

Uit de praktijk van een financieel planner

Laurens en Sophie

Omdat we zien dat veel collega's in de financiële dienstverlening met dezelfde vragen worstelen waar ook wij de afgelopen jaren tegenaan zijn gelopen, willen we graag aan de hand van praktijkcasussen inzicht geven hoe wij onze adviespraktijk hebben ingericht. Niet de financieel inhoudelijke kant maar het adviesproces en het klantcontact staan in deze casussen centraal. Wellicht kunnen onze ervaringen andere financiële dienstverleners richting en inzichten geven die kunnen helpen bij het inrichten van een adviespraktijk waarin het klantbelang voorop staat en die de adviseur weer voldoening geeft.

Enige tijd geleden namen Laurens en Sophie contact met mij op voor het maken van een afspraak. Wij hebben ervoor gekozen om de afspraken bij ons op kantoor te laten plaatsvinden, zodat de gesprekken plaatsvinden bij zo optimaal mogelijke omstandigheden. Zo kan het enigszins storend werken wanneer er tijdens het gesprek een bronstige poedel rare bewegingen tegen je scheenbeen gaat staan maken, een risico dat wij bij ons op kantoor niet snel lopen. Voor het gesprek zorg ik er onder andere voor dat zowel mijn vaste als mobiele telefoon op 'niet storen' staat. Omdat wij beschikken over een gecombineerde werk/sprekkamer zet ik mijn beeldscherm uit want hoe leuk ik mijn zoon met de fietsenstalling tussen zijn tanden ook vind, het gaat niet om mij maar om de klant. Daarnaast zorg ik dat mijn bureau netjes is opgeruimd en de kastdeuren gesloten zijn. Kortom, niets dat de klant kan afleiden van ons gesprek. Een ander bijkomend voordeel om de afspraken op kantoor te laten plaatsvinden is dat het efficiënter is en daardoor voor de klant goedkoper.

Laurens (37) en Sophie (34) zijn al enkele jaren klant van mij en ik vind het bijzonder leuk ze weer te zien. Laurens werkt als systeembeheerder bij een landelijk

opleidingsinstituut en Sophie werkt al jaren in een kinderdagverblijf. Samen hebben ze drie jongens van 10, 7 en 3. Ik heet ze van harte welkom en vraag hoe het met hen en de kinderen gaat. Na bijgepraat te hebben (wat ik als bijzonder belangrijk beschouw voor het creëren van een vertrouwde sfeer) vervolg ik het gesprek als volgt: "Allereerst zou ik graag van jullie vernemen wat de reden is van jullie bezoek en waarmee ik jullie zou kunnen helpen. Vervolgens moet worden bepaald welke stappen er eventueel gezet dienen te worden waarna we samen kunnen bekijken op welke onderdelen ik voor jullie van toegevoegde waarde kan zijn en welke investering dit met zich meebrengt." Net zoals ik graag inzicht krijg in de verwachtingen van de klant, vind ik het belangrijk dat de klant duidelijkheid krijgt over de structuur van het gesprek. En dat er op het moment dat ik van toegevoegde waarde ben van hun een investering verwacht wordt. Voor dit deel van het gesprek bereken ik nog geen tarief, maar voor mij is dit wel hét moment om de beloning voor mijn werkzaamheden ter sprake te brengen.

Om tot de beloning te komen is het belangrijkste om uit te vinden waar de echte behoefte van de klant ligt. Een klant is namelijk bereid te betalen wanneer het om de invulling van zijn behoefte gaat. Daarnaast is het van belang de klant inzicht te geven in de stappen die gezet moeten worden, de tijd die ermee gemoeid is en wat de dienst uiteindelijk gaat kosten. Zo weet de klant op voorhand waar hij aan toe is en weet ik dat ik geen werkzaamheden ga doen die achteraf niet beloond worden.

VERZAKELIJKING

Bij de start van ons kantoor in 1999 verleenden we onze diensten reeds op uurbasis. Omdat we bij de aanvang geen inzicht hadden in de tijd die bepaalde werkzaamheden met zich meebrachten was het declareren op nacalculatie voor ons een veilige manier om onze werkzaamheden betaald te krijgen. Het nadeel voor de klant was dat deze niet wist wat het hem uiteindelijk zou gaan kosten. Deze onzekerheid over de investering bleek regelmatig een probleem voor

de klant en heeft zelfs enkele keren tot ontevreden reacties geleid. Niet omdat de betreffende klant ontevreden was over onze dienstverlening, maar omdat de hoogte van onze declaratie afweek van de door hem verwachte investering. Een ander nadeel is dat de contacten steeds zakelijker werden, omdat mensen zich realiseerden dat de meter liep. Door deze verzakelijking werd het voor ons steeds moeilijker om voldoening uit ons werk te halen, aangezien we deze voornamelijk krijgen uit het persoonlijke contact met onze klanten.

Toch is deze ervaring voor ons heel waardevol geweest. Het heeft ons doen inzien dat het essentieel is om een volledig overzicht te hebben van al onze handelingen en de tijd die deze kosten. Op basis van de door ons opgedane ervaring met het werken op uurbasis waren we in staat om voor iedere dienst een vast tarief te bepalen. Dit inzicht heeft ons in staat gesteld onze diensten veel efficiënter in te richten en met behulp van ons CRM-systeem kunnen we exact monitoren hoe processen verlopen. Hierbij is het essentieel dat je CRM-systeem deze monitormogelijkheid biedt.

WENSEN VOOROP

Terug naar de casus van Laurens en Sophie. Ze hebben een woning gezien waarop ze een bod willen uitbrengen. Laurens die als systeembeheerder ook handig is met internet heeft inmiddels als een echte Sherlock Holmes wat naspeurwerk verricht. Hij vertelt mij dat hun wensen financieel haalbaar zijn. Ze hebben allerlei stukken in mapjes meegenomen die ze al bij binnenkomst op de tafel hebben neergelegd. Vroeger zou ik direct de stukken hebben opgepakt om te bewijzen dat ik het wel voor hen zou kunnen regelen. Het nadeel is dat je dan direct op productniveau gaat communiceren, daar waar ik veel meer geïnteresseerd ben in de wensen en doelstellingen van de klant. De stukken laat ik dus bewust links liggen.

ADVISERING OP FEEBASIS

Neutralis financial life planners werkt sinds 2003 volledig op feebasis en heeft hier al veel ervaring mee opgedaan. Het Hengelose advieskantoor voert een businessmodel waarbij het klantbelang altijd voorop staat. Dat de transitie van een verdienmodel op provisiebasis naar een verdienmodel op feebasis niet eenvoudig is, heeft Neutralis in de praktijk ervaren. Het proces van transitie vraagt niet alleen om een wijziging van de organisatie maar ook van de medewerkers en de manier van omgang met de klanten.

Zonder iets te zeggen blijf ik Laurens aankijken waarop hij verder gaat met zijn verhaal.

Sophie neemt het gesprek over. De nieuwe woning is een stuk ruimer dan de huidige en heeft daarnaast een grote praktijkruimte, merkt zij op. Sophie loopt al een tijdje rond met het idee een eigen kinderdagopvang op te zetten. Op dit moment komt de gehele bedrijfsvoering op haar neer en ze heeft het gevoel dat haar werkgever haar hiervoor onvoldoende waardeert. Laurens voegt hier aan toe dat de woning ook meer ruimte biedt aan de kinderen. Twee van de jongens delen momenteel de zolder die hiervoor eigenlijk te klein is. In de nieuwe woning zouden alle jongens een eigen kamer krijgen.

Als ze zijn uitgesproken vraag ik wat ze hopen dat ik voor hen kan betekenen. Laurens geeft aan dat ze allereerst graag een bevestiging willen van hetgeen hij via internet heeft uitgezocht en wat het gaat kosten wanneer ik de hypotheek voor hen zou regelen. Ik

// Met het klantbelang centraal is een prima boterham te verdienen //

knik maar besluit nog even niets te zeggen. Na een paar seconden vult Sophie aan dat ze graag zeker willen weten of ze wel een verantwoorde stap zetten. Kijk, daar kan ik wat mee! Vervolgens stel ik ze de vraag hoe belangrijk het voor hen is om allereerst inzicht te krijgen in wat deze aankoop voor hun financiële huishouding zal betekenen, zodat de eventuele vervolgstappen met een gerust hart gezet kunnen worden. Dit wordt zeer positief ontvangen. Door deze vraag te stellen is mijn toegevoegde waarde uitgebreid van productbemiddeling naar advies en ben ik in staat veel meer voor hen te betekenen.

WORDT VERVOLGD

Ben je benieuwd naar het verdere verloop van het adviesproces? Ik neem je de volgende keer graag weer mee waarbij ik kan beloven dat het een interessante casus met een bijzondere wending is geworden. Naast nieuwe tips zal ik ook inzicht geven in onze verdiensten en hoe wij in staat zijn om met het klantbelang centraal een prima boterham te verdienen. ■