

Adviesvak als hoeksteen van de samenleving

Het adviesvak is de hoeksteen van de samenleving. In tegenstelling tot banken, verzekeraars en accountants beschikken adviseurs wel over de middelen om de crisis een halt toe te roepen. En samen kunnen we ervoor zorgen dat het adviesvak het meest gewaardeerde beroep ter wereld wordt. Dit was de boodschap van een viertal Ambassadeurs van het New Financial Forum op de vijftiende editie van het PFP Forum.

Het New Financial Forum kreeg op het PFP Forum alle ruimte om zich te presenteren. Het New Financial Forum is opgericht in 2011 en wil de positieve krachten in de financiële sector bundelen en zichtbaarder maken. Dit door kennis en inspiratie te delen en gezamenlijk te bouwen aan een nieuwe duurzame financiële wereld. Het Forum biedt onder meer een interactieve portal, een inspirerend magazine met veel aandacht voor nieuwe, duurzame

initiatieven en visies van de Ambassadeurs zelf en tal van inhoudelijke netwerkbijeenkomsten. Op 20 september 2013 vindt bijvoorbeeld de derde New Financial Day plaats in Heusden. Dan openen de inwoners van het Brabantse vestingstadje voor het derde achtereenvolgende jaar belangeloos hun deuren voor iedereen die de financiële sector en de klant een warm hart toedraagt. Het zal de laatste editie in Heusden zijn en het belooft een hele bijzondere te worden, waar de Ambassadeurs natuurlijk niet mogen ontbreken.

Op het PFP Forum gaven Ambassadeurs Ron Bavelaar, Maurice van den Hemel (All-Insure), Jeroen Looman (FlexFront) en Jelle Bartels (FP Advance) namens het New Financial Forum een workshop. Niet het hoe en wat stond daarbij centraal, maar vooral het waarom. Waarom oefen je het vak van financieel dienstverlener uit en waarom wil je een steentje bijdragen aan een betere financiële wereld?

VANUIT JE HART

Ron Bavelaar verkocht vijf jaar geleden zijn reclamebureau en nam zich voor alleen nog functies te aanvaarden met een maatschappelijke relevantie. Hij liet zich verleiden door de Hypotheekshop, die hem alle ruimte gaf voor zijn missie: duurzaam hypotheekadvies, dat consumenten behoedt voor financiële missers. "Het viel me direct op dat de financiële sector wat dit betreft nog een onontgonnen Luilekkerland was. Het verbaasde me dat zo'n belangrijke sector zo weinig klantgericht was. Ik heb



Ron Bavelaar:
"Execution only is absurd."

altijd geleerd dat de klant in de eerste plaats dient te komen, dan de medewerkers en dat de winst dan vanzelf komt. In de financiële sector stond de winst echter voorop.”

Bavelaar pleitte direct voor volledige belonings-transparantie en een provisieverbod. “Wie direct wordt beloond, zal aan de klant heel duidelijk moeten maken wat hij voor de klant doet. In het verleden ontvingen veel adviseurs doorlooprovisie zonder al te veel aan nazorg te doen. Nu dienen alle adviseurs te beschikken over een professioneel nazorgprogramma en dat is winst voor de klant. Ook heb ik nooit begrepen waarom adviseurs geen garantie op hun adviezen hebben durven geven.”

“Adviseurs beschikken over gedegen vakkennis. Daar is niets mis mee. We zullen echter beter moeten leren luisteren naar het stemmetje van ons hart.

// Luister naar je hart. Een advies dat voldoet aan alle protocollen hoeft niet in het belang van de klant te zijn //

Dat stemmetje zegt heel vaak wat je wel of niet moet adviseren. Ook al voldoe je aan alle protocollen, dan nog kan zo'n advies niet in het belang van de klant zijn. Luister meer naar je hart en gebruik je gezond verstand.”

Volgens Bavelaar is nazorg bij hypotheekadviezen cruciaal. “Je moet zorgen dat je minstens één keer in de twee jaar met de klant aan tafel zit. Vraag dan ook of het advies heeft gebracht wat was beoogd, of de maandlasten gedragen kunnen worden, of er veranderingen te verwachten zijn binnen het gezin of op het werk en of iedereen nog gezond is. Bevestig de klant ook in zijn keuze. Mensen vinden het ook heel plezierig om van de tandarts te horen dat ze geen gaatjes hebben en willen voor die informatie ook graag betalen.

“Dit persoonlijk contact is de grote meerwaarde ten opzichte van banken en verzekeraars. Bij hen staat het klantbelang niet centraal. Zij zetten hun ict-systemen alleen maar in om defaults te voorkomen. Een adviseur is er echter altijd voor de klant,



Maurice van den Hemel:
“Adviseurs hebben de sleutel in handen.”

in voor- en tegenspoed. Sterker nog, hij heeft de morele plicht om het belang van zijn klanten te dienen, ook als er zaken onverhoopt mis gaan. Dan herstel je de fouten en dan vraag je daar natuurlijk geen geld voor.”

Ook waarschuwde Bavelaar voor execution only. “Haal een streep door execution only bij complexe producten. Dit is slecht voor de klant en slecht voor de financiële sector als geheel. Slechts een hele kleine groep consumenten beschikt over de kennis en het overzicht om zelf complexe financiële producten aan te schaffen. We hebben in het verleden al zoveel ellende op onze hals gehaald. Je kunt er op wachten dat consumenten met execution only brokken gaan maken, met alle gevolgen voor de klant én de sector van dien. Waarom laten we dit als sector toe?”



Jeroen Looman:

“Stof het oude begrip ‘dienstverlening’ eens af.”

OPLOSSING VOOR DE CRISIS

Adviseur Maurice van den Hemel (All-Insure):
“Volgens het Nibud komt 45 procent van de Nederlandse huishoudens niet rond. Zo’n 3,5 miljoen mensen hebben iedere maand moeite om de huur, de hypotheek of de boodschappen te betalen. Vier op de vijf werkgevers wordt geconfronteerd met de financiële problemen van hun werknemers. Dat is crisis. En dat maakt mij heel boos. Waarom? Iedereen zegt het klantbelang centraal te stellen, maar dat is niet zo. Zowel banken, verzekeraars, accountants en ook veel adviseurs stellen nog altijd het eigenbelang centraal, terwijl steeds meer mensen met geldproblemen te maken krijgen. Als adviseurs hun vak echter goed uitoefenen, dan hebben ze het mooiste vak ter wereld. Wij kennen de klant als geen ander, kunnen doorvragen waar nodig en

kunnen hen behoeden voor financiële rampspoed. Financieel adviseurs hebben de sleutel in handen om de crisis te bezweren.”

Aan de hand van drie willekeurige praktijkvoorbeelden liet Van den Hemel zien hoe belangrijk het vak van adviseur is. Als eerste de succesvolle ondernemer, die adviezen krijgt van zijn accountant, fiscalist, private banker, notaris. “Waarom komt zo iemand bij mij? Omdat hij het overzicht mist en niet meer weet welk advies hij moet volgen. Al die adviseurs strooien met hun kennis, maar niemand denkt echt vanuit de klant. Door goed te luisteren en de juiste vragen te stellen, is zijn eigen visie weer centraal komen te staan en hebben we ook bereikt dat er een betere balans tussen werk en privé is gekomen.”

Als tweede voorbeeld noemde Van den Hemel de startende ondernemer. “Een echtpaar begint in 2011 een restaurant en is erg succesvol. Hun accountant raadt hen aan nog vijf jaar zo door te gaan, dan zijn

// Als adviseurs hun vak goed uitoefenen, hebben ze het mooiste vak ter wereld //

alle leningen afbetaald. Toch komen ze bij mij om advies. En wat blijkt? Ze werken zestien uur per dag en kunnen dit geen vijf jaar volhouden. Samen stellen we de doelen bij, zodat ze minder uren hoeven te werken en ook over minder inkomsten beschikken. Een prima advies.”

Het derde voorbeeld ging over “het gezin dat toch niet ging verhuizen”. “Een gezin heeft een droom om samen met vrienden een twee-onder-één-kapwoning te kopen. Ze hebben van de Rabobank al groen licht voor de hypotheek gekregen. Toch komen ze ook nog even bij ons langs. Bij een kopje koffie blijkt al gauw dat ze ook een kindwens hebben en dat de vrouw dan minder wil gaan werken en dat de man ook wel graag een papadag wil inbouwen. Ik maak hen duidelijk dat ze zullen moeten kiezen: óf het huis óf het kind. Ze kiezen voor het kind en zien van de woning af. Inmiddels is het kind er en zijn ze nog altijd laaiend enthousiast over het advies. Dit soort mensen zijn mijn beste ambassadeurs.”

AFSTOFFEN

Ook Jeroen Looman van FlexFront onderstreepte het maatschappelijk belang van de onafhankelijk adviseur, ook al zal de adviseur wel moeten blijven innoveren. Looman vertelde dat hijzelf zoon is van een adviseur en dat zijn vader, inmiddels 72 jaar, nog altijd zijn vak met plezier uitoefent. “Hij heeft altijd zijn klanten centraal gesteld. In die zin is mijn vader altijd een trusted advisor geweest.”

De wereld is echter veranderd. Als voorbeeld noemde Looman het reisbureau. “Ik vond het vroeger een vreselijk concept. Je ging naar binnen, werd te woord gestaan door een mevrouw die niet naar je luisterde en je een paar dikke brochures mee naar huis gaf. Thuis bestudeerde je urenlang die brochures en als je uiteindelijk je keuze had gemaakt, bleek op het reisbureau dat die reis was volgeboekt en moest je ter plekke een alternatief uitzoeken. Later hebben ze al die folders op internet gezet. Het middel veranderde, maar het proces bleef volledig in tact. Maar toen stonden mensen op die alles van een bepaalde regio afwisten, passie hadden voor die



Jelle Bartels:

“Wie niet innoveert, gaat dood.”

regio, en ook allerlei diensten in dat gebied gingen aanbieden. Dergelijke specialisten hielden van hun vak en reageerden ook snel en adequaat op de vragen van consumenten en konden een maatwerkadvies bieden, afgestemd op de middelen van de klant. Kortom, deze specialisten stofften het oude begrip dienstverlening af.”

“Het adviesvak is en blijft een prachtig vak waar we trots op mogen zijn. Wie gek is op zijn vak en op de klant en zijn talenten ook durft in te zetten, is altijd in staat om op veranderingen in te spelen en te innoveren en het klantbelang te dienen.” Volgens Looman dienen adviseurs dan ook zoveel mogelijk met hun eigenlijke adviesvak bezig te zijn en andere zaken uit te besteden.

NOODZAAK

“Als je precies blijft doen zoals je het altijd hebt gedaan, besta je binnenkort niet meer”, was de krachtige openingszin van Jelle Bartels (FP Advance). “Een business model is net zo lang houdbaar als een financieel plan: zodra er iets verandert dient het te worden aangepast. Veel adviseurs maken zich nu zorgen of de klant hen nog wel wil betalen. Natuurlijk wil de klant dat, zolang je maar relevant voor hem bent. Alles verandert, elke beroepsgroep dient zich aan te passen aan de nieuwe tijd, dat is altijd zo geweest en zal altijd zo blijven.”

“In de Verenigde Staten bestaan nu sites als The WealthTrace Retirement Planner. Daar kun je voor 97 dollar per jaar een financieel planningsadvies krijgen en natuurlijk roepen ze daarbij dat je hiermee 2.000 euro aan advieskosten bespaart. Maar bij al dit soort internetconcepten staat de software centraal en niet de wensen, dromen en vraagtekens van de klant. Je zult als adviseur – en als planner – je toegevoegde waarde duidelijk moeten maken. Ik geloof er in dat de financieel planner de hoeksteen van de samenleving is. Ik geloof er in dat dit het meest gewaardeerde beroep ter wereld kan worden. Maar dan moeten we er wel voor willen gaan.”

Aan de hand van het business model canvas liet Bartels zien hoe je een dynamisch business model kunt creëren. “Wees visueel, geef geen oordelen, denk niet in beperkingen, bouw door op ideeën, één onderwerp tegelijkertijd en focus je op dat onderwerp en onthoud: het gaat om progressie, niet om perfectie. En vergeet niet: uiteindelijk bepaalt de klant of hij je business model waardeert of niet.” ■