

Architectenbureau onder de loep

Via het project BouwRadar, dat wordt ondersteund door het Agentschap Innoveren & Ondernemen, krijgen firma's uit de bouwsector de kans om hun bedrijf gratis te laten doorlichten door experts. In die scan komen zowel de strategie, het personeelsbeleid en de rapportering als de juridische en de financiële situatie aan bod. Karel De Mulder van A2D Architecture 2 design nam de proef op de som. Zijn relaas.

Waarom schreef u zich in voor de doorlichting?

Karel De Mulder: "Elke tien jaar lichten wij ons kantoor kritisch door. In 2006 lieten we ons daarvoor bijstaan door kennissen uit de adviessector. In 2016 namen we een personal coach onder de arm die samen met de vier managers de oefening maakte. Dat waren telkens erg nuttige stappen, op basis waarvan we onder meer onze missie en visie hebben geherformuleerd en de managementtaken van de vennoten beter hebben omschreven. Ook de naam van het kantoor, die oorspronkelijk verwees naar de twee oprichters, hebben we een nieuwe invulling gegeven. Met de baseline *Architecture 2 design* wilden we het merk sterker in de verf zetten en loskoppelen van individuele personen. Toen in de loop van dit jaar het project Bouwradar werd voorgesteld, was ik meteen geïnteresseerd. Het initiatief bood ons de gelegenheid om een extra, derde kijk op ons bureau te krijgen. Ik wou ook graag peilen of we nog meer checks moesten inbouwen om de vaart van ons schip te controleren."

Hoe verliep het traject?

Karel De Mulder: "Op basis van onze laatste jaarrekening en balans heeft Deloitte Fiduciaire eerst een vrij grondige financiële analyse gemaakt. Die was positief, op enkele zaken na die we al wisten. Zo beschikten we volgens de analyse over te weinig eigen vermogen, iets dat de consultants meteen relativeerden. Hun methodiek is immers gebaseerd op bouwbedrijven, die heel veel middelen reserveren voor het materiaal en materieel dat zij inzetten. Bij ons daarentegen wegen de uurlonen veel zwaarder door. Die zijn in ons geval goed voor net geen 85% van de totale werkingkost. Dat alles werd besproken in een eerste workshop van twee uur, onder begeleiding van de medewerkers van Deloitte."

"Als volgende stap kregen we de vraag of we een SWOT-analyse wilden maken, een inventaris van de sterke en zwakke punten, kansen en bedreigingen van/voor onze firma. Omdat we het voorbereidend werk daarvoor in 2006 en 2016 al hadden verricht en doordat wij wisten op welke manier wij zo snel mogelijk rendement konden halen uit een dergelijke analyse, hebben we die vraag snel kunnen invullen."

"Afsluitend was er een workshop van 4 uur bij ons op kantoor, waar een medewerker van Deloitte op basis van onze input en van zijn grondige voorbereiding, kennis en inzicht ons een reeks aanbevelingen formuleerde. Die sneden wel degelijk hout. We waren in die mate

overtuigd dat we hem vroegen wat het ons zou kosten als we dieper op een van die aspecten zouden ingaan en daarbij begeleiding nodig zouden hebben.”

Kunt u iets meer vertellen over die aanbevelingen?

Karel De Mulder: “Een interessante topic was hoe we ons werkveld konden verbreden en welke strategische stappen daarvoor nodig waren. Tot 2020 verwachtten de specialisten van Deloitte voor de bouw een gemiddelde jaarlijkse groei van 3 tot 4%. Maar die groei is ongelijkmatig verdeeld. Terwijl de ene deelsector groeit, zie je in de andere een krimp. Aan de hand van die gegevens gaven ze ons mee op welke deelsectoren we ons het best kunnen focussen om onze eigen groeiplannen te realiseren. Dat alles werd stevig onderbouwd met cijfers, wat uiteraard veel betrouwbaarder is dan wanneer je louter op je buikgevoel afgaat. Daarbij hielden ze rekening met mogelijke bedreigingen zoals lagere subsidies, wijzigingen in de btw-tarieven, strengere E-peilen, de verplichte dakisolatie, de betonstop, demografische tendensen en de evolutie van de huurmarkt.”

“Een heel concrete aanbeveling luidde bijvoorbeeld dat we opnieuw contact moesten leggen met belangrijke structurele klanten die al een tijd uit het beeld waren verdwenen. Ook een nog sterkere aanwezigheid op sociale media stond hoog op het lijstje. De laatste tijd hadden we ons daarop al meer toegelegd met onder andere een vernieuwde webstek, een Facebookpagina, Instagram en een aanwezigheid op Pinterest, maar de Bouwradaranalyse heeft ons zeker gesterkt in de overtuiging dat we er nog meer aandacht aan moeten besteden.”

De scan loont dus de moeite voor architectenbureaus?

Karel De Mulder: “Vast en zeker. Er wordt geen praat voor de vaak geproduceerd, maar je krijgt doelgerichte aanbevelingen. Sommige zijn van meer algemene aard, wat begrijpelijk is gezien de korte begeleidingsperiode. Maar evengoed serveren de experts je een aantal gedetailleerde en op maat van je bedrijf toegesneden adviezen. Wij waren het derde architectenbureau dat zich heeft ingeschreven, en de twee andere bureaus waren kleiner en hadden een ander profiel. Omdat de experts zich aanvankelijk vooral toespitsten op bouwbedrijven, was het voor hen soms even aftasten welke consequenties onze specificiteit als architectenbureau inhield. Op het einde van ons traject waren de experts parallel bezig met dezelfde oefening bij een ander architectenbureau dat sterk vergelijkbaar was met ons. We voelden toen meteen dat de mensen van Deloitte op een nog vlottere manier met onze wat aparte karakteristieken omsprongen. Vandaag ligt de kwaliteit van hun ondersteuning dus ongetwijfeld nog hoger dan in ons traject, terwijl dat al erg overtuigend was. Ik ben er dan ook van overtuigd dat architectenbureaus veel baat kunnen hebben bij de scan.”