

# Tips voor winnaars

HET VVP ONDERNEMERSPANEL IS DE ONVOLPREZEN GRATIS VRAAGBAAK VOOR VVP-LEZERS. DE PANELLEDEN TRAPPEN 2022 AF MET TIPS VOOR HET NIEUWE JAAR.

SAMENSTELLING TOON BERENDSEN

## Laat zien wat een prachtig werk u doet

Mijn tip heeft betrekking op de beeldvorming over uw beroepsgroep. Aldus Robin van Beem (Polis Advocaten).

De huidige coronaperiode heeft temeer aangetoond wat het belang en de impact is van goed en onafhankelijk financieel advies. Toch lijkt nog lang niet ieder-

een dit beeld goed op het netvlies te hebben. Als je kijkt naar de wet- en regelgeving die vanuit Den Haag op de adviseur wordt losgelaten, dan lijkt het alsof met name daar nog steeds het beeld leeft van de adviseur als provisiejager die veel vangt voor weinig inspanningen. Dat blijkt ook uit de toelichting van Financiën bij de voorgenomen regeling over actieve provisiëtransparantie.

Nut en noodzaak van die regeling wordt onderbouwd door de suggestie dat de klant lang niet altijd de dienstverlening krijgt waar hij recht op heeft en waar hij voor betaald heeft. Op de voorgenomen regeling is terecht veel kritiek gekomen. Ook ik heb op deze plek eerder al een aantal bezwaren geuit. Recent zijn ook (weer) kritische Kamervragen gesteld. Toch wordt tot nu toe volhard in de gekozen koers. Uit het wetgevingstraject blijkt dat de minister zijn oren heeft laten hangen naar het Verbond, de Consumentenbond en de AFM. De (zeer goed onderbouwde!) bezwaren van onder andere Adfiz en OvFD heeft hij terzijde geschoven.

Is mijn tip voor u voor dit jaar dan dat u zich toch

Robin van Beem:  
'Adviseurs mogen  
minder bescheiden zijn.'



FOTO PETER BEEMSTERBOER

vooral moet voorbereiden op de invoering van de actieve transparantie? Nee. Ik ben ervan overtuigd dat u in een gesprek met uw klant uitstekend kunt uitleggen wat uw meerwaarde is.

Ik zie dat adviseurs nog steeds slechts beperkt zijn aangesloten bij een brancheorganisatie. En dat zij zich slechts beperkt laten horen in het publieke debat. Dat past bij de meeste adviseurs die ik ken. Dat zijn beschei-

den, hardwerkende vakmensen. Maar ik gun u dat u die bescheidenheid eens wat meer laten varen. Kom maar op met die publiekscampagnes, columns in landelijke dagbladen en andere publieke uitingen. Sluit u aan bij een brancheorganisatie. Laat zien wat een prachtig en belangrijk werk u (vaak achter de coulissen) doet. En zorg er daarmee voor dat ook in Den Haag de vraag nooit meer is wat u kost, maar wat u oplevert. □

## Leid tijdig nieuwe medewerkers op

Mijn advies voor 2022 is om nu tijd te investeren in het vinden en opleiden van nieuwe medewerkers en niet te wachten tot je echt iemand nodig hebt. Dat zegt Astrid Duits (AVDB Advies).

Als je wacht tot je echt iemand nodig hebt, gaat het heel lang duren voordat je een geschikte kandidaat gaat vinden. Als ze er al zijn en als ze al bij jouw organisatie willen werken. Sollicitanten met de juiste kennis en ervaring hebben hoge (salaris)eisen tegenwoordig. Ze kunnen deze hoge eisen ook stellen, omdat ze nou eenmaal schaars zijn en dat weten ze. De meeste kans maak je - wanneer je wacht en het echt nodig is - als je je vacature uitzet op [www.assured.nl](http://www.assured.nl). Maar dan nog. Er zijn gewoon te weinig geschikte kandidaten beschikbaar.

Er is maar één oplossing en dat is zelf tijdig onervaren medewerkers benaderen en opleiden. Grote intermediairbedrijven doen dit al structureel. Sommige hebben een eigen academy, anderen bieden permanent stage- en afstudeerplekken aan of hebben een Young Professional-programma. Ze zoeken en leiden onervaren medewerkers op, voordat ze een vacature hebben.

Voor alle particuliere functies gericht op schadeverzekeringen is het advies om te zoeken naar nieuwe medewerkers met een MBO-opleiding. Voor de particuliere binnendienst-adviseurs, de schadebehandelaar particulier, de medewerker polisadministratie/volmacht particulier is een MBO-diploma prima. Hier HBO'ers voor opleiden is zonde, want op deze functies zijn ze snel uitgekeken. En jonge medewerkers die intern willen doorstromen, komen helaas niet zo vaak voor. Een nieuwe uitdagende functie bij een andere werkgever lonkt.

De meest gerichte MBO-opleiding is de opleiding tot 'Legal, insurance & HR services specialist'. Blijkbaar lijkt verzekeringen voor jonge mensen zo saai dat het is verpakt met rechten en HR. Deze opleiding wordt op heel veel scholen gegeven. Kijk op [www.kiesmbo.nl](http://www.kiesmbo.nl). Er is in Nederland één particuliere opleiding die direct op-



Astrid Duits: 'Er zijn gewoon te weinig geschikte kandidaten beschikbaar.'

leidt voor het assurantievak. Dit is de opleiding 'Klant-medewerker Bank en Verzekeringen' bij het particuliere opleidingsinstituut Kronenburgh in Den Haag. Kijk op [www.meao.college.kronenburgh.nl](http://www.meao.college.kronenburgh.nl).

Voor functies gericht op zakelijke schadeverzekeringen en functies gericht op hypotheek, inkomen en pensioen is het advies om wel te zoeken naar kandidaten met een HBO-opleiding. De meest gerichte oplei-

ding is 'Finance, Tax and Advice'. Deze opleiding wordt op acht HBO-scholen gegeven. Kijk op [www.studiekeuze123.nl](http://www.studiekeuze123.nl). Maar beperk je niet tot kandidaten met deze specifieke opleiding. Denk ook aan kandidaten die de opleiding commerciële economie, rechten, accountancy of bedrijfskunde volgen.

Adfiz en OvFD hebben, met steun van de Stichting van de Arbeid, VNO-NCW en vakbond De Unie, de han-

den ineengeslagen en subsidie gekregen via de regeling NL leert door. Deze subsidie is beschikbaar voor kandidaten die nog niet én die al wel in de financiële dienstverlening werken. Kandidaten volgen hun opleiding bij Hoffelijk, Lindenhaeghe of NIBE-SVV. De scholing moet wel afgerond zijn voor 26 september 2022, want daarna vervalt de subsidie. Kijk op [www.jouwvliegendestart.nl](http://www.jouwvliegendestart.nl). □

## Het jaar van de verduurzaming

**Maak als financieel adviseur van 2022 het jaar van de verduurzaming. Dat advies geeft Richard Meinders (SVC Groep).**

**D**e rente is al een aantal jaren kunstmatig laag, met een torenhoge inflatie als gevolg. Onder druk van corona durven de centrale banken de rente nog niet

echt aan te pakken, maar het moment dat dit gaat gebeuren komt steeds dichterbij.

Voor de financieel adviseur is het verstandig om 2022 het jaar van de verduurzaming te maken. Je kunt klanten hier echt mee helpen! Door de overwaarde die veel mensen in hun woning hebben is er vaak de financiële ruimte om te investeren, tel daarbij de (nu nog) lage rente bij op en er kunnen stappen worden gemaakt tegen dezelfde of soms lagere maandlasten. Let er hierbij wel op dat de looptijd van de financiering parallel loopt met de levensduur van de verduurzamingsmiddelen. Ik schreef hier al een artikel over in het VVP van november 2020.

Ik zie dat adviseurs soms ook al contacten hebben met leveranciers van verduurzamingsoplossingen. Dat kan nuttig zijn, zeker als dit betrouwbare netwerkpartners zijn en klanten hier goede ervaringen mee hebben. Ik signaleer ook dat met deze leveranciers soms leadvergoedingen overeen zijn gekomen. Daar ben ik dan weer geen voorstander van. Wees transparant over jouw belangen bij doorverwijzing en gebruik deze financiële ruimte liever om de kosten voor jouw klant naar beneden te brengen.

Ook wordt het tijd om bij de inventarisatie van de wensen, behoeften en doelstellingen van klanten te vragen wat hun wensen zijn op het gebied van duurzaamheid bij de aanbieders van financiële producten. Vanuit de SFDR (Sustainable Finance Disclosure Regulation) is dit al een verplichting bij beleggingen, maar het is een kwestie van tijd of dit begint ook een onderdeel te worden bij andere financiële producten.

Wil je echt een bijdrage leveren aan verduurzaming? Kijk dan ook eens naar de mogelijkheden om financieel advies voor iedereen bereikbaar te houden. De provisie-transparantie zal zorgen voor een natuurlijke schifting van klanten voor wie advies betaalbaar blijft en voor wie niet. Beoordeel binnen jouw kantoor waar de risico's zitten en hoe je deze doelgroep kunt blijven ondersteunen! □



Richard Meinders: 'Adviseur kan klant **echt helpen** bij verduurzaming.'

## Goede begeleiding bij bedrijfsoverdracht cruciaal

Een goede begeleiding is cruciaal, zeker bij bedrijfs-overdracht aan een professionele koper. Aldus Edwin Bosma (BHB Dullemond Overnames en Advies).

A lhoewel velen hopen dat 2022 een grote verandering ten opzichte van 2021 zal zijn en we snel terug kunnen keren naar het oude normaal zonder corona zullen de trends binnen de assurantiemarkt zich voortzetten. Trends zoals de toetreding van branchevreemde partijen, buitenlandse spelers en private equity, hetgeen resulteert in steeds grotere en complexere transacties en bedrijven.

Niet alleen de markt verandert door de toetreding van dit soort partijen maar dit heeft ook zijn weerslag op bedrijfsovernames. Het is niet lang geleden dat fusies en overnames vooral plaatsvonden tussen of door lokale assurantieondernemers. Deze ondernemers spraken elkaars taal en begrepen elkaars business. Door de consolidatieslag is het landschap echter volledig veranderd en hebben verkopers steeds vaker te maken met een professionele kopende wederpartij.

Deze wederpartijen zijn in toenemende mate door private equity gefinancierde organisaties en hebben niet alleen andere ambities maar dragen ook bij aan een ander overnametraject.

Overnametrajecten waarbij de voertaal Engels is, de juridische documentatie in het Engels opgesteld wordt en de koper over een gespecialiseerd overnameteam beschikt. Voor deze kopers ligt de focus, in tegenstelling tot de meeste verkopers, niet op deze ene transactie maar op strategische synergie, versterking van de business (marktpositie) en de korte of middellange termijn. Veelal werken ze met modellen voor koop- en aandeelhoudersovereenkomsten of aandelen- en investeringsprogramma's die vanuit hun eigen belang zijn opgesteld.

Door deze partijen aan de kopende kant is het zaak dat (potentiële) verkopers hun zaken goed op orde en voorbereid hebben en zich in dit soort trajecten kunnen meten aan de professionaliteit van de kopende partij. In waarderingmethoden zijn er ook duidelijke verschillen zichtbaar. Zo kijken buitenlandse partijen anders naar de traditionele factormethode (deze kennen ze veelal niet of nauwelijks) of hebben ze geen goede referentiepunten in de Nederlandse markt.

Door de sterke invloed van de grote strategische partijen (bijvoorbeeld a.s.r., NN, De Goudse) alsmede die van

de buitenlandse partijen (bijvoorbeeld Söderberg, Acrisure, IK) verandert de wijze van het verkopen en aankopen van assurantiebedrijven en ook de waarderingen en -methoden. Dit zien we ook terug op onze afdeling Business valuation alsmede bij ons juridische team. Er is een sterke toename te zien waar het gaat om adviseren bij (complexe en grote) waarderingen in het geval van toetreding van aandeelhouders met voornoemde partijen. De basis voor dergelijke opdrachten is meestal de aandeelhoudersovereenkomst die partijen met elkaar zijn overeengekomen. Voor verkopers of ondernemers die nadenken over de verkoop van hun bedrijf is het daarom zaak om dat goed voor te bereiden, een goed adviesteam te verzamelen en de eigen belangen van begin tot eind goed te laten behartigen. Net als een ondernemer die zich laat adviseren door een assurantieadviseur over de risico's die hij met zijn onderneming loopt. □



Edwin Bosma: "De wijze van het verkopen en aankopen van assurantiebedrijven **verandert.**"

## Kritisch kijken naar uw klantbediening

Als 'Help, mijn portefeuille vergrijst!' u ook wel eens wakker houdt, wordt het in 2022 écht tijd om kritisch te kijken naar uw klantbediening. Dat stelt Jack Vos (Building Blocks).

De millennials (geboren tussen 1980 en 1997) en de Generatie Z (geboren na 1998) zullen de consumptieuitgaven de komende jaren verder domineren. Ze zijn daarmee in spending power nu al groter dan de Baby Boomers.

Millennials en Generatie Z (Gen Z) hebben door ervaringen bij Amazon, Bol.com of Booking héle hoge verwachtingen van het bedrijf waarmee ze zaken doen. Je concurreert dus niet langer tegen soortgenoten, maar feitelijk tegen Amazon (het zogenaamde Amazon effect).



Jack Vos: 'Heeft ú al een Insta?'

Wat betekent dit? Deze consumenten van nu willen eenvoudigweg een reactie van je klantenservice binnen één minuut en via het kanaal dat zij kiezen. Ze willen vriendelijk behandeld worden, als een persoon en niet als een nummer worden afgepoeierd. En ze willen hun probleem in één gesprek opgelost krijgen, zonder dat ze moeten herhalen, first time right dus.

Statistieken laten zien dat Gen Z meer dan acht uur per dag online zijn. Ze doen nu al meer dan 32 procent van hun transacties op een mobiel (dit is twee keer zoveel als de millennial). Waarbij 62 procent aangeeft dat ze gevoelig zijn voor goede reviews. 85 procent van Gen Z gebruikt daarbij social media als informatiebron.

De consumenten van nu zijn veel minder loyaal. Volgens ander onderzoek verlaat 50 procent een bedrijf waarvan ze eerst fan waren (!) al na één slechte ervaring. 92 procent verlaat zo'n bedrijf na twee slechte ervaringen. De hoofdoorzaak van het weglopen ligt voor 70 procent bij klantenservice (of callcenter, customer care, binnendienst, wat u wilt).

Kortom, alleen een méér dan geweldige klantervaring bieden is de beste manier om te voorkomen dat ze weg gaan. Dus, snel en goed de telefoon opnemen? Nou, het gaat over alle touch points. Belangrijker nog dan telefoon zijn reactietijden op mails, 58 procent van Gen Z checkt e-mail meer dan vijf keer per dag. En heeft u een echt goed werkende chat- of WhatsApp-functie? Want Gen Z chatten liever als dat ze bellen. En dat graag 24 uur per dag, zeven dagen per week, first time right. Dank u.

Geld is voor 81 procent van Gen Z de belangrijkste stressfactor in hun leven, zeker bij life events als een gezin starten of een huis kopen. Zie hier dé kans voor de financieel adviseur. Daarbij ziet Gen Z het liefst een authentiek persoon in een commercial. Haal er een social media expert bij en start samen met uw (jonge) adviseur in de hoofdrol een dialoog op met de doelgroep. O ja, van Gen Z gebruikt 41 procent Instagram en slechts zestien procent Facebook. Heeft ú al een Insta? ■

Het VVP Ondernemerspanel beantwoordt graag vragen van financieel adviseurs. Stel u vraag via: [vvponline.nl](mailto:vvponline.nl). Er zijn geen kosten aan verbonden.