

Drie manieren om de wereld van straks in te richten

De financiële wereld van straks waar al jaren over gepraat en gedacht wordt, is met de komst van verplichte beloningstransparantie per 1 januari nu echt aangebroken. Waar de verhalen over een nieuwe manier van werken tot voor kort vooral uit de monden van consultants kwamen, zijn er steeds meer uit de praktijk te horen. Een rondetafelgesprek met drie voorlopers onder het financiële intermediair.

Hubrien Meijaard van Meijaard Financieel Advies, Jan Reijn van Reijn & Partners, en Arjen Groot, partner van de IJsselstreekgroep, verantwoordelijk voor vier vestigingen van de Hypotheekshop, zijn alle drie op hun eigen manier bezig met de nieuwe wereld. Zo gelooft Groot helemaal in de ingezette koers van De Hypotheekshop om de klant per uur te laten betalen voor hypotheekadvies. Dat advies moet breed en transparant zijn, vindt hij. Meijaard is in september vorig jaar opnieuw voor zichzelf begonnen als Financial Life Planner en sloot zich als een van de eersten aan bij de franchiseorganisatie Vidaz! Van Robert Hubers. Omdat de laatste het vanwege gezondheidsredenen even rustig aan doet, neemt Meijaard de leiding van de keten tijdelijk waar. Op dit moment telt Vidaz! drie franchisenemers. In april komt er een vierde en

Meijaard is inmiddels in gesprek met een aantal andere potentiële deelnemers. Jan Reijn doorliep net als Meijaard de verschillende trajecten in de richting van Financial Life Planning. Inmiddels is hij geregistreerd Life Planner, maar Reijn besloot juist niet zich als zzp'er te vestigen en in z'n eentje life planningen te gaan doen.

NIET OP ÉÉN LIJN

"Ik ben tien jaar geleden met een compagnon voor mezelf begonnen", vertelt Reijn. "Door de jaren heen hebben we een mooi kantoor met een goede reputatie op een mooie locatie in Amsterdam opgebouwd. Aanvankelijk was ik van plan om het geleerde daar in de praktijk brengen, maar mijn compagnon wilde daar niet in mee gaan. Het bleek dat we niet langer op één lijn zaten. Ik ging liever op een andere manier werken, omdat het me meer vreugde bezorgde.

Sinds eind december vorig jaar ben ik met zes collega's verder gegaan als Reijn & Partners. Sinds twee weken zijn we operationeel. Ik zeg niet dat we alleen maar life planningen doen, maar we gebruiken het wel als basis om de klant op een bepaalde manier te benaderen. Uiteindelijk gaat het toch om de oplossingen die je biedt. Daar leven we van."

Hypotheekadvies op basis van een vast uurtarief lijkt op een van bovenaf opgelegde maatregel door de centrale organisatie van De Hypotheekshop. Maar niets minder is waar. Omdat er sprake is van een soft franchise formule en iedere deelnemer een belang heeft in de organisatie, is er veel ruimte voor ondernemerschap. Het idee om met een uurtarief te gaan werken kwam dan ook vanuit een groep enthousiaste deelnemers.

Een van die deelnemers is Arjen Groot. "Sinds eind vorig jaar zijn we gaan experimenteren met een uurtarief. Dat geeft een enorme omslag in kasstroom en in het denkpatroon van de adviseurs. We staan nog aan het begin en daarom kun je nog niet zeggen dat we de overstap gemaakt hebben, maar we zijn wel de eerste franchiseorganisatie die er op grote schaal mee is begonnen. Het idee om te willen werken op uurbasis is ontstaan vanuit de behoefte om naar de toekomst te kijken, niet langer te volgen, maar zelf voorop te lopen. We willen transparant werken en daarbij het belang van de klant voorop stellen. Tussen de 150 franchisenemers zit-

ten er natuurlijk wel enkelen die niet willen. Maar wellicht dat een succes elders ze alsnog over de streep kan krijgen. De koers is in ieder geval ingezet."

TARIEFKAART

Voor hun beloning werken zowel Vidaz! als De Hypotheekshop met een tariefkaart, bij Vidaz! 'menukaart' geheten. De kaart dient om inzicht te geven in de verschillende soorten dienstverlening die verkrijgbaar zijn en wat ze per advies of per uur kosten. Beide bedrijven geven vervolgens ook aan wat een totaal advies (dus zowel advies als uitvoering) ongeveer mag kosten. Bij Reijn & Partners betaalt de klant een vast bedrag voor een advies en krijgt daarvoor een bepaald aantal adviesuren. Bij meerwerk moet de klant bijbetalen. Reijn: "Het voordeel is dat het advies betaald is en de klant er vervolgens mee kan doen wat hij wil. We kunnen de invulling ervan natuurlijk ook regelen, maar het hoeft niet per se meer."

Meijaard heeft het bij vooraf vastgestelde beloningen liever over richtprijzen. Vaste bedragen rekenen voor een advies is naar zijn weten bij Europese wetgeving niet toegestaan. "Het geeft de mogelijkheid voor een 'A la carte menu'. Hierbij heeft de adviseur de mogelijkheid om op basis van uurtarief zijn diensten aan te bieden. Dit is zeker van belang bij zaken waarbij je van tevoren niet goed kunt inschatten hoeveel tijd je bezigt bent: bijvoorbeeld bij de begelei-



ARJEN GROOT, HUBRIEN MEIJAARD EN JAN REIJN:
“Transparante beloning creëert rust bij adviseur én klant.”

ding van het opzetten of afronden van een bedrijf of bij een echtscheiding. Ook hier geldt: zolang je maar helder en transparant bent!” “Mensen schrikken in eerste instantie vaak als ze een bedrag van bijvoorbeeld 2.500 euro moeten betalen voor financieel advies”, zegt Meijaard. “Maar het scheelt wel veel als je alles open gooit en vastlegt”, weet Reijn. Meijaard: “Inderdaad, als ik ze uitleg dat we in de ‘oude wereld’ normaal bijvoorbeeld 5.000 euro provisie ontvangen voor een hypotheek of pensioenpolis, wordt het gesprek al anders. Soms kan deze provisie ingebouwd wor-

den, maar nog lang niet in alle gevallen. Dan stel ik bijvoorbeeld voor om de andere 2.500 euro te reserveren voor de betaling van kosten van een serviceovereenkomst.” Waar alle drie adviseurs het over eens zijn is dat er door de beloning transparant te maken en niet productgestuurd, rust gecreëerd wordt bij zowel de adviseur als de relatie. Dat is ook weer goed voor de relatie tussen adviseur en klant.

AANBIEDERS

Waar vooral Meijaard zijn businessmodel al helemaal op orde

heeft en Reijn de laatste zaken aan het afronden is, staan Groot en De Hypotheekshop nog aan het begin. Groot: “Jullie werken alleen of met een aantal personeelsleden die mee zijn gegaan vanuit dezelfde overtuiging. Mijn uitdaging is wat lastiger, omdat ik vanuit een bestaande organisatie mijn adviseurs en binnendienst op één lijn moet zien te krijgen. Wij werken al jaren klantgericht en zullen dit nu ook vanuit de transparantieregels verder moeten uitbouwen. Dit vergt aanpassing, maar dat geldt overigens niet alleen voor mijn organisatie maar voor alle Hypotheekshops. Jullie hebben er eerst jaren over nagedacht en hebben toen de stap genomen om opnieuw te beginnen. Ik denk dat het wat nieuwe beloningsmodellen betreft van groot belang is dat aanbieders snel met zowel bruto als netto producten komen. Dan kun je het verschil goed laten zien en dan gaat het snel met het adviseren op uurbasis.”

Reijn: “In de markt werd gedacht dat het niet zo’n vaart zou lopen, maar nu de wetgever eisen gaat stellen, maken steeds meer adviseurs de overstap naar klantgericht werken. Ik moet overigens wel zeggen dat ik bij de bestaande klanten die zijn overgegaan naar mijn nieuwe bedrijf al wel financiële plannings deed. Bij Reijn & Verkuil deden we tien jaar geleden al keihard aan onderhoud.” Reijn maakt voor het in kaart brengen van de financiële situatie van zijn klanten veel gebruik van de Financiële Foto-methodiek die is ontwikkeld door Financial Life Support. Hiermee kan, zoals de naam al zegt een momentopname worden gemaakt van omstandigheden van de klant. Aan de hand daarvan kunnen klant en adviseur overleggen in hoeverre hier iets aan veranderd

zou moeten worden.

Na het advies en een eventuele invulling met producten probeert Reijn zijn klanten warm te maken voor een serviceabonnement. Met de implementatie daarvan is hij nog volop bezig. “Ons uitgangspunt is dat we er voor alle vraagstukken van de klant willen zijn. Meer naar advies toe in de breedste zin van het woord. Dat wil zeggen dat we ons ook bezig gaan houden met het signaleren van notariële zaken als testamenten of met fiscale vraagstukken die we dan weer uitbesteden aan onze partners. Ik denk dat er zeker in deze tijd van economische crisis heel veel behoefte is aan iemand waar je met al je financiële vragen terecht kan.”

Meijaard kan dat alleen maar beamen. Vanuit Vidaz! wordt ook eerst de financiële en persoonlijke situatie van de relatie in beeld gebracht. Door meestal te werken met Life Planning als basis van het advies, komt er een financieel plan. Daarna wordt het verdere deeladvies met de relatie ingevuld. Door op deze manier te werken vraagt de relatie in de praktijk zelf om een vorm van serviceabonnement, is zijn ervaring. Deze worden bij Vidaz! in een paar standaard abonnementen aangeboden en zo ontstaan volgens Meijaard echte ‘clients for life’.

Groot: “Het werken met een uurtarief kun je in de markt zeker wel uitleggen, zeker als er – zoals nu – een kostenvoordeel mee te behalen is. De nazorg is veel lastiger in te richten. Een serviceabonnement is iets dat de klant voorheen nooit had en waar hij dus ook niet voor betaalde. Het is de vraag of hij daarvoor wil en kan betalen. Verder ben ik heel benieuwd hoe het straks zal gaan. Op dit moment heb je nog het voordeel dat je kan laten zien dat men goedkoper uit is met een uur- ▶

tarief en dat het de kwaliteit van het advies ten goede komt. Nu is het nog uniek, maar als straks de rest van de markt zover is, is het de vraag of het nog zo aantrekkelijk is." Meijaard: "Als iedereen met een uurtarief gaat werken is dat alleen maar mooi. Je zult zelf gewoon zo efficiënt mogelijk moeten gaan werken en daar is weinig mis mee." Reijn: "Als het advies en de invulling ervan eenmaal geregeld zijn en je goed werk hebt geleverd, zullen de mensen naar mijn verwachting wel klant blijven en in zijn voor een serviceabonnement."

COMMITMENT

Een van de grootste voordelen van een uurtarief of een serviceabonnement voor de adviseur zelf is volgens de drie adviseurs de verplaatsing van het commitment van het einde van het proces naar het begin. Reijn: "Je bent niet langer meer uren aan het werk, waarna je nog moet zien of het lukt. Daar ben je nu vanaf en dat geeft rust." Eeuwenlang was het normaal dat de klant zich pas na uren of dagen werk verbond aan zijn adviseur wanneer er aan het einde van de rit een handtekening moest worden gezet onder een hypotheekofferte. Groot: "Eigenlijk is het van de zotte als je er over nadent. Het klinkt achteraf zo logisch dat je zoiets van de klant vraagt voordat je ook maar iets voor hem doet". Reijn: "Het shoppen gaat er uit. Ik had laatst een klant aan de lijn die langs zou komen voor een eerste afspraak. Hij belde af omdat hij ergens anders al een prettig gesprek had gehad. Jammer natuurlijk, maar ik had wel zoiets van 'het werkt!'" Meijaard: "Ik heb het een keer andersom meegemaakt. Ik bekeek de gegevens van een potentiële klant en zag dat het in zijn situatie verstandig kon zijn om zijn lopende

arbeidsongeschiktheidsverzekering aan te passen. Omdat de man tevreden was over zijn huidige adviseur, adviseerde ik hem die eens naar te laten kijken. Hij is vervolgens met die vraag naar hem toegegaan, maar deze adviseur begon meteen met het voorstellen van verschillende nieuwe producten in plaats van naar zijn situatie te kijken en zich af te vragen wat nu echt nodig was. Die klant was hij dus kwijt. Zo zonde als je niet de moeite neemt om goed te kijken en te luisteren en gelijk maar weer een product probeert te verkopen." Bij de vestigingen van Hypotheekshop IJsselstreek worden sinds 1 januari beide opties voor de beloning aan de klant voorgelegd. Hoe daar door de klanten op gereageerd wordt is volgens Groot nog niet te zeggen. Op dit moment worden er erg weinig transacties gesloten en in de praktijk blijkt dat adviseurs het nog moeilijk vinden om het uurtarief goed over het voetlicht te brengen. Om dit aan te pakken, heeft de Hypotheekshop al haar adviseurs een verplichte cursus laten doen. In een door Kenneth Smith verzorgde training wordt de adviseurs geleerd hoe ze commitment van de klant kunnen vragen. Klanten in een vroeg stadium aan je kantoor binden is mooi, maar soms wel moeilijk. Je moet er je stinkende best voor doen, vindt Meijaard. "De tijd van makkelijk veel geld verdienen is in deze branche gelukkig voorbij. Je kunt nog steeds goed je geld verdienen als je dat wilt, maar het verschil is dat het nu langer duurt en je gewoon echt moet werken voor je geld. Het maakt daarbij niet uit of je wel of niet met provisie werkt. Je kunt er bijvoorbeeld ook voor kiezen om het advies te laten betalen uit de afsluitprovisie en het onderhoud uit de doorlopende provisie." ■