



*Richard Meinders, Jacqueline van der Vlies en Edwin Nijenhuis.*

EDWIN NIJENHUIS (LINIE FINANCIAL CONSULTANCY, EMMEN) HAD MOEITE OM FOCUS AAN TE BRENGEN IN ZIJN PRAKTIJK. HET GELUK LACHTE HEM TOE: HIJ LEERDE JACQUELINE VAN DER VLIES KENNEN, WAAR HIJ ZOWEL PRIVÉ ALS ZAKELIJK EEN RELATIE MEE KREEG. SAMEN HEBBEN ZE EEN DUIDELIJKE LIJN GEVONDEN: RELATIEBEHEER.

# “Niet langer het gevoel dat ik klanten tekort doe”

TEKST TOON BERENDSEN | BEELD FRED LIBOCHANT

Is het makkelijk om focus aan te brengen én te houden? Niet altijd, weet Van der Vlies uit hoofde van haar werk als organisatiepsycholoog. “Een organisatie spreekt een nieuwe wijze van werken af. vervolgens is het zaak – hoeveel pijn dat ook kan doen – dat je elkaar er voortdurend op aanspreekt als het gedrag anders is dan afgesproken. Het liefst zo snel mogelijk, om te voorkomen dat zaken onderhands gaan sluimeren.”

Ook tussen Nijenhuis en Van der Vlies knettert het wel eens. Edwin is van nature zeer klantgericht. Dit betekent dat hij geneigd is iedereen te helpen, terwijl focus juist vraagt om keuzes. Van der Vlies helpt Nijenhuis bij de gemaakte keuzes te blijven. Dat geeft wel eens wrijving. Maar Nijenhuis weet waar hij het voor doet.

Nijenhuis beseft al langer dat hij niet kon doorgaan op de oude voet. Deels had dat te maken met het in 2013 ingevoerde provisieverbod; als levengeoriënteerde financieel planner kon hij niet terugvallen op een portefeuille schadeverzekeringen. Maar ook realiseerde Nijenhuis zich dat hij niet tot aan zijn pensioen ‘alles voor iedereen’ kon blijven doen. Dat is alleen al fysiek onmogelijk op een bestand van 400 klanten, waaronder veel in het hogere segment. “Ik had steeds meer het gevoel dat ik klanten tekort deed.”

Het is niet dat Nijenhuis geen pogingen heeft gedaan om het werk behapbaar te houden. Hij investeert in digitalisering. Ook huurde hij wel eens een ZZP’er in om hem te helpen. “Maar ik kwam er achter dat hoe beter zo iemand is, hoe minder je over hem of haar kunt beschikken!”

Jacqueline: “Toen ik Edwin leerde kennen, had hij het vooral heel erg druk. En ik dacht: dat ga jij niet volhouden.”

## HONDERD TOPKLANTEN

Welke kant het precies op moest, wist ook Jacqueline niet meteen. Toen las ze een artikel van Richard Meinders, partner SVC Groep en lid VVP Ondernemerspanel, en viel het kwartje. Meinders is warm pleitbezorger van relatiebeheer: “Financieel adviseurs zijn van oudsher transactiegericht, terwijl ze op de lange termijn succesvoller zijn als ze blijvende aandacht voor de klant hebben.”

Jacqueline: “Met die bril zijn we samen met Richard gaan kijken naar de klantenportefeuille van Edwin. En hebben we zo’n 100 ‘topklanten’ geselecteerd. Edwin is nu heel bewust bezig om de relatie met deze klanten te verbreden en uit te diepen.”

Deze keuze is ook helder verwoord in de missie van het kantoor: “LINIE Financial Consultancy ontzorgt u in



Jacqueline van der Vlies (LINIE FC):  
'Elkaar aanspreken op gedrag dat anders is dan overeengekomen.'



Richard Meinders (SVC Groep):  
'Ontwikkeling naar klant- en lange-termijngericht niet te stoppen.'

deze complexe financiële wereld. Waarbij een financieel of fiscaal productadvies voor een hypotheek, verzekering of pensioen ondergeschikt wordt gemaakt aan een 'stappenplan voor het leven' met permanente 'dijkbewaking'. Met veel kennis van zaken, gemotiveerde medewerkers, veel ervaring en moderne middelen zijn wij in staat om samen met u te bepalen 'Wat is genoeg en hoe gaan we dat realiseren?' Wij luisteren actief naar uw wensen, nemen u bij de hand en dagen u uit om te zien of uw wensen haalbaar zijn."

De missie ademt ook Edwins voorliefde voor financiële planning. En de zachte kant daarvan, want Nijenhuis vraagt altijd eerst door naar wat de klant nu eigenlijk écht wil.

Meinders raadt iedere financieel adviseur het formuleren van een missie aan: "Een missie helpt je uit te dragen waar je voor staat als ondernemer." Jacqueline: "Bij deze missie voelen Edwin en ik allebei: zo willen we

zijn, zo willen we gezien worden. De missie helpt bovendien bij het doorvoeren van gedragsverandering. Ander gedrag moet je echt heel vaak blijven oefenen. De missie herinnert je steeds weer aan het gewenste nieuwe gedrag."

#### NETJES

Jacqueline en Edwin verschuiven het accent in de LINIE FC-portefeuille dus naar versterkt relatiebeheer van een geselecteerd aantal klanten. Er zijn kantoren die afscheid nemen van klanten die buiten hun focus vallen. Nijenhuis en Van der Vlies doen dit nadrukkelijk niet. "Als je eenmaal een relatie bent aangegaan, hoort deze netjes te eindigen", meent Jacqueline.

Edwin blijft de overige relaties bedienen, maar beperkt zich hierbij tot de wettelijke informatieplicht. "Nadzorg bijvoorbeeld moeten we gewoon vanuit de wet- en regelgeving blijven bieden", aldus Edwin. Klanten met vragen die verder reiken, wordt een extra tarief in rekening gebracht. Nijenhuis werkt in beginsel op basis van uurtarief. "Ik heb ooit geprobeerd een abonnement in te voeren à la MultiSafe. Maar zeker in het begin hadden klanten daar weerstand tegen. Elke maand was er weer discussie over de factuur. Dus daar ben ik weer mee gestopt. Ik hanteer een uurtarief. Eventuele provisie wordt verrekend." (Op inhoud heeft het kantoor wel een abonnementensysteem, vanwege de signaalmomenten.)

'Bij deze missie voelen we allebei: **zo willen we zijn**, zo willen we gezien worden'



Edwin Nijenhuis (LINIE FC):  
 'Ik acteer nu op de relatie.  
 Ik kan dit iedere adviseur  
 aanbevelen!'

Tot nu toe hebben de keuzes van LINIE FC niet geleid tot opmerkelijk verloop in de portefeuille. Enkele klanten wilden weg, ondertekenden de afstandsverklaring maar een paar zijn al weer terug als klant. Twee klanten in het topsegment vonden de nieuwe aanpak niet nodig, maar bleken bereid Edwin een kans te geven.

Edwin en Jacqueline hebben meer keuzes gemaakt. Zo is besloten de afwikkeling van een portefeuille met ongeveer twintig beleggingsverzekeringen uit te besteden. Ook voor hypotheek is een samenwerking overeengekomen. Onderzocht wordt hoe beheer en nazorg het beste vormgeven kunnen worden.

### ELKAAR IN GOEDE SPOOR HOUDEN

Het proces van verandering is nog volop gaande. Het is ook niet dat Edwin nu al heel veel tijd meer overhoudt. Toch is hij zeer te spreken over wat er tot nu toe is bereikt. "Ik kan me steeds meer focussen op de belofte aan de klant. Ik acteer op de relatie. Ik kan dit iedere adviseur aanbevelen!"

Elkaar scherp houden, is inderdaad wel belangrijk. Nijenhuis en Van der Vlies vormen samen de kern van LINIE FC, en ze zien elkaar ook privé, waardoor ze voortdurend met elkaar kunnen klankborden. "We praten veel samen. Hoe was je dag en wat ben je tegengekomen? We weten goed van elkaar waar we mee bezig zijn. Dan kun je de ander ook in het goede spoor houden."

Het principe, aldus Van der Vlies, is bij grote organisaties niet anders. "Formuleer concrete doelen, maak duidelijke afspraken en blijf met elkaar communiceren wat lukt en wat niet lukt. En nogmaals: durf elkaar aan te spreken op gedrag dat afwijkt van de afspraken."

Volgens Meinders is het cruciaal dat medewerkers en organisaties doordrongen zijn van de noodzaak om op de lange termijn het klantbelang centraal te stellen. "Helaas zien we dat de focus af en toe toch weer op nieuwe omzet komt te liggen, zoals nu hypotheek. Toch is er sinds 2008 al wel iets bereikt, want advies wordt wel degelijk meer vanuit het klantperspectief gegeven. Ik maak me sterk dat de ontwikkeling naar klant- en langetermijngericht niet te stoppen is. Ik denk dat Edwin altijd al het beste voor de klant wilde, maar door in te zetten op relatiebeheer en daarbij horende keuzes te maken past dit nu veel beter qua persoonlijke interesse en verdienmodel.

"Het is belangrijk om die klanten te selecteren die jouw dienstverlening kunnen en willen betalen. Als je een rendabele business case hebt, kun je vanuit jouw maatschappelijke betrokkenheid er altijd nog voor kiezen om voor bepaalde klanten het advies gratis of tegen een sterk gereduceerd tarief uit te voeren. Geef in dat geval wel aan wat de dienst regulier kost, zodat men beseft wat het waard is. Gratis is immers 'waardeloos.'" ■