

AMBASSADEURS

VALENTINA VISSER:

**“KLANTEN POSITIEF
VERRASSEN.”**

Ambassadeurs over werken in de financiële wereld

Geluksmomenten creëren voor klanten

TEKST VALENTINA VISSER | BEELD RW FOTOGRAFIE

Het New Financial Magazine stelt in iedere editie een Ambassadeur een aantal vragen over de financiële sector. Ditmaal **Valentina Visser**, directeur Havelaar & van Stolk.

Hoe ziet de dienstverlening in de financiële dienstverlening er idealiter uit? In hoeverre speelt innovatie hierin een rol? En het nemen van verantwoordelijkheid?

In een ideale wereld heeft iedereen, particulier, zakelijk, groot, klein, toegang tot het juiste financieel advies. Is dat realistisch? Ik denk het wel. De ideale wereld hoeft overigens niet gratis te zijn. Het advies moet juist en gedegen zijn en daar staat een faire prijs tegenover. Maar wat we volgens mij wel eens vergeten, is dat verzekeren is gebaseerd op het solidariteitsprincipe. Dat is niet alleen het uitgangspunt van verzekeren, het is het fundament van het provisiestelsel. Provisie is echt niet het enige

toverwoord om financiële dienstverlening toegankelijk te maken of houden. De klant wil niet meer betalen voor veel van onze administratieve handelingen die wij moeten uitvoeren om hem of haar te adviseren en te bemiddelen. Net zoals een klant niet meer wil betalen voor de overhead van verzekeraars.

Innovatie speelt dan ook een belangrijke rol in het terugdringen van kosten. Automatisering en robotisering is al bij veel adviseurs gemeengoed. Ik geloof dat de mens in veel gevallen noodzakelijk en wenselijk blijft in het verlenen van financieel advies, maar bij steeds meer producten neemt de techniek het over. Dit leidt tot kostenbesparing, die in een ideale wereld ten goede

komt aan de klant in plaats van sec aan winst van de onderneming. Dit heeft alles te maken met het nemen van verantwoordelijkheid. Hoe kun je ervoor zorgen dat een kleine MKB'er ook toegang heeft tot pensioenadvies? Een combinatie van innovatie en solidariteit kan ervoor zorgen dat de kosten voor zijn benodigde advies lager worden en hij daarmee in staat is advies in te winnen.

Wat versta jij onder het nemen van verantwoordelijkheid?

Verantwoordelijkheid nemen is je realiseren dat je als adviseur een vertrouwensrol hebt voor jouw klanten en dat je die rol op de juiste manier vervult met de juiste kennis die tot het juiste

**“DE VERZEKERBAARHEID VAN BIJVOORBEELD
RECYCLEBEDRIJVEN, TAXIBEDRIJVEN EN
AGRARISCHE BEDRIJVEN BAREN MIJ ZORGEN”**

advies leidt. En dus een faire beloning vragen voor je diensten, waarbij je de kosten zelf minimaliseert.

Verzekeraars nemen hun verantwoordelijkheid door zware risico's te verzekeren. De huidige ontwikkelingen met betrekking tot de verzekeraarbaarheid van bijvoorbeeld recyclebedrijven, taxibedrijven en agrarische bedrijven baren mij zorgen. Hoe zetten we ons als sector in om deze bedrijven verzekeraar te houden en/of te maken? We zijn als verzekeringssector ontstaan uit de wens en noodzaak om risico's te delen die je niet alleen kan dragen. In die zin zijn verzekeraars nutsbedrijven, oftewel een bedrijf dat in dienst staat van het algemeen belang.

Wat zijn de belangrijkste kernwaarden van de financiële sector in de nieuwe advieswereld? En wat is er voor nodig om die te bereiken?

De kernwaarden van Havelaar & van Stolk zijn klantgerichtheid, ondernemerschap en samenwerken. Deze kernwaarden zijn de basis voor ons gedrag. Dit moet leiden tot tevreden klanten. Niet zomaar tevreden klanten, maar een 9+ dienstverlening. Dit is de dienstverlening die een klant van ons verwacht in de nieuwe wereld. Klantgerichtheid lijkt een inkopper, dat is toch logisch? Dat is het ook, maar door ons gedrag hier continu aan te toetsen ontdek je steeds weer dingen die we beter kunnen doen voor de klant. De klantervaart de verzekeringsbranche vaak als een noodzakelijk kwaad, dus we zullen hier steeds ons best moeten blijven doen. Samenwerken is samen met de klant, samen met verzekeraars, samen met andere partners. Samen bereik je



meer dan alleen. Als je naar elkaar luistert en je bereid bent je eigen belang opzij te zetten voor het belang van de ander of het gezamenlijk belang. De kracht van samenwerken zie je bij intermediairs echt terug. Hoeveel netwerken en samenwerkingsverbanden zijn er al niet en daar komen nog steeds mooie groepen bij die ook daadwerkelijk iets toevoegen.

Wat versta jij onder rendement? En in hoeverre is dit in de financiële sector terug te vinden?

Rendement is natuurlijk ook winst in euro's. We zijn nu eenmaal commerciële ondernemingen en geen overheidsinstellingen. Winst is ook nodig, want met een gezonde financiële sector kun je investeren in kennis, kun je innoveren en blijft goed advies voor de klant gewaarborgd.

Onze sector levert gelukkig meer dan geldelijke winst voor alleen de bedrijven die erin werkzaam zijn. Onze sector levert zekerheid. Zekerheid zo-

dat ook anderen risico's kunnen nemen en gaan investeren in een huis of bedrijf en blijven innoveren.

Is een financiële sector mogelijk met rendement voor medewerkers, klanten en samenleving? Welke stappen zouden ervoor nodig zijn?

Dit suggereert dat de huidige financiële sector geen rendement biedt voor medewerkers, klanten en samenleving. Dat lijkt me niet het geval. We bieden al zekerheid aan velen in onze maatschappij. Dat het beter kan is zeker waar.

Meer zekerheid krijgen we niet door meer regelgeving. Het besef dat de klant onze boterham betaalt wel. De klant bepaalt uiteindelijk of je overleeft of niet. Duurzaamheid in plaats van gaan voor kort gewin. Net zoals bij elke andere sector. Kwaliteit van dienstverlening staat voorop, daar moet de focus op liggen.

Als je samen met je medewerkers op een inspirerende manier werkt aan de continue kwaliteitsverbetering van dienstverlening, dan snijdt het mes aan twee kanten.

Kunnen financieel dienstverleners bijdragen aan het geluk van hun klanten? Zo ja, zouden we dit aspect beter moeten benutten als financiële sector en hoe doe je dat dan? Of is het schoenmaker, blijf bij je leest?

Onze adviseurs zijn geen geluksprofessoren, maar wij willen voor onze klanten steeds kleine geluksmomentjes creëren. Verzekeringen zijn voor de meeste mensen low-interest producten. Sterker nog, velen zien er bij voorbaat al tegenop. Hoe mooi is het dan als je een klant positief kan verrassen?

Wat draag je zelf bij om een betere financiële sector te bereiken?

Continu werken aan het verhogen van de klanttevredenheid. We scoren nu een 8,4. Dat is heel goed. Maar ik wil dat het een 9+ wordt. Dat is voor Havelaar de ideale wereld. En als de hele sector een 9+ scoort, dan hebben we de ideale financiële wereld bereikt! ■

**“PROVISIE IS ECHT NIET HET ENIGE
TOVERWOORD OM FINANCIËLE DIENSTVERLENING
TOEGANKELIJK TE MAKEN OF HOUDEN”**