

## **Niet businessmodel maar adviesmethodiek moet rigoreus om**

**PURMEREND - Het maakt niet zoveel uit welk businessmodel er wordt gehanteerd. Wanneer de adviesmethodiek wordt aangepast, leidt dit direct tot een hogere conversie en verbetering van de compliancy. Kortom: gebruik advies voor extra betaalde diensten die meer omzet opleveren en tegelijkertijd voldoen aan wet- en regelgeving.**

Het moge duidelijk zijn dat er de afgelopen jaren veel over ons, financiële professionals, is heen gekomen. De veranderende wetgeving, in combinatie met de economische crisis, zette de financiële dienstverlening op zijn kop.

### **Van provisie naar fee**

Een groot deel van het intermediair overweegt haar businessmodel om te zetten van provisie naar fee, met het doel te kunnen voldoen aan de eisen van de wetgever én de inkomstenstroom weer op gang te brengen.

### **Verplicht nummertje**

Een veel voorkomend voorbeeld uit de oude praktijk: uw klant komt binnen met de vraag wat de hypotheekrente doet voor zijn zojuist aangekochte woning. Na een korte inventarisatie duikt u een vergelijkingssite voor hypotheek of een hypotheeksoftwarepakket in. Enkele minuten later rolt de meest voordelige aanbieding met de bijbehorende netto maandlasten uit de printer. Door aan te bieden op basis van 'prijs', dwingt u uw relatie min of meer om te gaan shoppen. De kans bestaat dat zij/hij bij een andere aanbieder een 'goedkopere' aanbieding krijgt. Indien de klant tevreden is over de aangeboden rente besluit hij de hypotheek via uw bemiddeling af te sluiten. U vraagt de offerte aan bij de zojuist geselecteerde geldverstrekker en maakt ondertussen uw dossier Wft-compliant door een analyse te maken van de financiële gevolgen ten aanzien van pensioen, overlijden, arbeidsongeschiktheid en werkloosheid. De offerte en de analyse worden in een vervolgesprek besproken en onder de aandacht gebracht. Het rapport is een verplicht nummertje ten aanzien van de compliancy regels, maar draagt onvoldoende bij aan het winnen van het vertrouwen van de klant.

### **Proces omdraaien**

Als we het bovenstaande vertalen naar het adviesproces zoals de AFM deze beschrijft in haar rapporten, dan is stap I Inventariseren, stap II Adviseren en stap III Analyseren. Hier zit ook precies de crux van het succesvol adviseren volgens het nieuwe adviseren. Door het huidige proces om te draaien. Door eerst de analyse uit te voeren wordt uw meerwaarde als financieel specialist getoond. De binding die hierdoor ontstaat met uw klant zal leiden tot vertrouwen bij de consument en dus meer opdrachten opleveren. Ten tweede is uw advies eenvoudig te onderbouwen, doordat er tijdens de analyse een goed beeld ontstaat van uw klant wat zij of hij wenselijk en noodzakelijk vindt en tevens haalbaar is.

### **Veel eenvoudiger**

Feitelijk gaat de analyse door een trechter waarbij er uiteindelijk alleen nog een keuze gemaakt moet worden over welke geldverstrekker en/of verzekeraar de gewenste hypotheekvorm, met bijbehorende voorzieningen, kan bieden. Het

doorberekenen van provisie of adviesvergoeding voor de door u geleverde dienst aan uw klant is hierdoor vele malen eenvoudiger geworden.

#### **40 procent meer conversie**

De conclusie die hieruit getrokken kan worden is dat niet perse het verdienmodel moet worden aangepast als wel het adviesproces. Het aanpassen van het adviesproces geeft nog steeds de mogelijkheid om op basis van een transparant provisiemodel te blijven werken, aangezien uw inspanningen door de klant als zeer persoonlijk en onderscheidend zullen worden ervaren en daarvoor best wil betalen. Tevens blijkt uit onderzoek bij de klanten van Omniplan dat de conversie van prospect naar order 40% hoger ligt als u deze manier van adviseren volgt. Wilt u meer weten over deze wijze van adviseren, geef u dan nu op voor onze training, "Drie omzetkansen" of neem contact met ons op.

Tom Ehren  
Omniplan BV

Tevens lid van de Federatie Financiële Planners