

Wat brengt 2014 voor de financiële dienstverlening? We vroegen het aan zes vaste columnisten van InFinance. Eén ding is zeker: het wordt absoluut geen jaar om met de armen over elkaar te zitten.

Dwargarbeid

Aart de Lange Pzn
Directeur van AART *zelf*
Marketingcommunicatie



We zitten in een transitietijd. Adviseurs, kies voor uzelf en uw klant. Het online en offline koopgedrag van klanten is ook merkbaar in onze branche. Klanten willen aan de knoppen zitten, maar ook een persoonlijk en betrouwbaar advies. Wie moeten zij kiezen? Kunnen zij wel kiezen? De meeste verzekeraars proberen aandacht te trekken met hun (aangepaste) producten of premies. Terwijl adviseurs zich juist moeten richten op hun reputatie en onderscheidende waarden. Het is de hoogste tijd voor een eigen plan van aanpak. Een aanpak die dwingend moet zijn voor de continuïteit en betrouwbaarheid van (toekomstige) advieskantoren. Richt uw strategie op reputatie, beleving en klantervaringen. Ik geef u een aantal aanbevelingen:

- Laat u niet leiden met 'producten', hiermee bent u zelden onderscheidend. 'Het product' bent uzelf.
- Werk aan uw reputatie en merkbekendheid. Het gevoel bij alles, wat uw klant ziet, voelt, hoort of ervaart, moet TOP zijn.
- Dwing uzelf met uw medewerkers om hierover te praten en afspraken te maken.
- Nodig klanten of vrienden uit en vraag naar hun kritische oordeel.
- Stel uzelf de vraag: waarom zou de klant voor ons kiezen en dwing uzelf en uw medewerkers om topprestaties te leveren. Bij elk contactmoment moet uw kantoor het onderscheidende

Waar staan we IN 2014?

bewijs leveren. Klanten kopen verschillen met gevoel van de menselijke maat.

- Dwing uzelf en uw medewerkers om consequent en consistent dezelfde topkwaliteit van diensten te bieden. Passie, vriendelijkheid, een glimlach en oprechte aandacht zorgen voor een voorkeurspositie.
- Dwing uzelf en uw medewerkers om dit op elk uur van iedere dag waar te maken.

Uw klant zal zijn ervaringen met uw kantoor als een weldaad ervaren en u van harte aanbevelen. Zo ziet u maar: 'dwargarbeid' is de moeite waard, het geeft voldoening, duidelijkheid en werkplezier. Iedereen wordt er BLIJ van.

2014: Leergeld betalen

Dries Beljon
advocaat-partner
bij Tonino & Partners



Wat gaat 2014 brengen qua financieel recht? Veel, heel veel is het antwoord. Niet alleen als men kijkt naar de vele procedures op het gebied van zorgplicht, renteswaps en woekerpolis, maar zeker ook in de (juridische) kostensfeer. De zes grootste banken in de VS hebben sinds 2008 meer dan 103 miljard (!) dollar uitgegeven aan juridische kosten. Omgerekend is dit 51 miljoen per dag en voldoende om alles wat zij in 2012 hebben verdiend weg te strepen. Plotsklaps klagen banken en verzekeraars over het 'feit' dat hun marges onder druk staan en dat de autoriteiten doorschieten qua regulering,

zorgplicht en redelijkheid en billijkheid. Klinkt u dit bekend in de oren? Ook in Nederland horen we namelijk hetzelfde verhaal. Ook hier zouden marges onder druk staan door overregulering en een te ver doorgeschoten zorgplicht. De feiten geven echter een ander beeld. Of het nou de renteswap- of de woekerpolisdiscussie is, de messen worden geslepen omdat er wel degelijk iets aan de hand is geweest. Steun voor het grote aantal procedures is immers te vinden in vele positieve uitspraken van het Kifid, de Hoge Raad en het Europese Hof van Justitie. Het jaar 2014 zal dan hopelijk ook meer reflectie bij financiële instellingen geven en moeten leiden tot betere en eerlijkere producten. Producten waarvoor leergeld wordt betaald. Het had anders gekund: waren alle banken en verzekeraars altijd zo scherp geweest op hun marges, waren zij hierin transparant geweest en waren zij steeds hun verplichtingen op grond van hun zorgplicht nagekomen, dan stonden ze er nu waarschijnlijk zowel financieel als ook juridisch beter voor.

Gelijkwaardig niveau

Rob Lagerwaard
AdviesNet
Noord-Nederland



Het verschil in kennisniveau tussen adviseur en relatie is vaak veel te groot. Ik vind dat hier voor financiële dienstverleners een belangrijke taak ligt. In het jaar 2014 zal door ons nog meer de focus op kennisoverdracht naar onze relaties worden gelegd. Wat mij betreft is dat de enige juiste manier

van adviseren. Immers, een relatie dient een advies ook te begrijpen en dat kan niet zonder voorafgaand kennis over te dragen. Tot nu toe merk ik in de markt dat een relatie nog te veel afgaat op het vertrouwen dat de adviseur het wel bij het rechte eind zal hebben, terwijl de klant dit zelf eigenlijk helemaal niet kan beoordelen. Een adviesgesprek moet zoveel mogelijk op een gelijkwaardig niveau plaatsvinden en dat kan alleen als vooraf kennisoverdracht heeft plaatsgevonden. Op dit moment denken wij na over het vormen van 'klasjes', waarin huidige en toekomstige relaties een snelcursus basiskennis krijgen aangeboden. Het voordeel hiervan is dat ze met enige kennis van zaken zelf hun risico's kunnen bepalen en eventueel maatregelen kunnen treffen. Mijn motto voor 2014: 'Verbeter de kennis en begin bij je (potentiële) relaties'. Want alleen zó kun je een betrouwbaar merk worden.

2014 jaar van de waarheid?

Jan-Pieter van der Helm
Director Financial Services
IG&H
Consulting & Interim



Als je de berichtgeving en vele plannen in de financiële sector moet geloven, wordt 2014 een beetje een verloren jaar. Vrijwel alle visies en uitspraken gaan over 2015, en een enkeling waagt zich zelfs aan 2020. Lekkere ronde getallen die blijkbaar meer tot de verbeelding spreken. Gebeurt er dan helemaal niets in 2014? Onzin natuurlijk! Dit wordt het jaar waarin de spelbepalers van morgen hun positie gaan kiezen. 2014 gaat helderheid geven rondom drie belangrijke onderwerpen:

1. Wel of geen 'cross channel'? Wie van de grote, vaak op adviseurs georiënteerde verzekeraars gaat écht cross channel opereren en hoe wordt hier effectief invulling aan gegeven? Het is in 2014 tijd om kleur te bekennen en op te houden met voorzichtige pogingen 'onder de radar'.
2. Hebben we de hypotheekbodembereik? Zet het herstel op de woningmarkt in en wordt 2014 een serieuze stap op weg naar normalisatie van deze zo geplaagde, en juist zo belangrijke markt voor financieel advies?
3. Wie blijft het doen in pensioen? Wie blijven

er over als serieuze aanbieders en adviseurs in pensioenen? De tijd van 'het er een beetje bij doen' is, mede dankzij de AFM en aangescherpte solvency-eisen in 2014 voorgoed voorbij. Kortom, 2014 wordt zeker geen jaar waarin je als aanbieder of adviseur lekker achterover kunt leunen. Gebruik het om je huiswerk heel goed te doen op het gebied van klant, markt, efficiency en vernieuwing. En dan heb ik het niet alleen over plannetjes schrijven, maar vooral over keuzes maken en zaken ook écht in beweging brengen. Dan wordt 2014 jouw jaar van de waarheid. En maak je een goede kans om in het zo mooi ronde jaar 2020 een echte spelbepaler te zijn!

Vliegen we blind?

Marja Harrijvan
Directeur
Life Inspirations



Als iedereen zich bewust was geweest van zijn persoonlijke financiële stijl en daarmee effectief in zijn gedrag, was er nu geen economische crisis. Visie, dat is nu precies waaraan het ontbreekt. Het kortetermijndenken is diep geworteld zowel in de politieke als financiële wereld. Dat leidt tot meer economische malaise. Joris Luyendijk heeft twee jaar onderzoek gedaan in de City van Londen en zegt onlangs in magazine Volzin: "Het meest verontrustende vind ik dat ook centrale banken zeggen: we vliegen eigenlijk blind, we hebben geen idee."

Er is geen toekomst voor banken, financieel adviseurs, of andere bedrijven in de financiële sector (en ook daarbuiten) die nog steeds in een kramp zitten of passief zijn. Wat we moeten doen is beginnen op microniveau. Nu bij onszelf de verandering waarmaken. Onze klant wacht namelijk niet eeuwig. Hij is in verwarring en zit te springen om goed en steekhoudend advies. Het is nu de tijd om het verschil te maken als financieel dienstverlener. Maar dan wel vanuit persoonlijke en zakelijke helderheid. 2014 is het jaar van beslissen, kleur bekennen en doorpakken. Actie! Dat betekent nu jezelf onder de loep nemen en daarna je bedrijf. Beslissen wat je visie is en uitvoeren, ongeacht de waan van de dag. Klantbelang als basis van je

dienstverlening. De toegevoegde waarde die je dan de klant kunt bieden is integer en logisch. Je ziet het hier en daar al om je heen. Bedrijven die zichzelf opnieuw uitvinden en er dan vol voor gaan en succesvol zijn. Laten die je inspireren om je eigen weg te vinden. NU. Dat is financieel leiderschap.

Wegduiken?

Hans Schriever
Official partner
FP Advance



2014 is weer eens zo'n jaar waar van alles staat te gebeuren:

- Nieuw besluit vakbekwaamheidseisen
- Provisieverbod voor beleggingsadviseurs
- AFM met meer activiteiten
- Aanpassingen in de zorgplicht en ga zo maar door.

De financiële dienstverleners blijven zich aanpassen. Als adviseurs weten we dat een risicoloos leven niet bestaat (ook al zouden veel mensen dit eigenlijk wel willen). En als het dan eens wat anders gaat of zelfs fout gaat, ligt het altijd aan een ander. Maar pas op: de veranderingen en aanpassingen zullen ook in 2014 gewoon doorgaan. We kunnen dan wel wijzen naar anderen, hier wordt u helaas niets wijzer van. Voor uzelf en/of voor uw bedrijf staan, heeft dan meer effect. Als adviseur zie je dat klanten allerlei veranderingen en verantwoordelijkheden voorgeschoteld krijgen die ze niet kunnen overzien. Zie dit als een kans, deze markt groeit. In 2014 zal het bedrijfsmodel door velen worden aangepast en de trage 80% zal nu de stap zetten:

- Adviseurs moeten de keuze maken voor een klantgroep
- Adviseurs moeten de dienstverlening aanpassen en moeten een echte communicatieband met hun klanten aangaan.

Kortom, uzelf bent de kans of bedreiging in 2014, want de markt heeft vele mogelijkheden. Bepaal zelf wat u wilt: wegduiken of er een succes van maken. **U**