第一图书网, tushu007.com

<<创建你自己的会计师事务所>>

图书基本信息

书名：<<创建你自己的会计师事务所>>

13位ISBN编号：9787800739613

10位ISBN编号：7800739619

出版时间：2003-11-01

出版时间：中信出版社

作者：杰克·福克斯

译者：程悦

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

在本书中，一流的专家亲自为你提供实际指导，教你如何创建自己的会计师事务所，如何应对日常的具体事务，并为持续不断地获得成功打下基础。
本书还清楚地告诉你如何设计可行的企业计划，如何租赁办公室并进行布置，同时还告诉你一些诀窍帮你寻找客户，以及制定收费结构。
书中提供的行动计划等一系列成功的要点对新成立的企业搞好初期经营以及企业顺利扩张十分关键，不愧为一本畅销20年的著名指南。

作者简介

作者：(美国)杰克·福克斯 译者：程悦杰克·福克斯是美国会计同业会的创始人及执行董事。
这是会计业惟一的一个以互联网为基础的会员组织，帮助会计师同计算机分销商、整合者、计算机硬件制造商、会计软件出版商等建立广泛的战略同盟。
在过去20年中，他协助了很多会计和咨询人员成功地创建了属于他们自己的事务所，并且出版了许多著作，如《个体经营者会计和簿记轻松之路》等。

书籍目录

第1章 21世纪会计师事务所如何取得成功第2章 确定会计师事务所的组织形式第3章 选择办公场所第4章 会计办公室后勤学第5章 指引你前进的方向：企业计划第6章 利基市场资源第7章 会计软件第8章 制定市场营销计划第9章 寻找就有生意第10章 职业会计师的销售技能第11章 客户的个性类型第12章 根据个性类型进行销售第13章 进行有效的销售拜访第14章 事务所的基本服务第15章 咨询、合作与网络第16章 定价、现金流量、业务发展和管理词汇表

章节摘录

书摘　那么在目标并不确定的时候，如何能够做出明智的自我选择呢?在这种情况下，什么将决定企业家职能的发挥呢?会计师在决定是否建立会计师事务所时都不可避免地面对这种进退两难的境地。
　解决方法之一是你可以将自我选择过程看做是企业家的个性特征是否适应会讲师事务所所面临的需求和压力的问题。
另外，一些你无法控制的复杂因素，如事务所所处的环境、政治法规形势，甚至一些偶发事件等，毫无疑问都会影响新建会计师事务所的发展。
在这些现实情况下，正确评价和管理你所能够控制的事情就显得愈发重要．尤其是正确评价企业家个性特征与职能要求之间是否相互适应。
　现在，开设一家会计师事务所相对来说是很容易的，但要规划事务所的前景、确定其特定的市场定位却很不简单。
成立了自己的会计师事务所后，会计师就从个体从业者转变成为大型复杂事务所的负责人。
注意，我们并没有贬低小事务所经营者的意思。
他们也能够赚钱获得成功，但必须适应当前的形势和环境。
小事务所经营者必须意识到不断的变革发展对事务所的生存至关重要。
当街角的杂货店不得不发展为超级市场时，另一些企业家已经将超市模式转成了小型风味美食商店，并且蓬勃发展起来。
汽车经销商提高竞争力的办法是经销各种品牌的汽车，依靠经销权的联合产生规模经济。
会计行业也是如此。
　小型的税务及会计业务面临着前所未有的竞争压力，并且这种压力在全国性大兼并者将来加强对市场控制的情况下还会不断增长。
小型事务所已经受到了诸如美国运通公司(AmericanExpress)、世纪商业服务(CenturyBusinessService)、H&R布洛克(H&RBlock)以及其他企业的威胁。
这些大型企业将很快成为税收和会计行业的巨头，并由共同构筑市场份额转化成为瓜分市场份额。
小型事务所在争取新顾客、留住老客户的过程中，可能会面临激烈的竞争——复杂的市场营销活动、深口袋招聘计划和残酷的价格战。
这与五大会计师事务所在争夺《财富》排名前1000位的客户时进行的竞争相类似。
　会计企业家的教育背景和经历大相径庭。
总体上讲，美国的会计师事务所与其他公司相比规模较小。
许多会计师都担心行业末日即将到来。
为了消除这种恐惧心理，让我们来分析一下会计行业。
在分析时，我们把五大会计师事务所排除在外。
它们占据了《财富》排名前1 000位的公司所构成的市场，国有及地方经营的税收和会计业务所处理的小型客户(MainStreetclients)与之相差甚远。
据官方估计，会计行业的总收入约为720亿美元，而其中五大事务所就占了240亿美元。
　余下的480亿美元收入是小型税务及会计师事务所创造的。
在美国注册会计师协会(AICPA)注册的成员共有332000名，如果以此来代表整个会计界，那么我们可以假定在会计市场上从业的注册会计师约有390000名，分别在46 500家事务所任职。
另有数十万的非注册会计师、咨询人员、会计软件专家、会计师增值转销商(value-addedreseller，VAR)及准会计师在众多事务所中从业。
　在这46500家事务所中，聘用的注册会计师不到10人的会计师事务所约有15000家。
这些事务所的规模太小了，根本不能引起兼并者的注意和兴趣。
在剩余的1 500家中，聘用了10—24名注册会计师的会计师事务所有1 200家。
对于兼并者来说，要兼并这1 200家事务所无疑将极其耗时，且较之最终能取得的收入而言代价太高，没有什么意义。
而拥有25名以上注册会计师的事务所仅有300家，他们总共聘用了16000名注册会计师。

如果客户每年平均支付给每个注册会计师的报酬是150000美元，那么这300家事务所的总收入只有24亿美元，仅占小型事务所市场份额的5%。
即使兼并者耗巨资获得了所有这些拥有10—24名注册会计师的1 200家事务所(这显然是不太可能的)，他们最终也仅能获得50亿美元，占注册会计师市场的份额也不足11%。
　如果兼并者想成为拥有雄厚资金的集团，他们需要从税务和会计服务之外的其他业务中取得收入，如开展金融和保险服务、工薪和福利管理、技术和系统咨询等业务。
兼并者重新界定了注册会计师服务范围，相应也就扩大了会计市场。
　小型合伙事务所　小型合伙事务所经常给年轻会计师提供独立工作以及与同行联合的机会。
合伙事务所给予了职业人员扩展会计专业技能的机会，这是个体经营者不敢奢求的。
例如，两个合伙人在专业上可以有不同的分工：一个负责税务方面的业务，另一个则负责为客户提供咨询服务。
合伙事务所的发展潜力也较大。
很显然，独资事务所的发展常会受到规模的限制，但合伙事务所的扩张却几乎不受任何限制。
目前的许多大型会计师事务所都是从两三个人的合伙事务所发展来的。
　当然，建立合伙事务所有时也是很困难的。
有意加入合伙事务所的会计师在做出决定愿意“在同一屋檐下”之前，应对他们的未来合伙者做充分的调查和了解。
千万不能在合伙事务所建立起来之后，才发现彼此之间无法相处。
需要注意的是，职业准则不允许注册会计师和非注册会计师之间建立合伙关系。
确保合伙事务所获得成功，一个最好的方法是先个体经营获取经验，不断发展业务，然后再与其他个体会计师事务所合并。
请记住，个体经营者的身份与合伙制并不是完全相互排斥的。
(见图表2．2)　处理异议　在客户或潜在客户提出反对意见时，你不必畏缩。
那些富有销售经验的人会告诉你：异议在销售过程中是很重要的。
不提出任何异议的人很少会购买。
相反，他会走开。
异议给你一个机会，让你解释你的服务与其他会计服务的不同之处。
预先想像一下可能出现的异议，把可能出现的异议和你的答案列一个清单，留做自己用，这样做会对你大有帮助。
　达成销售　没有成功的收尾工作就不会有成功的销售。
销售的达成就是你向对方提出购买请求而潜在客户说“好，我同意了”的那一刻。
一位会计师事务所的管理合伙人曾经提起一件有趣的事。
这件事与事务所的一位客户有关。
这位客户在参加了该家事务所举办的研讨班三个月后，问道，为什么事务所还没有安排为他安装新会计系统的时间。
会计人员答道：“我不知道你需要它。
”客户则回答说：“我等你提出这个问题已经等了三个月了！”提出订购请求通常对你有利。
　热爱你的产品和服务　　如果你在做销售产品和服务的生意，那么你必须热爱而且相信你的产品和服务。
当你在所选的基市场上销售会计服务、软件、咨询或其他服务时，尤其如此。
如果你自己都不相信你事务所的产品和服务能使客户的经营更轻松、盈利能力更强，那么你就很难说服你的客户，让他相信你的产品和服务。
此外，在你“推出”一项产品或服务时，如果自己没有足够的信心，你将面临一些内在的压力。
　使你的销售目标数量化　1．年度销售额(收入)目标是多少？　2．在会计师事务所中，还有谁清楚这个销售目标？　3．如果事务所的每一个成员都清楚这个目标，结果会如何？　4．为了实现目标，每一个人能做什么贡献？　记录分数的真相　凡是在进行评估的活动往往都能完成目标——但这只是暂时性的。

过去，业绩图起到记分板的作用，让员工觉得管理人员正在监督他们，感觉就像一个“管理布告”。
但是，新财务资讯共享管理方式没有业绩图这种记分板，因此就可能采取实际销售额或利润之外的指标作为重要的描述性数字。
在评估业绩时，可以采用衡量客户满意度的指数，也可以将事务所的实际业绩同预测值进行比较。
这就传递给员工一个信息：记分板能够展示出事务所的经营结果，因此也能显示出他们的工作安定性、奖金多少和机会大小。
新、老记分制度的另一个重要区别是：现在员工要参与到目标设定、记分板设计的过程中，并且还要计算出在他们成功时应得到的酬劳或奖金金额。
最重要的是，新的记分制度是动态的。
目标和计量标准都可以改变。
员工学会用新的思维方式进行思考，并且开始提出一些过去只有事务所的业主才会关心的问题。
所实行的记分制度有助于人们关注销售数字，实现事务所目标。
记分板强制形成了一定的责任标准，这是小事务所中常常缺少的东西。
而记分过程的真正价值体现在长期。
人们懂得了不仅要盯着有关数字，而且还要承担相应的责任。
雇员们将记分过程应用到年复一年的会计业务之中。
总之，记分板的作用只不过是鼓励人们采取适当的管理策略，例如目标设定、预算、业绩管理，以及相互之间的责任约束等等。
记分板增强了雇员的理解力，他们明白了怎样能改变这些数字，以及在这个过程中他们需要做哪些事情。
销售过程　以下是销售过程的10个步骤：
1. 制造机会。
2. 约见潜在客户。
3. 计划如何进行销售拜访。
4. 培养潜在客户对事务所的信任感。
5. 确定潜在客户关注的问题。
6. 针对客户关注的问题，提出解决方案。
7. 克服反对意见。
8. 使定价合理化(形成价值的认知感)。
9. 与客户签约。
10. 维持客户关系。
……

媒体关注与评论

译者序今天，许许多多的人心中都蕴藏着一份创业的冲动，怀有一种充分实现自我价值的渴求。
自然，作为会计人员，不少人也憧憬能够成为会计企业家，创建一个属于自己的会计师事务所。
今日中国，市场经济的大潮为会计人员创业提供了绝好的机会。
这些年来，企业，尤其是中小型企业的数量迅猛增长，它们对会计服务的需求也随之急剧增加。
可以说，这是一个可以让会计人员大有作为的具有无限潜力的市场。
　但是，真正到了实际创业时，一连串的具体问题就会缠绕着你，事务所采用何种组织形式，如何选择办公场所，如何布置办公室，如何制定科学的企业计划和营销计划，如何寻找潜在客户，如何提高你的销售技能，如何根据客户的个性类型进行销售，如何定价，等等，真是头绪繁杂，让你不知该从何处着手!本书正是基于会计人员创业时所面临的种种问题，为你提供系统的、详细的、科学的、实用的指导。
本书作者，杰克·福克斯，曾修过会计学和市场营销学两门专业，是一位著名的作家和咨询人员，曾协助一些会计和咨询人员成功地创建了自己的事务所。
　本书由程悦负责组织翻译。
翻译工作的安排为：前言、第1章、第2章、第3章、第4章、第5章、第6章由程悦、李柏翻译，第7章、第8章、第9章由侯青川、郭静翻译，第10章、第11章由王瑶、程悦翻译，第12章、第13章由程悦、王葫翻译，第14章、第15章、第16章由侯青川、冯欣荣翻译，词汇表由程悦、郭静、贺明明翻译。
全书最后由程悦负责终审定稿。
　本书涉及到市场营销、计算机、心理学、管理学、会计学、审计学等多个学科，知识面非常广，为翻译工作带来了一定的困难。
译者本着认真负责的态度，对翻译过程中出现的问题反复推敲和讨论，并向计算机和营销学等方面的专业人士请教，尽量使译文准确、流畅。
尽管如此，由于译者水平有限，译文中难免存在一些错误和疏漏，恳请广大读者提出宝贵的建议。
　在本书的翻译、出版过程中，许多人以各种形式为本书的翻译提供了大力的帮助。
其中，有王萍、窦瑞金、郑德斌、程文科、夏庆云和中信出版社的有关工作人员等。
在此，译者向他们表示衷心的感谢。
程 悦　　2003年9月9日

编辑推荐

本书涉及到市场营销、计算机、心理学、管理学、会计学、审计学等多个学科，知识面非常广。
本书基于会计人员创业时所面临的种种问题，为你提供系统的、详细的、科学的、实用的指导。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com