

Financieel advies verandert

De markt voor financieel advies verandert razendsnel. Aangedreven door het provisieverbod, afgedwongen door de consument en versneld door de digitalisering. Er worden andere eisen gesteld aan financieel adviseurs. Dit artikel geeft enkele inzichten hoe om te gaan met die veranderende marktomstandigheden.

consumenten voorlopig niet eenvoudiger gaat worden. Dat gecombineerd met het feit dat grote groepen Nederlanders het risico lopen in grote financiële problemen te komen (restschulden, te weinig buffers, werkloosheid, et cetera), maakt dat het belang van financieel advies de komende jaren zal groeien. Nu heeft de consument de keuze uit advies bij een bank of verzekeraar en het advies van een zelfstandige, meer onafhankelijke adviseur. De dienstverlening van een onafhankelijke adviseur is meestal goedkoper, simpelweg omdat hij minder diensten verleent en vaak ook minder kwaliteit/deskundigheid bezit. Maar weet de consument dit ook voldoende? Hoeveel adviseurs laten de consument feitelijk beleven dat zijn dienstverlening uitgebreider en beter is dan die van een bank- of verzekeraarsadviseur?

Onafhankelijkheid

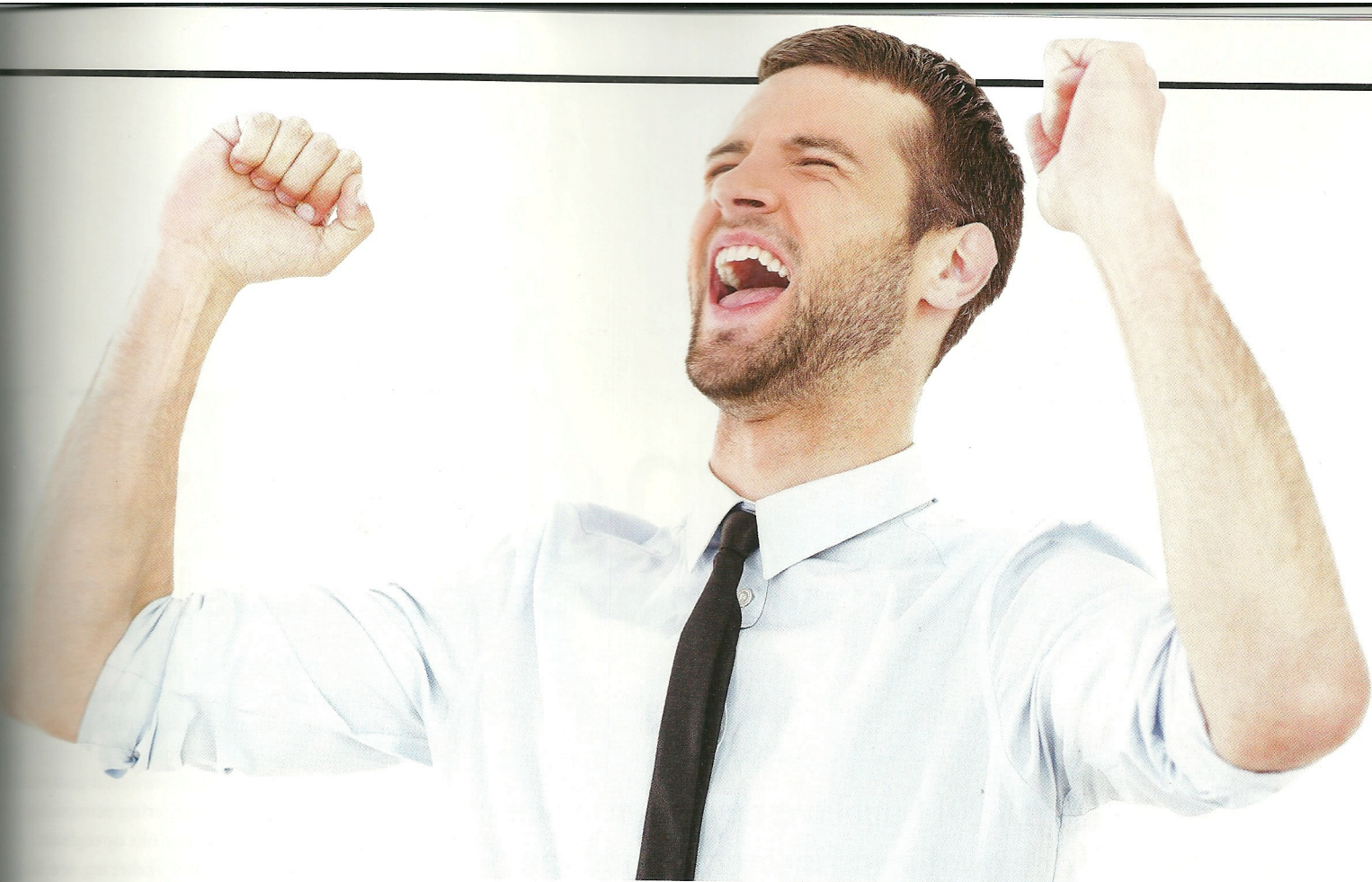
Een belangrijke USP (Unique Selling Point) van een zelfstandig adviseur is dat hij onafhankelijker kan adviseren dan een adviseur bij een bank of verzekeraar. De mate van onafhankelijkheid verschilt per advieskantoor. Naarmate je meer onafhankelijk bent heb je er meer belang bij om die onafhankelijkheid duidelijk te promoten. Naarmate je meer onafhankelijk bent kan je de consument een grotere kans bieden op een optimale combinatie van prijs en kwaliteit. Echt onafhankelijk betekent ook dat je de consument niet altijd een product hoeft aan te raden. Financieel adviseurs zouden die boodschap veel sterker kunnen communiceren via hun dienstverleningsdocumenten, websites en in hun directe contact met klanten.

Met de invoering van het provisieverbod op complexe en impactvolle financiële producten beoogt de overheid een kwaliteitsimpuls te geven aan de advisering over deze producten. Door het wegnemen van de provisieprikkels is de verwachting dat adviseurs meer in het belang van de klant gaan adviseren. Nu is de kwaliteit van financieel advies een lastig meetbaar begrip. Veel van de effecten van financieel advies openbaren zich pas jaren nadat het advies is gegeven. Financieel advies steunt dan ook zwaar op het vertrouwen van de klant. Een probleem voor de financieel adviesmarkt is echter dat de consument net zo weinig vertrouwen heeft in financieel adviseurs als in banken en verzekeraars. De financieel adviesmarkt zal zich dan ook veel nadrukkelijker moeten gaan onderscheiden van de dienstverlening die banken en verzekeraars leveren. Daar zijn voldoende mogelijkheden voor.

Meer behoefte aan advies

Allereerst is het goed om vast te stellen dat het belang van financieel advies de komende jaren zal toenemen. De behoefte aan financieel advies neemt toe naarmate klanten het gevoel hebben dat hun situatie complexer wordt en naarmate klanten zich onzekerder voelen. De terugtrekkende overheid, meer flexibele arbeid en lagere economische groei zijn signalen dat het voor gemiddelde

Financieel advies steunt zwaar op vertrouwen van klant



Integraal advies

Een ander belangrijk USP van een zelfstandig adviseur is dat hij de klant echt integraal bedient. Een bankadviseur zal zich meestal beperken tot het financieel advies, de adviseur bij een verzekeraar heeft ook een beperkte blik. De zelfstandig adviseur kan als enige partij de klant adviseren over zijn hele financiële situatie, van het begin tot het eind. Dat betekent dat de adviseur wel inzicht moet hebben in meer dan alleen die ene polis die via jouw adviseur is afgesloten. En financieel advies gaat in de toekomst niet alleen over het trefpunt van voorzieningen, het opbouwen van vermogen of het financieren van een huis. De financieel adviseur van de toekomst kijkt niet alleen naar de levensstandaard, het uitgavenpatroon en de wensen voor de toekomst, maar ook naar de financiële planning, maar ook naar het financieel beheer.

Samen met de klant

Klanten willen graag het gevoel hebben dat ze zelf een beslissing hebben genomen, maar ze krijgen ook voor financiële beslissingen. Het wordt vaker wordt aan klanten de keuze gegeven om een deel van het adviestraject, zoals de inventarisatie, zelf te doen. Het spaart de klant niet alleen geld, hij

is hierdoor ook meer betrokken bij het adviestraject. De adviseur lost niet het probleem op voor de klant, maar de adviseur laat de klant zelf het probleem oplossen, waarbij enige mate van professionele sturing uiteraard gewenst is. Dergelijke vormen van co-creatie tussen adviseur en klant zorgen voor een hogere tevredenheid en minder klachten. Het gebruik van execution only door de klant als aanvulling op het adviestraject hoeft geen bedreiging te zijn voor de adviseur, maar kan juist tot een beter gevoel leiden bij de klant.

Digitaliseringsslag

Klanten gebruiken steeds meer verschillende bedieningsconcepten door elkaar heen. Hoewel er nog steeds veel klanten zijn die graag alles via één kanaal geregeld willen hebben, maakt het gros van de klanten gebruik van meerdere kanalen. Online en offline, direct en indirect. De financieel adviseur zal daar een antwoord op moeten hebben. Door zelf online en via social media actief te zijn, door toegang te bieden tot het klantdossier, door bijvoorbeeld via webcams in contact te staan met de klant, door execution only te faciliteren, door gaming toe te passen. Hoewel de gemiddelde consument nooit echt gemotiveerd zal raken om zich te

verdiepen in financiële producten, bieden technologische middelen wel de mogelijkheid om de klant steeds effectiever te helpen. Zo ervaart de klant minder last van het adviesproces.

Klant bepaalt

Uiteindelijk bepaalt de klant hoe de financieel adviesmarkt er in de toekomst uit gaat zien. Voor de financieel adviseur is het zaak om de klant nog beter te gaan begrijpen en vooral adequaat in te spelen op de veranderende behoeftes. Dat hoeft je niet alleen te doen. Er ontstaan verschillende samenwerkingsverbanden tussen financieel adviseurs waarin gezamenlijk wordt gewerkt aan betere klantbediening. Dan vormen het provisieverbod en de digitalisering van de samenleving geen belemmering maar zijn het aanjagers voor de vernieuwing van het adviesvak. 

Uiteindelijk bepaalt de klant hoe de financieel adviesmarkt er in de toekomst uit gaat zien.



Auteur

Dr. Fred de Jong
Zelfstandig onderzoeker / consultant met specialisatie: de markt voor financieel adviseurs