



LESSEN VAN DRIE TOPADVISEURS

DE FINANCIËLE ADVIESWERELD IS IN TRANSITIE. IN DE NIEUWE EDITIE VAN DE RUBRIEK 'NU OF NOOIT' VOLGT VVP EEN JAAR LANG DRIE INNOVATIEVE TOP-ADVISEURS DIE DE OMSLAG AL SUCCESVOL HEBBEN WETEN TE MAKEN. ZIJ ZIJN BEREID OM NIET ALLEEN HUN SUCCESSEN MAAR OOK HUN DILEMMA'S EN VALKUILEN MET DE LEZERS VAN VVP TE DELEN. IN DEZE AFLEVERING: WAAROM ZIJN ZE FINANCIËEL ADVISEUR GEWORDEN, WAT WAS HET OMSLAGPUNT OM OP EEN NIEUW BEDRIJFSMODEL OVER TE STAPPEN EN WAT ZIJN DE ONDERNEMERSDOELEN VOOR 2012?

Foto's: Jiri Büller

“WAT GOED IS VOOR MIJN KLANTEN, IS GOED VOOR MIJ”

“DE TOENAME VAN HET TOEZICHT IN COMBINATIE MET EEN VERMINDERDE VERDIENCAPACITEIT MAAKT DEZE TIJD LASTIG. EEN FINANCIËEL ADVISEUR DIE GOED IN Z'N VAK IS, ZAL ALTIJD BESTAANSRECHT HEBBEN. MISSCHIEN GAAT DAT MET MINDER GELDSTROMEN EN TIERELANTIJNEN GEPAARD DAN VOORHEEN. MAAR DAT HOEFT GEEN ONGEZONDE ONTWIKKELING TE ZIJN”, ZEGT PHILIP VAN ANRAAD (VAN ANRAAD ASSURANTIËN | PENSIOENEN, NIEUWEGEIN).

De interesse voor het vak dateert al van zijn studie jaren. Voor een deel kreeg hij het zelfs met de paplepel binnen. Het kantoor werd in 1975 opgericht door vader Arnold van Anraad; sinds 1997 is Philip werkzaam binnen de onderneming. Samen met zijn broer Edwin heeft hij de leiding in handen. Na de opleiding bank- en verzekeringswezen aan de HES in Amsterdam studeerde hij bedrijfswetenschappen aan de Radboud Universiteit in Nijmegen. Daar kwam zijn voorliefde voor het pensioenvak tot ontwikkeling. “Aanvankelijk was mijn interesse vooral van technische aard. Later bleek dat ik als adviseur meer op mijn plek ben dan als productspecialist of in een functie op juridisch terrein”, aldus Van Anraad. Anders dan zijn broer – die werkt als pensioenjurist – is Philip ‘het gezicht naar buiten’ als het gaat om de dienstverlening van het kantoor. De pensioenpraktijk is niet de enige kurk waar het kantoor op drijft. “We zijn hier met elf mensen. De ene helft is actief in schadeverzekeringen en de andere helft op het gebied van pensioen en inkomen. Net als bij veel collega-kantoren zijn de werkzaamheden rond bemiddeling in individuele levensverzekeringen teruggelopen. Gelukkig zien we ons advieswerk rond tweedepijler pensioenen – met name collectiviteiten en dga-pensioenen – behoorlijk fors groeien. Maar nog steeds genereert de schadeportefeuille circa de helft van onze omzet”, zegt Van Anraad. “Een combinatie van actief beheer en een hoge polisdichtheid zorgt er bovendien voor dat de schadeportefeuille behoorlijk bijdraagt aan de winst van het kantoor. Wel staat de omzet van de bestaande zakelijke portefeuilles enigszins onder druk. Zoals bekend heeft de gemiddelde ondernemer niet de twee beste jaren van zijn leven achter de rug. Loonsom en omzet van veel mkb-bedrijven lopen wat terug. En daarmee ook onze inkomsten. Door het binden van nieuwe relaties aan ons kantoor kunnen we dit echter prima opvangen.” “Als je pretendeert adviseur en bemiddelaar te zijn, moet je een model inrichten waarmee je in de adviessfeer daadwerkelijk waarde kunt toevoegen. Als iemand binnenkomt voor een caravanverzekering, accepteren we die klant alleen als hij ook de rest van z'n verzekeringen bij ons onderbrengt. Alleen zo kunnen wij werkelijk onze adviestaak invullen zonder dat het rendement in het geding komt. Bij particulieren hebben we een polisdichtheid van 4,9. Voor een deel is dat te danken aan de lange historie van ons kantoor op schadegebied, maar het is ook actief beleid. De afgelopen jaren hebben we ook bewust afscheid genomen van een honderdtal relaties. Als er geen sprake is van een echte adviesrelatie, is het voor ons geen winnend model. En voor de betreffende relaties ook niet.

“Ook wij zien een afnemende klantloyaliteit als gevolg van marktbrede premieverlagingen en de flexibilisering van contracten. Mij hoor je daarover niet klagen. Ik zeg juist: wat goed is voor mijn klanten, is goed voor mij. Met name bij zakelijke maar ook bij de goede particuliere relaties praten we tijdens onderhoudsgesprekken niet alleen over de risico's maar ook over de verschuivingen in de tarieven en voorwaarden van verzekeraars. De afgelopen jaren hadden we voor veel klanten goed nieuws. Daarbij proberen we vooral zaken te doen met verzekeraars die bestendig zijn in hun dienstverlening. En niet met partijen die marktaandeel kopen en een jaar later stiekem weer premieverhogingen doorvoeren.”

EERLIJK MODEL

Hoewel in de pensioenpraktijk het grootste deel van de werkzaamheden al op feebasis wordt verricht, zal provisie op schadegebied voorlopig een belangrijke inkomensbron blijven, denkt Van Anraad. “Het provisiemodel zorgt voor een hele eerlijke verdeling van de kosten. In de claimbehandeling – waar ik iemand fulltime voor aan het werk heb – kan ik mijn kosten nu eenmaal niet één op één doorberekenen aan degene die schade heeft geleden. Op pensioengebied is de transitie van





Philip van Anraad: "Actief beheer en een hoge polisdichtheid."

provisie naar rechtstreekse betaling voor diensten die de klant afneemt de afgelopen jaren al ingezet. Het geldt inmiddels voor alle nieuwe regelingen. Advies en bemiddeling gaan uitsluitend via een rechtstreekse dienstverleningsovereenkomst. Daarnaast hebben we veel regelingen lopen waarbij we een service- of beheerscommissie van verzekeraars ontvangen. Dat zal straks ook anders moeten, hopelijk met een bepaalde overgangstermijn. Ik ben daar niet zo bang voor."

Van Anraad vindt de beloningsdiscussie sowieso niet erg interessant. "De vraag is juist hoe je waarde kunt creëren voor je klanten. Ik vraag klanten wel eens om samen met mij een optelsom te maken van de dingen die wij toevoegen. Op pensioen- gebied zorgen wij ervoor dat juridische documenten kloppen, dat verzekeraars scherp worden gehouden, dat het advies passend is, dat de betaalbaarheid op orde is en dat de communicatie richting werknemers goed is. Daadwerkelijk invulling geven aan de klantwensen is voor mij belangrijker dan de vraag of de klant onze kosten via provisie of rechtstreeks betaalt."

TWEDE LABEL

Door de maatschappelijke en politieke discussie heeft provisie een nare bijmaak gekregen. "Met assurantiebemiddeling is niets mis, het is eerzaam werk. Steeds vaker komen we echter grotere partijen tegen die ons zien als het verlengstuk van het distributiekanaal van de verzekeraar. Dan kijken ze vreemd op dat je ook bij fusie en overname advies geeft over de pensioenregeling die niet via ons kantoor is bemiddeld. Daarom hebben we zeer recent een tweede label toegevoegd met apart briefpapier, een apart logo en een aparte website. Onder het VAPD-label (Van Anraad Pensioen Diensten, red.) gaan we alleen adviesdiensten rond pensioen en financiële planning aanbieden. We beschikken over voldoende kennis en vaardigheden om ook de bovenkant van de markt te kunnen bedienen. Zeker voor dit marktsegment – waar recommandatie een grote rol speelt – moeten we af van het imago van provinciale postensluiter. VAPD wordt uitsluitend door rechtstreekse beloning bestierd, daar komt geen bemiddelingsprovisie aan te pas."

“ALS ER GEEN SPRAKE IS VAN EEN ECHTE RELATIE MET DE KLANT, IS HET VOOR ONS GEEN WINNEND MODEL”

Intussen loopt Van Anraad zich warm voor de 'nieuwe' pensioenadviesmarkt. Met een schadeverzekerskantoor uit de regio zijn afspraken gemaakt om hun pensioenactiviteiten over te nemen en het kantoor te gaan bedienen. Als het aan Van Anraad ligt zal het niet bij één kantoor blijven. "We hebben voor twee mensen een pensioenvergunning aangevraagd. Ik kan niet alle kosten van een vergunning plus de toegenomen zorgplichten die aan de dossiers hangen direct doorbelasten naar de klant. Dat betekent dat kantoren met pensioenambitie schaalgrootte nodig hebben."

Van Anraad verwacht geen al te grote shake-out onder kantoren die zich toeleggen op pensioenadvies. "Laten we eerlijk zijn: zo complex is die pensioenvergunning niet. Voor iemand met een goed stel hersenen is het redelijk haalbaar. Lees de leidraad van de AFM, zorg dat je kennis op peil is en dat je adviesdossiers op orde zijn. Zorg dat je goed in je vak bent, dan kunnen mensen niet om je heen." (LK) «

“JE KUNT DE KLANT NIET VERDER BRENGEN DAN WAAR JE ZELF BENT”

MAURICE VAN DEN HEMEL KWAM IN 1999 BIJ TOEVAL TERECHT IN DE FINANCIËLE ADVIESWERELD. IN 2007 RICHTTE HIJ IN WEMELDINGE (ZEELAND) ZIJN EIGEN ADVIESKANTOOR ALL INSURE OP MET DE NIEUWE FINANCIËLE WERELD ALS UITGANGSPUNT. NAGENOEG IEDEREEN DIE HIJ BENADERT WIL GRAAG KLANT VAN HEM WORDEN. GEHEIM VAN DE SMID? OPRECHTE INTERESSE IN MENSEN EN INVESTEREN IN PERSOONLIJKE GROEI VAN JEZELF EN JE MEDEWERKERS. “JE KUNT JE KLANT NIET VERDER BRENGEN DAN WAAR JEZELF BENT.”

Van den Hemel kwam in 1999 als stagiair terecht bij Valkier Verzekeringen. “Ik mocht daarna blijven en kreeg een bak met tweeduizend klanten onder mijn hoede, waar veel potentie in zat. Met succes. Ik was namelijk oprecht geïnteresseerd in de klanten en kon goed luisteren naar hun (ondernemers)wensen. Ondertussen behaalde ik alle diploma’s.” Toen één van de broers Valkier in 2004 stopte, werd Van den Hemel mede-eigenaar. “Ik was 28 jaar, had net het diploma Pensioenpraktijk 1 gehaald en kreeg meteen van een groot bedrijf het verzoek om pensioen in eigen beheer te regelen. Iets totaal anders, enorm spannend, maar het bedrijf is wel klant geworden en gebleven. Ik bleef studeren en ging veel lezen over management, leiderschap en persoonlijke groei. Het adviesvak vond ik prachtig maar het heeft mij nooit kunnen bekoren hoe wij beloningstechnisch met klanten omgaan. Voor veel klanten

“IK KAN MIJN KLANTEN NU DIRECT DUIDELIJK MAKEN WAT WE DOEN TEGEN WELKE TARIEVEN EN DAT GEEFT EEN ENORME RUST”

maakte ik een uitgebreide hypotheekofferte en als ik dan twintig uur had gewerkt, ging zo’n klant naar iemand anders en had ik voor niets gewerkt. Andersom voelde ook niet goed. Als een klant wel met mij in zee ging, betaalde hij in feite te veel.”

KWARTJE VIEL

In 2006 kwam Van den Hemel via Ivo Valkenburg in aanraking met oud-adviseur Brett Davidson. Onder meer gaf hij een presentatie tijdens de VVP Ondernemersdag. Bij Van den Hemel viel het kwartje. “Het enig juiste business model is een model waarin elke klant rendabel is en waarin elke klant een faire prijs betaalt voor je dienstverlening.”

In 2007 werd Valkier Verzekeringen verkocht aan Driekleur en ging Van den Hemel met drie medewerkers met niet veel meer dan een laptop van start met All Insure. Ze deden alles: particuliere schadeverzekeringen, beleggingen, collectieve pensioenen, verzuimcontracten, etc. De omzet in het eerste jaar was nog onvoldoende om vier gezinnen te voeden. Wel haalde Van den Hemel een groot pensioencontract binnen op basis van

feebeloning. “Ongelooflijk spannend, maar het lukte.” “Daarna ging het steeds beter lopen. Ik durfde mijn visie ook helder naar de klant te communiceren. Klanten kunnen bijvoorbeeld op de meeste premies, met name die van bedrijfsverzekeringen, fors besparen. In de oude wereld kost een besparingsadvies de adviseur echter omzet. Dus ging ik openheid geven. Ik stelde voor dat als ik voor hem een goedkopere verzekering zou kunnen regelen met minstens even goede voorwaarden dat ik voor zo’n advies dan een kleine opslag zou rekenen. Ik voerde de eerste gesprekken met zweethandjes. Maar allemaal gingen ze mee.”

“Omdat ik oprecht in mensen geïnteresseerd ben, wordt ook iedereen klant. Tijdens mijn verhuizing sprak ik bijvoorbeeld met alle betrokkenen en zowel de schilder, de aannemer, de wasmachinebezorger als de stratenmaker zijn klant geworden. We kregen het enorm druk. Ik had het gevoel dat we te veel hooi op onze vork aan het nemen waren en dat we keuzes moesten maken. Ook merkte ik dat ik heel vaak tijdens een klantgesprek in mijn hoofd aan het worstelen was met mogelijke tarieven. Dat kon efficiënter. Ik heb toen Ivo Valkenburg gebeld.” Valkenburg bracht Van den Hemel in contact met Ozewald





Maurice van den Hemel: "In 2011 laatste stap gezet."

Wanrooij en Leon Brummelhuis van Neutralis, die de opleiding 'Relationeel Adviseren' in de markt hadden gezet. "Die cursus is onvoorstelbaar goed. Het voelde aan als een warm bad, niet alleen voor mij, maar ook voor mijn medewerkers. Zij stellen de juiste, soms zeer confronterende, vragen die je helpen een volgende stap te zetten. Ik heb alle informatie opgezogen. Duidelijk werd bijvoorbeeld dat Ozewald en Leon in hun adviezen vooral op de mens zijn georiënteerd en dat ik te veel op het financiële aspect bleef gericht. Mij werd duidelijk dat Life Planning bij me paste, dat ik op die manier met al mijn klanten wilde omgaan, maar dat ik eerst zelf meer rust moest zien te krijgen. Neutralis maakte me duidelijk dat je je klanten niet verder kan brengen dan waar jezelf bent. Uiteindelijk heb ik het hele pakket van Neutralis overgenomen. Ik kan mijn klanten nu direct duidelijk maken wat we doen tegen welke tarieven. Dat gaf een enorme rust."

MASTER EXPERIENCE

"Ik ging ermee aan de slag en de klanten bleven binnenstromen, maar de methodiek werd me toch niet helemaal eigen. Ik zag

bijvoorbeeld wel dat klanten veel te hard werkten, maar ik kon ze nog niet daadwerkelijk helpen een verandering te bewerkstelligen. Opnieuw heb ik Ivo Valkenburg gebeld. Hij nodigde me uit voor de Master Experience, een vijfdaagse training die zich vooral richt op de mens achter de adviseur. Het laat je zien wie je echt bent, waar je kracht ligt en hoe je je leven en je onderneming kunt inrichten zoals je dat zelf wilt. Het geeft antwoord op grote vragen als: wie ben ik en wat wil ik nu eigenlijk echt? Die Vijfdaagse heeft me de laatste stap helpen zetten. Ik weet nu dat ik een goede coach wil en kan zijn. Ik help nu mensen hun leven in te richten zoals zij dat zelf wensen."

De doelen voor 2012? "Ik wil me vooral bezig houden met financial life planning en coaching en daarom ben ik voor de schadeadviestak op zoek naar een capabel iemand. Ook wil ik mijn jonge bevlogen team verder laten groeien en wil ik mijn kennis en ervaring veel meer met anderen gaan delen. Ook willen we de komende jaren een behoorlijke groei realiseren om de continuïteit op alle verschillende adviesdisciplines te kunnen waarborgen. En vooral wil ik dit alles doen met veel plezier!" (WV) «

“BELEVING BIJ DE KLANT KUN JE OOK MET GERINGE MIDDELEN CREËREN”

LENNART VAN GASTEL, DIRECTEUR-EIGENAAR VAN HET BESPAARHUIS IN GOUDA, ZIET ZICHZELF IN DE EERSTE PLAATS ALS ONDERNEMER EN DAARNA PAS ALS FINANCIËEL ADVISEUR. “VOOR MIJN TWINTIGSTE HAD IK AL DRIE IJSKARREN, JE WEEET WEL MET ZO’N BROMMER.”

Van Gastel: “Ik vind vooral ondernemen leuk. Het vak maakt me niet zoveel uit, al heb ik altijd wel iets gehad met financiën. Maar dat ik financieel adviseur ben geworden, is toeval. Op mijn 25ste ben ik gaan werken bij een kantoor in Amsterdam. Toen mijn vader ziek werd, heb ik in 1999 zijn kantoor in Rotterdam overgenomen. Maar ik zie mezelf nog wel eens iets totaal anders doen. Ik laat mezelf graag verrassen door iets nieuws.

“Het leuke aan het vak van financieel adviseur vind ik dat ik iets kan betekenen voor de klant. Het product, verzekeringen en hypotheeken, is slechts een tool om invulling te geven aan de behoefte van de klant. Veel adviseurs zeggen dat ze de klant willen helpen en het persoonlijke contact waarderen. Toch lukt het nog lang niet alle intermediair om de consument dat te laten ervaren. Adviseurs hebben veel vakkennis maar dat is niet genoeg meer. Zolang de adviseur bij de klant niet het gevoel weet te creëren dat hij wint bij zijn adviezen en begeleiding, zal de

“KLANT MOET GEVOEL KRIJGEN DAT HIJ WINT BIJ JOUW ADVIEZEN EN BEGELEIDING”

consument de dienstverlening nooit op waarde schatten. “Eind 2007 zijn mijn partner Sharon en ik in Gouda gestart met een nieuwe formule, waarin we het goede gevoel dat mensen kunnen hebben bij horeca en hotels hebben vertaald naar de financiële dienstverlening. Sharon was hotelinspecteur bij de ANWB en runt momenteel het museumcafé nabij de Sint Jan in Gouda dat we vorig jaar hebben overgenomen.”

“Een van de meest in het oog springende onderdelen van de formule is het kantoor zelf, waar we een café in hebben gemaakt. Mensen kunnen dus ook gewoon binnenlopen voor een kopje koffie. In de praktijk blijft het vrijwel nooit bij alleen koffie; er worden ook financiële vragen gesteld en die beantwoorden wij uiteraard. Het is een ‘trechter’ die ik niet graag zou missen. In ons eerste jaar, 2008, groeide de omzet met 80 procent. 2009 was zelfs ons beste jaar. In 2010 en 2011 was de groei minder, maar nog altijd 40 tot 50 procent meer ten opzichte van 2007.

“Collega-adviseurs zeggen wel eens: zo’n groot pand als dat van jullie, dat is veel te duur. Inderdaad is er aan het begin veel geld in gaan zitten, maar omdat het een rijksmonument is, betalen we bijvoorbeeld maar 1 procent hypotheekrente. De inkomsten zijn ook vele malen groter dan de kosten. Beleving

bij de klant kun je bovendien ook met geringe middelen creëren. Als we een afspraak hebben met een klant, sturen we hem een welkomstkaartje. Iedereen vindt het leuk om een kaartje te krijgen. Met eenvoudige dingen kom je ook al een heel eind. “Ik houd collega’s voor: de wereld verandert in een rap tempo, door wetgeving maar meer nog doordat de consument mondiger is geworden. Niet in de laatste plaats door internet. Als je rendabel wilt blijven, moet je bij de ontwikkelingen aanhaken. In plaats van achter de klant aan te rennen op jacht naar eenmalige inkomsten, moet je serieus werk maken van de klant en nakomen wat je belooft. Maar ik zie weinig ondernemerschap.”

BESPAARSCAN

“Ik weet ook wel dat kantoren te maken hebben met een bestaande organisatie. Maar bij ons is het vrij natuurlijk gegaan. Het is ook meer een verschuiving van werkzaamheden dan dat er arbeidsplaatsen vervallen. Zo bieden wij klanten een bespaarscan autoverzekering. Dat kost natuurlijk ook menskracht. Je praat toch over gemiddeld drie kwartier per post, als je alle handelingen telt. “De ‘autoverzekering bespaarscan’ hebben wij inmiddels ingebed in ons topabonnement, want ook wij zijn die weg ingeslagen. Wij bieden de keuze tussen een 4- en een 5-sterren-





Lennart van Gastel: "Ik zie weinig ondernemerschap."

abonnement. Het laatste biedt een driejaarlijkse bespaarscan voor schadeverzekeringen, de jaarlijkse bespaarscan voor de autoverzekering, voorrang bij vragen, driejaarlijkse onderhoudsgesprekken, een online polismap en persoonlijke begeleiding bij onder meer aanvragen en schade.

"Ik denk dat het pakket zich nog wel zal ontwikkelen, al vind ik het moeilijk om aan te geven hoe het er over tien jaar uit zal zien. Het allerbelangrijkste is echter dat je concreet maakt wat je voor de klant doet, want alleen dan zal hij nog bereid zijn voor je dienstverlening te betalen. Dat zal over tien jaar alleen nog maar sterker zijn geworden. "In de toekomst zal het ook steeds meer naar nettotarieven gaan. Bij het abonnement experimenteren wij daar ook al mee. Normaal betaalt de consument voor het 5-sterrenabonnement 12,50 per maand bovenop de provisie. Is het tarief volledig netto, dan vragen we 32,50 per maand.

"Misschien dat provisie er bij Schade ook ooit uitgaat. Als dat zo is, dan is dat zo – al hoeft het voor mij niet. Het model dat we nu hebben, is laagdrempelig voor de consument. Terwijl wij als adviseur toch kunnen bestaan. Het ene advies subsidiëren met het andere, dat kan immers niet meer. Willen we rendabel blijven, dan moeten we extra inkomsten vinden. Want de provisie is net genoeg om de kosten te dekken die direct te maken hebben met de polis.

"Ik zou het overigens pure diefstal vinden als verzekeraars het restant doorlopende provisie op bestaande complexe producten niet uitkeren na 2013. Wat mij betreft blijft die provisie gewoon in stand. Anders kopen de verzekeraars mij maar af.

"Wij zijn begonnen onze abonnementenaanpak aan te bieden aan collega-intermediair. Voor eenmalig 475 euro krijgen zij het volledige concept, inclusief het communicatietraject. De belangstelling is groot, de drie informatiebijeenkomsten die we hadden gepland waren snel volgeboekt zodat we nog twee extra bijeenkomsten moesten organiseren. Inmiddels hebben zo'n vijftig collega's het concept aangekocht." Van Gastel is op 6 februari ook één van de sprekers op de VVP Praktijkdag. (TB) «

NEED TO READ VOOR ELKE ADVISEUR IN TRANSITIE

In 2012 gaat de derde editie van *Nu of Nooit* van start. Ook dit jaar hebben we een aantal rasechte ondernemers bereid gevonden om het hele jaar door een diep kijkje te nemen in hun ondernemerskeuken. Maurice van den Hemel (eigenaar All Insure, Wemeldinge), Lennart van Gastel (eigenaar Het Bespaarhuis, Gouda) en Philip van Anraad (eigenaar Van Anraad Assurantiën, Nieuwegein) bespreken zowel hun successen als hun dilemma's en valkuilen die ze op hun ondernemersweg tegenkomen. [Need to read for elke adviseur in transitie.](#)