

Ambassadeurs over werken in de financiële wereld

Doe wat je zegt en zeg wat je doet

Het New Financial Magazine stelt in iedere editie een
Ambassadeur een aantal vragen over de financiële sector.
Ditmaal **Wytzejan de Jong** van De Hypotheker.

TEKST WYTZEJAN DE JONG

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

Een huis kopen is voor de meeste mensen een spannende gebeurtenis waar veel bij komt kijken. Het vinden van de hypotheek die bij je past, vraagt om betrouwbaar, goed en persoonlijk advies. En een hypotheek die je nu afsluit, moet ook in de toekomst betaalbaar zijn en meebewegen met veranderingen in je werk en je privéleven. Om tot de beste keus te komen voor zo'n duurzame oplossing, vergelijken we alle partijen die hypotheek aanbieden. En we begeleiden onze klanten met een persoonlijk advies op maat. Daarmee bieden we hen de zekerheid dat hun geldzaken goed geregeld zijn én blijven.

Elk jaar nodigen we onze klanten uit voor de Jazeker Check. We stellen vragen over hun persoonlijke en financiële situatie. En we nodigen ze uit als er belangrijke veranderingen zijn: gebeurtenissen in hun leven of nieuwe

producten en ontwikkelingen die van invloed kunnen zijn op hun lopende hypotheek. We staan dus écht naast onze klanten en willen er op elk moment voor hen zijn!

Ondernemerschap en verantwoordelijkheid vragen om actief klantbeheer. Een advies is en blijft een momentopname; de financiële situatie van klanten verandert steeds. Wij willen hen de weg wijzen in de vaak complexe materie en ervoor zorgen dat ze de hypotheek krijgen die het beste past

**"BETROUWBAARHEID,
VERANTWOORDELIJKHEID,
LEF EN DAADKRACHT ZIJN
DE KERNWAARDEN VAN
DE FINANCIËLE SECTOR"**

bij hun persoonlijke situatie. Daarom investeren we ook fors in stappen op weg naar een duurzaam hypotheekmodel. Zo kunnen we volledig aansluiten bij klantwensen; in de service die we bieden, maar ook in de prijs. De klant heeft de regie en kan kiezen via welk kanaal en hoe het adviestraject loopt. Wij geloven sterk in de combinatie van online voorbereiding door de klant en persoonlijk advies door onze adviseurs.

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

Betrouwbaarheid, verantwoordelijkheid, lef en daadkracht zijn de kernwaarden. Die staan centraal in de dienstverlening van onze adviseurs aan hun klanten om een duurzame relatie te onderhouden. Stel je klant centraal, maak je klantbelofte waar en ontzorg je klant. Doe wat je zegt en zeg wat je doet.

Om invulling te geven aan die kernwaarden investeren we in data. Dat levert ons veel inzicht op in gedrag, wen-

WYTZEJAN DE JONG:

"HYPOTHEEKADVIES BLIJFT
VOOR GROTE GROEPEN
CONSUMENTEN
'MENSENWERK'."

sen en keuzes van klanten. Met dat inzicht kunnen we het proces efficiënter maken en een topkwaliteit advies geven. Een dúúrzaam advies ook, waarmee de klant nu en op langere termijn beter af is.

Wat versta jij onder een nieuwe financiële wereld? En hoever zijn we al gekomen op dit moment?

Door de ontwikkeling van communicatiemiddelen en online mogelijkheden kunnen klanten de komende jaren steeds meer zelf het adviesproces vormgeven. Toch blijft hypotheekadvies ook in de toekomst voor grote groepen consumenten ‘mensenwerk’. Het wordt een proces langs meerdere kanalen. Met innovatieve offline en online hulpmiddelen spelen wij in op de behoefte van de klant en geven we onze dienstverlening toegevoegde waarde.

Technologische ontwikkelingen maken het mogelijk om de tijdsduur van een advies inclusief bemiddeling, en daarmee het proces, efficiënter te maken. En dus ook laagdrempeliger voor de consument. We zijn betrokken bij mooie initiatieven in de branche. Waar ik bijvoorbeeld bijzonder trots op ben, is de pilot ‘Handig!’ die we samen met Florius zijn gestart. Daarmee zetten we de eerste stap naar een volledig digitaal aanvraagproces. Consumenten gebruiken en downloaden persoonlijke gegevens bij de overheid via mijnuwv.nl. Dat maakt een fysieke werkgeversverklaring (een tijdrovend onderdeel in de hypotheekaanvraag) overbodig. Een hypotheekaanvraag wordt zo voor steeds meer klanten eenvoudiger. En, niet onbelangrijk: ze krijgen sneller zekerheid over hun hypotheekmogelijkheden! Er zijn positieve resultaten geboekt en het initiatief is inmiddels uitgebreid met ABN Amro, ING en Rabobank.

Een andere innovatie is ons digitale documentencentrum voor klanten en adviseurs. Dit maakt het aanleveren van alle benodigde documenten voor een hypotheekaanvraag nog makkelijker en efficiënter. Verder zijn we met ABN Amro via Gradefix een pilot

gestart met een nieuwe service die op basis van betalingsverkeergegevens een analyse en risico-inschatting maakt. Door deze gegevens krijgen we eenvoudiger inzicht in de financiële situatie van klanten. Ook daarmee kunnen we het hypotheekaanvraagproces vereenvoudigen en verbeteren.

Is een financiële sector mogelijk met winst voor medewerkers, klanten en samenleving? En wat is dan winst?

Voor consumenten speelt inzicht in en grip op hun financiële situatie (nu en later) een grote rol in hun welzijn. Dit is dus ook direct een maatschappelijk belang. De toegevoegde waarde van de financiële sector zit ‘m in het invulling geven aan deze klantbehoefte. Dat zal in de toekomst niet veranderen, maar de manier waarop verandert wel, doordat processen via meerdere kanalen zullen lopen.

Met de beschikbaarheid van steeds meer digitale klantinformatie kan het proces verder worden verbeterd. De ‘reis’ die klanten afleggen als ze het huis van hun dromen gaan kopen, willen we van begin tot eind zo goed mogelijk begeleiden. Op alle momenten die ertoe doen willen we klanten een positieve ervaring geven. De winst is een tevreden klant. En tevreden klanten blijven langer klant en vertellen hun positieve ervaringen ook door.

Kunnen financieel dienstverleners bijdragen aan het geluk/welzijn van hun klanten? Zo ja, zouden we dit aspect beter moeten benutten als financiële sector en hoe doe je dat dan?

Jazeker! Inzicht en grip is ontzettend

**“TEVREDEN KLANTEN
BLIJVEN LANGER KLANT EN
VERTELLEN HUN POSITIEVE
ERVARINGEN OOK DOOR”**

Wytzejan de Jong

Wytzejan de Jong is sinds 1 januari 2016 ceo van De Hypotheker. Daarvoor was hij als statutair directeur verantwoordelijk voor het bank- en hypotheek bedrijf van ASR. Eerder bekleedde hij diverse senior- en executive posities bij ABN Amro, Fidelity en Fortis. De Jong is een verbindend leider met een focus op resultaat.

belangrijk voor een klant. Als financieel dienstverlener kunnen we dit zo goed mogelijk faciliteren. Wij doen dat door uitgebreide hulpmiddelen beschikbaar te stellen. Zoals de track- en trace-app, waarmee onze klanten in het complexe en soms spannende proces altijd actueel inzicht hebben in hun hypotheekaanvraag. Maar ook transparantie in je dienstverlening over bijvoorbeeld prijs en inhoud geeft al veel inzicht. Klanten kunnen via onze site zelf al hypotheeken vergelijken op rente en voorwaarden, zodat ze een goed beeld krijgen van wat er mogelijk is. Gevolgd door een persoonlijk advies op maat, dat de klant zekerheid biedt over het gekozen product.

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

Bij ons is alles wat we doen gericht op het continu verbeteren van onze advieskwaliteit. Daarmee bereiken we dat ons aanbod past bij de behoefte van de klant en bij de eisen die klanten en de sector aan ons stellen. Bij de ontwikkeling en verbetering van onze dienstverlening werken we nauw samen met consumenten, bijvoorbeeld door klantinterviews en gebruikersonderzoeken te houden en reacties en ervaringen van klanten mee te nemen. Wij nemen onze verantwoordelijkheid als adviesorganisatie binnen de financiële branche en dragen onze kernwaarden uit. Betrouwbaarheid, verantwoordelijkheid, lef, en daadkracht dus. Want het klantbelang blijft voor ons altijd voorop staan! ■