omstandigheden leiden tot duurzame groei. Net zoals te veel neerslag de ontluikende wortelstelsels van planten kan wegspoelen, zo kan ook overrijverige hypergroei de groene scheuten van het herstel ondermijnen. Zoals we zullen zien, brengt de verschuiving naar groei een andere reeks keuzes en verantwoordelijkheden met zich mee, die allemaal met succes moeten worden genavigeerd als bedrijven willen profiteren van de kansen van vandaag.

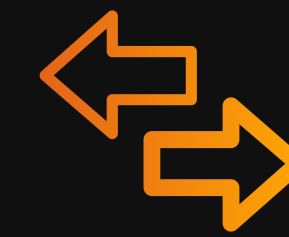
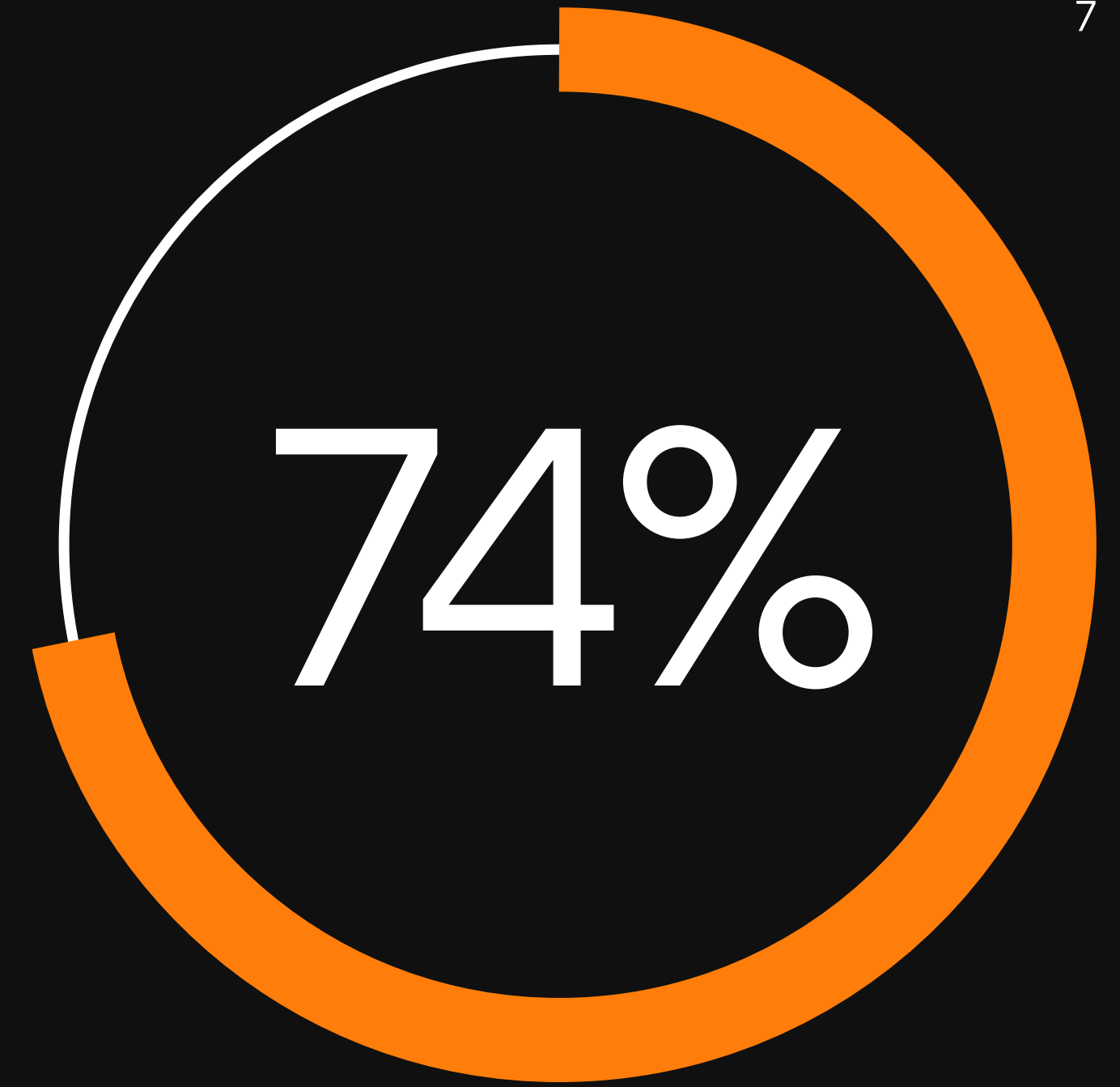


Deel 1: De vooruitzichten  
voor zakelijke groei zien er  
goed uit

# De vooruitzichten voor zakelijke groei zien er goed uit

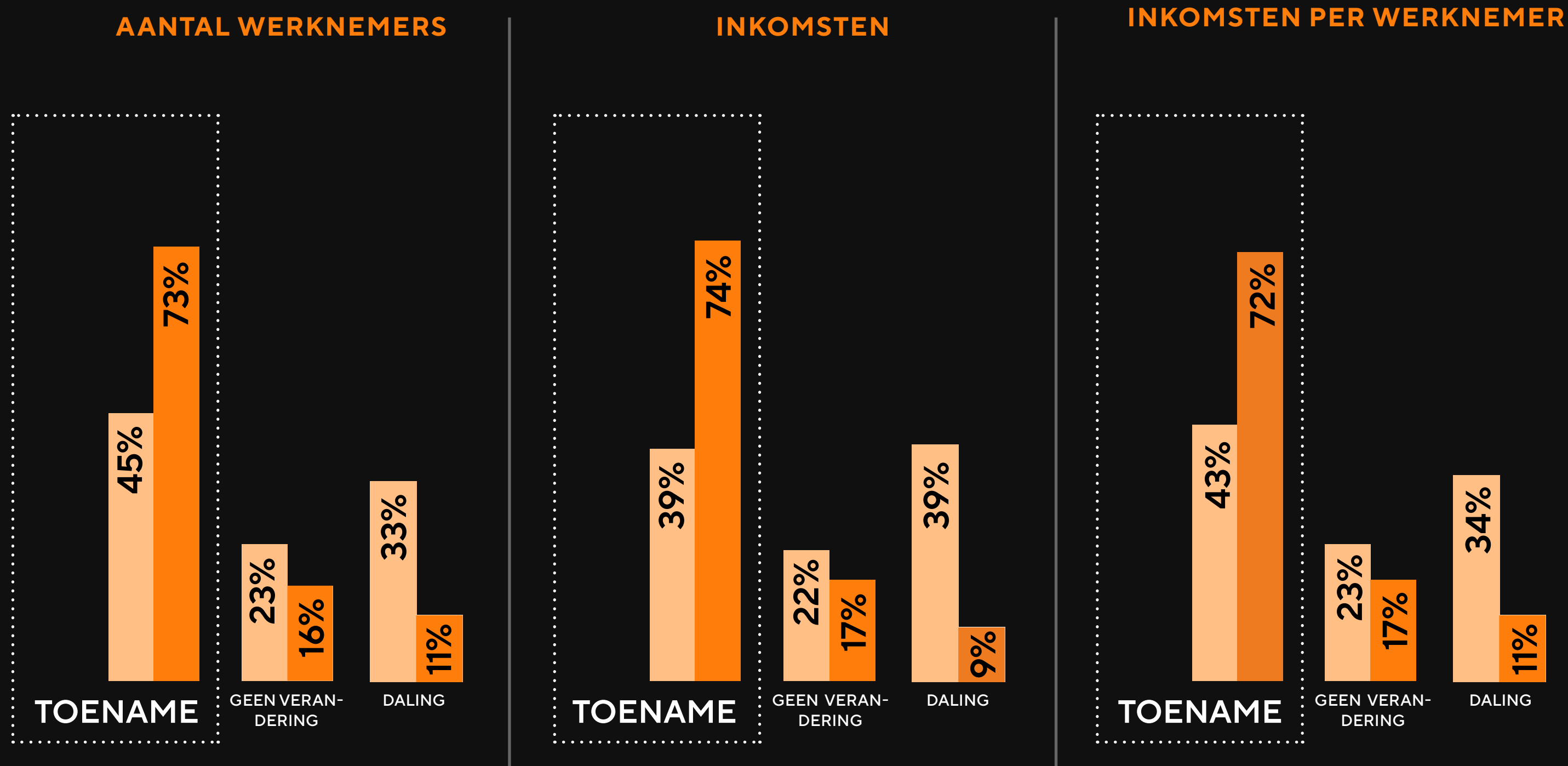
Bedrijven gaan de planningscyclus voor 2022 in met een hernieuwd gevoel van optimisme, nu jaren van bezuinigingen plaatsmaken voor een nadruk op groei. Ze hebben met succes een extreem moeilijke periode doorgemaakt vol turbulente marktomstandigheden en daaropvolgende lockdowns die over het hele continent rolden. Dat optimisme is niet getemperd door de nieuwe zorgen over de toelevering en de inflatiedruk voor goederen en diensten. Deze trend is consistent in alle sectoren en regio's die door de Soldo-enquête worden bestreken, waaronder het Verenigd Koninkrijk, Ierland, Frankrijk, Duitsland, Italië en Nederland.

74% van de bedrijven verwacht een stijging van de omzet in de komende 12 maanden, wat een scherpe ommekeer zou betekenen van de trend van de afgelopen twee jaar. Slechts 52% van de bedrijven rapporteerde een omzetstijging in 2019, een percentage dat in 2020 daalde tot 43%.



74% van de bedrijven verwacht een **stijging in inkomsten** in de komende 12 maanden, wat een scherpe ommekeer zou betekenen de trend van de afgelopen twee jaar.

Hoewel een groot deel van de bedrijven de afgelopen 12 maanden een daling van het aantal werknemers en de omzet hebben gekend, is ongeveer driekwart optimistisch over een groei op deze gebieden in het komende jaar.



**Groei van het personeel:** meer dan 70% van de bedrijven zegt van plan te zijn het personeelsbestand uit te breiden, terwijl 11% van de bedrijven verwacht het personeelsbestand in de komende 12 maanden te verminderen.

**Inkomsten:** een gelijk aantal bedrijven – 39% rapporteerde een hogere en lagere omzet in de afgelopen 12 maanden. Vooruitkijkend verwachten meer dan acht keer zoveel bedrijven een omzetgroei (74%) in vergelijking met een omzetsdaling (9%).

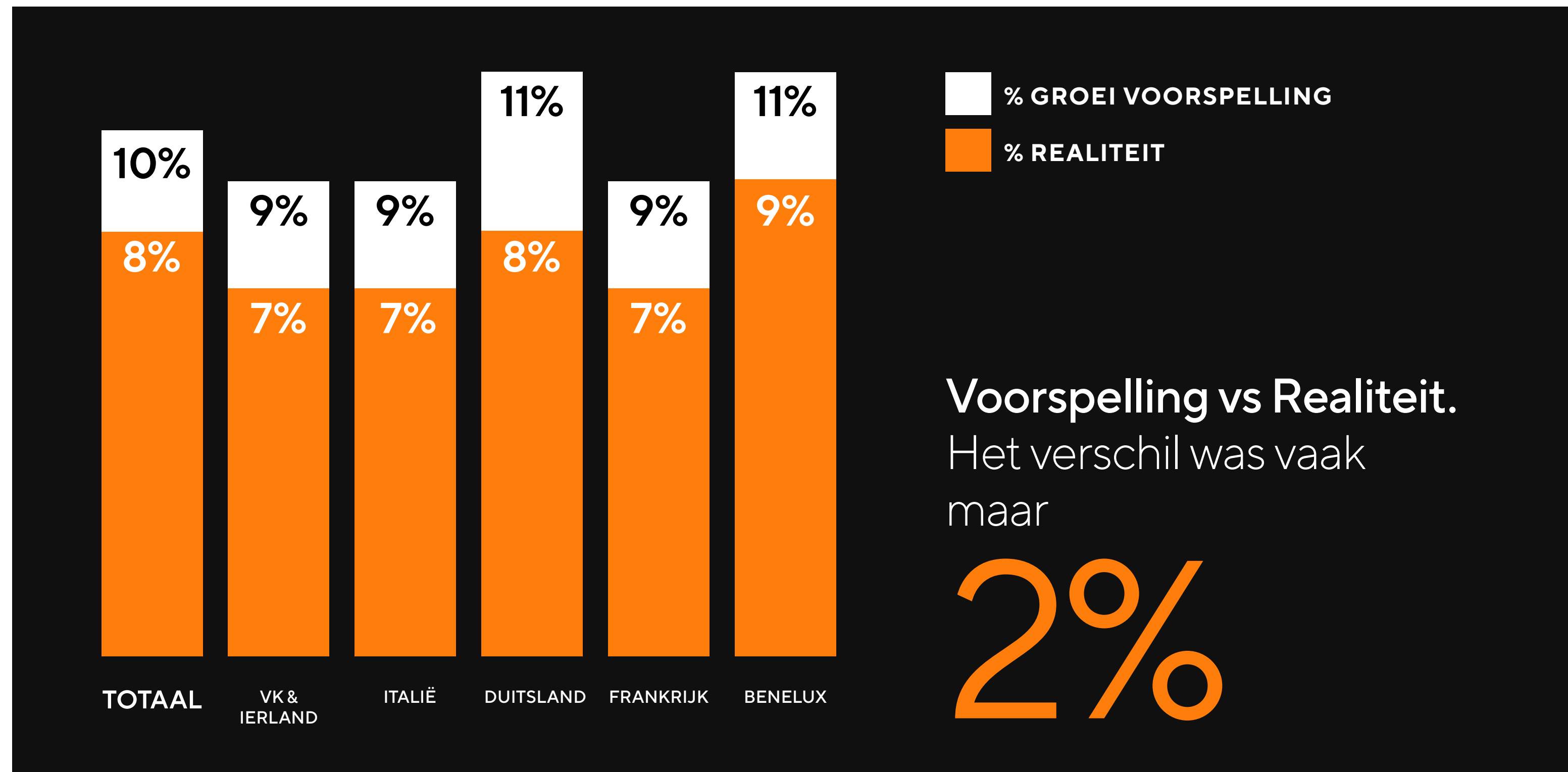
**Inkomsten per werknemer:** 34% van de bedrijven zag de inkomsten per werknemer de afgelopen 12 maanden dalen. Slechts 11% verwacht dat dit de komende 12 maanden zo zal blijven, terwijl 72% denkt dat de omzet-tot-werknemerratio zal toenemen.

VORIGE 12 MAANDEN  
 VOLGENDE 12 MAANDEN



# De nauwkeurigheid van voorspellingen

Er is reden om aan te nemen dat deze prognoses een nauwkeurige weergave zijn van wat er voor bedrijven in het verschiet ligt. Op de vraag om hun groeiprognoses te vergelijken met de werkelijke groei, was het verschil klein. Bedrijven rapporteerden 8% werkelijke groei vergeleken met 10% die een jaar van tevoren was voorspeld.



# Veerkracht opbouwen met klantbetrokkenheid en productdiversificatie

*'De pandemie is een uitdagende fase gebleken voor de transportsector, met name degenen die betrokken zijn bij het vervoer van passagiers in plaats van vracht. Ons bedrijf is puur gericht op het vervoeren van passagiers in Noord-Duitsland en blijft gefocust op het verhogen van de servicekwaliteit voor onze passagiers om ze het gelukkigst van het land te houden.'*

*Toch zijn we erin geslaagd om zelfs in de moeilijke tijden te werken door oordeelkundig alle veiligheidsprotocollen te volgen die ons hielpen om toestemming te krijgen om te opereren, en we herstelden snel toen de pandemische curve voorbij was. Deze pandemie heeft ons geleerd dat we een gevarieerde bedrijfsportfolio moeten hebben die bedrijfsverliezen kan helpen aanpakken, ongeacht ons bedrijf.'*

CFO, middelgroot transportbedrijf,  
Duitsland



Deel 2: Geen weg terug –  
bedrijven investeren nu om te  
groeien

# Geen weg terug – bedrijven investeren nu om te groeien

Nu de overgrote meerderheid van de Europese bedrijven momenteel een groeimindset heeft, wordt de vraag hoe ze de voorspelde groei kunnen realiseren. Bedrijven moeten de verloren tijd en kansen om meer omzet te genereren inhalen, maar ze moeten ook strategisch overwegen waar ze het best gepositioneerd zijn om te profiteren van deze nieuwe zakelijke omgeving. Met andere woorden, hoe genereren bedrijven omzet en positioneren ze zichzelf om het meeste uit deze huidige marktsituatie te halen?

Bedrijven moeten nadenken over hoe ze succes definiëren. De meest populaire statistiek is omzetgroei: 65% van de respondenten beschouwen dit als een van de vijf belangrijkste bedrijfsprioriteiten.

Direct achter de groei was de winst met 59%, hoewel dit cijfer steeg tot 67% voor kleinere bedrijven, die meer nadruk leggen op winstgevend blijven om waarde te tonen aan investeerders en analisten. De belangrijkste prioriteiten waren vergelijkbaar voor grotere bedrijven, maar de focus op operaties, klantbetrokkenheid en ervaring was meer evenwichtig. Minder vaak aangehaalde maar nog steeds belangrijke maatstaven voor succes zijn onder meer kostenbesparingen en risicobeheer. Alles bij elkaar zijn dit de manieren waarop bedrijven hun groei plannen voor 2022: zorgvuldige afweging en een strategische focus vóór investeringen.



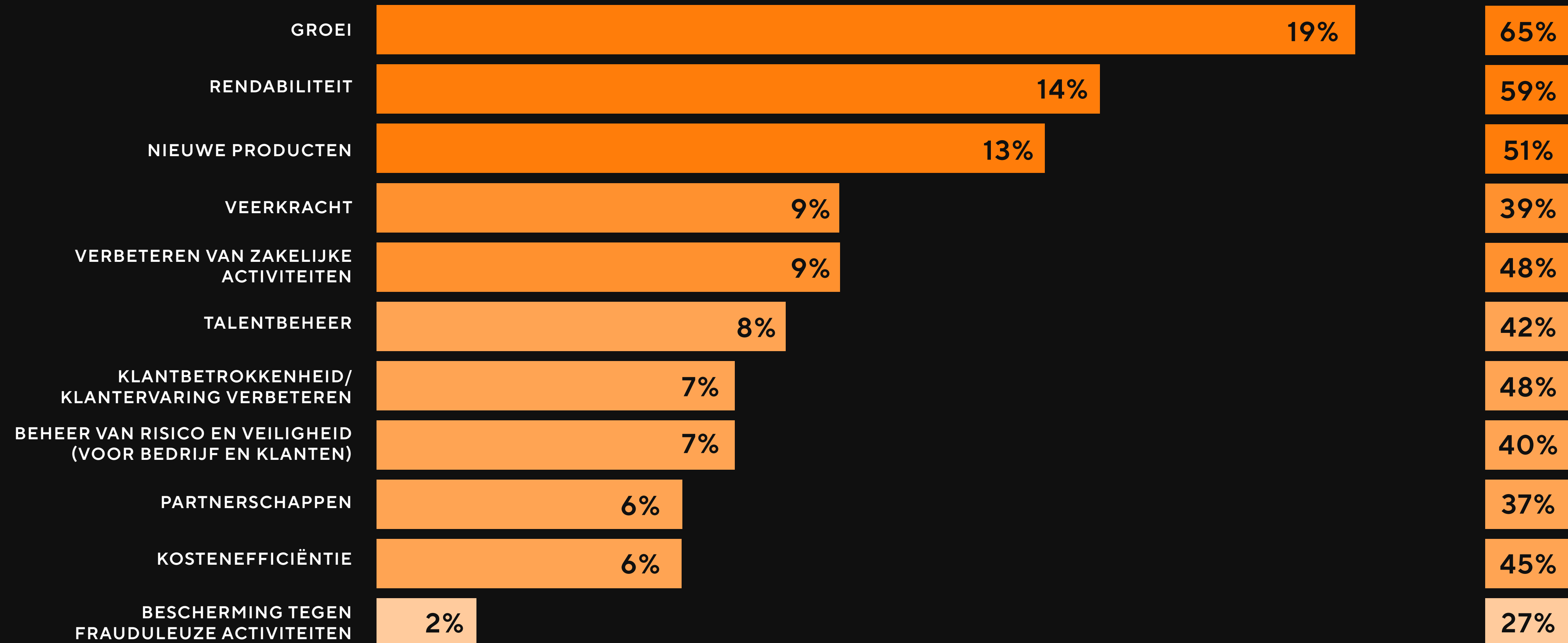
65% van de respondenten ziet **groei in omzet** als de meest populaire maatstaf voor het definiëren van succes.



**Winstgevendheid** kwam op 59%, hoewel dit cijfer steeg tot 67% voor kleinere bedrijven.

## Voornaamste zakelijke prioriteiten over de volgende 12 maanden

### GEORDEND IN TOP 5 PRIORITEITEN



# Creëer de basis voor groei terwijl u risico's compenseert

*'Onze groeiaandrijvers zijn om door te gaan met de normale gang van zaken en het pad van herstel in te slaan om weer winstgevend te worden. De pandemie die niet helemaal uit beeld is, is een angst die nog steeds rondhangt, en die onze groei onder controle houdt, omdat onze gedachten constant in conflict zijn van ofwel in volle gang gaan of onszelf beheersen om klaar te zijn voor eventuele verdere rampen.'*

*"We zijn misschien niet voorbereid op alle uitdagingen die we in de toekomst het hoofd moeten bieden, maar het is belangrijk om onszelf te positioneren om te gedijen in uitdagende omstandigheden. Als gevolg van de pandemie hebben we ons productportfolio uitgebreid en bepaalde wijzigingen aangebracht in onze faciliteiten, wat zelfs op de lange termijn gunstig voor ons zou zijn.'*

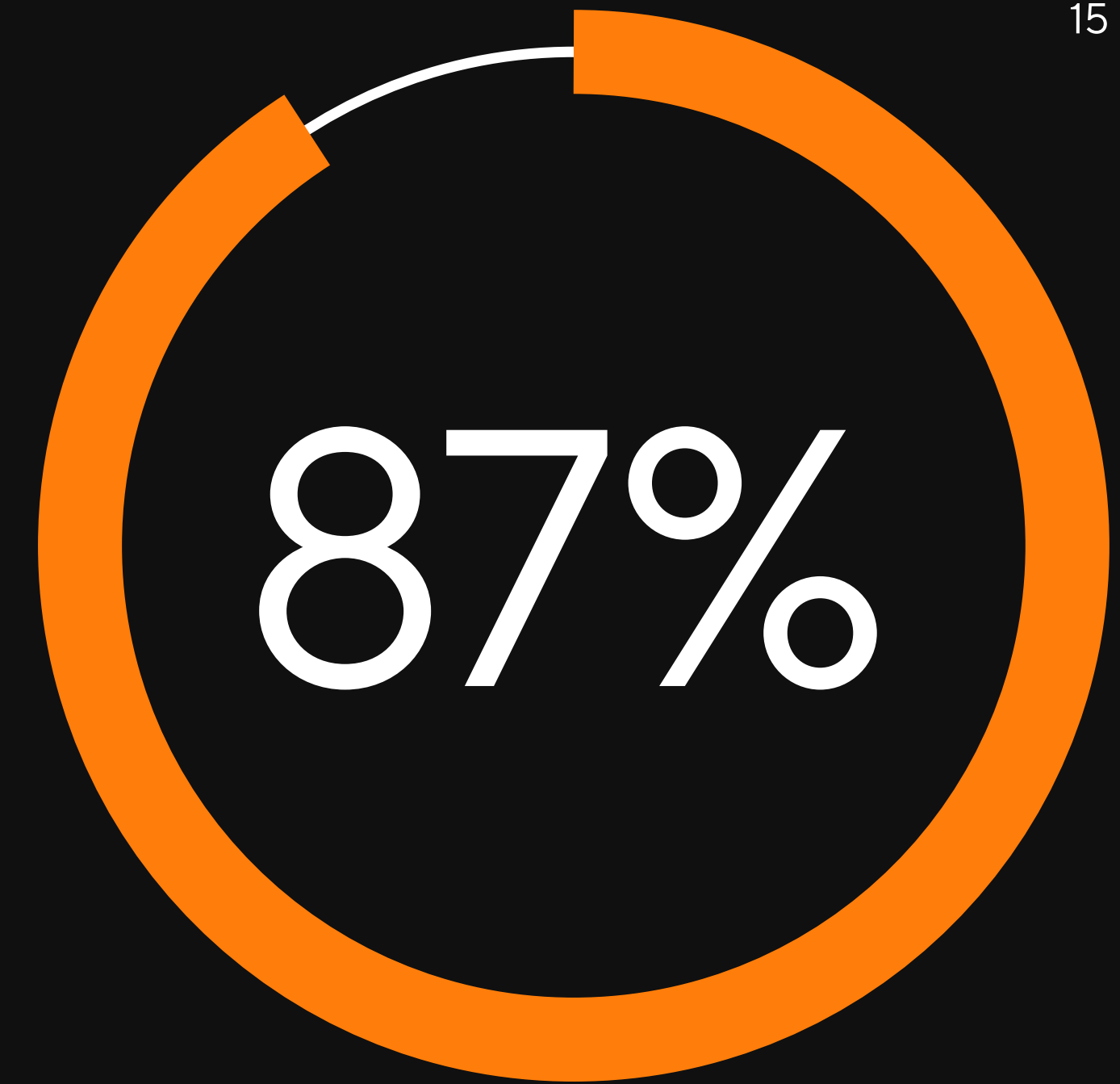
CFO, voedselproductiebedrijf, Frankrijk



# Stap één: een duurzame strategie voor succes

Aangezien bedrijven plannen maken voor groei, is de eerste vraag of ze moeten beginnen met het terugdraaien van de aanpassingen die tijdens de pandemie zijn gemaakt. Bezuinigingen vanwege de pandemie kwamen bij allerlei bedrijven op het continent voor, ongeacht de omvang. Uit het onderzoek bleek dat 87% van de bedrijven aangaf dat de kosten daalden als gevolg van de pandemie en dat 74% van hen er actief voor moest kiezen om kosten te besparen, maar dat waren over het algemeen kleine bezuinigingen. De meerderheid van de respondenten (9 van de 10) heeft die bezuinigingen sindsdien teruggedraaid.

Cruciaal is echter dat de meeste respondenten geloven dat bezuinigen niet de belangrijkste reden voor groei of winstgevendheid zijn. Bedrijven zijn bereid om te investeren in winst op de lange termijn en willen geld steken in zaken die belangrijk zijn voor bedrijfscontinuïteit, waarbij iets minder dan driekwart van mening is dat dit van invloed zou zijn op hun uitgavenkeuzes.



87% an de bedrijven meldden verlaagde kosten door de pandemie.

9 van de 10 bedrijven die hebben bezuinigd, hebben dat inmiddels teruggedraaid



# Breng uw uitgaven in evenwicht en denk serieus na over groei

*'Ik zou zeggen dat, tenzij je heel, heel verstandig bent over waar je uitgeeft, als je een pond meer investeert, je niet moet verwachten dat, weet je, meteen en altijd meer omzetgroei ziet uit die beslissing. Maar tegelijkertijd ben ik van mening dat als je niet meer investeert, er een limiet zal zijn aan hoeveel meer je kunt bereiken. Het gaat er dus om de juiste balans te vinden, het rendement dat je uit je groei haalt echt te analyseren en meer te doen van wat voor jou werkt.'*

Claire Wain, CFO, Monsoon & Accessorize



Vooruitzichten voor de bedrijfsuitgaven in de komende 12 maanden

**INVESTERINGEN OP BELANGRIJKE GEBIEDEN ZORGEN VOOR WINSTGEVENDHEID**

72%

**INVESTERINGEN IN SLEUTELSECTOREN ZIJN NOODZAKELIJK VOOR BEDRIJFSCONTINUÏTEIT**

71%

**KOSTENBESPARING IS EEN DRIJFVEER VAN WINSTGEVENDHEID**

58%

**KOSTENBESPARING TIJDENS DE PANDEMIE MOETEN DOORGAAN**

50%

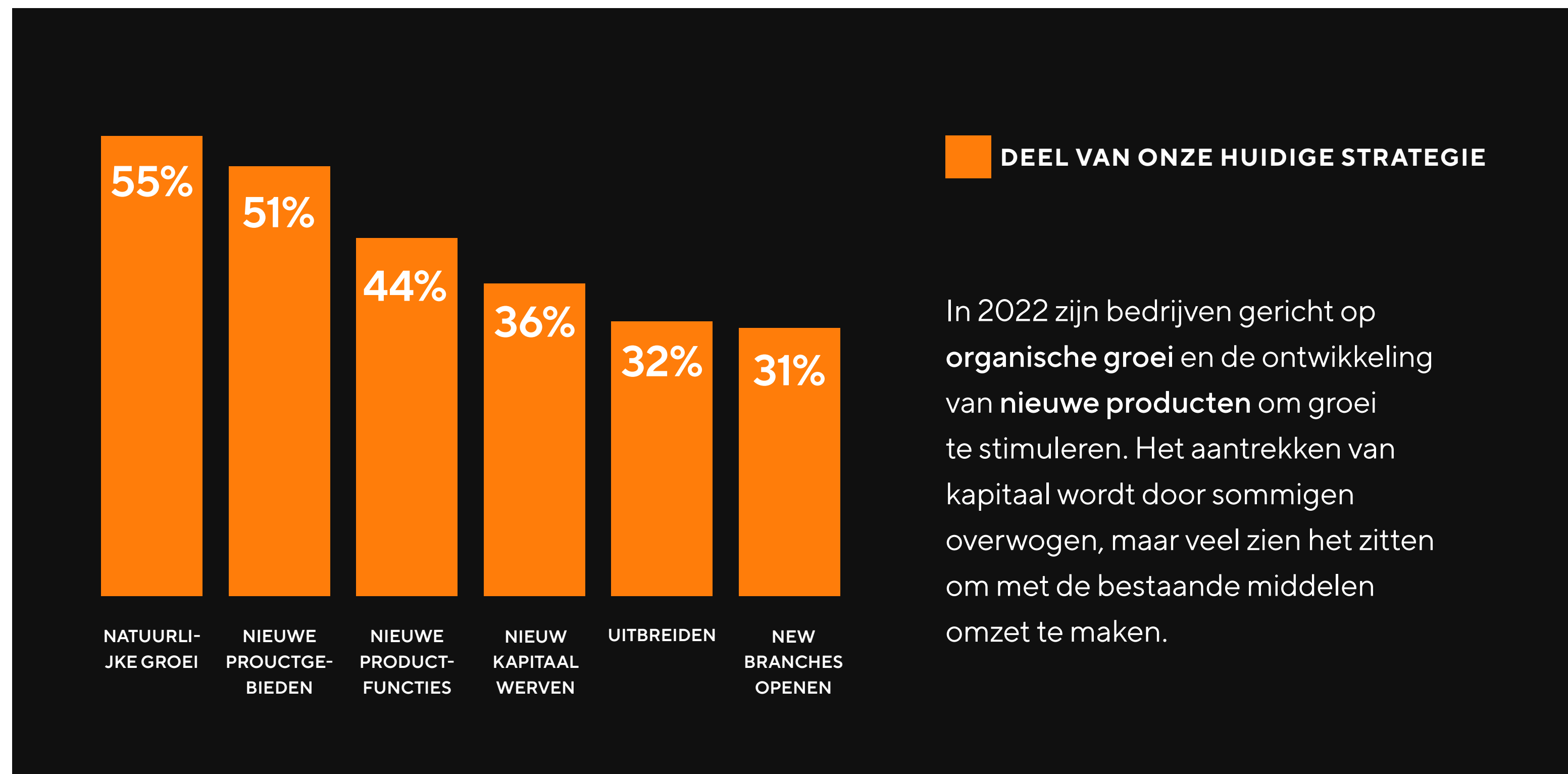
**Inzicht:** in 2022 worden investeringen in kerngebieden vaker erkend als aanjager van langetermijnwinst dan als kostenbesparing. Bedrijven zullen waarschijnlijk investeren waar dit waarde toevoegt, maar verminderen onnodige uitgaven.

Over het algemeen is er bij het onderzoeken van bedrijfsstrategieën voor groei geen eenvoudige formule. Extra investeringen leiden niet direct tot extra succes, maar strategische keuzes zijn het belangrijkste voor rendement.



# Stap twee – herpositioneren voor groei met datagedreven inzichten

Na veel scenarioplanning en -analyse, discussiëren bedrijven nu over de plaats van schaarse middelen. De meest gebruikelijke manier van groei komt van organische groei (55% in de huidige plannen), het lanceren van nieuwe productgebieden (51%) en nieuwe productfuncties (44%). Extern kapitaal (36%) en het verkopen van bedrijfsonderdelen zijn over het algemeen geen populaire manieren om groei te realiseren. De spanning blijft bestaan omdat bedrijven de productiviteit stimuleren, het beste uit bestaande middelen halen en toch toekomstig potentieel opbouwen met productontwikkeling om nieuwe inkomstenstromen te genereren.



# Leer van klantgegevens als bron van waarheid

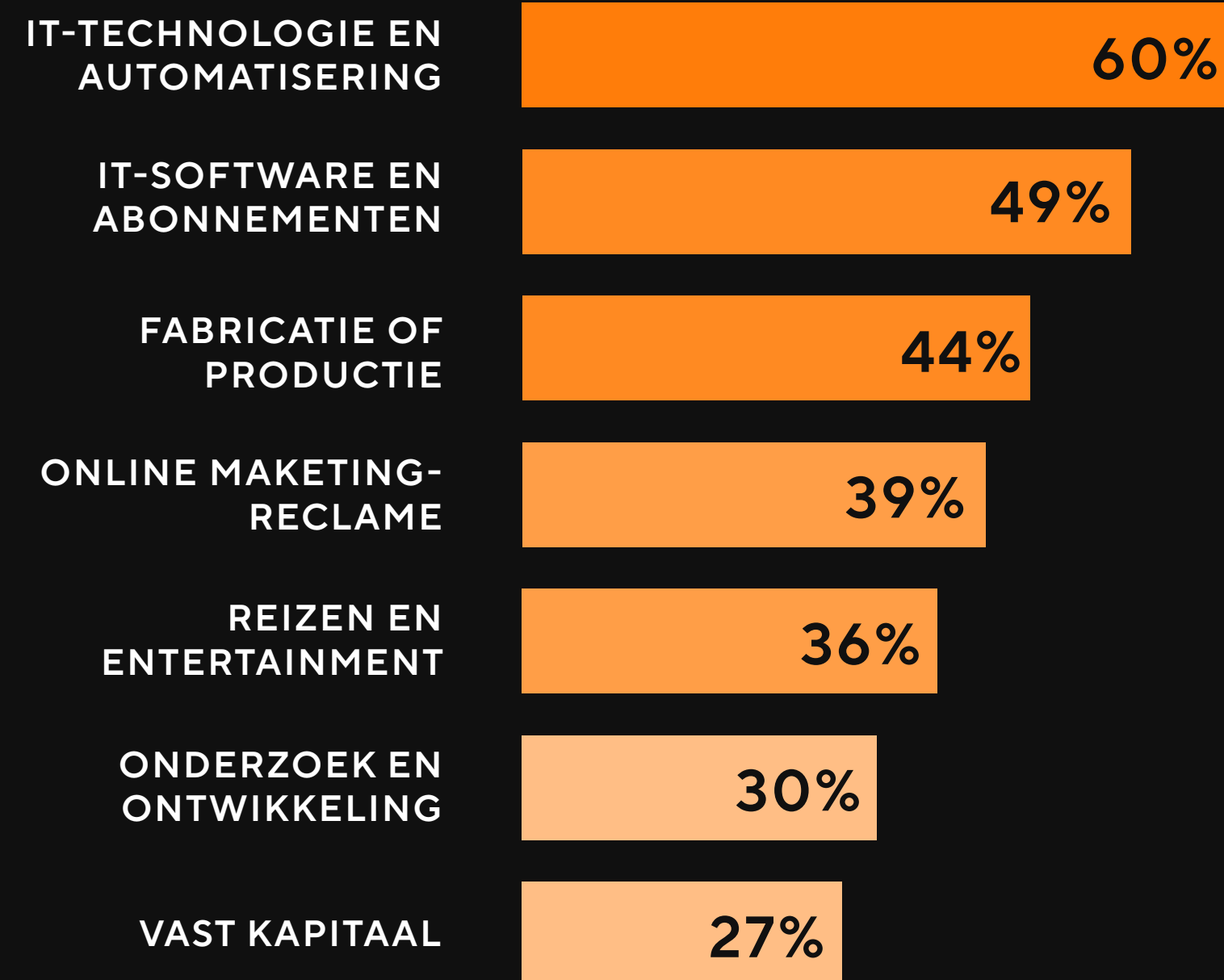
*'Hoewel we onze online groei zeer succesvol hebben gedaan vanaf een zeer lage basis (met 300-400% enkele weken na de lockdown), toen winkels weer opengingen, was het klantgedrag heel duidelijk en vertelde ons dat, terwijl we blijven investeren in sociale media en het digitaal laten groeien van het merk, komen de meeste mensen nog steeds bij ons winkelen - meer dan 80% van de mensen zal bij ons komen winkelen in onze winkels.'*

Claire Wain, CFO, Monsoon & Accessorize



# Stap drie - doe kerninvesteringen die van invloed zijn op het resultaat

Bedrijven doen het komende jaar belangrijke investeringen in specifieke bedrijfssectoren en bereiden zich voor op een drukke periode van bedrijvigheid. Kosten zijn gerechtvaardigd als in ruil daarvoor waarde wordt gecreëerd, en de meerderheid van de ondervraagde bedrijven heeft grote inzetten op technologie en automatisering. De meest genoemde gebieden voor uitgaven en investeringen om de winstgevendheid te stimuleren, zijn IT-technologie en automatisering (60%) en IT-software en abonnementen (49%). Technologie, meer dan enig ander gebied, zoals de loonlijst van personeel en aannemers, wordt gezien als wat bedrijven kan helpen om naar het volgende niveau te komen.



IT-technologie en automatisering, gevolgd door IT-software en abonnementen waren de meest gebruikte investeringsmethoden om de winstgevendheid te vergroten

# Investeren met focus op waardecreatie

*'In 2020 hebben we veel testen uitgevoerd. We deelden mensen op in kleinere teams om versies van een product te maken. Deze doorstonden een reeks testen en zorgvuldige analyse. Daarna besloten we met zijn allen in welke producten we verder wilden investeren en in welke voorlopig niet. Je moet niet willen groeien zonder reden. Als je meer uitgeeft aan productontwikkeling, marketing of gewoon meer mensen aanneemt, kun je de omzet verhogen. Je loopt echter ook het risico dat de winst daalt.'*

Aidana Zhakupbekova, VP Finance, Housing Anywhere



Deel 3: Gebruik  
technologie en operationele  
hervormingen om te groeien

# Gebruik technologie en operationele hervormingen om te groeien

Technologie zal een integraal onderdeel zijn van de manier waarop financiële functies zich kunnen aanpassen en hun uitgebreide rol met succes kunnen vervullen. Bedrijven die willen groeien anticiperen op de technologische en operationele uitdagingen en zullen steeds meer technologie en automatisering nodig hebben om te gedijen.

Voor toonaangevende bedrijven is technologie in de financiële functie een manier om meer te doen met minder. Uit het onderzoek bleek dat het belangrijkste kenmerk van een financieel automatiseringsplatform het gebruiksgemak is, gevolgd door het vermogen om kostenefficiëntie te stimuleren en nieuwe inzichten uit de gegevens te halen.

De belangrijkste functies voor een financieel automatiseringsplatform



**NR. 1**  
**EENVOUDIG IN**  
**GEBRUIK**



**NR. 2**  
**KOSTEFFICIËNTIE**  
**VERBETEREN**

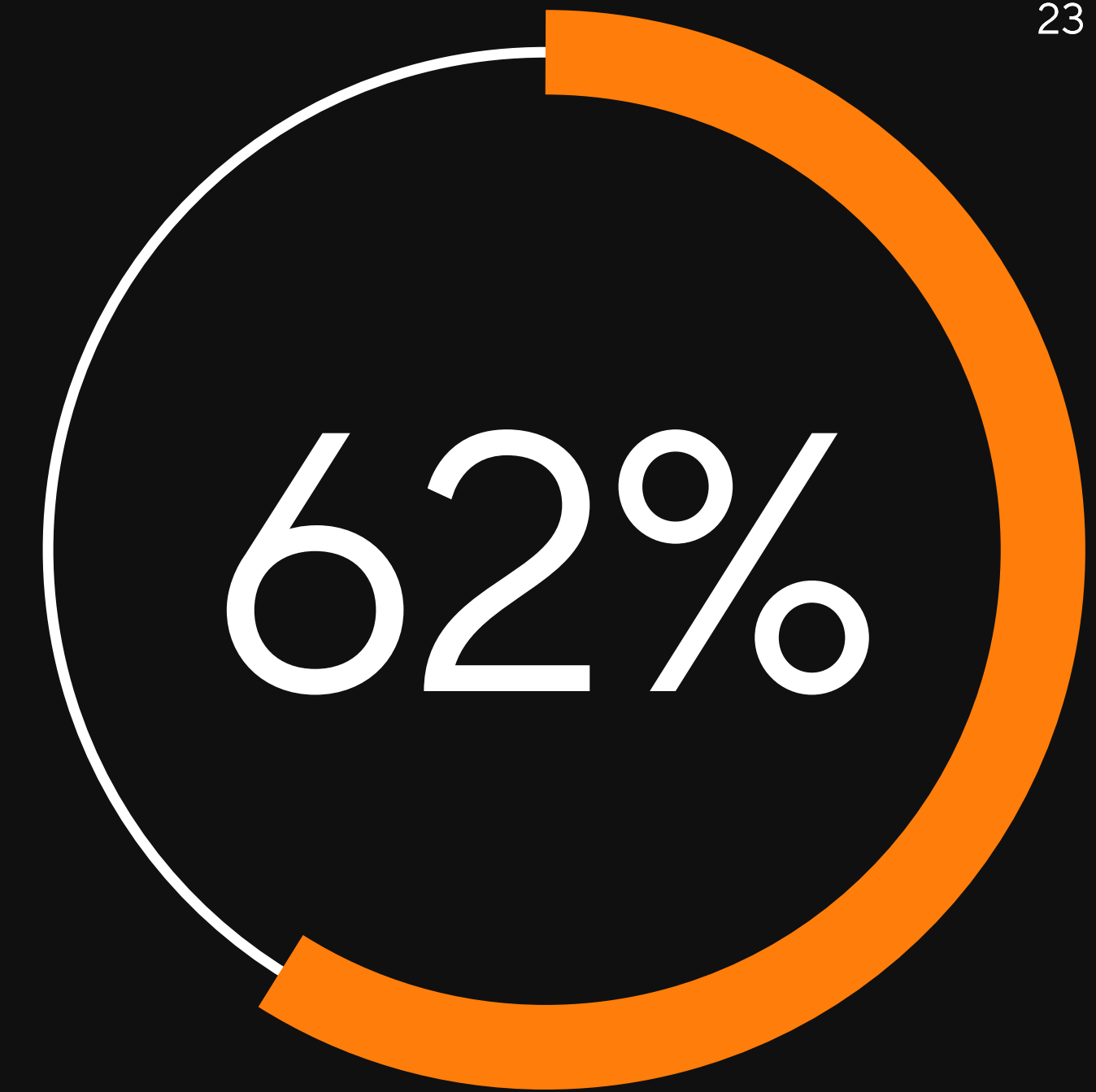


**NR. 3**  
**NIEUWE**  
**INZICHTEN**  
**UIT GEGEVENS**  
**HALEN**

# De rol van automatisering

Automatisering vervangt repetitieve en tijdrovende taken, zodat medewerkers zich kunnen concentreren op groei, operationele efficiëntie, training en ontwikkeling. Allemaal zaken die waarde toevoegen aan het bedrijf.

De meeste bedrijven zijn begonnen met een bedrijfsstrategie voor digitalisering en automatisering. 62% procent van de bedrijven maakt al gebruik van een of andere vorm van financiële automatisering. Voor kleinere bedrijven is automatisering een manier om het personeelsbestand te verkleinen. Voor grote bedrijven gaat het verminderen van het personeelsbestand ook gepaard met de integratie van kunstmatige intelligentie in beheer van de toeleveringsketen om de complexiteit te helpen beheersen die gepaard gaat met de verwerking van grotere hoeveelheden gegevens en analyses die nodig zijn om inzichten te verkrijgen.



62% van de bedrijven gebruikt al financiële automatisering

Het gebruik varieert per bedrijfsgrootte

**KLEINE BEDRIJVEN**  
VERMINDEREN  
PERSONEELSBESTAND



**GROTE BEDRIJVEN**  
VERMINDEREN PERSONEELSBESTAND  
EN VERBETEREN SUPPLY CHAIN-BEHEER



# Automatisering stelt financiële teams in staat om waarde toe te voegen

*'We doen zeker meer voor minder. En ik denk dat onze output als team in termen van transactievolumes de afgelopen 18 maanden waarschijnlijk met 30% is verbeterd. Mijn ambitie is echt dat crediteuren en debiteuren voor 90% geautomatiseerd worden, waardoor de teams meer werk met toegevoegde waarde kunnen doen voor de rest van het bedrijf.'*

Tanbir Jasimuddin, financieel directeur, Vargas Law





# Overgaan op geautomatiseerd uitgavenbeheer

Volgens ons onderzoek beschouwden respondenten het vermogen om meer zichtbaarheid, controle en overzicht over bedrijfsuitgaven te benutten - als een krachtig mechanisme om omzetgroei te stimuleren, risico's te verminderen en de cashflow en kapitaaltoewijzing te optimaliseren.

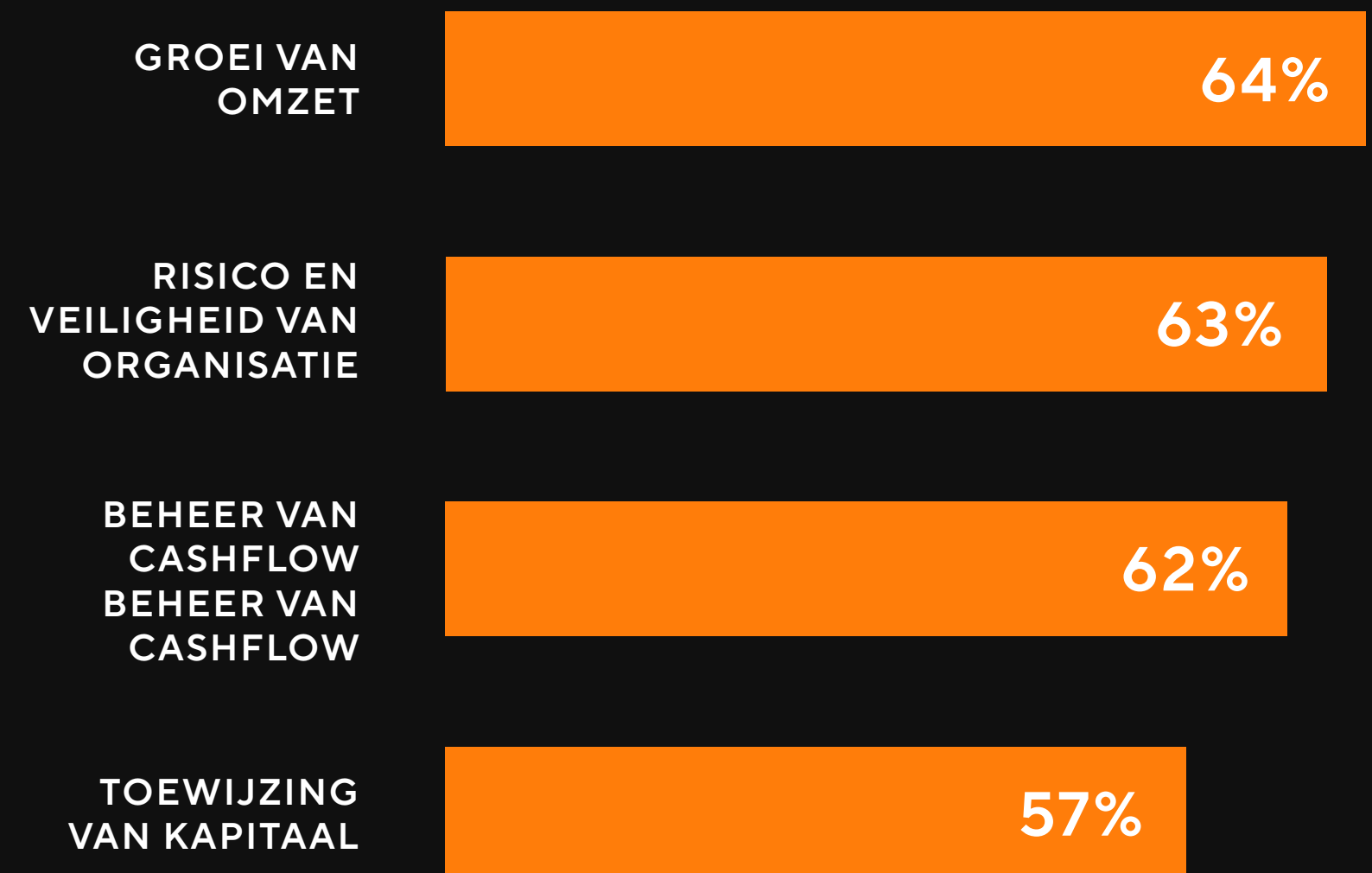
Onkosten- of uitgavenbeheertechnologie is een ontluikend gebied van automatisering dat steeds populairder wordt, een positieve impact creëert en tegemoet komt aan die behoeften voor grote en kleine bedrijven. Het verifiëren en betalen van personeelskosten, zoals het najagen van bonnen en het handmatig controleren van gegevens, is een frequente en vervelende taak die de financiële functie berooft

van tijd die zou kunnen worden besteed aan het beïnvloeden van de strategie. Papierloos werken en administratieve taken automatiseren moderniseert van onkostenprocessen en verbetert de prestaties van het team.

Wat wordt goed beoordeeld door financiële leiders? Smartcards, terwijl slechts 28% van de bedrijven ze had. Minder dan de helft van het percentage voor traditionele creditcards (64%). Maar de bedrijven die ze hadden, beoordeelden ze hoog: beter dan creditcards en betaalkaarten voor zakelijke uitgaven.

Financieel directeuren blijven oplossingen onderzoeken voor meer tijd en betere productiviteit..

Effect van grotere zichtbaarheid, controle, en toezicht op alle uitgaven



**Inzicht:** 64% gelooft dat een beter zicht op en controle over de kosten de omzetgroei zal stimuleren

Tevredenheid over elk gebruiksg gebied

**74%**  
SLIMME KAARTEN  
VOOR BETALING VAN  
ONKOSTEN

**62%**  
CREDITCARDS  
VOOR ZAKELIJKE  
GEBRUIK

# Slimme kaarten leveren beloningen op met meerdere voordelen

*'We zijn een bedrijf waar we internationaal continu in beweging zijn. Vijfennegentig procent van onze omzet hebben we in het buitenland.*

*We maken veel gebruik van Soldo-kaarten op onze zakenreizen, met name in de dagelijkse activiteiten van onze werven, met kaarten toegewezen aan specifieke personen maar ook aan een specifieke kostenplaats.*

*Als de inkoopafdeling of een andere functie ter plaatse iets moet kopen dat de vastgestelde kostenlimiet overschrijdt, kunnen ze de schatkist bellen om hun*

*bestedingslimieten onmiddellijk te verhogen.*

*We zagen de mogelijkheid om (op elk moment) rekeningafschriften te genereren van hogere kwaliteit dan bij creditcards, en we hebben een betere en directe controle over onze kosten en uitgaven.*

*Het adopteren van Soldo-betaalkaarten wordt door iedereen gewaardeerd. De overstap van creditcards was voor ons ook een proces van culturele transformatie.'*

Giovanni Grassi, Bedrijfsfinanciën- en Verzekeringsmanager, Trevi Finanziaria Industriale Spa



# Apart gedeelte: controle in uitgavenbeheer?

We vroegen financieel directeuren of ze van plan waren om werknemers meer flexibiliteit te geven over hoe ze geld uitgeven aan klantenentertainment, reizen en marketing.

De oplossing? In grote lijnen nee. 52% van de bedrijven zei dat ze werknemers minder flexibiliteit zouden geven, terwijl slechts 30% meer flexibiliteit voorstelde. Bedrijven zien meer controle als het mogelijk maken van omzetgroei, het verminderen van het operationele risico, het versterken van de veiligheid en het verbeteren van de kapitaalallocatie, wat niet wordt gerealiseerd door meer onafhankelijkheid.

Dat gezegd hebbende, willen financieel directeuren persoonlijk meer controle over bestedingsvoorkeuren en -patronen, die deels mogelijk worden gemaakt door digitale en geautomatiseerde tools. Gedetailleerdere regels en beleid kunnen verspilling en misbruik verminderen en tegelijkertijd meer inzicht geven in de uitgaven.

GEEN  
VERANDERING

**19%** zei dat er geen verandering zal zijn

MEER  
FLEXIBILITEIT

**30%** suggereerde meer flexibiliteit

MINDER  
FLEXIBILITEIT

**52%** van de bedrijven zei dat ze werknemers minder flexibiliteit zouden geven

Deel 4: De evolutie van  
de financiële functie – van  
formules tot echt zakelijk  
inzicht

# De evolutie van de financiële functie – van formules tot echt zakelijk inzicht

De pandemie stelde de robuustheid van bedrijven op de proef en de financiële functie stond centraal bij deze uitdaging. Financiële teams moeten nu evolueren als antwoord op de nieuwe uitdagingen en hogere verwachtingen van de bedrijven die ze bedienen.

Maar er zijn overeenkomsten tussen deze verschuivingen, en een grote is de veranderende rol van gegevens. Gegevens worden gebruikt om over elk aspect van een bedrijf te rapporteren en worden steeds belangrijker naarmate een bedrijf groeit en complexer wordt.

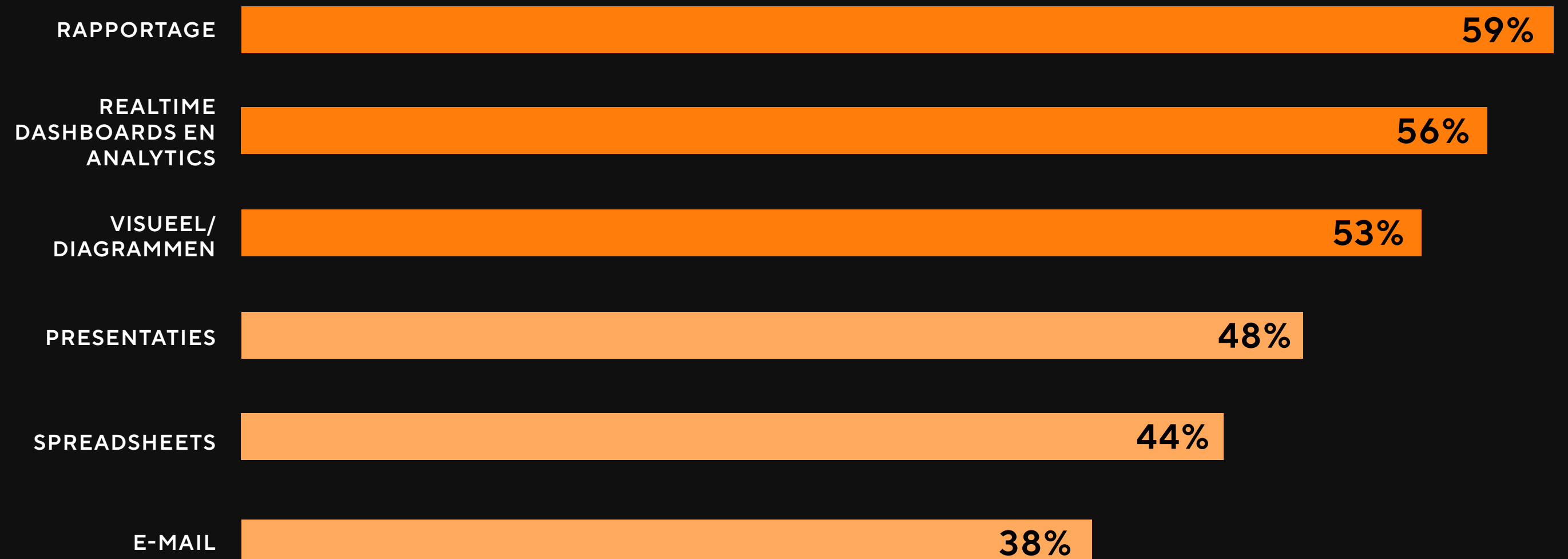
De presentatie van deze gegevens binnen de organisatie evolueert. Grotere bedrijven eisen steeds vaker een verschuiving naar realtime en granulaire analyses. 56% noemt deze als voorkeursformaat bij het nemen van belangrijke beslissingen.



# Win tijd terug en los zakelijke knelpunten op met verrijkte gegevens

Tanbir Jasimuddin, CFO van Vargas, zei dat de implementatie van een realtime verkoop- en financiële dashboard in Teams veel tijdswinst opleverde voor zijn team. Hij sprak over zijn waardering voor het feit dat deze automatisering betekent dat hij *'veel meer tijd kan besteden om ervoor te zorgen dat hij weet wat er gaande is in het bedrijf. De onmiddellijke beschikbaarheid van prestatiestatistieken stelt me in staat om op verschillende manieren naar gegevens te kijken en te begrijpen en te verkennen en een beetje meer diagnostisch te zijn.'*

## Belangrijke voorkeuren in gegevenspresentatie van beslissingnemers



# Sneller en breder plannen

Bedrijven kregen tijdens de pandemie een flinke schok te verduren. Sommige respondenten zeiden dat ze wel een 'worst case'-scenario hadden voorspeld, maar dat de pandemie soms zelfs de ernst van dit geval overschreed of het bedrijf op een onverwachte manier beïnvloedde vanwege de beperkingen op beweging en reizen.

Wat ze hieruit hebben geleerd is daarom dat bedrijven meer aandacht nodig hebben voor een grotere verscheidenheid aan scenarioplanning. Volgens ons onderzoek zei 64% van de organisaties dat ze ervoor kiezen om meer scenario's in te bouwen op basis van marktverstoring in vergelijking met vóór de pandemie. Een focus op financiële planning en analyse – een overkoepelende term voor planning en budgettering.

Geïntegreerde financiële planning, management- en prestatierapportage, en prognoses en modellering zorgen dat het team zich beter aanpast en reageert op bedrijfsomstandigheden, voor klanten, leveranciers en partners.

Bedrijven, vooral die met een grotere omvang en complexiteit, erkennen dat ze meer moeten plannen om te slagen. We ontdekten dat 69% van de bedrijven vaker plannen maakt dan vóór de pandemie. Sommige organisaties stapten over van een jaarlijkse rapportage naar twee keer per jaar, andere zelfs vaker. Weer anderen vulden grotere prognoseprojecten aan met kleinere vergelijkingen met een voortschrijdende prognose. Dit is misschien begonnen tijdens de pandemie, maar de trend blijft.

**69%**

**PLANNEN  
MEER**

**66%**

**KIJKEN VOORUIT  
BIJ RAPPORTAGE**

**64%**

**BOUWEN MEER  
SCENARIO'S**

**61%**

**PLANNEN OVER  
KORTERE TIJD**

# Stimuleer groei door prestaties onder de loep te nemen

---

*'We moeten wat robuuster zijn in de manier waarop we meten wat we doen, om te proberen te isoleren waar de prestaties vandaan komen... We moeten veel regelmatigere voorspellingen doen om die prestaties veel regelmatig bij te houden, en echt proberen te isoleren waar de voordelen vandaan komen.'*

Claire Wain, CFO, Monsoon & Accessorize

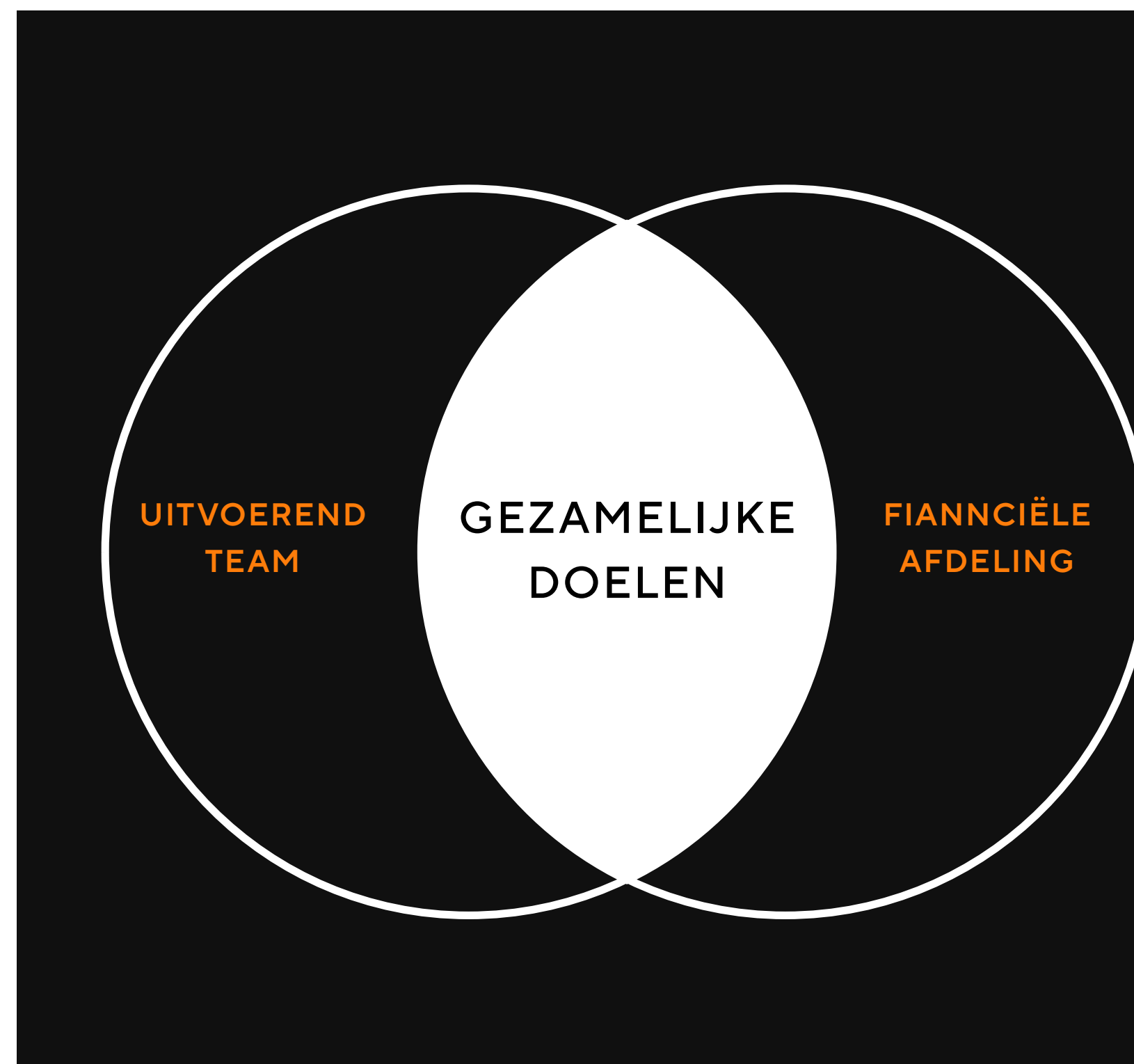




# Van veerkracht naar een breder mandaat

De financiële afdeling liep voorop bij het begrijpen van en reageren op de veranderingen die de pandemie met zich meebracht. Financiële afdelingen hebben een van de grootste transformaties moeten doormaken. Volgens financiële leiders met wie we hebben gesproken, is de financiële afdeling een van de meest adaptieve afdelingen. Deze afdeling speelt een actievere en strategischere rol in het bedrijf en is niet alleen maar ondersteunend.

Financiële managers zeiden dat ze deze verschuiving zagen als een verschuiving die niet zou wegvallen als de crisis voorbij is, maar eerder een permanente transformatie vertegenwoordigt.



**67%** van respondenten was het ermee eens dat de financiële en uitvoerende tak van het bedrijf hetzelfde doel moet hebben

# Keer je af van het verwachte en triomfeer als strategische spelers

*'Gezien de rol die de financiële functie speelde tijdens de piek van de pandemie, konden we onze mensen zekerheid en comfort bieden omdat we bovenop dat soort details zaten. Als wendbare organisatie kunnen we onze begrotingen onmiddellijk aan de realiteit aanpassen en aan hen bevestigen dat er bepaalde trackers zijn. Dat we van plan zijn om te groeien en dat ze zich geen zorgen hoeven te maken of bang moeten zijn om hun baan te verliezen. De volgende belangrijke rol van het financiële team is de adviserende functie. Het financiële team werd niet meer gezien zien als mensen die alleen dingen vastleggen en rapporteren. Onze mensen begonnen zich vaker tot mijn teamleden te wenden voor advies, in plaats van dat alleen ik met de leidinggevenden praatte voor adviesdoeleinden.'*

Aidana Zhakupbekova, VP Finance, Housing Anywhere



# Conclusie

De pandemie heeft de manier veranderd waarop we leven en werken als een samenleving, inclusief hoe we zaken doen. Het is nu duidelijk dat veel van die veranderingen blijvend zullen zijn, waardoor financiële leiders met nieuwe uitdagingen. Financiële leiders zullen zorgvuldig moeten afwegen wat nodig is voor groei op korte termijn groei - het behalen van prestatiedoelen en het opbouwen van een duurzaam bedrijf voor de langere termijn.

Voorzichtigheid is geboden. Net zoals te veel neerslag de ontluikende scheuten kan wegspoelen, zo kan ook overgroei de groene scheuten van herstel in een economische superbloei. In deze nieuwe en kwetsbare zakelijke realiteit zullen bedrijfsstrategieën voor groei en succes afhangen van het team dat de groei stimuleert.

Europese financiële managers in het midden- en kleinbedrijf reageren doortastend op de voortdurende uitdagingen bij het herstel van de pandemie. Dit verslag heeft aangetoond de indrukwekkende vindingrijkheid van leiders die zich aanpassen en hun bedrijven laten bloeien. Naarmate zij verder bekend raken in hun rol als strategische ontwikkelaars van

het bedrijf, is een houding van voortdurende verbetering van vitaal belang. Met dit in gedachten, bieden wij vijf inzichten die uit dit onderzoeksrapport naar voren komen, evenals advies over het inspireren van duurzame groei in 2022 en daarna. Samen helpen deze lessen helpen bedrijven om nog meer potentieel te ontsluiten en hun bedrijven in de toekomst te zien bloeien.

**Dynshaw Italia,**  
**CFO, Soldo**



Zaadjes zaaien:  
vijf tips om je te helpen groei  
te stimuleren

## 1

# Vaker voorspellen is beter voorspellen

## Wat te doen:

Ons onderzoek onderstreept het belang van voorspellen- 69% van de respondenten voorspelt meer tijdens de pandemie. Maar, zoals uit ons kwalitatief onderzoek bleek, is wendbaarheid de sleutel tot risicobeperking. Dus, voor een duidelijker zicht op de toekomst, kiezen bedrijven voor meer dynamische methoden om te compenseren voor snel veranderende economische en politieke omgevingen.



# 2

## Bedrijven moeten zich voorbereiden op succes in onzekere tijden

### Wat eraan te doen:

Zorgen over inflatie en energieprijzen domineren de krantenkoppen. Het einde van de pandemie zal niet het einde zijn van de onzekerheid. Bedrijven moeten ervan uitgaan dat er verstoringen zullen optreden en een wendbare benadering volgen die succes kan zien, ongeacht de externe omgeving.



## 3

# De rol van het financiële team verandert

## Wat u eraan kunt doen:

omarm de kans. Financieel leidinggevenden moeten niet langer verwachten dat ze zich op resultaten concentreren, maar een belangrijke aandrijver van de bedrijfsstrategie zijn. Dit betekent meer toekomstgerichte analyses omarmen en deelnemen aan strategische planningsdiscussies.



## 4

# Automatisering zal een belangrijke aandrijver van waarde zijn

## Wat eraan te doen:

Focus op onderdelen van het bedrijf die groei mogelijk maken en laat die waarde zien aan interne belanghebbenden. Bouw voort op succesvolle technologie-implementaties en laat zien hoe nieuwe ontwikkelingen de omzet per werknemer kunnen verhogen en tegelijkertijd nieuwe inzichten kunnen toevoegen.



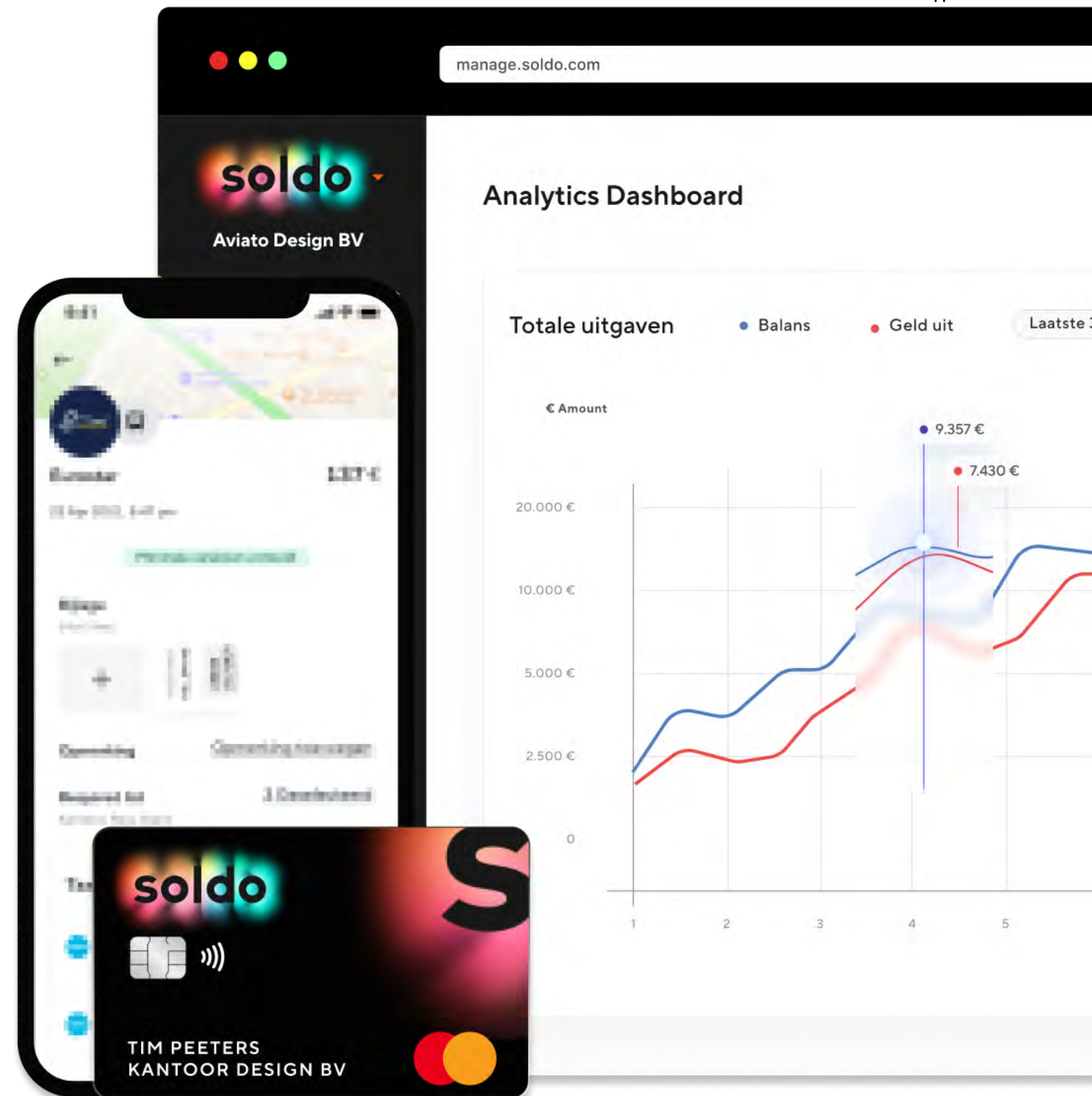


## 5

# Controle zal de sleutel zijn

## Wat u eraan kunt doen:

Accepteer de huidige onzekerheden over hoe werknemers hun geld uitgeven niet. Geautomatiseerde, intelligente tools kunnen het bedrijf toekomstbestendig maken en meer duidelijkheid bieden, zelfs voor bedrijven in een groeitraject.





# Soldo

---

**We zijn hier om u  
te helpen op een  
schitterende manier  
uit te geven**

---

Bij Soldo, zijn we op een missie om een revolutie te ontketenen in zakelijke uitgaven. En ons betalings- en automatiseringsplatform voor uitgavenbeheer wordt vertrouwd door meer dan 26.000 uitblinkende bedrijven.

Van software abonnementen tot online reclame, brandstof tot reizen en onkosten van werknemers - u kunt alle bedrijfsuitgaven beheren met Soldo.

Krijg absolute zichtbaarheid van uitgaven in realtime en volledige controle over budgetten voor iedereen en elk team. En bespaar uren aan financiële administratie, zodat u zich kunt concentreren op de groei van uw bedrijf in 2022 en daarna.

[www.soldo.com](http://www.soldo.com)

**soldo**

[www.soldo.com](http://www.soldo.com)