10 COVERSTORY

“Je kunt de mogelijkheden van digitalisering inzetten om processen zo veel mogelijk uit te kleden en tot de kern te reduceren; hypotheek afsluiten, strik erom en klaar. Maar je kunt de digitale mogelijkheden ook benutten om waarde toe te voegen aan de lange periode dat iemand in zijn huis woont. Een hypotheekadviseur moet zijn bestaande klanten niet vergeten, de hypotheek is het begin van iets, niet het einde. Dat vraagt een andere mindset, maar daarmee voorkom je als beroepsgroep wel volledig weggerobotiseerd te worden.” Dat zegt Rob Mulder, directeur Kennis en Belangenbehartiging bij Vereniging Eigen Huis (VEH).

23 Analyse SERVICEPROVIDING

De positie van het intermediair staat nog altijd onder druk. Alleen door slim uitbesteden en bundelen van krachten kan de adviseur zijn nog altijd dominante positie in de markt voor verzekeringen en hypotheken behouden. Serviceproviders, franchiseketens en ook samenwerkingsverbanden spelen daarbij een belangrijke rol. Maar het intermediair moet wel kritisch blijven. Een uitgebreide marktanalyse door Fred de Jong.

32 HET HYPOTHEEKPROCES van de toekomst

Consumenten sluiten hypotheken en andere financiële producten steeds vaker helemaal zelf online, of met beperkte hulp van een adviseur. Zij verwachten dat dit snel, goedkoop en efficiënt kan. Een hypotheek afsluiten in een uurtje zal de meeste huizenkopers dan ook als muziek in de oren klinken. Hoewel dit nu nog onmogelijk lijkt, is Gert Vasse ervan overtuigd dat dit binnen afzienbare tijd realiteit kan zijn.

34 Kansen en bedreigingen BIJ PENSIOEN

Het Nederlandse pensioenstelsel wordt door internationale deskundigen tot het beste van de wereld gerekend. Niettemin ziet Aris Neven ook bedreigingen als gevolg van de vergrijzing, de langere levensverwachting en de lage rentestand.

EN VERDER

STREET VOICE	8
SPOTLIGHT	27
COLUMN ARMAND BAAS BECKING	47
COLOFON/BELLEN MET	58

20 THEO KRINS
Snoepje van de week

36 WESLEY VAN ’T HOF
Back to the future

40 Online marketing
Bedrijven dienen steeds meer rekening te houden met ‘Gen C’, de zogenaamde YouTube-generatie. De verzekeringsbranche moet hierop inspelen wil ze deze generatie bereiken.

46 MARJA HARRIJVAN
Klantbeleving

43 Op weg naar 2017
De regeling WGA kent voor gedeeltelijk arbeidsgeschikten een hybride verzekeringsstelsel.
Dit draagt bij tot een betere marktwerking.

15 8 INTERMEDIAIRE AANBIEDERS
Adviseur gaat VOL GAS VOORUIT op de digitale snelweg

55 HANS SCHRIEVER
Beloning

50 Marketing De *Awards for Marketing Effectiveness* zijn in Engeland de enige vorm van erkenning voor marketingeffectiviteit binnen de financiële dienstverlening. Deze vormen een inspiratiebron voor de gehele branche.

52 Onderwijs
Stichting LEF bereikte zo’n 10.000 studenten in de afgelopen vijf jaar met het succesvolle programma voor financiële educatie, speciaal bestemd voor ROC-studenten van 15 tot 22 jaar.
Dat moest worden gevierd.

WAAROM VERKOPERS GEEN ADVISEUR ZOUDEN MOETEN HETEN

InFinance publiceerde deze maand een poll over de stelling dat de consument inmiddels wel weet dat hij geen onafhankelijk advies krijgt bij de bank. Ik denk dat dat waar is. Alleen, wat zegt dat dan helemaal? Ik vind het zeker niet de belangrijkste vraag. Het betekent namelijk niet dat de klant óók weet wat de mogelijke gevolgen zijn als hij afziet van een onafhankelijk advies.

Beseft een klant bijvoorbeeld wel hoever prijs en voorwaarden uiteen kunnen lopen tussen verschillende aanbieders? En beseft hij dat een snel gegoogelde lage rente voor een hypotheek níet automatisch betekent dat gekoppelde producten zoals de ORV ook een voordelige keuze zijn? Of beseft hij dat er na de aanschaf van een financieel product van alles kan gebeuren, waarbij een onafhankelijk adviseur echt een groot verschil maakt? Zoals onenigheid over een schadeclaim, een kans om over te sluiten bij renteverlenging, een fout die de aanbieder maakt? Of gewoon, wanneer er betere en goedkopere nieuwe producten op de markt komen bij concurrenten van de aanbieder?

Pas als de klant precies begrijpt wat het verschil is tussen advies en verkoop, mag je verwachten dat hij de verkoper als verkoper herkent en een bewuste keuze maakt. Om dat verschil duidelijk te maken is het wel een randvoorwaarde dat verkopers zich geen adviseur meer mogen noemen.