

Blijf als adviseur vooral **jezelf** in 2022

WAAR LIGGEN IN 2022 DE UITDAGINGEN EN KANSSEN VOOR FINANCIEEL ADVISEURS, GEVOLMACHTIGDEN EN HYPOTHECAIR PLANNERS? WVP VROEG HET HUN BELANGENORGANISATIES. DE RODE DRAAD: BLIJF VOORAL JEZELF ALS ADVISEUR, DESKUNDIG EN INTEGER. EN ZORG DAT JE JE TIJD ZOVEEL MOGELIJK KUNT BESTEDEN AAN DATGENE WAARVOOR JE OP AARDE BENT: ADVISEREN, WAARBIJ AANDACHT VOOR DUURZAAMHEID ANNO NU VANZELFSPREKEND ZOU MOETEN ZIJN.

SAMENSTELLING **TOON BEREENDSEN**

Adfiz: practice what you preach

Een van de belangrijkste uitdagingen 2022: mensen niet vervreemden van financieel advies, maar er juist mee vertrouwd maken. Dat stelt directeur Enno Wiertsema van Adfiz.

Wiertsema: "Ik ben er wel klaar mee, die alles dominerende afgelopen twee coronajaren. Terwijl ik dit schrijf zijn net weer strengere coronamaatregelen in werking getreden en ik hoop (misschien tegen beter weten in) dat we de daarmee beoogde doelen bereiken en daarna weer aan de slag kunnen. Want man, wat ben ik er klaar mee. Natuurlijk heeft de pandemie ons ook veel waardevolle inzichten gebracht, zoals werken op afstand. Maar het heeft ons ook doen inzien hoe belangrijk het ooit vanzelfsprekende, ongedwongen, persoonlijke contact is in gesprekken met klanten, collega's, aanbieders, toezichthouders, ministeries en politici.



Een van de gespreksonderwerpen die hoog op mijn agenda staat voor 2022 is de financiële fitheid van mensen. Als Adfiz voeren we nu al enige tijd de slogan 'Advies verbetert het financieel gedrag van mensen'. En ik zie dit inzicht, in deze of aangepaste bewoordingen, gelukkig steeds vaker ook door anderen verkondigd worden. Zo pleitte Annemarie van Gaal ervoor om de financieel adviseur in te zetten als 'tomtom' voor werknemers omdat zo veel maatschappelijke ellende voorkomen

kan worden. En zei Laura van Geest (AFM) dat financiële dienstverleners een belangrijke dienst kunnen leveren aan consumenten die wel weten dat ze naar hun financiële huishouding moeten kijken, maar dat meestal toch niet doen.

Mijn wens voor 2022 is dat we dat inzicht niet alleen met en tegen elkaar blijven verkondigen, maar er nu eens echt werk van maken om te zorgen dat er ook

naar gehandeld wordt; 'practice what you preach', zeg maar. Want we moeten mensen niet vervreemden van financieel advies, maar er juist mee vertrouwd maken. En daar gaan oeverloze, tijd verspillende discussies over hoeveel we exact en op welk moment aan provisie ontvangen voor het verbeteren van de financiële positie van mensen niet bij helpen. Wat de klant ook niet vooruit gaat helpen is om het begrip advies uit te hollen en

alle werkzaamheden die voortvloeien uit het onderhoud onder het begrip informeren te scharen en bij de aanbieder neer te leggen. Want niet informatie, maar advies en de disciplinerende werking die uitgaat van de financieel adviseur verbetert het financieel gedrag van mensen. En dáár ligt dan ook de sleutel tot het verbeteren van de financiële fitheid van mensen. En nergens anders." □

CFD: multitasker voor de klant

"Wij denken dat ontzorgen, kwalitatieve nazorg en persoonlijke aandacht het intermediair de winnaar van de toekomst maakt." Aldus CFD-voorzitter Edwin Herdink.

Herdink: "Ontzorgen, nazorg en minder administratieve lasten zijn in 2022 belangrijke uitdagingen voor het intermediair. Of je het nu over verzekeren hebt, een hypotheek of een integraal pensioenadvies, hoe meer delen van het totaalproces je voor de klant kunt verzorgen, hoe sterker dat is. Bij een aankoop hypotheek horen bijvoorbeeld ook vaak de verkoop van een huis en een verhuizing. En bij oversluiters vaak een verbouwing, tijdelijke opslag of advies over energiebesparing. Daar waar je kunt ontzorgen in de keten maak je een onuitwisbare indruk bij die klant.

Kwalitatieve contactmomenten vallen op. Klanten kennen inmiddels wel de nieuwsbrieven, klantvriendelijkheidsonderzoeken en mailcampagnes. Het is een stortvloed aan informatie die maar beperkt waarde toevoegt. Opvallen door bijzonder te zijn, door echt waarde toe te voegen, daar gaat het ook in 2022 weer om. De laatste jaren is de wet- en regelgeving binnen de sector verstikkend geworden. Dat moet anders zodat er meer tijd vrijgemaakt wordt om te adviseren, want dat is en blijft ons grootste onderscheidend vermogen. We hebben dit vak niet gekozen om steeds meer van onze tijd aan procedures te besteden.

Automatisering wordt steeds intelligenter en neemt standaard administratieve processen meer en meer over. Dat betekent dat onderscheiden op dit punt ook steeds moeilijker wordt. Wij denken dat ontzorgen, kwalitatieve nazorg en persoonlijke aandacht het intermediair de winnaar van de toekomst maakt. Eigenlijk zoals dat altijd al is geweest, alleen afgestemd op de



ontwikkelingen van nu. Wij zien zelfs een ontwikkeling waarbij financieel adviseurs steeds vaker als ZZP'er zullen opereren, als multitasker voor de klant, daarbij gebruikmakend van IT-centra en commerciële samenwerkingen. Het gevolg is dat de verbinding tussen adviseur en klant sterker wordt dan ooit.

Een van de speerpunten van CFD in 2022 wordt de lobby in Den Haag. Door corona en een vastgelijmd demissionair kabinet zijn constructieve gesprekken niet mogelijk. Zodra er een

nieuw kabinet zit, gaan de registers open bij CFD. We hebben namelijk nog wat noten te kraken over bijvoorbeeld het ongelijke speelveld en een aantal andere pittige dossiers.

CFD neemt in 2022 de relaties met politiek en aanbieders weer onder de loep. We blijven op het standpunt staan dat overleg met het Verbond van Verzekeraars en een aantal andere centrale partijen vanwege de tegengestelde belangen weinig zinvol is. Daarom ligt de focus op rechtstreeks overleg met intermediaire aanbieders en politici die het MKB een warm hart toedragen. En daarnaast investeren we verder in samenwerkingen met partners die kansrijke concepten voor onze leden ontwikkelen." □

'Nog wat **noten te kraken** met politiek over aantal pittige dossiers'

FvA: van buiten naar binnen kijken

“Als de financieel adviseurs nu starten om hun troeven uit te spelen, dan zijn zij over tien jaar leidend als financieel dienstverleners. En rijdt – over de rails waar nu nog de stoomtrein zich voortbeweegt – een supermodern, hyperloop-achtig voertuig de toekomst tegemoet.” Dat meent Bert Sonneveld, voorzitter van de Federatie van Assurantieclubs.



Sonneveld: “Als we de financieel adviseur vergelijken met een stoomtrein, is hij of zij dan over tien jaar alleen nog in het museum te zien? Het kan; als we alleen maar achteruitkijken en ons boos maken over alles wat ons is ‘afgenomen’ zoals provisie op complexe producten en het in eigen branche regelen om op de hoogte te blijven van actualiteiten. Of als we blijven hangen in het verleden met inefficiënties bij verzekeraars en het intermediair.

De Federatie en de aangesloten assurantieclubs hebben zin in 2022! Met goede lezingen met goede vakinhoudelijke discussies, hybride webinars met grote namen uit de branche en podcasts. Alles om onze leden de combinatie te bieden van inhoud én napraten; om onze klanten oplossingen te kunnen bieden die we alleen niet zouden hebben bedacht. Ook willen we – samen met andere organisaties van en voor adviseurs – zorgen dat 2022-2025 het laatste PE-tijdperk wordt waarin de overheid ons oplegt hoe we regelen dat we actueel blijven. Naar de minister zeggen we: “Wopke, stop met eens in de drie jaar ons een onbenullig examentje te laten doen!”. Permanent actueel blijven kan veel beter dan nu is geregeld.

De drie uitdagingen in 2022 voor de financieel adviseur zijn hoe om te gaan met onverzekerbaarheid, het

kunnen omschakelen naar provisie-transparant of provisie-vrij werken en – als kantoor – het overnemen van of worden overgenomen door branchegenoten. Deze uitdagingen kunnen het beste worden aangegaan door goed na te denken over jouw eigen toekomst. Niet alleen – eventjes – onder de douche of onderweg naar kantoor of klant, maar met zakenpartners, medewerkers, collega's en/of anderen die kunnen helpen om van buiten naar binnen te kijken. Niet tussen de bedrijven door,

maar in een weekend. Niet op eigen kantoor, maar op een hei. En dat is niet alleen voorbehouden aan grote kantoren, maar juist ook aan de eenpitter, het papa-en-mama-kantoor of bedrijf met een paar medewerkers.

De uitkomst is een beeld van 2030. Wat zien jouw klanten – dan – van jou? Wat hoor jij jouw medewerkers tegen elkaar zeggen? En wat doe je zelf? Dat beeld is opgebouwd uit een combinatie van klantwaardering en verdienmodel. Het geeft antwoord over hoe je een klant helpt die met onverzekerbaarheid te maken heeft van zijn auto of huis met rieten dak of na wanbetaling met roeyment is geconfronteerd. Het geeft antwoord hoe jij al jaren jouw toegevoegde waarde vooraf aan jouw klant duidelijk maakt, zodat er geen enkele discussie is over jouw verdiensten. En het geeft antwoord op de ideale kantoorgrootte, die past als een tweede huid. Want als de financieel adviseurs nu starten om deze troeven uit te spelen, dan zijn zij over tien jaar leidend als financieel dienstverleners. En rijdt – over de rails waar nu nog de stoomtrein zich voortbeweegt – een supermodern, hyperloop-achtig voertuig de toekomst tegemoet.” □

INSVER: word in 2022 duurzaam adviseur

“De overlevingsstrategie van het intermediair is gaand met een transitie van onafhankelijk adviseur naar duurzaam adviseur”, zegt Kees Dullemond. Samen met financieel adviseur Kees van Steensel richtte Dullemond in 2021 het Instituut Verduurzaming Verzekeringsbranche (INSVER) op.

Dullemond: “Voor INSVER is 2022 het eerste jaar als platform en kenniscentrum voor verduurzaming, voor alle bedrijven werkzaam in de verzekeringsbranche en voor de adviseurs in het bijzonder. INSVER omarmt de zeventien Sustainable Development Goals SDG's van de Verenigde Naties. Om zo bij te dragen aan de ecologische (klimaat, biodiversiteit, etcetera) socia-

le (inclusiviteit, gelijkheid, etcetera) en economische (rechtvaardige verdeling, welzijn, etcetera) belangen.

De drie macro-economische ontwikkelingen met meeste impact voor adviseurs zijn: de enorme schaalvergroting (door het opkopen van adviseurs door private equity partijen en verzekeraars), de steeds complexer wordende samenleving en de klimaatcrisis. Dit heeft grote gevolgen voor de bedrijfsvoering van het intermediair en de kwaliteit van dienstverlening.

Wil de adviseur de komende jaren succesvol blijven in de financiële dienstverlening, dan is het verstandig zich op twee cruciale pijlers te concentreren. Enerzijds de vakbekwaamheid: verhoog je kennis, specialiseer je en verleen je dienstverlening op een steeds hoger niveau. Anderzijds, zorg ervoor dat je nog dichter bij je klant komt, geef de klant nog meer aandacht dan voorheen, verdiep je nog meer in zijn situatie en stel je kennis en kunde ten dienste van een optimaal verzekeringspakket van de klant. Deze twee pijlers samengevat: overtref de verwachtingen van je kritische klant.

De afgelopen decennia was de overlevingsstrategie van het intermediair gericht op het begrip 'onafhankelijkheid'. Wees onafhankelijk en dan komt het wel goed.



Maar wat is de relevantie van juridische en economische onafhankelijkheid (wat dat ook mag zijn en bestaat dat wel?) in relatie tot de bovengenoemde drie uitdagingen? Dat draagt niet bij aan succesvolle oplossingen. De overlevingsstrategie van het intermediair is veel meer gediend met een transitie van onafhankelijk adviseur naar duurzaam adviseur.

Duurzame verzekeringsadviseurs werken uitsluitend vanuit het belang van de klant. Ze komen met advie-

zen en geven begeleiding aan de klant die structureel houdbaar zijn. Niet ingegeven door eigen korte termijn gewin. Maar gericht op een lange termijn relatie met waarde voor de klant. Dat is duurzaam advies. Duurzame verzekeringsadviseurs hebben daarnaast in de eigen bedrijfsvoering oog voor duurzaamheid. Met als doel een bijdrage te leveren aan een duurzame rechtvaardige samenleving. Dat kan op heel veel manieren. INSVER helpt en ondersteunt de adviseurs hierbij. Met kennis, informatie, allerlei hulpmiddelen, voorbeelden en tips en adviezen. Want werken aan een duurzame samenleving doe je met elkaar en stap voor stap. Hoe mooi zou het zijn als in 2022 steeds meer adviseurs de weg van de duurzaamheid bewandelen." □

NVGA: aanwas jong talent bevorderen

“Een belangrijk speerpunt in 2022 is de samenwerking met onze businesspartners: de volmachtverzekeraars en het Verbond van Verzekeraars. Gezamenlijk nemen wij het eigenaarschap van het Werkprogramma over en zullen wij de herontwikkelde applicatie presenteren”, aldus voorzitter Ron Gardenier van de NVGA.

Gardenier: “Een van de grootste uitdagingen voor 2022 is het op orde krijgen van de datakwaliteit. Het project Uniforme Inrichting Volmachtke-ten moet volgend jaar afgerond worden en dat zal voor een aantal kantoren nog de nodige inspanning vereisen, voornamelijk in het zakelijke domein. Daarnaast zullen we de diverse opgeleverde leidraden, zoals de Leidraad IT en de Leidraad POG, moeten implementeren in de processen van



onze organisaties, om onze compliance te borgen. Een andere uitdaging is het vinden van geschikt personeel. We zien een vergrijzing in onze bedrijfstak en zullen daarom de aanwas van jong talent moeten bevorderen. We moeten ervoor zorgen dat we een attractieve branche blijven en jong talent kunnen opleiden om het stokje over te nemen.

In het veranderende speelveld zijn er meerdere zaken waarvoor wij als branche alert moeten zijn. Allereerst is het belangrijk dat we dicht bij het adviesbedrijf en daarmee de klant blijven. Onze adviesbedrijven zijn de oren en ogen van de markt. De consolidatie zal zorgen voor een slag in efficiëntie, waarin schaalgrootte, automatisering en data een belangrijke rol spelen. Goed gebruik van data in combinatie met de juiste technologische toepassin-

'Dicht bij het advies- bedrijf en daarmee de klant blijven'

gen is onontbeerlijk om klanten duurzaam en effectief te helpen. Ook moeten we voortdurend blijven innoveren en scherp zijn op nieuwe ontwikkelingen zoals cyber- en klimaatrisico's. We moeten proactief onze bijdrage aan de energietransitie en een gezonder klimaat vergroten en oog hebben voor wat er nu en op de langere termijn speelt. In dat licht is het ook belangrijk om ons in te zetten voor diversiteit en inclusiviteit. Onze bedrijven, verspreid over het land, mogen een mooie afspiegeling zijn van de maatschappij waarin wij leven en werken.

Zoals gezegd zullen we volgend jaar een flinke slag maken met het project rondom datakwaliteit. Daar-

naast komt er een vernieuwde Position Paper, die onze koers als vereniging voor de komende jaren uiteenzet. Een belangrijk speerpunt is de samenwerking met onze businesspartners: de volmachtverzekeraars en het Verbond van Verzekeraars. Gezamenlijk nemen wij het eigenaarschap van het Werkprogramma over en zullen wij de herontwikkelde applicatie presenteren. De duurzame samenwerking met deze partners is onontbeerlijk voor onze branche. Omdat de kracht van onze vereniging in de ontmoetingen tot uiting komt, hopen wij volgend jaar weer meer bijeenkomsten te kunnen organiseren. Door de recente ontwikkelingen met betrekking tot corona, waren wij genooddaakt ons jubileumfeest te annuleren. Een enorme teleurstelling, maar wij zagen geen andere mogelijkheid. We kijken nu uit naar het congres, dat voor het eerst sinds het begin van de coronacrisis weer plaatsvindt op 14 april. Wij hopen dat we vooral de positieve effecten van corona kunnen vasthouden, zodat we een effectieve hybride vorm tussen fysieke en digitale ontmoetingen bereiken." □

OvFD: de kracht van oprechte aandacht

"Omarm als adviseurs vernieuwingen en benut de technologische mogelijkheden om onze sterke punten nog krachtiger tot uiting te brengen." Dat zegt Christian Dijkhof, voorzitter van de OvFD.

Dijkhof: "Goed personeel vinden en houden is een van de belangrijkste uitdagingen in 2022. Een macro-economische ontwikkeling die specifiek voor onze sector nog harder gaat spelen. MBO- en HBO-opleidingen leveren nauwelijks nog instroom aan de sector, mede als gevolg van de periodieke PE-examens. We moeten als advieskantoren dus zelf opleiden en aantrekkelijk zijn voor jongeren. Verdiepen in wat zij zoeken waar zij blij van worden dus.



Een andere uitdaging: omgaan met veranderende regelgeving en een in toenemende mate ongelijk speelveld voor adviseurs. Met flexibiliteit en liefde voor het vak gaan we ook hier weer sterker uitkomen!

Verder is het zaak de traditionale kracht van de lokale adviseur (herkenbaar, benaderbaar en dichtbij) te behouden zonder de ogen te sluiten voor moderne ontwikkelingen en de kracht van technologie. Omarm vernieuwingen en benut de technologische moe-

lijkheden om onze sterke punten nog krachtiger tot uiting te brengen.

De samenleving individualiseert en flexibiliseert. Nieuwe woonvormen, andere dienstverbanden. Meer ZZP'ers en carrièreswitchers. En in al dat geweld van de moderne tijd zijn de aanbieders en toezichthouder in onze sector bezig met standaardiseren van processen en het versimpelen van producten. Mede aangejaagd door grote consolidatieslagen. Terwijl het antwoord op de trends in de samenleving voor mijn gevoel toch meer ligt in maatwerk, individuele benadering en aandacht. Dat is dan ook precies de troef die de lokale adviseur kan uitspelen. De kracht van oprechte aandacht!" □

'Trends in samenleving vragen maatwerk'

NVHP: vertrouwen hebben van de klant

“Er is een gevaar dat er een steeds groter gat komt tussen wat digitaal mogelijk is en de kennis die adviseurs hierover hebben. Het kennen en kunnen met betrekking tot digitale vaardigheid en digitale veiligheid zal collectief heel veel inspanning vragen.” Aldus Maaïke Verhoef, secretaris van het bestuur van de NVHP.



Verhoef: “Ook 2022 zal weer de nodige uitdagingen kennen. Maar wat zou het saai worden wanneer we zouden moeten adviseren in een markt zonder uitdagingen. Wij zien veel aandachtspunten voor de komende tijd. Om er drie te noemen: de inrichting en financiering van onderhoud en nazorg zal nog een hoop denkkraft en energie vragen. In een samenleving die volop in ontwikkeling is en waarin gedurende de levensloop mensen steeds vaker ingrijpende beslissingen nemen, wordt onderhoud en nazorg op het gebied van financiële diensten, en dus ook op het gebied van hypotheek, steeds belangrijker. Adviseurs hebben te maken met de vraag hoe men dit bedrijfsmatig kan inrichten en de kosten hiervan kan financieren. Dat laatste is een uitdaging op het moment dat klanten het belang van nazorg nog niet herkennen.

Een tweede uitdaging is de wijze waarop wij als adviseurs een versnelling kunnen helpen aanbrengen in het verduurzamen van woningen. Er zijn inmiddels voldoende financiële arrangementen om klanten in staat te stellen hun woning te verduurzamen. Toch gebeurt dit nog niet op de schaal die wenselijk is. Een derde en zeer grote uitdaging is de digitalisering. De ontwikkelingen op dit gebied gaan heel snel. Er is een gevaar dat er een steeds groter gat komt tussen wat mogelijk is en de kennis die adviseurs hierover hebben. Het kennen en kunnen met betrekking tot digitale vaardigheid en digitale veiligheid zal collectief heel veel inspanning vragen.

Welke troeven de financieel adviseur absoluut moet uitspelen om ook over tien jaar nog leidend te zijn? Moeilijke gespreksonderwerpen als het risico van over-

lijden en echtscheiding niet uit de weg gaan. Blijven investeren in vakkennis en hierin ook verbreden naar gebieden als bijvoorbeeld estate planning. Bovenal: niet tornen aan normen en waarden, blijf integer adviseren. De verleidingen zijn groot. Toch niet doen! Uiteindelijk is er maar één factor die bepaalt wie er over tien jaar nog een gezonde adviespraktijk heeft en wie niet en dat is het vertrouwen hebben van de klant. Dat heeft niets met omvang te maken, maar alles met hoe jij als adviseur jouw klant

ziet. Is de klant niet meer dan een bron van inkomsten of zie je de klant vooral als iemand voor wie je, zelf als adviseur, medeverantwoordelijkheid wilt nemen met betrekking tot zijn ‘zekerheid’ op lange termijn. Ik denk dat die laatste adviseur in een enorme behoefte voorziet en zal blijven voorzien.” ■

ADVERTENTIE

Ongewoon goed verzekerd in het buitenland.

Ga je voor langere tijd naar het buitenland?

Soms is je Nederlandse zorgverzekering niet genoeg. Check hoe de ziektekosten op jouw bestemming zijn geregeld.

Ga voor meer informatie naar:
www.oomverzekeringen.nl

oom gespecialiseerde verzekeringen

‘Niet tornen
aan normen en
waarden’