

Bewijs het maar

Regelmatig spreek ik met intermediairs over de actuele marktontwikkelingen, hun onderneming en hun visie op de toekomst. Ook volg ik de vele discussies op internet en twitter. Daarnaast doe ik veel onderzoek naar onderwerpen die spelen op het gebied van financieel advies. Wat mij daarin opvalt is een verbeterde houding bij het intermediair, gekoppeld aan de overtuiging dat hun dienstverlening superieur is aan die van banken en verzekeraars. Deze opstelling is zowel prijzenswaardig als dat het risicovol is.

Laat ik beginnen met de positieve kant. Het is een goede zaak dat intermediairs geloven in hun eigen kracht, als ondernemer en als financieel adviseur. Dit geloof lijkt versterkt te worden door het krachtenveld waarin het intermediair op dit moment acteert. De concurrentie onderling en met directe kanalen neemt toe, stakeholders zijn kritischer, het verdienmodel is op de schop gegaan, de regeldruk is groot en economisch is het noodweer. Ik kom ook ondernemers tegen die het in deze omstandigheden niet meer zien zitten en terugverlangen naar de 'goede oude tijd'. Toch zijn er veel intermediairs die juist door deze ontwikkelingen een tandje aan het bijzetten zijn. Het besef komt dat uiteindelijk de kans op succes wordt bepaald door de relatie die je hebt met je klant. En dat is niet de bank of verzekeraar, maar de consument en de MKB-er. Dat betekent overigens niet dat het intermediair blij is met de hiervoor geschetste ontwikkelingen. Er is volop kritiek op de rol van de toezichthouder, de strategie van verzekeraars, het vermeende gebrek aan een gelijk speelveld en de almaar toenemende regeltjes waaraan je moet voldoen. Sommige intermediairs vermoeden zelfs een complot dat er op is gericht om het (kleine) zelfstandige intermediair uit te roeien. Terecht of onterecht, het is zaak dit gevoel om te buigen naar positieve verbetering om te bewijzen dat al die criticasters (waaronder ook columnisten) die het einde van uw bestaan voorspellen, het volstrekt verkeerd zien.

Maar een waarschuwing is daarbij op zijn plaats. Je kunt wel vinden dat een klant alleen met echt onafhankelijk advies het beste is gediend, maar dat zul je wel moeten waarmaken. Kun je dat niet, dan heb je echt een probleem. Voor de wetgever is er geen verschil tussen onafhankelijk advies of advies van banken en verzekeraars. Advies moet ten allen tijde passend zijn. Voor de klant is het verschil vaak onduidelijk. De cijfers wijzen uit dat veel klanten direct bij de bank of verzekeraar aankloppen, in plaats van bij u. En die klanten zijn daar gemiddeld genomen niet ontevredener over. In theorie kan de onafhankelijke adviseur een meer optimale match maken tussen klantbehoefte en aanbod in de markt. Door te vergelijken, door scherp in te kopen, door alle omstandigheden van de klant mee te wegen, door niet alleen een product te willen verkopen maar juist ook de klant te behoeden voor financiële problemen, door meer te doen dan de klant verwacht. In de praktijk blijkt die onderscheidende kracht van onafhankelijk advies nog onvoldoende. Het is niet genoeg om zelf te vinden dat de klant beter af is bij jou dan bij een bank of verzekeraar. De klant moet dat zelf ervaren en het liefst die ervaring ook delen met anderen. Om dat te bereiken zal het intermediair nog proactiever de klant moeten opzoeken, nog meer moeten communiceren over de voordelen van je dienstverlening en nog meer de verschillen uitbuiten met de banken en verzekeraars. Het geloof is er bij het intermediair en de adviesbehoefte is er bij de klant. Nu nog dat geloof omzetten in harde bewijzen. Zet de frustratie over de marktomstandigheden om in positieve verbetering om te bewijzen dat de klant het beste gediend is bij onafhankelijk advies.