

AFM Marktdiscussies

Start discussie: 22 oktober 2012

Afsluiting discussie: 3 december 2012

Hoe breng je als financiële dienstverlener de kosten voor advies in rekening bij de klant?

Een samenvatting en de volledige, geanonimiseerde inhoud van de discussie gevoerd op LinkedIn in het kader van het komende provisieverbod.

Samenvatting

Deelnemers geven aan dat de manier waarop advieskosten aan klanten worden doorberekend, deels afhangt van het soort klant dat de adviseur voor zich heeft. Gespreide betaling van advieskosten (over maximaal twee jaar) kan goed werken voor de minder vermogende consument. Het in één keer rekenen van de fee is daarentegen duidelijker voor de consument; die realiseert zich zo direct wat de dienstverlening kost. Dan rest de vraag vanaf welk moment kosten in rekening moeten worden gebracht. De AFM heeft gezegd dat de adviseur in ieder geval duidelijk moet maken aan de (potentiële) klant wanneer de teller begint te lopen. Verder schept het Dienstverleningsdocument hierover duidelijkheid en bevestigt de adviesovereenkomst de individuele afspraken met de klant.

In lijn met de bedoeling van het provisieverbod hebben de discussiedeelnemers het over een verschuiving van productgerichte naar klantgerichte dienstverlening. Naast productsegmentatie, wordt ook klantsegmentatie genoemd als het gaat om het behalen van efficiencyvoordelen. Arbeidsverdeling en specialisatie op kantoor kunnen efficiencylagen opleveren. Een mogelijk nadeel hiervan is de consument niet meer aan one-stop-shopping kan doen, als specialisatie zich niet binnen kantoor maar binnen de markt voordoet. Daarnaast kan verregaande specialisering de zoektocht naar één adviseur lastiger maken voor de consument. De consument zou dan voor de verschillende behoeftes verschillende adviseurs moeten zoeken. Ook kunnen er onderscheidende bedieningsconcepten ontstaan, die bijdragen aan een kwalitatief hoogwaardig advies tegen een redelijke prijs, waarvan de klant ook bereid is die te betalen. De markt denkt ook goed na over wat die redelijke prijs dan is.

De consument lijkt geen besef te hebben van de komende veranderingen bij het verkrijgen van advies en de gevolgen daarvan voor hem, bijvoorbeeld op het gebied van de bereidheid direct te betalen voor advies. Het verhogen van de bereidheid van consumenten om te betalen voor advies houdt sommige discussiedeelnemers bezig.

De consument zou erg gericht zijn op het resultaat, het afsluiten van een product, in plaats van de inspanning om een advies te formuleren. Dit zou de consument niet als een dienst beschouwen, wanneer er geen product aan vast zit. Ook geven deelnemers aan dat de mate van complexiteit van het product, de bereidheid van de consument om te betalen voor advies bepaalt. Hier stellen anderen tegenover dat je door je toegevoegde waarde te laten zien je als adviseur je adviesfee kan rechtvaardigen. Dit slaat volgens sommigen niet zozeer op welke werkzaamheden de adviseur voor een klant verricht, maar op wat voor voordeel de klant van deze werkzaamheden heeft.

AFM Marktdiscussies

De AFM wil de markt voor financiële dienstverlening faciliteren en met de markt van gedachten wisselen over het provisieverbod door middel van het delen van praktische kennis tussen branchegenoten, consultants en belangstellenden. Met dat doel is deze discussiegroep opgezet.

Om de discussies op een goede manier te laten verlopen, maken we gebruik van discussieregels. Door uw lidmaatschap van de discussiegroep stemt u in met deze 'regels'.

Discussieregels:

De discussies vinden op een constructieve en respectvolle manier plaats. Dit betekent dat:

- spam niet is toegestaan
- promotie van commerciële partijen over hun eigen diensten en producten niet is toegestaan. Suggesties voor producten, diensten en partijen mogen wel worden gedaan, als zij slechts als voorbeeld worden gebruikt en andere alternatieven met elkaar kunnen worden vergeleken op basis van de discussiebijdrage.
- discussiebijdrages die slechts tot doel lijken te hebben de AFM, regelgeving of marktpartijen in een negatief daglicht te plaatsen, worden verwijderd.
- ongepast taalgebruik draagt niet bij aan een constructieve discussie en is niet toegestaan.

AFM moderators nemen deel aan de discussie en houden de discussie in de gaten. Als u zich naar ons oordeel niet aan deze regels houdt, dan worden uw reacties verwijderd en krijgt u een waarschuwing in uw LinkedIn-mailbox. Na drie waarschuwingen wordt u de toegang tot de discussiegroep ontzegd.

Disclaimer:

De AFM spant er zich voor in de door haar medewerkers geplaatste inhoud in de discussiegroep, waar mogelijk en gepast gezien haar wettelijke taakstelling, regelmatig te actualiseren en/of aan te vullen. Ondanks dat is het mogelijk dat de inhoud onvolledig en/of onjuist is. Bijdrages van AFM medewerkers zijn gebaseerd op de in de discussiegroep aanwezige informatie. Antwoorden dienen dus te worden gezien in dit kader. Aanvullende of afwijkende situaties kunnen leiden tot andere antwoorden. Een LinkedIn discussie leent zich niet voor uitgebreide analyses. Als u een uitgebreide analyse wenst van uw bedieningsconcept dan dient u zich separaat tot ons te wenden.

De AFM verzorgt samen met de groepsleden de inhoud van de discussiegroep; in de staat waarin deze zich feitelijk bevindt, zonder garantie of waarborg ten aanzien van de deugdelijkheid, geschiktheid en juistheid voor een bepaald doel of anderszins. De inhoud is experimenteel bedoeld en dient ertoe financiële dienstverleners te inspireren bij het (door)ontwikkelen van haar bedieningsconcept.

De AFM is niet aansprakelijk voor schade die is of dreigt te worden toegebracht, voortvloeit uit of in enig opzicht verband houdt met het gebruik van de discussiegroep of met de onmogelijkheid de discussiegroep te kunnen raadplegen.

De AFM mag de discussiegroep binnen de daarvoor geldende regels van LinkedIn naar eigen inzicht en op ieder door haar gewenst moment (laten) veranderen of beëindigen. De AFM zal hierover mededelingen doen, maar zij is niet aansprakelijk voor de gevolgen van verandering of beëindiging.

De AFM is niet verantwoordelijk voor aan de webpagina/LinkedIn groep gekoppelde bestanden en/of URL's van derden. Koppeling houdt geen bekrachtiging van die bestanden in.

De AFM bevordert eerlijke en transparante financiële markten. Bij de verwerking van persoonsgegevens neemt de AFM de Wet bescherming persoonsgegevens in acht.,

Hoe breng je als financiële dienstverlener de kosten voor advies in rekening bij de klant?

Met de komst van het provisieverbod gaat de consument de prijs van advies direct betalen. Maar hoe ga je dit vorm geven? Ten aanzien van dit onderwerp willen we graag met jullie in gesprek over de vraag:

Hoe breng je als financiële dienstverlener de kosten voor advies in rekening bij de klant?

Provisieverbod per 1 januari 2013 afm.nl

Vanaf 1 januari 2013 gaat de consument direct betalen voor financieel advies en bemiddeling bij financiële producten.

1 month ago

173 comments

Deelnemer 1 • Het simpele antwoord op de vraag zou zijn, door een factuur te sturen. Zie ook <https://www.abnamro.nl/nl/privé/advies/tarieven-hypotheekadvies.html#/?s=0/:S0>

De werkelijkheid is echter complexer. Het proces van in rekening brengen is betrekkelijk eenvoudig in te regelen. De echte uitdaging ligt er in dat je klanten zult moeten overtuigen van de meerwaarde die je als adviseur hebt te bieden. Je kan pas een rekening sturen en betaald krijgen als klanten de geboden meerwaarde echt ervaren en de gevraagde prijs in gezonde verhouding vinden ten opzichte van die waarde.

Dit vraagt een ingrijpende verandering van adviseurs, gebonden of ongebonden. Zij zullen veel meer dan vroeger zichzelf persoonlijk in de markt moeten zetten en niet langer kunnen 'schuilen' achter de producten waarin ze bemiddelen.

Het is ook een marketing uitdaging. financiële adviseurs zullen advies als product in de markt moeten gaan zetten. Uit onderzoek van IG&H blijkt dat ook de markt voor advies een markt is waar sprake is van verschillende segmenten (prijsshoppers, klanten die premium dienstverlening willen, of klanten die kiezen voor het beste advies al is het niet het goedkoopste). Om in deze markt het verschil te maken zul je een scherpe propositie moeten hebben

1 month ago

Deelnemer 2 • Ik ben sinds 2 jaar zelfstandig financieel planner. Mijn dienstverlening bestaat uit advisering over de financiële gevolgen bij pensionering, overlijden en arbeidongeschiktheid. Hier komt lang niet altijd een productoplossing uit voort. Ik geef hierbij uitsluitend advies en verkoop hierbij geen producten en heb geen enkel agentschap of andere financiële verbintenis met een fin. instelling. Ik begeleid een cliënt op verzoek wel bij het maken van de keuzes voor een product, als hij/zij dit niet zelf kan of niet zelf wil. Volgens de AFM valt dit onder bemiddelen. Ik heb dan ook een vergunning voor beiden. Mijn kosten breng ik bij de klant in rekening o.b.v. een vast bedrag, een uurtarief of een abonnement, naar keuze van de klant. De klant betaalt mij dus voor de tijd, die hij/zij van mij vraagt. Ik heb

hierbij een inspanningsverplichting en geen resultaatsverplichting. (Klant kiest zelf het product en de aanbieder en volgt wel of niet mijn advies op) Mijn nota is incl. btw als duidelijk is dat het alleen om advies gaat. De nota is vrij van btw als duidelijk is, dat het alleen gaat om bemiddeling. Ik geef geen advies over schadeverzekeringen.

1 month

Deelnemer 3 • Ik vind dit een non-discussie zolang niet duidelijk is hoe het speelveld er uit gaat zien. Het factureren van bedragen aan klanten gebeurt al enige jaren. Consumenten begrijpen heel goed dat advies niet gratis is. Waar het in de kern om gaat is dat onafhankelijke adviseurs in de beloningsdiscussie niet gelijk worden behandeld. Neem nu de link die Deelnemer 1 heeft opgenomen. Daar staat in dat er voor een hypotheekadvies en bemiddeling ca. €2.000 wordt gevraagd voor een advies van één aanbieder. Maar HOE de klant dat betaalt staat in een adviesovereenkomst (die dan weer niet is te vinden op de site). Het is daarmee dus niet duidelijk of die advieskosten in de renteopslag worden verwerkt, direct betaald moeten worden of anders. En..... op welke voorwaarden mag een onafhankelijk adviseur diezelfde hypotheek bemiddelen? Vaak krijgt deze adviseur helemaal geen toegang tot een bank (u doet te weinig productie! of recent de Rabobank, ja dat is een solvency probleem...). En als er wel toegang is, krijgt de onafhankelijk adviseur dan altijd een eerlijke rentekorting? Wat zou u doen als u aanbieder, verkoper en distributeur in één was? Precies dit is het probleem. Dit kun je oplossen met een volledig gelijk speelveld. Mijn stelling daarom is: Eerst een gelijk speelveld, dan praten over hoe je kosten in rekening brengt. Dat laatste is dan niet meer zo'n ingewikkelde discussie.

1 month ago

Deelnemer 4 • De doorsnee relatie (niets ten nadele ervan) is transactiegericht. Advies wordt als service ervaren, maar men is vaak pas bereid te betalen na een transactie. Abonnementen zijn voor veel commodity (doorlopende) producten een oplossing. Voor zaken zoals Deelnemer 2 schetst (complexe producten en adviezen) accepteert de klant doorgaans zijn werkwijze mbt facturering. Inspanning ipv resultaat.

Alles wat daar "tussen zit", zoals uitvaart en risico, zal lastiger worden. Ik las bij Dela dat de klant wel bereid is om voor advies tussen de 75 en 150 euro bereid is te betalen. Ik denk zelf geen dubbeltje. Niet voor alleen advies. Valt er uiteindelijk een polis op de mat, dan zal dat makkelijker gaan. Ik moet echter nog zien dat iemand 150,- (maar ook minder) gaat incasseren bij een klant waar een advies is gegeven om een uitvaartpolis te sluiten van 7.500, maar dat de klant er uiteindelijk, na aanvraag- en acceptatietraject, toch van afziet. 2 Euro premieverhoging vanwege een probleem met de gezondheid kan dit al heel makkelijk veroorzaken, maar er zijn er ook die zich "gewoon" bedenken.

Spreads van deze advieskosten over 2 jaar is dan ook geen oplossing. Ook niet wanneer de polis gesloten wordt. Kiest men na een paar maanden toch voor geen of een andere oplossing, dan zal men al snel van mening zijn dat de rekening van de adviseur ook niet meer betaald hoeft te worden.

Zo gewend al men dat is bij een telefoon, zal dat nog niet het geval zijn bij deze soort dienstverlening. Temeer omdat men dit al sinds mensenheugenis gewend is.

Ben overigens ook benieuwd wat er met de tarieven van deze producten za gebeuren na 1/1/2013. Niet in de laatste plaats... hoe transparant worden ze mbt advies, marketing en distributie. Ook voor directe aanbieders.

1 month

Deelnemer 5 • Uiteindelijk hebben we de discussie veel te laat opgestart en zijn de consequenties aan beide kanten dus zowel bij de tp als de klant negatief. Er ontstaat een grote groep die het advies niet kunnen of willen betalen. Hierbij komt er een verschraving van de markt en zijn de risico's alleen maar groter geworden dat klanten zaken gaan regelen zonder goed advies. Hierbij is gezien de doelstelling volledig de plank mis geslagen. De tp krijgt hierdoor minder (vaste) inkomsten en een groot deel van de tp's verdwijnen van de markt. Deze daling is al 2 jaar ingezet. Ik vind ook dat ze de zaken/maatregelen(regering, AFM) veel te ver hebben doorgedreven nu dat de grote misstanden al uit de markt zijn. Wij moeten als tp ook een eerlijke boterham kunnen verdienen waarbij portefeuille opbouw en waarde een goede bouwsteen waren. Als conclusie kan ik alleen maar stellen dat hierbij de goede erg lijden door de kwaden waarbij de banken/verzekeraars de ergste waren. Maar die worden beschermd door de overheid en wij mogen gewoon kapot gaan. SHAME.

1 month

Deelnemer 6 • Deelnemer 3, dat (gelijke) speelveld, daar ben ik het 100% mee eens. Verder: als een grootbank een advies voor 1250 euro kan maken (exclusief bemiddeling, dat dan weer wel), dan mogen er wel heel weinig uurtjes in zitten (intern rekkentarieef voor een adviseur meer dan 300 euro heb ik me laten vertellen). Ik heb het ernstige vermoeden dat dit dan ook uit andere middelen wordt gefinancierd. On topic: zoals eerder gemeld kan een eenmalige factuur (al dan niet meegefinancierd) in combinatie met een abonnement prima werken zo wijst de praktijk uit. Wel maak ik me soms wat zorgen voor wat men noemt "de onderkant van de markt". Blijft het voor hen betaalbaar.

1 month

Deelnemer 7 • Op de vraag: Hoe krijg ik ook mijn factuur betaald? kan ik u aanbevelen om deel te nemen aan de parallelsessie "Creditmanagement van A tot Z" tijdens de Verzekeringsbrancedag op 27 november in Utrecht.

1 month

Deelnemer 8 • Heren, het valt me op dat de argumenten sterk gericht zijn op de buitenwereld: "De AFM doet het niet goed, het gelijke speelveld ontbreekt, tp's moeten een eerlijke boterham kunnen verdienen." Waarom niet de focus richten op het creëren van echte toegevoegde waarde aan je klant? Zo moeilijk is het niet: zorg ervoor dat je een dienst levert die echt iets voor de klant betekent en zorg ervoor dat je dit doet voor een prijs die in de beleving van de klant in verhouding is tot de waarde die je levert. Als de klant dit niet accepteert zijn er 2 mogelijke oorzaken:
1. je verkoopt je waarde niet op de juiste manier, dus de klant ziet je waarde niet.

2. je klant heeft geen behoefte aan jouw dienst in verhouding tot de prijs die je vraagt.

Als dit de oorzaken zijn heb je de keuze uit 3 oplossingsrichtingen:

1. beter worden in het verkopen van jezelf als adviseur en je dienstverlening.
2. een dienstverlening ontwikkelen die in de ogen van de klant een juiste verhouding heeft tussen de waarde en de kosten.
3. misschien wel de beste: een combinatie van de 2 hierboven.

En inderdaad, veel klanten zullen afhaken en/of zich bedienen via andere kanalen (en waarom zou jij dat kanaal niet zijn?!). Maar dat is toch niet jouw probleem? Zolang de klant die blijven maar bij jou klant zijn.

En ja, veel adviseurs zullen het niet redden. Ik heb begrip voor persoonlijke drama dat het betekent. Tegelijk is het vanuit de markt gezien logisch. Als je het niet redt, heb je onvoldoende toegevoegde waarde aangetoond.

Het gaat dus niet over de vraag of deze verandering goed of slecht is. De verandering is er. En gaat niet weg. Blijven werken met een achterhaald business model is een doodlopende straat. Wil je winnen? Zet de stap naar voren en pas je aan. Sneller, slimmer en slagvaardiger dan je concurrenten.

1 month

Deelnemer 3 • @Deelnemer 8, ik waardeer je positieve insteek. Om echte waarde te creëren moet wel het onderliggende fundament goed zijn. Hoe beter dat fundament, hoe groter het rendement van de investeringen en andersom. Het fundament van advies/bemiddeling/nazorg is er een van ongelijkheid en intransparantie. Nu politiek en AFM een (overigens naar mijn mening terecht) besluit hebben genomen om dit fundament te herinrichten, ligt bij hen ook een primaire verantwoordelijkheid om dit homogeen te doen. Daar is helaas (nog) geen sprake van. Je hebt helemaal gelijk om het advies te geven de concurrentie aan te gaan. Dat ontslaat ons echter niet van de verplichting om ook de oneerlijke concurrentie aan te pakken.

1 month

Deelnemer 10 • Ik ben van mening, dat een provisie verbod goed werkt bij het mkb en de wat meer vermogende particulier. Mijn bedrijf richt zich voornamelijk op de wat gewonere consument in deze veranderende markt. Deze gewonere consumenten zitten niet echt te wachten op een uurtje factuurtje of een fee bedrag. Abonnementen worden naar mijn gevoel binnen één jaar of na een jaar opgezegd. Ik ben dus bepaald niet blij met een provisie verbod.

1 month ago

Deelnemer 11 • Veel klanten lijken (bewust of onbewust) verschil te maken tussen "geld halen" en "geld brengen". Als ze geld komen halen, willen ze daar best iets voor betalen (op welke manier dan ook en aan wie dan ook). Als ze geld komen brengen, dan is dat hun eigen geld en vinden ze het raar als ze daar iets voor moeten betalen. Ik verwacht in het algemeen dan ook een grotere verschuiving naar "zonder advies" (execution only) bij (fiscaal) sparen, beleggen en pensioen dan bij hypotheek. Daarnaast speelt uiteraard de complexiteit een rol, dus bij fiscaal sparen een grotere verschuiving dan bij pensioenadvies. Bij "geld halen" speelt uiteraard de hoeveelheid geld die je komt halen een rol, dus bij (onderhandse) verhogingen en

2e hypotheek een grotere verschuiving dan bij nieuwe hypotheek. Ook de ervaring van de klant speelt een rol. Toch verwacht ik bij doorstromers en oversluiters geen grotere verschuiving dan bij starters, omdat de financiële situatie van de klant complexer is dan die van de gemiddelde starter.

1 month ago

Deelnemer 12 • Dit probleem speelt vooral bij "kleinere" zaken, zoals expirerende koopsommen van 20.000 eur etc. De klant weet meestal vrij aardig wat hij ermee wil, wil eigenlijk alleen weten of zijn oplossing fiscaal kan, of hij niets over het hoofd ziet en welke aanbieder of vorm het meeste oplevert. Omdat "deeladvies" formeel niet kan (je doet het goed incl. inventarisatie inkomenspositie, etc etc), en je voor een compleet advies laatste al gauw een paar uur kwijt bent, haakt de klant al snel af als hij meer dan 150,= moet betalen, zeker als het een bestaande klant is.

Wat zou het mooi zijn als je deeladviezen kon geven!

1 month ago

Deelnemer 13 • Het provisie verbod biedt vele voordelen en zal een verdere scheiding in de markt veroorzaken.

De resterende "snelle" jongens vallen door de mand en zijn geen lang leven meer beschoren. Om een klant goed te bedienen moet je over de mogelijkheid beschikken om met alle partijen zaken te kunnen doen.

Onafhankelijkheid, kwaliteit en klantenbinding is mijn statement.

Bent u instaat om de klant duidelijk te maken (in aanvang van het klant contact) dat door het provisie verbod er een concurrentie strijd zal ontstaan op kwaliteit bij de verzekeraars en banken en daarnaast de TP's volledig onafhankelijk en transparant zijn?

De collegae die niet in staat zijn een fee of abonnement te vermarkten zijn de afgelopen jaren dan waarschijnlijk ook niet duidelijk geweest over de kosten structuur die in de producten zaten (excuses voor de aanname).

Voor een fee moet er een gezonde financiële basis aanwezig zijn (spaartegoeden).

Dit is echter niets nieuws want als de financiële situatie van de klant geen lasten verzwaring toelaat hoe kon je dan in het verleden een maandelijkse premie verantwoorden?

De tegenhanger is echter dat bij b.v. overlijden de nabestaande wel eens slecht kan achterblijven als dit risico niet goed afgedekt is.

Hier ligt dus een dilemma en moet de adviseur misschien wel eens verder gaan in zijn inventarisatie/advies en de uitgaven van een klant gaan bekijken en doel ik op b.v. loterijen (één ding is zeker men komt een keer te overlijden alleen weten we niet wanneer en hoe groot is de kans dat met een grote geld prijs wint in een loterij waar men maandelijks aan mee doet?).

Daarnaast pleit ik ervoor dat er m.b.t. tot de premies voor levensverzekeringen een laag hoog constructie in de producten van verzekeraars ingebouwd moet worden met een maximale termijn van 2 jaar (spreiding van betaling) met een lagere aanvangspremie en de fee

ingebouwd kan worden in de berekening om tot het doelkapitaal te komen.

Tevens zie ik graag een level playing field qua kosten structuur tussen banken en verzekeraars.

De consument denkt nog steeds dat hij geen kosten heeft bij een bancaire oplossing. De banken moeten transparant maken wat gemiddelde rendement is op hun kapitaal (onzichtbare kosten klant).

1 month

Deelnemer 14 • Ik ben van mening dat we regelgeving gecreëerd hebben die niet in alle gevallen conform de wensen van de klant is. In dit geval zijn we vergeten de klant te vragen wat die eigenlijk wil. Dat is bij mijn weten maar 1 ding : transparantie. Een transparantie provisie kan dus een alternatief zijn. Ik zou een groot voorstander zijn van een keuzemodel : fee of provisie. Maar wel onder de voorwaarde dat de klant weet waar hij voor tekent. Zeker in de expiratiemarkt zou dit voor veel klanten een uitkomst zijn. Particulieren hebben bij hypotheek minder moeite om te betalen voor advies maar bij expiratie van lijfrentes wordt het al lastig om een particulier te bewegen om te betalen. Krijgen we de kans dan kunnen we onze meerwaarde laten zien, maar dan moet je wel aan adviseren toekomen. Bij grote expiraties krijg je dat nog wel over de buhne maar bij kleine posten ??? Het meefinancieren van de fee uit de koopsom zou een oplossing voor veel particulieren zijn maar deze weg is tot mijn spijt afgesloten. Het spreiden van advieskosten over 2 jaar lijkt een handreiking. Wij zijn gelukkig geen kleiner kantoor maar hoe moeten die 2 jaar voorfinancieren, dat hou je volgens mij niet lang volgen. Lijkt me dus een oplossing die prima werkt voor m.n. de banken.

1 month

Deelnemer 13 • Beste Deelnemer 14,

De transparantie t.a.v. de provisie was al (volgens mij) in 2008 verplicht en moest vooraf besproken zijn en vastgelegd (niet in percentage maar in euro's).

Ik neem aan dat een offerte volledig doorgenomen werd en dan kwamen alle kosten toch ook al aan bod?

De klant moest er zelfs voor tekenen.

Door deze transparantie die in het verleden al verplicht was (en terecht) is de overstap naar fee niet moeilijk.

Echter in mijn eerdere betoog maak ik duidelijk dit wel lastig zal worden voor de partijen die er onduidelijk over geweest zijn of helemaal geen uitleg aan gegeven hebben.

Ik heb deze gekenmerkt als "snelle jongens".

1 month

Deelnemer 10 • In ben geen voorstander van een provisie verbod, omdat de mensen die het hardste advies nodig hebben, de factuur meer niet dan wel kunnen betalen. De gewonere consument betaalt de rekening voor deze wetswijziging!

Ik ben het met Deelnemer 14 dus eens, dat de keuze bij de klant dient te liggen : fee of provisie.

Het is gemakkelijk te zeggen, dat financiële planning voor elke consument dient te worden

toegepast en dat de opleiding eisen omhoog moeten, maar een gewonere consument kan en wil een factuur nou eenmaal niet betalen en zit niet op een adviseur te wachten met uitgebreide toeters en bellen!

Een bijstandsmoeder met of zonder kinderen, een AOW - er..., en er zijn nog meer kwetsbare doelgroepen in onze samenleving zitten gewoonweg niet te wachten op een uitgebreid advies.

Ze willen ook vaak niet veel verzekeringen,

Ze hebben voornamelijk interesse in de basis verzekeringen voor : avp, brand, bromfiets (auto) en uitvaart.

Een provisie verbod zal daarvoor zeer nadelige gevolgen hebben voor de gewonere consumenten in onze samenleving!

1 month

Deelnemer 14 • Beste Deelnemer 2,

De zogenaamde transparantie is mij bekend, maar op welke pagina werd die ook al weer verstoep. Ik zou voorstander zijn van een opdrachtbrief waarbij de klant de keuze heeft tussen fee of provisie maar dan wel in euro's nauwkeurig. Dit zou zeker in de particuliere markt helpen, niet iedereen kan zo maar honderden euro's advieskosten ophoesten.

1 month

Deelnemer 6 • Beste Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam), maak je geen zorgen hoor, dat lukt me allemaal prima. Dat is echter ook niet wat ik bedoel. Als ik prima mijn onderscheidend vermogen laat zien, maar een andere partij kan op onterechte gronden optisch goedkoper werken dan blijft het een ongelijk speelveld. En ja, dan kun je zeggen dat het mijn taak is om dat goed uit te leggen maar waarom niet een ECHT gelijk speelveld creëren? In plaats van 15 miljoen per jaar in een lobby stoppen (<http://bank.blog.nl/nvb>) kunnen wij als ongebonden adviseurs oa op dit soort site's ons ei kwijt :).

Dus: niets mis met een provisieverbod wat mij betreft (zie meer voor- dan nadelen) maar wel op een eerlijke manier die concurrentie aan gaan.

1 month ago

Deelnemer 15 • Jammer dat het idee leeft dat de concurrentiepositie de reden is van de behoefte aan een gelijk speelveld.

De consument zou in staat moeten worden gesteld om zelf te bepalen in welke mate er behoefte bestaat aan begeleiding, via welke kanalen dienstverlening en producten worden betrokken en welke verantwoordelijkheden hierbij horen. Belangrijk is dus niet de concurrentiepositie van de diverse kanalen maar de mogelijkheid voor de consument om zelf de verschillende opties tegen elkaar af te wegen. De ingezette koers van transparantie en beloningsmethodiek maakt dat de rol van de consument aan het veranderen is. Deze zal vaker en bewuster keuzes moeten maken wat wel en geen toegevoegde waarde is en of de investering die hiervoor gevraagd wordt in lijn is met de geboden toegevoegde waarde. Afgezien van belangen van diverse stakeholders is het mij niet duidelijk op welke wijze het hanteren van verschillende regels bijdraagt aan het consumentenbelang die het op deze wijze

nagenoeg onmogelijk wordt gemaakt een goede afweging te maken. Daarbij dragen de verschillende regels niet bij aan de bewustwording van de consument over diens nieuwe rol.

Met het consumentenbelang als uitgangspunt verbaast het mij bijzonder dat er überhaupt discussie bestaat waarbij de beloningsmethodiek wordt gekoppeld aan de diverse kanalen. Zou de beloningsmethodiek niet gekoppeld moeten worden aan de vraag wie wanneer welke verantwoordelijkheden draagt?

Wordt het nu niet eens tijd dat we kiezen voor een duurzame oplossing die duidelijkheid biedt aan alle partijen en vooral aan de consument? En zou dit niet een retorische vraag moeten zijn?

1 month

Deelnemer 13 • Beste Deelnemer 14,

De minder draagkrachtigen betalen idd de rekening of kan opgelost worden via de wetswijziging per 2013 dat de fee gespreid betaald mag worden (max 2 jaar). Welk percentage is dit in je portefeuille?

Als we terugblikken naar de provisie structuur dan zien we dat de kleine posten meer gaan betalen en de grote posten minder opleveren.

De fee beloning heeft dus niets meer te maken met de perverse prikkel van de hoogte van de premie of het verzekerde kapitaal.

1 month

Deelnemer 14 • Beste Deelnemer 2,

Het enige dat ik wil is een hybride model waarbij de klant kan kiezen of hij mij een bedrag wil betalen via fee of provisie (dus automatische spreiding). Het bedrag (verschillend per dienst) moet in absolute bedragen hetzelfde zijn. In het ene geval betaal je dan in 1 keer (ik moet ook de lonen en zo betalen, die mag ik ook niet spreiden) en in het andere spreidt de consument zijn betaling over de looptijd (zal dus veel meer zijn dan 2 termijnen). Denk eens voor de lol aan iemand die een pensioenkapitaal van € 50.000 krijgt. Betaalt hij jou liever € 750 ineens of kiest hij voor ieder jaar € 50 bruto minder pensioen. Het enige dat ik wil zeggen is laat de klant kiezen.

Dit is een helder model en dan heb ik ook direct mijn level playing field, op deze wijze kan ik ook advieskosten over de hele looptijd uitsmeren.

Er is dan ook geen kruissubsidie meer, ik heb mijn diensten immers geprijsd ongeacht de hoogte van bv. koopsom.

1 month

Deelnemer 1 • Even iets recht zetten, Deelnemer 3 geeft aan dat klanten wel weten of iets wel of niet gratis is. Dat is niet waar. Uit onderzoek dat wij in het eerste kwartaal van dit jaar hebben gedaan bleek dat 53% van de klanten geen idee hadden hoe ze hadden betaald, 38% dacht zelf helemaal niet te hebben betaald voor advies. We hebben dus een wereld te winnen in beleving bij de klant.

1 month

AFM'er 1 • Hallo groepsleden! Ik ben AFM'er 1, een van de AFM'ers die als moderator bij de discussie betrokken is. Ik zal zo nu en dan reageren in de discussie. Als jullie vragen of ideeën hebben, kunnen jullie mij altijd direct benaderen via een LinkedIn-bericht.

Leuk om te zien dat er al direct enthousiast met elkaar van gedachten wordt gewisseld. Interessant om te zien hoe de voorbereidingen er voor staan, welke concrete handvatten er al zijn en wat er leeft bij jullie.

Ik begrijp dat sommigen van jullie nog zorgen hebben over het provisieverbod, het wetgevingstraject is echter bijna afgerond en per 1 januari 2013 zou de markt er klaar voor moeten zijn. Hoe bereid je desondanks voor?

Wat kleine (samenvattende) observaties:

Ik zie zorgen over een 'level playing field' voorbijkomen bij het direct in rekening brengen voor de kosten van advies. De AFM vindt een 'level playing field' ook een belangrijke voorwaarde voor een eerlijke financiële markt. Hebben jullie nog andere signalen waarbij jullie volgens jullie in strijd met het 'level playing field' wordt gehandeld?

Ook merk ik op dat sommige deelnemers zich sterk maken voor het positioneren van de toegevoegde waarde van het intermediair in de communicatie richting de klant. Jullie vinden het belangrijk om aan de klant duidelijk te maken waarvoor hij betaalt. Hebben jullie daar goede tips en tricks voor?

1 month ago

Deelnemer 1 • Hoe toon je je meerwaarde aan: Uit ons onderzoek blijkt dat het verschil tussen een goede en een excellente adviseur in de ogen van de klant vooral zit in twee zaken:

Ten eerst zogenaamde soft skills. Ben je in staat van mens tot mens contact te maken met de klant? Win je zijn persoonlijke vertrouwen door open vragen te stellen en niet direct achter een laptop te duiken en berekeningen te maken. Dit is een punt waar we als sector, ook in onze opleidingen veel meer aandacht aan zullen moeten geven.

Ten tweede passie voor het adviesvak. Passie voor wat je doet is iets dat je klanten voelen en wat ze ook zeer waarderen.

Vul je deze zaken goed in, dan zullen je klanten in hun online (reviews op sites) en offline (verjaardagspartijtjes) positief over je praten.

Als je bovenstaande goed invult, zullen klanten de rekening willen betalen.

1 month ago

Deelnemer 4 • Leuk deze discussie. Schiet tussen " geen probleem" en "onmogelijk" heen en weer. Overigens wel aardig te rubriceren wie wel en wie geen (minder) problemen heeft/verwacht. Het zijn de producten waarvoor men (nog?) persoonlijk advies nodig heeft. Vergis je niet.. er zijn aanbieders en ook grotere adviesbedrijven die het e.e.a. aan het inrichten zijn. Voor een schijntje van wat nu gevraagd wordt kan de klant straks geadviseerd

worden en zelf zijn/haar keuzes maken. Dus zij die nu met de nota voor persoonlijk (nog) geen problemen kennen voor doorgaans complexe (vinden we nu nog) adviezen, juich niet te snel.

Dan de "simpele" adviezen, voor zover. De direct uitkerende lijfrente, bijvoorbeeld. "Postje" van 6K, voor de klant tegenvaller 1 dat er belasting betaald moet worden (was natuurlijk wel bekend, maar ff vergeten), dan komt er de adviseur, de gordijnen gaan open en de voorstelling gaat beginnen. Eerst hoe het e.e.a. in elkaar steekt en hoe de adviseur beloofd wenst te worden en omdat de wetgever en ook zij die er voor door wensen te gaan, bepalen dat hier een compleet advies gegeven dient te worden stopt de teller niet bij 5 uur (incl. voorbereiding, reistijd, etc.). Voor je het weet mag de klant dus zo maar tussen de 500 en 750 bij de adviseur achterlaten. Niet de klant vertellen dat dit in het provisieperiode 90,- (1,5% over 6K) "kostte", want dan wordtie gek. Is het advies er beter van geworden. Welnee! Is de opbrengst hoger voor de klant? Al helemaal niet. Ik zie het voordeel voor de klant in deze gevallen niet en er zijn er voldoende die dan ook afhaken en zelf gaan "klooien", met alle gevolgen van dien.

Hoeveel relaties bellen er zo door het jaar heen voor een overlijdensrisicoverzekering? Te tellen op de vingers van 1 hand en in sommige jaren wel eens een hand zonder vingers. In zo maar 95% van de gevallen weet echter geen mens, als je er bij een bezoek eens naar vraagt, wat er financieel gebeurt als er morgen in het gezin iemand overlijdt. Als je dan een uurtje met de mensen om de tafel gaat zitten en de upo's etc verzameld worden en dan nog eens een uurtje discussie over de financiële situatie voor en na, dan kun je met een advies een aardig eind komen. Ik heb het hier over normale omstandigheden. 2 partners, salarissen, geen vermogen, wellicht een hypotheek en wel of geen kinderen. Komen we er 100duizenden van tegen. Dat is echt geen raketwetenschap. Nog 2 uurtjes uitwerken, vergelijken, formulieren, aanvragen, acceptatie, polis en doorgaans ben je er wel mee klaar. Zeg (ervaring) omzet op basis provisie 350,- tot 600,- voor 4 uurtjes (leuk) werk in het verlengde van onderhoud op schade etc. Wil men niet, of blijkt er geen probleem (dat zijn wel uitzonderingen), dan heb je in een uur een grove schets gemaakt, kost de klant niets en gaan we weer verder.

Nu en in de toekomst begin je niet met de vraag of er wel eens iemand over nagedacht heeft, maar eerst met de uitleg van je dvd, je verdienmodel en eigenlijk dient er een opdrachtbevestiging te komen en de teller gaat lopen en de rekening volgt vanzelf of de klant nu wel of niet voor een oplossing kiest. Tuurlijk (ik zie die meneer van de debiteuren en incasso's al weer warmlopen voor een reactie ;-) gaat hier geen adviseur meer de straat mee op. Er worden al steeds minder relaties bezocht en de kans dat iemand, zeker in deze groep, bereid is om zich tegen betaling (op deze condities) te laten informeren is te verwaarlozen. Misschien wel als onderdeel van een hypotheekadviesgesprek, maar niet sec. Waarom niet? Nou, dat is al sinds 1833 en al ver daarvoor.

Verarming, dit woord is al eerder gevallen, is dus wat er in een zeer grote groep zal plaatsvinden. En zeker in het geval van de uitvaartverzekering. In een grote groep een soort sociale verzekering, ondanks wat mevrouw Verdegaal er altijd over roept. Niet voor niets maken uitvaartverzekeraars, uitvaartverzorgers, uitvaartcentra, etc zich al zorgen over morgen. En dan betreft het zeker niet alleen omzet.

1 month ago

Deelnemer 13 • Beste AFM'er 1,

Het is zaak dat je duidelijk bent naar de klant en direct in aanvang van het eerste contact. Draai er niet omheen en zeg waar het op staat dit geldt overigens voor het hele advies/bemiddelings traject.

Kan je de tarieven verantwoorden en sta je hier ook achter?

Wat mag de klant van je verwachten en wat lever je (inzichtelijk maken van de werkzaamheden).

De klant weet wat hij mag verwachten en heeft achteraf geen verrassingen en/of onduidelijkheden (wat overigens ook verplicht is).

Een klant verstaan gaat verder dan horen.

Communicatie werkt alleen als je goed kan luisteren en tevens je boodschap duidelijk kan vertalen en toetst of de ontvanger de inhoud heeft begrepen.

En kan je verder accepteren dat je misschien niet iedereen van dienst kan zijn of sterker nog misschien NIET van dienst moet zijn als dit onverantwoord is.

1 month ago

Deelnemer 15 • Achter de vraag "Hoe krijg ik mijn rekening betaald" gaat eigenlijk de vraag schuil hoe transformeer ik naar een nieuw bedrijfsmodel. In dat nieuwe bedrijfsmodel moet de waarde van de dienst heel herkenbaar zijn voor de koper. Er is geen verschil met het inkopen van andere diensten zoals hulp bij het invullen van een belastingformulier. Iedereen weet dat je daar een bedrag voor betaalt. De adviseur krijgt wel vreemde concurrenten. Ik voorzie dat er veel on line adviestools gaan komen waarvan het gebruik goedkoop zal zijn. Veel consumenten gaan ook zeker op zoek naar goedkope adviseurs, dat doen ze nu ook al bij hypotheek. Dus naast concurrentie van de tools komt er onderlinge concurrentie tussen adviseurs en ja helaas ook op prijs. Het wordt dus noodzaak om het bedrijfsmodel zo in te richten dat adviseren sneller en beter kan. Je kunt ook zeggen de productiviteit moet, net als in andere branches, omhoog. Consumenten schrikken van een uurbedrag van EUR 150,--. Uit onderzoek blijkt dat ze EUR 75,-- logischer vinden.

Als een advies van inventarisatie via analyse tot advies 5 uur duurt is de rekening EUR 750,--. Dat gaat een gemiddelde klant voor bijvoorbeeld een AOV advies niet betalen.

Kortom we moeten goed in staat zijn uit te leggen dat ons advies waard is en we moeten tegelijkertijd de rekening laag houden. Het is zoeken naar mogelijkheden om meer adviezen af te zetten. Massa is nog steeds kassa! Ons afzetten tegen de ontwikkelingen helpt niet. Het momentum paakken om te vernieuwen wel.

1 month ago

Deelnemer 15 • Ik denk dat het goed is dat we ons beseffen dat veel van de werkzaamheden die we in het verleden voor de consument deden worden overgenomen door partijen die dit efficiënter kunnen of door de consument zelf. Dit betekent dat de intermediairsrol zoals wij die tot voor kort kenden zal verdwijnen.

Dat veel van de intermediairstaken door de productaanbieders worden overgenomen kan als bedreigend worden ervaren. Persoonlijk zie ik het als een prachtige mogelijkheid om onze rol opnieuw uit te vinden en op zoek te gaan naar die toegevoegde waarde die ook door de consument als toegevoegde waarde wordt ervaren. Het onderscheidend vermogen zit niet langer in het kunnen bieden van een product tegen het scherpste tarief maar in het maken van de persoonlijke verbinding met de klant met als doel de klant te helpen het leven te leven dat

hij of zij graag wil leven. Daarnaast licht er een prachtige taak voor ons weggelegd om de consument te helpen om achter het stuur van zijn eigen leven te helpen zitten.

Ik zie dan ook geen enkele oplossing in het leren verkopen van je dienstverleningsdocument en het trainen van hoe we klant kunnen overtuigen om voor onze werkzaamheden te gaan betalen. De vraag moet dan ook niet zijn hoe we onze dienstverlening kunnen verkopen maar hoe we in ons kunnen verbinden met de klant. We moeten weer leren verbinden, iets dat wat we als kinderen vanuit nature hebben gedaan, maar dat we ons veelal in de verloop hebben afgeleerd.

Pas wanneer je hiertoe in staat bent kun je die toegevoegde waarde leveren waarvoor de klant bereid is te investeren. De focus zal hierbij komen te liggen op een duurzame relatie met de klant.

Combineer je dit met passie voor je vak dan zal het geen enkel probleem zijn om hier een prima boterham mee te verdienen.

1 month ago

Deelnemer 4 • @AFM'er 1 een gelijk speelveld lijkt een utopie. Zal er in mijn ogen ook nooit komen, hoezeer, bijvoorbeeld, een Adfiz hiervoor gestreden heeft. Aanbieders zijn adviseurs en adviseurs adviseurs. Aanbieders lijken wel te adviseren, maar dan in 99.9% hun eigen productenpalet, De klant waardeert deze toegevoegde waarde(?), het advies dus, omdat deze gratis is (lijkt). Hoe vaak hebben we het niet gehoord? Soms gaat er nog een loyaliteitsbonus "overheen, waardoor het helemaal gratis is (lijkt). We lijken die 2 groepen (begrippen) makkelijk door elkaar te halen. Dat nog afgezien van het belang van de klant, daar ging het toch om?

Voor de eindklant is het vrijwel onmogelijk om toegevoegde waarde te onderscheiden of te waarderen t.o.v. toegevoegde kosten, daar waar het de adviseur betreft. Zeker daar waar het de aanbieder relatief makkelijk gemaakt wordt om advies-, marketing- en distributiekosten, hoewel zichtbaar gemaakt, te versleutelen en mee te financieren door deze "in te rekenen". Het verschil tussen de adviseur die zich aanbiedt voor (persoonlijk) advies en onderhoud en de directe aanbieder die de (mail)brievenbus volpropt is wel duidelijk en wellicht ook nog herkenbaar, maar dan de, in de ogen van de klant separaat, toegevoegde kosten.... die zijn nog meer herkenbaar.

Een advies kan zijn: beter ten halve gekeerd dan ten hele gedwaald. In ieder geval daar waar het de uitvaart- en overlijdensrisicoverzekering betreft en de "adviezen" voor lijfrentuitkeringen tot, zeg, totaal 20K. Die laatste is lastig, maar wellicht een aangepast adviestraject?

1 month ago

Deelnemer 12 • Deelnemer 4, ik ben het wel met je eens. Het lijkt erg "oude wereld", maar het is wel de werkelijkheid in de gevallen die jij beschrijft.

Voor een collectief pensioencontract kost het geen enkele moeite om een adequate beloning af te spreken en te krijgen, en ook niet voor een expiratie van 300.000,=, maar dat zijn nu eenmaal niet de zaken waar je het meeste mee te maken krijgt.

1 month ago

Deelnemer 16 • Inderdaad een mooie discussie en eigenlijk is alles al zo'n beetje gezegd. Van onmogelijk tot een wereld vol kansen. Van level playing field tot misty business, van onbetaalbaarheid tot rechtvaardigheid, etc...

@AFM'er 1, op de vraag hoe je toegevoegde waarde kenbaar maakt: Mijn visie is dat je aan de klant uitlegt wat hij aan jouw dienstverlening heeft, veel belangrijker is dan dat je uitlegt wat je doet.

Bijvoorbeeld bij het kopen van een televisie. Daar krijg je uitleg over internet op je TV, de 3D ervaring, energiezuinige LED's, etc. Je krijgt geen uitleg over de transportkosten, warehousekosten of de winstmarge van de winkelier.

Klinkt misschien een beetje flauw om complexe financiële producten te vergelijken met een TV, maar de kern van de boodschap lijkt mij duidelijk. Door financieel adviseurs wordt nog vaak uitleg gegeven wat ze doen, ondersteunt door hun beloningsmodel op uurbasis.

Wat betreft de draagkracht van klanten... Het speelveld verandert door de komst van het provisieverbod. Grote klanten willen minder gaan betalen, kleine klanten kunnen het niet meer betalen. Daar moet je innovatief te werk gaan als adviseur om aan ieder type klant de juiste toegevoegde waarde te kunnen leveren.

Deelnemer 16 is momenteel Programmamanager bij Aon en heeft zich o.a. bezig gehouden met beloningstransparantie en provisieverbod bij verzekerde pensioenen.

1 month ago

Deelnemer 15 • Dag Deelnemer 16. De vergelijking met de televisie gaat wat mij betreft niet op. Het is prachtig wanneer een televisieverkoper mij kan uitleggen wat ik allemaal aan de televisie heb maar uiteindelijk blijft het bij het verkopen van een product. Het gaat er nu juist om dat wij beloofd worden voor het inventariseren van de wensen en doelstellingen om vervolgens samen met de klant te onderzoeken wat voor hem de best passende oplossing is. Uiteindelijk zou dit ook kunnen resulteren af te zien van de televisie en een goed boek te kopen.

1 month

Deelnemer 16 • Deelnemer 15, je slaat precies de spijker op zijn kop. Een goede adviseur inventariseert de wensen bij zijn klant en baseert hierop het advies... zet dus de klantbehoefte centraal en zijn eigen (korte termijn) belang op de 2e plek. Zijn (lange termijn) belang is dat de klant tevreden is en terugkomt voor een volgend advies.

Merk op dat ik het hierboven niet heb over een bepaald soort product. Het gaat om de toegevoegde waarde van de adviseur. Ik sluit aan bij de opmerking van Deelnemer 1 dat het dan veelal gaat om de persoonlijke eigenschappen van de adviseur en zijn passie voor het vak. Het maakt dan niet uit of het gaat om financiën, autoverkoop of interieuradvies.

1 month ago

Deelnemer 15 • Goed te horen dat we op één lijn zitten. Ik sluit me net als jou dan ook volledig aan bij het resultaat van het onderzoek van Deelnemer 1. Zelf adviseren wij al 12 jaar op feebasis en kan vanuit de ervaringen met onze adviespraktijk het onderzoek dan ook volledig onderschrijven.

1 month ago

Deelnemer 17 • Ik heb het al een aantal malen voorbij zien komen, maar dan nogmaals in de herhaling.

Klanten zijn lang niet meegenomen in de veranderingen die de markt door maakt.

Het was/is aan de adviseur om de klant duidelijk te maken waarvoor hij hem/haar moet betalen.

De klant heeft daar geen idee van wat de adviseur allemaal voor hem doet. Dus laten we daar mee beginnen door te vertellen wat de werkzaamheden zijn die er gedaan moeten worden.

Vervolgens zul je moeten denken in voordelen voor de klant. Voordelen dat hij bij jou aan tafel zit en niet bij je collega. Veel intermediairs lijken op elkaar en praten allemaal vanuit de " wat situatie" . Wat ik ben en wat ik doe, maar niet vanuit de klant.

Veel van jullie kennen vast het filmpje wel op Youtube " What, How, Why van Simon Sinek. Dat raakt de kern van de boodschap. Het onderscheidend vermogen van de adviseur.

Als de klant overtuigd is van jouw onderscheidend vermogen en jouw toegevoegde waarde zal de barriere niet meer zo groot zijn.

1 month ago

Deelnemer 3 • @ Deelnemer 16 en Deelnemer 15

Ik denk dat in de voorgaande postings overduidelijk een bruisende adviesbranche naar voren komt die al jaren actief nadenkt en bezig is met het 'nieuwe adviseren'. Dat is hartstikke mooi, want deze 'voorhoedegroep' geeft de volgende groep het goede voorbeeld. Duidelijk is ook dat er verschillende manieren zijn om de klant te ondersteunen. Ieder zijn segment, passie en overtuiging. Er lijkt wel steeds meer een tweedeling te komen in sec adviseurs en adviseurs die ook willen bemiddelen. Vooral voor de laatste groep speelt het gelijke speelveld een uiterst belangrijke rol. En ja, ik geloof persoonlijk in 'one stop shopping'. Voorzorg, advies, bemiddeling en nazorg via één loket, waarbij de aansprakelijkheid en verantwoordelijkheid niet verwatert over de verschillende schakels.

1 month ago

Deelnemer 15 • Dag Deelnemer 3. Ik ben het met je eens dat een 'one stop shopping' vele voordelen kent. Daarentegen kan een verdeling van werkzaamheden ook voordelen hebben. Zo kan ik me voorstellen dat er partijen ontstaan die zich specialiseren in productvergelijking en bemiddeling. Dit zou aanzienlijke efficiencyvoordelen en kwaliteitsverbetering kunnen bieden ten opzichte van een klein advieskantoor. Hierbij is iedere schakel aansprakelijk voor zijn eigen handelen. Hierbij ben ik er een voorstander van dat de consument zelf kan kiezen wanneer, waarvoor en bij wie hij diensten afneemt. Vanzelfsprekend heeft dit ook gevolgen voor de mate van verantwoordelijkheid die de klant bereid is te nemen.

De afschaffing van de provisie voor complexe producten maakt dat er voor de dienstverlening die toeziet op deze producten een afwijkende verdeling van verantwoordelijkheden noodzakelijk is. Onderstaand zal ik trachten dit uiteen te zetten.

Stel je eens voor dat iemand jouw inschakelt voor een integraal financieel advies. Hierbij zijn ook producten opgenomen die niet via jouw bemiddeling tot stand zijn gekomen. Bij wie komt dan de verantwoordelijkheid voor het beheer van de financiën te liggen? Wie is verantwoordelijk voor het beheer van de producten? Stel dat de klant jouw niet voor het beheer van de producten wil betalen hoe gaat de verantwoordelijkheid er dan uit zien? Blijft dan iedere adviseur die voor de klant in een product bemiddeld gedurende looptijd van het product verantwoordelijk voor het product?

Dit zijn praktische problemen waar wij in het verleden al tegenaan gelopen zijn.

Ik denk dat voordat er naar een oplossing gezocht kan worden eerst de vraag moet worden beantwoord of de consument verplicht moet worden het beheer bij een productbemiddelaar/adviseur af te nemen of dat deze de vrijheid moet hebben om dit zelf te bepalen. Het antwoord op deze vraag heeft directe gevolgen voor het verantwoordelijkheidsvraagstuk.

Bij een verplichte afname van beheer zullen er keuzes gemaakt moeten worden ter bescherming van de consument. Kan er bij een verplichte afname sprake zijn van een vrije tariefstelling of moet dit worden gemaximeerd? Wat valt er vervolgens onder de verantwoordelijkheden van de adviseur en hoe wordt het toezicht hierop geregeld? Vervolgens is het de vraag of er adviseurs/productbemiddelaars bereid zijn om op basis van deze voorwaarden de verantwoordelijkheid op zich te nemen. Tevens zou dit een streep halen door de mogelijkheid van excusation only.

Bij de tweede optie heeft de consument de vrijheid om zelf te bepalen in welke mate hij/zij gebruik wenst te maken van begeleiding. Indien dit het geval is, is het aan de adviseur en de consument om afspraken te maken over de verantwoordelijkheden, beheer en beloning. Indien de consument echter niet bereid is te investeren in de begeleiding en de verantwoordelijkheid zelf wenst te dragen moet dit ook mogelijk zijn. In een dergelijke situatie ligt de verantwoordelijkheid van beheer niet langer bij de adviseur/productbemiddelaar. Teneinde de consument van een minimale bescherming te voorzien zie ik de oplossing door de verantwoordelijkheid met betrekking tot het beheer van het specifieke product te allen tijde bij de productaanbieder te laten liggen. De productaanbieder heeft namelijk als enige de mogelijkheid om de werkzaamheden te financieren uit het producttarief.

1 month ago

Deelnemer 1 • @Deelnemer 15 Lijkt me een zinvolle scheiding tussen tussen product beheer en klant beheer. Bij product beheer, gaat het om zaken binnen het domein van een product, in te vullen door aanbieders, binnenkort wellicht ook wettelijk verplicht.

Bij klantbeheer, gaat het om de passendheid van een product in de specifieke klantcontext. in vullen door (on)afhankelijke adviseur. Van deze laatste vorm kan een klant afzien. Dan moet de adviseur dat wel duidelijk maken aan zijn klant, van de eerste, product beheer, niet. Daarom ligt het voor de hand dat de aanbieder dat in de prijs van zijn product mag verrekenen.

Wat denkt de AFM hier van? Ben benieuwd!

1 month ago

Deelnemer 10 • Er is naar mijn mening nooit een gelijk speelveld geweest en die zal er naar mijn gevoel ook nooit helemaal komen!

Dat komt, omdat er al vele kantoren van generatie op generatie bezig zijn in de markt en daardoor vaak al veel binding hebben opgebouwd bij het MKB en vaak ook de wat meer vermogende particulieren.

Deze kunnen facturen en de directe beloning vaak veel beter betalen.

Voor nieuwe zelfstandige ondernemers in onze branche wordt het nog een hele klus om een goede betalende cliënten kring op te bouwen.

Zit je bijvoorbeeld voornamelijk in de gewonere particulieren advies markt, dan ben ik van mening, dat je met de nieuwe plannen enigszins wordt benadeeld!

Maar uiteindelijk komt er voor alles een oplossing. Dat is iets waarin ik geloof.

1 month ago

Deelnemer 15 • Dag Deelnemer 10. Ik ben minder pessimistisch dan dat jij bent. Ik heb er vertrouwen in dat wanneer we in staat zijn op basis van gefundeerde argumenten aan te tonen waarom een gelijk speelveld in het belang is van de consument onze beleidsbepalers hier niet blind voor zijn. Toen ik mij twaalf jaar geleden al hard maakte voor meer transparantie en wanneer ik vertelde dat ik met mijn klant communiceerde wat de verdiensten op producten waren werd ik afgeschoten. Zowel door collega's als door productaanbieders. Sterker nog van de overheid mocht ik op dat moment niet eens op een andere wijze mijn geld verdienen dan met provisie. En kijk waar we nu staan en met name wat er de afgelopen jaren is veranderd.

Verder ben ik van mening dat er voor nieuwe zelfstandig ondernemers in onze branche prima mogelijkheden zijn. Net als iedere andere startende ondernemer buiten onze branche zal er geïnvesteerd moeten worden. Dit is bij de bakker en de aannemer ook altijd het geval geweest. Het is alleen niet wat we gewend zijn in de branche.

Tenslotte bestaat onze adviespraktijk voor zeker 80% uit 'gewone' particulieren die absoluut bereid zijn te investeren in de toegevoegde waarde waarin wij hun voorzien. Onze rol is hierbij wel veranderd ten opzichte van het productgerichte businessmodel. Verder zal er op een andere wijze gecommuniceerd moeten gaan worden. Ook voor deze groep adviseurs kan er in de toekomst nog steeds een prima boterham verdiend worden. Dit begint met de beantwoording van de vraag waarom je eigenlijk in de financiële dienstverlening wilt zitten om vervolgens met overtuiging en vol passie mee aan de slag te gaan. In ieder geval heeft het bij ons de afgelopen 12 jaar op deze wijze gewerkt. Dat er uiteindelijk voor alles een oplossing komt ben ik met je eens maar wanneer we er met ons allen voor inzetten komt er wellicht ook een oplossing uit waar we met ons allen gelukkiger van worden.

1 month ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 15,

We hebben onder de particulieren een grootscheeps onderzoek laten verrichten hoe zij ons zouden willen betalen. Daarin waren wij transparant over de hoogte van onze beloning zowel

op schade als leven. Wat denk je waarvoor ze kozen : provisie !! De enige argumenten die zij aanvoerden waren de gespreide betalingsmogelijkheden (geen fee upfront) en het feit dat er geen verrassingen voor hun zijn (ik betaal mijn premie en dan is het goed zo).

Kijk ik in de MKB markt dan zie ik bij de werkgevers tot 10 man hetzelfde beeld. Als ik nu een pensioencontract moet verlengen waarbij ze de nota upfront moeten betalen dan ben ik eerst een heel vervelende discussie daarover aan het voeren alvorens ik aan mijn werk toekom.

Ik ben een groot voorstander van transparantie maar een nog groter voorstander van een advieswereld waarin de klant aan het roer zit ook als het gaat om afspraken over onze beloning,

@Deelnemer 15 : ik lees een uurtarief van € 75. Reken eens door wat een goede hypotheek - of pensioenadviseur kost rekening houdend met salaris, huur, directie, ondersteunend personeel enz. Je komt dan al uit op een kostprijs per uur die hoger is dan jouw € 75. Komt nog eens bovenop de niet declarabele uren zoals bv WFT studies, intern overleg enz.. Daar nog eens bovenop dat je volgens mij recht hebt op een klein beetje marge dan is een uurtarief van rond de € 150 niet eens onredelijk. Alleen blijft de vraag of de klant dat wil betalen ??? Als het belang maar groot genoeg is dan wel maar anders....

1 month ago

Deelnemer 15 • @Deelnemer 14, Ho Ho het is niet zo dat ik EUR 75,-- als uurtarief voorstel of verzin maar het is het bedrag dat gemiddeld uit onderzoek komt dat consumenten en MKB-ers voor verzekeringsadvies willen betalen. Zie ook <https://janlindeboom.wordpress.com/2011/08/12/slechte-timing-verzekeringsadvies-kost-adviseur-minimaal-e-50-per-uur/>. Uit recent onderzoek van GfK voor Legal & General blijkt dat ondernemers voor pensioenadvies iets meer willen betalen. Gemiddeld EUR 105,-- maar kleinere ondernemers tot 10 medewerkers vinden EUR 82,-- redelijk. Ik kijk dus naar de perceptie van de klant over advieskosten in relatie tot de EUR 150,-- die adviseurs redelijk en noodzakelijk vinden. Er zal hoe dan ook een heel grote groep zijn die andere oplossingen gaat zoeken. Ik zie dat als een gat dat in de adviesmarkt ontstaat. Elk gat in de markt biedt kansen. Kortom ik zie toekomst in het goedkoper maken van advies en dat zal creatief moeten gebeuren.

1 month ago

Deelnemer 14 • Gelukkig maar Deelnemer 15 dat ik je verkeerd begrepen hebt. Maar jouw onderbouwingen bewijzen dus wat ik al een tijdje roep. Heel veel mensen (particulier en MKB) zullen dus niet bereid zijn om de prijs te betalen die we moeten hebben voor een advies dat voldoet aan alle wet en regelgeving. Gevolg : ze kiezen voor de goedkoopste oplossing (maar was goedkoop ook weer niet duurkoop ??) of ze laten zich helemaal niet adviseren.

Mooi voorbeeld vandaag weer. Klant krijgt expiratie Reaal van € 50.000. Wij vragen voor financieel plan + bemiddeling product in totaal € 800. Vindt klant veel te veel dus gaat voor execution only oftewel accepteert standaard offerte van Reaal. Toch even gekeken wat de concurrentie zou bieden (nieuwsgierigheid). Erasmus biedt bijna € 240 per jaar meer, bij een gemiddelde levensverwachting van een jaar of 18 toch in totaal € 4320 meer aan uitkering. Dat wordt dus de nieuwe wereld na 1 januari. Als ik de commentaren hierboven lees dan zullen wij het wel allemaal niet goed doen of de verkeerde klanten hebben. Ik zit echter al 25 jaar in het vak en heb toch het idee dat ik in die tijd mijn klanten heb leren kennen.

1 month ago

Deelnemer 12 • Deelnemer 5, jouw voorbeeld met die 50000 is overeenkomstig mijn ervaring met dit soort zaken.

Omdat je het beste voor je klant wilt, kijk je inderdaad toch stiekem bij anderen, maar volgens de huidige adviesregels kun je hem niet op een betere aanbieding wijzen, want je beveelt dan weer een specifiek product aan.....

@AFM: Zou een oplossing kunnen zijn: je geeft aan dat je alleen informatie geeft en NIET adviseert over de passendheid van het product mbt financiële situatie, doelstelling, risicobereidheid en kennis en ervaring van de klant, maar dat je:

- een overzicht maakt van tenminste 4 aanbieders voor het door hem gewenste
 - informatie verstrekt over de fiscale en verzekeringstechnische aspecten
- en dus execution only adviseert, want de klant moet de keuze maken.
- dus ook een veel lagere vergoeding vraagt dan voor volledig advies.

Zou dat een werkbare en toegestane tussenoplossing zijn?

1 month ago

Deelnemer 4 • Het opmerkingen van Deelnemer 12 en Deelnemer 14 zijn helemaal correct. Niet dagelijks, maar wel met enige regelmaat. Nou, dan hebben we de klant goed geholpen. Het klantbelang stond voorop, maar de klant ziet niet dat die 800,- geen overdreven beloning is, het valt niet uit te leggen (je krijgt, hoe goed je de klant ook kent, vaak niet eens een kans) en voordat je door het woud van verplichtingen heen bent, kiest de klant voor de weg die het minst weerstand geeft. Er zal ongetwijfeld iemand in deze discussie vinden dat wij iets aan onze communicatie moeten doen, oké.....

Nu zou het hier om 150.000 gaan en een bancaire oplossing en die club valt, zoals hier en daar voorspeld wordt, aan het eind van het jaar om. Dan zou een adviesje en een planning van 800,- z'n geld dubbel en dwars waard geweest zijn, toch? Maar zover kom je dan niet. Vergis je niet, ook (juist?) de klant van 1,5 ton denkt hier geld te kunnen verdienen (of heeft een "gratis" vriendje bij de bank).

Dat nog afgezien van de procedures waar veel klanten met verse tegenzin door moeten. Ja hoor, ik kan het best uitleggen, geen enkel probleem en ook de uitleg over mijn kosten gaat me heel goed af. Als ik zeg dat het vaak ook heel goed gaat bedoel ik eigenlijk te zeggen dat de klant zich nu (nog) vaak schikt in zijn/haar lot. Hoeveel zullen nu echt het advies lezen, interpreteren en waarderen? Ja, ze zijn er, maar vaker is het bedoeld om je dossier compleet te hebben. Van te voren wisten we, zeker bij kleine zaken, al welke kant we op moeten, Een verplichting waar de klant voor dient te betalen. Klantbelang voorop dus.

1 month ago

Deelnemer 8 • Deelnemer 4, ik struikel over je stelling : "tevoren wisten we al, zeker bij kleine zaken welke kant we op moeten."

Dit is precies de oorzaak van de situatie waarin we nu zitten. Deze insteek is volledig vanuit het product geredeneerd. Wat voor jou een kleine zaak is, heeft mogelijk enorme impact op het leven van de klant. Als je tevoren weet welke kant het op moet dan kan je jezelf geen adviseur noemen. In het beste geval ben je dan polisbemiddelaar.

Zorgvuldig inventariseren kost niet perse veel tijd. En gebrek aan tijd zou nooit een argument mogen zijn om kort door de bocht te gaan.

1 month ago

Deelnemer 12 • Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam), je schiet wat door..

Deze insteek is niet beredeneerd vanuit het product, maar vanuit kennis van de klant zelf en de markt. Je weet nooit tevoren welke kant het uitgaat, maar je kunt er wel een vermoeden van hebben.

Je weet verder als adviseur bij welke klanten een expiratie van 15.000 eur een enorme impact heeft en bij welke klant niet.

Jouw stelling dat dit soort denken de oorzaak is van waar we nu zitten vind ik -met alle respect- onzin. De huidige situatie is te wijten aan ongebreideld winstbejag bij verzekeraars en polisduwers.

Daar valt wat Deelnemer 4 beschrijft beslist niet onder.

1 month ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam),

graag zou ik willen weten hoeveel tijd jij nodig denkt te hebben voor een zorgvuldige inventarisatie gevolgd door een zorgvuldige analyse gevolgd door een passend advies aan de klant.

1 month ago

Deelnemer 18 • @Deelnemer 14, de vraag is niet te beantwoorden. Een particuliere klant in loondienst heeft een huisbank en keurige financiële jaaroverzichten. Hij heeft zijn UPO bij de hand en zijn werkgever heeft een mooi EB statement. Hij heeft zijn internetbankieren gekoppeld aan een financieel dagboek. Zijn tussenpersoon, bank of aanbieder geeft een prima overzicht van de lopende verzekeringen. Alles is digitaal. Moet deze klant nu hetzelfde betalen als de consument die her en der heeft lopen shoppen naar producten, komt met een schoenendoos en zegt bel mijn werkgever maar voor informatie want ik weet het ook niet. Met andere woorden ook bij advies moet zelfwerkzaamheid bij de inventarisatie financieel voordeel opleveren.

1 month ago

Deelnemer 4 • heren, heren, zou Karel van de Graaf gezegd hebben.

Voor alle duidelijkheid... ik vind zorgvuldig heel belangrijk, maar als ik een expirerend lijfrentepostje (sorry) van <10K (<20K??) voorbij zie komen (en dat zijn er nogal wat) en ik weet uit welk regime en ik weet (ken je klant) dat dit het wel is en dat blijkt ook bij navraag, dan is een avondvullende voorstelling wel wat overdreven, toch?

Ik ben geen postenjager, nooit geweest, maar hier dreigt doorgaans toch een "postje" uit voort te komen? Maakt niet uit welke. Ik denk dat ik mijn munitie dan beter droog kan houden voor de volgende keer. Ook om de kosten voor de klant wat te drukken.

We nemen zelfs het verhaal over de contraverzekering nog mee, om aan te geven dat we zorgvuldig zijn en blijven.

1 month ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam),

Dat ben ik helemaal met je eens. Alleen ik zal wel niet zo'n nette klanten hebben maar meestal is het een hele speurtocht voor hij/zij alles bij elkaar heeft. Dat moeten ze overigens wat mij betreft zelf doen. Mijn vraag was meer over de fase erna, ik heb alle stukken keurig of in een schoenendoos op mijn bureau. Zeg ik dan hele rare dingen als ik denk dat een intakegesprek, inlezen in de stukken, verwerken in een fp-programma of hoe je het ook wilt doen, een advies maken, bespreken met de klant in totaal minimaal 4 a 5 uur werk is. Dan moeten er geen gekke dingen in zitten. Dan moet dus die kleine particulier zo'n € 600 ophoesten voor inzicht in zijn financiële situatie. Jan Modaal vindt dat volgens mij veel geld en kiest er dan maar voor om niets te doen of iets zelfs te bedenken.

Mijn hele input is erop gericht om niet alleen te kijken naar die 10 % klanten die nooit zeuren over een rekening, alles perfect voor mekaar hebben, mij makkelijk kunnen betalen. Maar houd ook rekening met 90 % van Nederland die niet zo in elkaar zit waarvan 78 % waardeoverdracht laat uitvoeren zonder erna te kijken wat ze overdragen en wat ze terugkrijgen. Dat zijn volgens mij de mensen die de wetgever tegen de adviseur wil beschermen.

1 month ago

Deelnemer 18 • @Deelnemer 14, ik begrijp dat de praktijk anders is, mijn punt: klanten hebben onder het provisiestelsel ook nooit gemerkt dat zelfwerkzaamheid geld kan opleveren. Hopelijk gaat dit anders worden.

1 month ago

Deelnemer 8 • Deelnemer 18 maakt een goed punt: behandel diverse klanten op een diverse manier. Een klant die veel van je vraagt betaalt meer, een klant die minder van je vraagt betaalt minder.

Ik merk dat de doelgroep, "de klant", door sommige schrijvers in dit forum als een soort vaststaand gegeven wordt beschouwd. Als ondernemende adviseur heb je natuurlijk de vrijheid (en misschien zelfs de plicht aan jezelf) om je klanten zelf te kiezen.

Stel jezelf de vragen: wat is mijn expertise, waar kom ik goed tot mijn recht, wie hebben behoefte aan dit soort expertise, wie is bereid daarvoor een reële vergoeding te betalen, wat moet ik doen om bij ze in beeld te komen, wat moet ik leveren om ze blijvend aan me te binden, wie kan mij aanbevelen, etc?

Als je je eigen doelgroep kiest, heb je per definitie toegevoegde waarde voor die mensen. Zoals Deelnemer 15 zegt: "Kiezen om gekozen te worden. Maar het geeft wel kiespijn." Als je zelf niet kiest, dan kiezen willekeurige klanten jou. En de vraag is of je dan passende toegevoegde waarde kan bieden. En dan kom je in de situatie dat ze wel willen dat je werk voor ze levert maar dat ze niet bereid zijn te betalen.

1 month ago

Deelnemer 19 • De toekomst ligt denk ik voor een belangrijk deel in het werken met advies- of serviceabbonementen. De adviseur die vermogende klanten en ondernemers adviseert zal prima op uurbasis of vaste fee kunnen werken. Dat is in de praktijk al gangbaar en vormt geen probleem toch? De gemiddelde consument is nu gewend aan een periodieke betaling voor het intermediair, via de premie of maandlasten. Dat hij niet altijd wist dat de adviseur ook betaald moest worden is deels de markt te verwijten, maar ook deels kop in het zand van de consument. Dat vergt uitleg van de markt, waarbij ik overigens vind dat de consumentenorganisaties daar veel meer werk in moeten steken. Zij moeten de consument ook duidelijk maken dat men altijd voor advies heeft betaald en dat nu het systeem anders wordt, maar er moet nog steeds betaald worden. Het verkopen van losse producten wordt meer een markt voor de aanbieders is mijn inschatting. De adviseur gaat voor de klantrelatie en dat impliceert inzicht in het totale risicoplaasje en de financiële huishouding (schade en leven). Dat impliceert ook een periodieke betaling voor het onderhoud van die situatie inclusief het beheer van de financiële producten.

Mijn advies aan de adviseurs: probeer de financiële huishouding van de klant te beheren en richt je niet op 'platte' productverkoop. Daarmee onderscheid je je van de directe verzekeraars en de bank en kun je een prima boterham verdienen.

1 month ago

Deelnemer 15 • Ik kom nog even terug op het level playing field. De definitie daarvan is nog niet zo eenvoudig. Een aanbieder die zowel rechtstreeks als via adviseurs verkoopt zou er voor kunnen kiezen niet te gaan adviseren. Stel deze aanbieder gaat ook geen speciale marketing richten op rechtstreeks verzekeren maar "doet het er gewoon bij". Dat betekent dat die aanbieder geen kosten maakt. De klant koopt louter de verzekering verder niets. Koopt deze zelfde klant dezelfde verzekering bij een adviseur dan koopt hij naast de verzekering ook advies en begeleiding. Hij rekent af : 1 de verzekering 2 het advies en de hulp van de adviseur. De dienstverlening van de adviseur komt bovenop of naast het verzekeringsproduct. Ik zie dan een prijsvorming waarbij de aanbieder de verzekering tegen 100 zou kunnen leveren zowel aan de adviseur als aan een eindgebruiker. Zij kopen immers hetzelfde product? Je zou nog kunnen zeggen dat de aanbieder extra kosten moet maken voor een Kennis en Ervaringstoets en mogelijk wat meer telefoongesprekken maar dat is het dan wel zo ongeveer. Dat zijn dus heel weinig kosten maar de klant kiest dan nadrukkelijk voor minder service. Wat is dan het level playing field? De twee aankoopprocessen zijn gewoon niet vergelijkbaar ook al koopt de klant hetzelfde product.

1 month ago

Deelnemer 14 • Lijkt me heel apart. Je vertelt niet aan klanten dat je een product hebt maar ze kopen het wel van je/?

1 month ago

Deelnemer 15 • @Deelnemer 14, Uitgangspunt is dat klanten het aanbod van de aanbieder op diens website vinden. Dat gebeurt nu ook al. Nu stuurt de aanbieder alle leads door naar de adviseurs. In plaats daarvan biedt de aanbieder dan de gelegenheid de polis direct af te sluiten. Toelichting staat op de site en interne adviseurs zijn er niet in mijn voorbeeld. Eigen advies kan de klant elektronisch samenstellen inclusief een controle van zijn aannames. Slaagt de klant voor zijn K en E toets dan mag hij door.

1 month ago

Deelnemer 14 • Maar dan maak je dus kosten om de klant naar je site te lokken en de kennis en ervaringstoets af te nemen enz.. Dus moet je dit aanbieden tegen een hogere prijs dan die voor ons geldt. Voor welke producten zou je dit willen aanbieden ?

1 month ago

Deelnemer 20 • beste collega,
kijk eens op www.uniquefinances.nl , antwoorden genoeg! het is niet of dit of dat of zo.
relaties van ons kantoor krijgen 3 maanden voor aanvang van het nieuwe jaar onze aangepaste tarieven, dienstverleningsdocument etc.
op basis van een x bedrag betaald de relatie alle contact momenten af voor het komende jaar waarmee schadeafwikkeling, mail verzoeken, verwerking poststukken etc. betaald worden door en voor de client.
andere optie is bij handelingen een uurtarief of een vast tarief per handeling te berekenen.
iedere client kiest ervoor om het af te kopen voor bedrag x. Onze benaming: administratie-beheer kosten.
Daarnaast betaald een relatie een vast tarief per bezoek afhankelijk van het onderwerp:belastingaangifte,hypotheek,krediet,schade advies etc.
door te digitaliseren , je bedrijfskosten te minimaliseren en door een brede dienstverlening aan te bieden is er altijd vraag en kun je relatief goedkoop leveren: oftewel door een grotere omvang creer je meer vraag.
ook de solvabiliteit word bevorderd indien je inkomsten uit een grotere groep komen i.p.v. uit een beperkt aantal relaties.
vriendelijke groet

1 month ago

AFM'er 1 • Hoi groepsleden,

Ik zag maandag en dinsdag veel discussiebijdrages waarin zorgen door jullie werden geuit over het in rekening brengen van advies en het 'level playing field' van het intermediair ten opzichte van aanbieders.

Zojuist hebben we een standpunt ingenomen dat ook in iets uitgebreidere vorm op onze website is verschenen. Voor jullie de primeur!

De AFM stelt zich op het standpunt dat betalingsconstructies waarbij consumenten de advieskosten van de onafhankelijke adviseur betalen via een renteopslag of premieopslag die door de aanbieder in rekening wordt gebracht niet zijn toegestaan onder het provisieverbod. Volgens de nieuwe provisieregels zal de consument de financiële adviseur rechtstreeks moeten betalen voor zijn diensten. Indirecte beloningen, zoals via de aanbieder van het financiële product, passen niet onder het provisieverbod.

<http://www.afm.nl/professionals/afm-actueel/nieuws/2012/okt/advieskosten-renteopslag.aspx>

Dit roept voor mij een vraag op aan jullie:

Hoe gaat jullie klant betalen voor advies? Zien jullie mogelijkheden voor gespreide betaling binnen de gestelde termijn van 2 jaar? Of zie je de klant liever in 1 keer betalen? En waarom?

Hopelijk red ik het om later op de dag weer een korte terugkoppeling te geven van de discussie de afgelopen dagen. Ik heb al een aantal vragen verzameld die ik jullie graag wil stellen na het lezen van jullie bijdrages.

1 month ago

Deelnemer 14 • AFM'er 1,

We gaan in beginsel uit van betaling upfront. Is puur een financieringskwestie. Bij particulieren overwegen we spreiding over maximaal 12 maanden. Risico van spreiden is betalingsmoeheid, toename incassoproblemen enz..

Als AFM voor spreiden is dan hadden ze ook net zo goed provisie in stand kunnen laten ;-)
Uiteraard in transparante vorm.

1 month ago

Deelnemer 14 • AFM'er 1,

Nog een vraagje over je publicatie. Hoe werkt die als de aanbieder ook de adviseur is ??

1 month ago

Deelnemer 15 • Dag AFM'er 1. Ik ben ook bijzonder benieuwd naar de vraag van Deelnemer 14 aangezien in het standpunt specifiek wordt gesproken over de onafhankelijke adviseur. Is dit niet waar het in de discussie over het level playing field om draait? Een gelijke behandeling per dienst in plaats van per aanbieder.

Met betrekking tot de betalingsvorm geniet de betaling ineens de voorkeur om dezelfde redenen als Deelnemer 14 aangeeft. Daarnaast ben ik van mening dat er heel veel collega's zijn die de mogelijkheden niet hebben om lange termijnen voor te financieren.

Aangezien wij ook de mensen met de smallere beurs graag van dienst willen zijn zullen wij de mogelijkheid bieden tussen ineens, in 12 maanden of in 24 maanden.

1 month ago

Deelnemer 4 • Ik ben van mening dat de rekening op het moment betaald dient te worden dat er kosten gemaakt worden.

Afgezien van de problemen die zich mogelijk voordoen in de liquiditeit van ondernemingen, denk ik ook dat het voor de eindklant overzichtelijk is. Dus geen middellanglopende financiering waar mogelijk door de ondernemer risico op gelopen kan/zal worden. Het lopen van een risico + de rentecomponent zal de ondernemer toch weer in de prijs berekend worden, goedkoper wordt zijn dienstverlening er niet door.

Ik realiseer me wel dat hierdoor een probleem kan ontstaan. Door mogelijk niet in staat te zijn om in 1 keer het adviesbedrag af te kunnen tikken, zullen mensen wachten met het vragen van advies of kan het lastig aangeboden worden. Zij die nu al met een financieringsprobleem

zitten (hypotheekprobleem) zullen het daarom niet snel kunnen vragen. Een abbo kan een oplossing zijn, maar voorziet vaak alleen in een stukje onderhoud op mogelijk nieuwe ontwikkelingen en (het ontdekken van) een gewijzigde situatie, niet in een compleet oplossingsgericht tijdrovend (nieuw) advies.

Een aanbieder die adviseert, als je het zo mag noemen, kan dus voor een eindklant een aantrekkelijke uitweg zijn, zeker als dit in de tarieven ingerekend mag worden, bijvoorbeeld in een renteopslag in een hypotheek. Maar wie zegt dat de oplossing van deze ene aanbieder de beste oplossing is in een marktvergelijk? Hierdoor komt dus niet de eindklant centraal te staan, maar meer wie het wil faciliteren. Ik trek de vergelijking met mensen die bij de gebruikelijke instanties voor een lening afgewezen worden, maar via het fenomeen crowdfunding op het internet, desnoods tegen een (forse) opslag, wel aan geld kunnen komen.

1 month ago

Deelnemer 21 • Zonder verder op de problematische inhoud in te gaan dat een advies niet een eenheidworst is, geldt dit ook voor de facturatie, cq betaling daarvan. Dit zal naar verwachting klant gebonden gaan worden. De ene klant een fee, daar deze de mogelijkheid heeft, de ander een duidelijke commitment met een (langer) serviceabonnement. Kortom dynamiek.

1 month ago

Deelnemer 13 • Beste AFM'er 1,

Ik wil graag nog een ander punt onder de aandacht brengen wat direct met de beloning en aftrekbaarheid heeft te maken.

De heer de Jager heeft aangegeven de aftrekbaarheid van de advies en bemiddelingskosten misschien te willen afschaffen en hoe zit dit met het gelijkheidsbeginsel.

Waarom mag iemand met een BPF wel van de "uitgestelde" loonheffing genieten met het fiscale voordeel in de eerste twee schijven (m.b.t. de kostenstructuur en informatie voorziening) terwijl iemand zonder BPF aangewezen is op een private oplossing en dit voordeel dan niet heeft.

De kostenstructuur is een onderdeel van de premie.

En breng ik ook direct op het level playing field onder de aandacht.

Tevens is er een constructie in de markt waar een voorfinanciering tegen 0% rente wordt toegepast.

Het is niet moeilijk te bedenken dat de partijen die deze constructie toepassen een hoger uurtarief zullen hanteren waardoor de kosten alsnog verdeeld worden over de klanten).

Wat is het standpunt van de AFM inzake deze constructie?

1 month ago

Deelnemer 9 • Alle berichten gelezen hebbende bekruipt mij het gevoel dat er op twee nivo's gediscussieerd wordt:

- het strategische nivo: dat gaat over het bieden van een - voor een nader te bepalen doelgroep
- in het oog springende, aantrekkelijke en (dus ook) revelante dienstverlening tegen een prijs die die doelgroep kan en bereid is te betalen. Samengevat: herinrichting business model.

- het praktische nivo. Advies bij bijvoorbeeld expiraties, het bedienen van de kleine consument, hoe te factureren, hoe te concurreren met aanbieders die adviesdiensten verlenen enz.

Ligt het aan mij of mis ik dat er bij discussies op het praktische nivo te weinig gekeken wordt naar de implicaties van de - eerst te maken - keuzes op strategisch nivo? Die relatie is er volgens mij wel degelijk. Een consequente uitvoering van goede keuzes op strategisch nivo doet een aantal praktische problemen wellicht als sneeuw voor de zon verdwijnen.

1 month ago

Deelnemer 22 • Beste AFM'er 1,

Ik heb jullie nieuwsbericht met belangstelling gelezen, ik heb echter nog een vraag. Bedoelen jullie hier de constructie dat de advieskosten rechtstreeks door de aanbieder aan de bemiddelaar/adviseur wordt betaald, of bedoelen jullie hier ook expliciet de constructie waarbij de aanbieder de consument een bedrag uitkeert (direct of via de notaris), waarna de consument/klant dit bedrag (hetzij "verplicht", hetzij vrijwillig) gebruikt om (een deel van) de adviesvergoeding aan de adviseur/bemiddelaar te voldoen (in deze constructie betaald de consument formeel gezien de advieskosten, zoals vereist). Ik zie dat deze laatste constructie momenteel in de praktijk wordt gebruikt danwel dat partijen daarmee bezig zijn het zo in te richten.

1 month ago

Deelnemer 8 • Deelnemer 9 slaat de spijker op zijn kop.

De markt en het speelveld veranderen fundamenteel. Leuk of niet, doet niet terzake. Goed of niet, niet relevant. Dit is de realiteit. Je kunt je energie en tijd maar beter richten op de toekomst.

Als je die realiteit gaat bekijken vanuit je huidige werkwijze, loop je tegen problemen op die (soms) moeilijk op te lossen zijn.

Als je de realiteit bekijkt vanuit een frisse en blanco invalshoek, dan maak je nieuwe keuzes en van daaruit is het eenvoudiger en efficiënter om tot concrete, opbouwende actie over te gaan.

Ik wil echt een lans breken voor ondernemende adviseurs die dit aangrijpen om zichzelf en hun werkwijze opnieuw uit te vinden. Met onderscheidende bedieningsconcepten gericht op specifieke doelgroepen. Dat is noodzakelijk in iedere markt, waarom niet in de financiële dienstverlening??

Overigens, dit is geen wondermiddel om probleemloos te ondernemen. Het is wel een mentale focus die helpt je te richten op de toekomst i.p.v. op het verleden.

Maar laten we eerlijk zijn. Als deze ontwikkelingen gemakkelijk te beantwoorden zouden zijn met eenvoudige concepten, dan zou je toch als ondernemende adviseur geen enkele kans hebben om je te onderscheiden?

1 month ago

Deelnemer 23 • In de beleggingsdienstverlening begint nu ook langzaam maar zeker het besef te ontstaan dat de 'gouden tijden' voorbij zijn. Sinds 2005 werk ik met een vast tarief. Dit tarief is gebaseerd op het aantal uur dat ik aan een cliënt besteed. Een cliënt kan zelf bepalen hoeveel tijd hij van zijn adviseur vergt. Bijvoorbeeld een bezoek aan huis is duurder dan bezoek op kantoor. We hebben geen enkele cliënt gehad die deze moeite had met deze wijze van belonen. Uiteraard dien je de cliënt goed uit te leggen wat je toegevoegde waarde is, maar dat is van toepassing voor elke financiële dienstverlener.

1 month ago

Deelnemer 10 • Volgens Ficta is er nog geen goedkeuring voor gespreide betaling langer dan 3 maanden.

Gespreide betaling is voor sommige klanten langer dan 3 maanden noodzakelijk. Zelf geef ik de voorkeur in betaling van een fee bedrag in één keer!

1 month ago

Deelnemer 10 • Aanbieders en tussenpersonen vrezen dat het aanstaande provisieverbod ertoe leidt dat consumenten massaal complexe verzekeringen zonder advies gaan sluiten. Dit bericht het Financieele Dagblad (FD) op basis van een kleine rondgang door de branche. Rik op den Brouw, directeur particulieren van Rabobank, ziet "een risico dat het prijzen van advies leidt tot doe-het-zelven". Matthijs Mons (IG&H Consulting) stelt dat betaald advies niet gaat werken bij lijfrente- en uitvaartverzekeringen. Coen van Ham, directeur van adviesbureau Kettlitz Wulfse, bevestigt die aanname. Hij ziet nu al meer klanten die bij verval van lijfrente zelf -zonder advies- iets regelen. Opvallend is de uitspraak van Op den Brouw over de verplichte kennis- en ervaringstoets bij execution only. Hij noemt de toets een "non-drempel" en vraagt zich af of een rechtstreekse adviesrekening bij alle producten werkt.

Als Matthijs Mons gelijk krijgt, dan is er dus geen speelveld voor lijfrente- en uitvaartverzekeringen.

1 month ago

Deelnemer 10 • Alleen een herstel van provisie voor lijfrente- en uitvaartverzekeringen zal een gelijk speelveld weer kunnen plaats vinden of :

Een verbod op de online verkoop van complexe producten!

Er mogen dan alleen nog producten worden afgesloten via de adviseur bij uw thuis of bij ons op het kantoor!

1 month ago

Deelnemer 15 • Persoonlijk ben ik geen voorstander van het opleggen van verboden aan de consument omdat je mensen hiermee het recht ontnemt om achter het stuur van hun eigen leven te zitten.

Het probleem zit hem er volgens mij in dat voor zowel de branche als de consument de

nieuwe rol en de verantwoordelijkheden niet helder zijn. Zolang de branche niet in staat is om het traditionele productdenken los te laten voorziet ik de navolgende gevolgen:

Financieel adviseurs blijven op productniveau communiceren. Indien er bij de klant een latente behoefte bestaat aan een product en de adviseur is in staat de klant te overtuigen dat diens dienstverlening de investering waard is bestaat er een grote kans dat de klant hiervan op dit moment nog gebruik zal maken.

De klant wordt zich hierdoor bewust dat wanneer hij gebruik gaat maken van een adviseur dit een investering van hem vergt. Doordat een product voor weinig verbinding zorgt zal de klant in de toekomst ook andere kanalen zoals het directe raadplegen. Aangezien de meeste consumenten onvoldoende inzicht hebben in het belang van goed financieel advies zullen deze voornamelijk gefocust zijn op korte termijn winst (besparing op advieskosten en keuze voor het laagste producttarief). Dit zal een verdere verschraving van de adviestak tot gevolg hebben waarbij schaarste zal leiden tot het opdrijven van het adviestarief. Onafhankelijk integraal advies zal net als in Amerika en Engeland voornamelijk zijn weggelegd voor de beter gesitueerden.

Vervolgens zal er een grotere verantwoordelijkheid bij de productaanbieders komen te liggen hetgeen kostenverhogend zal werken. Hierdoor zal er enerzijds een druk op de productaanbieders komen te liggen en anderzijds zullen er consumenten zijn die door de complexiteit en onbekendheid zullen afzien van financiële producten. Daarnaast zal door het ontbreken van een integraal overzicht van de financiële positie van de klant de kans op het verstrekken van niet passende producten toenemen. Dit alles zal leiden tot ongewenste risico's.

De overheid zal ten einde de consument te beschermen zich genoodzaakt zien een verdere vereenvoudiging van producten af te dwingen. Hierdoor zal het onderscheidend vermogen tussen de productaanbieders afnemen hetgeen een negatief effect heeft op de omzet (bij een vereenvoudiging van producten zal de prijs van doorslaggevende aard zijn). Nederland zal voor buitenlandse productaanbieders minder aantrekkelijk worden waardoor de markt slechts zal worden bepaald door slechts enkele partijen (hetgeen eigenlijk nu al speelt). Hierdoor neemt het risico voor Nederland toe en daarnaast zal het ontbreken van een gezonde concurrentie negatieve gevolgen hebben voor de prijs die de consument moet betalen.

Daar waar het buitenland Nederland altijd heeft geroemd om de vrijheid van de consument om de eigen verantwoordelijkheid te dragen en de ruimte voor de branche om met creatieve ideeën en innoverende producten te komen zal Nederland opgaan in de grijze massa van Europa.

Als rasechte optimist is dit een bijzonder negatieve kijk op de huidige ontwikkelingen. De oplossing zie ik derhalve niet in het trainen van de verkoop van je dienstverleningsdocument en in het nog verder snijden van de personeelskosten. Personeel dat nodig is om juist die toegevoegde waarde te leveren waarvoor de klant wel bereid is te betalen namelijk voor de hulp met het verkrijgen van het noodzakelijke inzicht om de juiste keuzes te kunnen maken.

1 month ago

Deelnemer 15 • Waarom vragen we ons nog steeds af hoeveel het de consument waard is om geholpen te worden bij het invullen van de aanvraag voor hun lijfrenterekening?

Zouden we niet de vraag moeten stellen welke toegevoegde waarde we kunnen leveren door mensen te helpen met het verkrijgen van het juiste inzicht in de situatie na pensionering en de zekerheid dat er op dat moment voldoende middelen aanwezig zijn om het leven te kunnen blijven leven dat ze graag willen leven? En dat er bij een voortijdig overlijden voldoende middelen resteren voor de partner om alleen verder te gaan. Hoeveel zou deze toegevoegde waarde de consument waard zijn?

Pas zodra we ons bewust worden van dit onderscheid zullen de huidige vraagstukken als sneeuw voor de zon verdwijnen.

1 month ago

Deelnemer 4 • Volgens mij lees ik in het regeerakkoord dat advieskosten mbt lijfrente en aov niet meer aftrekbaar zullen zijn. Een bijzondere beslissing? Net nu er een besluit viel om ook de advieskosten in beide gevallen aftrekbaar te maken/laten, dus ongeacht of er gekozen werd voor een verzekerings- of bancaire oplossing.

De wegen van de politiek zijn ondoorgrondelijk en ook nu weer. Zou men enig idee hebben waar dit toe zal leiden? Ook in het voorbeeld van de AOV. Net nu er zo'n 10-15% provisie uit gefietst wordt door het provisieverbod, verhoogt een aantal verzekeraars de premies fors, soms wel met hetzelfde %. Dan moest je, tot voor kort, als adviseur nog een leuk tariefje bedenken waarmee je je nog net niet uit de markt prijst en je je financieel nog een beetje op de been kunt houden om zo de klant van een waardevol advies te kunnen voorzien, maar nu blijkt dat de kosten die jij in rekening brengt niet aftrekbaar zijn.

Dat betekent dus dat je niet zo maar op zoek bent naar een goed verhaal om je toegevoegde waarde bij de klant op het netvlies te krijgen, je verhaal moet van de ene op de andere dag nog veel beter zijn. Nee, niet je verhaal, maar je toegevoegde waarde dient opeens tot 50% meer te zijn om dezelfde factuur te rechtvaardigen. Je bruto advies wordt nu een netto advies. Ik mis alleen de BTW nog, heb ik die gemist of is het een kwestie van tijd?

Pessimist of realist?

1 month ago

Deelnemer 20 • als reactie op de eerdere berichten: alles blijft afhankelijk van kabinet en beleid? wanneer gaan ondernemingen zelf hun broek omhoog houden? voor een stucadoor zijn de kosten ook niet aftrekbaar zo ook niet de boodschappen bij de supermarkt. Een goed verhaal? verhaaltjes staan in een sprookjesboek.. dit is de realiteit.

het gaat er niet om, om jezelf goed weg te zetten!! zodra een client tevreden is over je dienstverlening gaat dat als een lopend vuurtje. oftewel: je word benaderd door nieuwe klanten die ook door jou bedrijf geholpen willen worden.

en dan? je legt van te voren uit wat je doet, hoe je werkt (condities) en voor welke tarieven. Zodra de afspraak staat is dat klip en klaar. er behoeft niets meer te worden uitgelegd. hierna is het noodzaak te inventariseren wat een client wenst, vooral in kaart te brengen wat een client al weet en niet weet om daarna middels een duurzame periode de vertrouwenspersoon te worden voor client. al zijn/haar vragen komen bij jou, of je beantwoordt deze (adviseert) of je lost het op (bemiddeld) of je verwijst mensen.

het gaat er geheel niet om wat de economie doet, sterker nog, in slechte tijden heeft een client je nog harder nodig!

1 month ago

Deelnemer 10 • Ook voor product verkoop blijft er een markt bestaan. Een verbod op provisie gaat dat niet ongedaan maken. Nee, het zal gaan toenemen, omdat niet elk kantoor op alle vakgebieden met al zijn deel vergunningen en PE examens rendabel kunnen gaan werken.

Verder komt een assurantie adviseur met één product binnen en na gelang de mogelijkheden van de klant wordt zijn verzekeringspakket vaak geheel doorgenomen.

Dus het is op afspraak geen product verkoper! Maar een financieel adviseur, een generalist op zijn vakgebieden.

Ook zie ik veel toekomst in het oversluiten van abonnementen.

Veel abonnementen zijn standaard pakketten van service providers, die zijn gebaseerd op prijs en dat bied mogelijkheden om deze in de toekomst over te sluiten.

Kortom als abonnementen gaan toenemen in een portefeuille, dan wordt de klantenbinding minder en zullen deze op termijn worden over gesloten.

1 month ago

Deelnemer 13 • @Deelnemer 10

De klant die gevoelig is voor overstappen naar een andere TP op prijs is niet TP gevoelig (lees slechte performance).

De adviseur die de toegevoegde waarde van zijn persoonlijkheid en kennis tot uiting kan brengen en het klant belang voorop stelt heeft een stevige portefeuille en dus ook op abonnement gebied.

Als je focus op oversluiten ligt dan zie ik het somber voor je in.

Om je fee in rekening te brengen en acceptatie van de klant te verkrijgen m.b.t. de nieuwe richtlijnen moet je in aanvang sowieso al aan de bovenstaande criteria voldoen.

Heb je deze eigenschappen niet dan zal de klant geen zaken met je willen doen.

Wil de klant de laagste prijs dan mag je hem hebben want je abonnement houdt geen stand en als je kwaliteit wil leveren (lees: voldoen aan alle eisen mede t.a.v. inventarisatie en verslaglegging).

Bestaat je business model uit een beperkt product aanbod, dienstverlening of kortstondige relaties dan zal je veel nieuwe aanwas nodig hebben en tevens je overhead meer kosten met zich meebrengen.

En dat tegen een lager uurtarief?

Bij een beperkt product aanbod of dienstverlening zal de klant al snel kiezen voor alles onder één dak te brengen en één aanspreekpunt te hebben.

Een abonnement pakt dus voordeliger uit voor de klant als de TP die de dienstverlening en onderhoud van al zijn verzekeringen e.t.c. kan doornemen met één bezoek.

1 month ago

Deelnemer 10 • Nee, mijn focus ligt niet op oversluiten, maar op klantenbinding. Maar ik geloof, dat de markt zich op termijn gaat verschuiven op het oversluiten van verzekeringen, naar het oversluiten van abonnementen. Ik denk, dat grote full service kantoren zich daarmee gaan bezig houden.

Kijk er wordt nu door sommige veel geïnvesteerd in een nieuw verdien-model met abonnementen en daar gaan slimme ondernemers op in spelen.

Met een full service pakket aan diensten, die modulair zijn opgebouwd in een online service programma!

1 month ago

Deelnemer 24 • Ik doe onder andere aan vermogensbegeleiding voor mijn cliënten via Fondsenplatform. Het woord Fondsenplatform zegt het al, het is een platform van bijna 400 beleggingsfondsen. Deze variëren van zeer defensief tot zeer offensief. Afhankelijk van wat mijn client wil nu en op termijn en zijn cliëntprofiel en risicoprofiel wordt belegd in een mandje van circa 20 beleggingsfondsen. Cliënt betaalt een percentage over het uitstaand vermogen. Dit is vastgelegd in een door cliënt getekende cliëntovereenkomst. Dat kan box 3 geld zijn of bijvoorbeeld een zakelijke rekening voor opbouw van pensioengelden in eigen beheer (obv beschikbare premie).

Fondsenplatform biedt verschillende voordelen en onderscheidt zich als vernieuwende partij in een angstige onzekere markt.

Voordeel 1 is de onpartijdigheid ten opzichte van banken en verzekeraars. Geen huisfondsen, geen verborgen kosten, duidelijkheid over kick backs, welke bovendien grotendeels worden teruggegeven.

Voordeel 2 is de enorme keuze uit beleggingsfondsen van circa 30 fondshuizen. Met keuze uit actieve en passieve fondsen. Voor elk wat wils en het beste uit 2 werelden....

Voordeel 3 de lage kosten.

Zo zijn er nog wel wat voordelen te noemen.

Waar ik voor pleit is dat banksparen in Box 1 niet alleen open blijft gesteld voor eigen fondsen bij beleggingsondernemingen. Denk aan productaanbieders als Legal & General, Brand New Day en Palladyne. In de wet zit een onvolkomenheid. Noem het een 'weeffout' welke enorme gevolgen kan hebben voor bankspaarders. Eigenlijk gaat het al mis bij het woord banksparen. Wanneer je dit woord in tweeën knipt, krijg je namelijk 'bank' en 'sparen'. Dit roept 2 vragen bij mij op.

1. Is de bank (naast de verzekeraar) de ideale partij om geld onder te brengen om te sparen voor later en/of aflossing van de hypotheek.

1. is sparen altijd de geëigende manier voor vermogensopbouw?

De pers, de toezichthouder en de wetgever hebben zich de afgelopen jaren gefocust op kosten en het beperken ervan, en terecht. Nu het banksparen een enorme vlucht heeft genomen, is het van belang vooruit te kijken en de consument bewust te maken van de impact van rendement en de verhouding tussen risico en rendement. Een ander woord hiervoor is opvoeden.

Ik vind het dan ook heel vreemd dat er geen level playing field is op dit vlak. Beheerders van beleggingsinstellingen als Brand New Day, Legal & General en Fondsenplatform kunnen alleen banksparen aanbieden indien gebruik wordt gemaakt van eigen beleggingsinstellingen. Dit betekent dat er eigen fondsen op de markt worden gebracht met als enig doel 100% te beleggen in een ander fonds. Dit leidt enerzijds tot een gebrek aan transparantie en anderzijds tot een verhoging van de kostprijs. En dat is wat we met zijn allen nu juist niet willen.

Is de weeffout eenvoudig op te lossen. Het antwoord hierop is volmondig ja. Zelfs zonder dat de wet hoeft te worden aangepast. Ministerie en Belastingdienst geven toe dat de wet tekortschiet en wijzen naar elkaar. Voor banken is de komst van nieuwe aanbieders een bedreiging. Is de bankenlobby tot nu toe succesvol? Geen idee...

De voordelen voor onze cliënten zijn enorm. Niet meer afhankelijk van huisfondsen van de bank/verzekeraar. 100% transparant, geen prijsverhoging, vermogensscheiding blijft gegarandeerd. Hiermee breek ik een lans voor de consument. De overheid moet er zijn voor de burger, niet morgen maar nu.

Vervolgens maakt het qua verdienmodel niet uit of vermogen in box 1 en/of in box 3 wordt opgebouwd, cliënt blij, ik blij, AFM blij en dan is iedereen blij!

Ik ben benieuwd naar je mening hieromtrent AFM'er 1. In een artikel 'Weeffout in Wet Banksparen moet opgelost in belang consument' ga ik hier verder op in. zie eventueel mijn website of ik stuur het je desgewenst toe.

1 month ago

Deelnemer 25 • Ik kom net pas 'binnen'.

Het eerste dat ik lees is het bericht van Deelnemer 24 hierboven.

@Deelnemer 24, je had het niet beter kunnen verwoorden!

Ik ben het 100% eens met wat jij schrijft.

Verder zal ik de rest nog allemaal moeten lezen, maar wil ik vast kwijt dat ik bij het invullen van het self assesment bij de keuze van zorg- of service of hoe men het ook wil noemen abonnement o.i.d. onze vorm van beloning er NIET kwijt kan. En nu? of is dit in deze discussie - of topic' en moe tik in een andere zijn?

1 month ago

Deelnemer 14 • Het zal wel aan mij liggen maar wat hebben de 2 bovenstaande commentaren met het onderwerp te maken ? De vraag is hoe ik mijn kosten in rekening breng en daar oeten we het over hebben.

1 month ago

Deelnemer 24 • Deelnemer 14, ik omschrijf een verdienmodel dat ik hanteer en pleit tegelijkertijd voor een gelijk speelveld. Kwestie van goed lezen :-)

1 month ago

Deelnemer 13 • @Deelnemer 14

Helemaal mee eens.

Maar als je geen nieuwe klanten hebt kan je maar beter reclame maken opdat je daarna kan ga nadenken hoe je de dienstverlening gaat vermarkten.

Sorry collegae

Geen respons graag op mijn posting anders dwalen we af.

Bij voorbaat dank.

1 month ago

Deelnemer 26 • Beste Deelnemer 24,

Ik ben het helemaal met je eens dat deze weeffout moet worden opgelost. Afgelopen week hier inmiddels over gecontact door de AFM. Dit naar aanleiding van een mail die ik enkele weken geleden die kant op heb gestuurd. Het blijkt (volgens de AFM) dat dit puur een standpunt is van de belastingdienst en we bij de AFM aan het verkeerde adres hiervoor zijn. Overigens is het inderdaad geen fout van de wet deze biedt voldoende ruimte het is puur een besluit wat in juni nog door Dhr Weekers is bekrachtigd wat e.e.a. helaas tegen houdt.

Los daarvan is vermogensplanning inderdaad een werkwijze die van toegevoegde waarde is voor een groot aantal relaties. Op deze wijze kun je een uitgebreide dienstverlening bieden, relaties ondersteunen en adviseren op het gebied van vermogensadvies.

De periodiek terugkerende begeleiding is tevens een goede vorm van betaling en dienstverlening op abonnementbasis.

1 month ago

Deelnemer 26 • Nog even een kleine aanvulling op bovenstaande. Mijn mening is overigens dat de AFM als zijnde toezichthouder zoals zij zelf aangeeft dient te streven naar transparantie op de financiële markten als ook voor de belangen van de consumenten dient op te komen. In dat kader is het in mijn ogen dan ook wenselijk dat de AFM bij de belastingdienst er op aandringt om de "weeffout" zo spoedig mogelijk op te lossen, wat in het belang van de consument is.

1 month ago

Deelnemer 18 • @Deelnemer 24, mis ik iets of begrijp ik het niet meer. Er is vanaf 1 januari een levig playing field. Banksparen box1 is voor niemand meer mogelijk. (natuurlijk met overgangsrecht bestaande gevallen). Of de kamer moet half november anders beslissen.

1 month ago

Deelnemer 26 • @Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam), level playingfield is beperkt. Geldt voor de "eigen woning" rekeningen, maar niet voor omzettingen van KEW's of bestaand rekeningen.

De grootste beperking zit echter nu op lijfrente gerelateerde rekeningen en wellicht de (hopelijk) toekomstige "pensioenrekening naar het Amerikaans model met het 401k plan" Hiervoor is ook vanaf 1 januari geen "level playing field" .

Huidige werkwijze werkt kostenverhogend. Dit omdat een beleggingsinstelling wel zijn eigen fonds mag gebruiken voor een fiscaal gefaciliteerde lijfrente maar niet de fondsen van derden. Het gevolg hiervan is dat er nieuwe huisfondsen komen die in niets anders beleggen dan in een enkel ander beleggingsfonds, echter wel met een hogere kostenstructuur.

Komt de klant niet ten goede, en is minder transparant. Probleem is echter dat het momenteel niet anders kan vanwege een besluit van de staatssecretaris, niet eens volgens het wetboek. Een en ander zal te maken hebben met lobby van banken en verzekeraars vermoed ik terwijl "common sence" een andere keuze zou maken.

1 month ago

Deelnemer 20 • Ik lees onderstaand aandachtig door en merk op dat er aan een belangrijk punt voorbij wordt gegaan.

BEW en KEW zijn fiscaal nog niet gelijk gesteld.

Denk bijvoorbeeld aan een grote uitkering bij overlijden die bij KEW is vrijgesteld en bij BEW onder

de successie rechten (plichten) valt. (in enkele gevallen).

Daarnaast bestaat model de Ruiter model II nog wel degelijk, doch voor financiële producten.

Door een lijn te trekken van fondsen naar “product”, er wordt immers een gelabelde versie aangeboden,

Kan er sprake zijn van een gelijk speelveld.

Ook verzekeraars gaan het enkel met verkapte kosten niet redden.

De (groot) banken hebben reeds tarieven voor 2013 gecommuniceerd.

Ook hierbij geldt: diegene die daadwerkelijk een product aanbiedt met naast een lage kosten loading,

en een garantiekapitaal als enige begrijpen hoe het moet.

Waarom zou een aanbieder niet gelijk zeggen waar je aan toe bent op de einddatum?

Winstdeling wordt al niet meer toebedeeld, sterker nog cliënten dienen dit in te leveren (Monuta),

En van rendementen is de afgelopen 5 jaar al helemaal geen sprake.

Beleggen in obligaties? Landen die failliet gaan? Beleggen in vastgoed? Terwijl de markt om ons heen instort?

Diegene die op basis van een degelijke productopbouw, inzichtelijke kostenstructuur en een reële verwachting

Presteert zal op de lange termijn succesvol blijken. Zwitserleven was een toonaangevende partij tot de overname van Reaal.....

De enige manier (mijn optiek!) om op de lange termijn vermogen op te bouwen is geen fiscaal voordeel en dus ook

Geen fiscaal nadeel, geen valse verwachtingen scheppen en vooral : het heropvoeden van consumenten!

Deze rol ligt bij ons.

Zodra een consument voor € 1 een miljoen kan winnen (loterij) doen zij mee.

Als zij met zekerheid met die € 1 over 45 jaar € 20.000 kunnen opbouwen haken zij af.

Moraliteit?

Deelnemer 20

1 month ago

Deelnemer 13 • Topic:

Hoe breng je als financiële dienstverlener de kosten voor advies in rekening bij de klant?

Door in aanvang duidelijk te zijn over het verdienmodel de klanten vooraf in kennis te stellen hiervan d.m.v. het DVD en in aanvang van het gesprek te toetsen of dit duidelijk is overgekomen of inzage in is genomen en anders te bespreken.

Daarna het klantbelang voorop te stellen en na een grondige inventarisatie de kennis, wensen en risicobereidheid van de klant te toetsen en daarna dan pas een advies op maat neer te leggen en diverse aanbieders vergeleken te hebben overeenkomstig met het profiel.

Niet onze eigen voorkeur op te dringen want zo zijn talloze cliëntèle ook gaan beleggen wat niet (meer) met hun risicobereidheid overeenkomt !.

Wees duidelijk en transparant draai niet om de hete brei heen en voldoe aan de eerder vernoemde criteria en creëer een duurzame relatie.

1 month ago

Deelnemer 14 • AFM'er 1,

Kun je svp ingrijpen en terug naar de basisdiscussie gaan. Ik ben inmiddels verdwaald.

1 month ago

Deelnemer 15 • de schrijvers van het regeerakkoord moeten gedacht hebben "leuker kunnen we het niet maken" moeilijker wel. Waar provisie, als onderdeel van de premie, vroeger aftrekbaar was worden advieskosten voor onder andere arbeidsongeschiktheidsverzekeringen dat niet. Dat maakt de totale lasten voor ondernemers hoger en de positie van de adviseur moeilijker. AOV wordt meestal "in privé" gesloten dus de kosten zijn ook niet als bedrijfskosten aftrekbaar. Het wordt dus nog moeilijker de adviesdienst te verkopen.

1 month ago

Deelnemer 27 • De basisdiscussie: hoe betaalt de klant voor zijn financieel advies, hoe betaalt de klant zijn financieel adviseur.

Wij werken met financieel adviseurs die het vermogen van de klant gebruiken als grondslag voor hun vergoedingen. Tevens maakt de financieel adviseur een contractuele afspraak met klant om onttrekkingen te doen uit zijn vermogen voor de adviseur.

Veel onderzoek (UK) wijst uit dat de klant het liefst vanuit zijn beleggingsrekening de kosten voor advies betaalt. Met de nieuwe provisie en/of inducement-regels is het verplicht dat de klant de adviseur betaalt. Gelukkig werken wij al jaren zo!

Wel zien we dat adviseurs het liefst werken met netto producten, dus producten (ook beleggingsfondsen) waar geen advies of distributievergoedingen in verwerkt/verstopt zit. Deze zijn nog moeilijk te vinden. Onze angst voor eventuele eerbiedige werking, waar banken en verzekeraars voor lobbyen, zal er voor zorgen dat netto producten schaars zullen blijven.

1 month ago

AFM'er 2 • Hallo allemaal,

Ik ben AFM'er 2 en ook werkzaam bij de AFM. Ik zal samen met AFM'er 1 de discussie proberen te stroomlijnen.

Om de discussie weer bij het de hoofdvraag te krijgen:

Hoe breng je als financiële dienstverlener de kosten voor advies in rekening bij de klant?

Heb ik hieronder enkele reacties op jullie vragen en opmerkingen afgelopen week.

@Deelnemer 14, @Deelnemer 22

Bedankt voor jullie terugkoppeling. Het zijn terechte opmerkingen. Helaas is dit complexe materie om een afgebakend antwoord op te geven dat voor alle gevallen opgaat. Ik heb wel geprobeerd om een aantal algemene uitgangspunten hier samen te vatten.

Wat de AFM over het level playing field tussen adviserende aanbieders en onafhankelijk adviseurs kan zeggen, in het kader van het in rekening brengen van advies, is het volgende:

* en aanbieders dienen zich bij betalingsconstructies voor betaling van advies te houden aan de uitzonderingspositie die de Minister heeft gecreëerd voor gespreid betalen, zie:

<http://afm.m13.mailplus.nl/archief/ mailing-378753.html#item3>

* aanbieders hebben vanuit hun zwaardere vergunning wel de mogelijkheid om consumptief krediet aan te bieden buitenom de hierboven beschreven uitzonderingspositie. Het consumptief krediet product zal wel als een apart product moeten worden gepositioneerd.

* van advieskosten – op welke manier dan ook - in de prijs van het product vinden wij ongewenst. Voor de consument moet het duidelijk zijn wat hij betaalt aan advieskosten en aan premie.

- Directe aanbieders zijn volgens de nieuwe provisieregels gebonden aan het inzichtelijk maken van advies- en distributiekosten. Zij moeten deze kosten direct in rekening brengen.

Bij het execution only aanbieden van producten moeten apart de distributiekosten worden berekend.

1 month ago

AFM'er 2 • @Deelnemer 15

Bedankt voor je vraag. Bij het beoordelen van de verschillende constructies kijkt de AFM altijd naar de doelen die wij als maatschappij met het provisieverbod nastreven. Een belangrijke doelstelling is dat de adviseur in het belang van de klant handelt doordat de sturingsmogelijkheden zijn weggenomen. Daarnaast is het belangrijk dat de consument bewust wordt dat het advies niet gratis is.

De constructie die jij beschrijft lijkt op het volgende. De consument neemt een hypotheek voor de waarde van het huis en financiert als onderdeel van de hypotheek de overdrachtsbelasting en de advieskosten mee. Dit bedrag krijgt hij van geldverstrekker via de notaris. Vervolgens betaalt de consument de adviseur voor zijn advies. Deze constructie wordt op dit moment al veel gebruikt en zal – zover wij dit nu kunnen zien - onder het provisieverbod ook toegestaan zijn. Of heb je een andere constructie voor ogen?

Voor wat betreft de adviesvergoeding (in de vorm van bijvoorbeeld een bon) van de aanbieder om als consument advies in te winnen bij een bepaalde adviseur, kan ik je het volgende zeggen:

Adviesvergoedingen – zoals hierboven beschreven - gelden volgens de AFM als provisie wanneer

- de voucher alleen kan worden besteed bij een bepaalde (groep) van dienstverleners.
- deze worden aangeboden aan klanten die een product afgesloten hebben na invoering van het provisieverbod

Voor adviesvergoedingen die worden aangeboden aan klanten die een product afgesloten hebben voor invoering van het provisieverbod gelden de regels voor passende beloning in het kader van noodzakelijke werkzaamheden binnen nazorgverplichtingen

1 month ago

Deelnemer 27 • Ik hoor veel adviseurs praten over het opzetten van een abonnementenstructuur. Is er niet een probleem in het verleden gecreëerd waarbij de gemiddelde adviseur teveel klanten had? Aan hoeveel klanten kan je toegevoegde waarde leveren en een holistische inventarisatie duurzaam onderhouden? Ik voorzie dat adviseurs straks steeds weer nieuwe abonnementen moeten zien te verkopen om hun hoofd boven water te houden en bestaande klanten uit het oog verliezen.

Adviseurs rekenen: gewenst inkomen/omzet 100.000 euro. 2000 klanten 50 euro! Of 100 klanten 50 euro en vervolgens additioneel 50.000 euro projectmatig declareren.

Is dit duurzaam?

1 month ago

Deelnemer 4 • @Deelnemer 27 Nee, helemaal niet duurzaam.

Nu ziet een klant door het gemiddelde bos al geen boom meer: Provisie, provisie en abbo, provisie en keuze uit 3 abbo's, all-in abbo's, basisabbo's met vergoeding voor extra(?) diensten, al dan niet vaste vergoedingen voor bepaalde verrichtingen. Abbo's die bestaan uit minder dan 1 A4-tje, maar ook ter grootte van een telefoonboek.

Die verzekering (oké "financiële dienst"), dat snapt de klant nog wel, dat is al sinds 1644 oid, en als men er nog geld voor heeft, zie de kabinetsplannen, zal die zeker nog betaald worden, ik mag hopen dan netto. Of iedereen straks nog de (aparte) abbo wil en ook nog kan betalen is voor mij een vraag waar ik al een tijdje mee zit.

Ik hoor nu vrijwel alleen maar succesverhalen (soms lijkt het zelfs op woekeren), men factureert zich gek en klanten betalen allemaal, der loopt bijna niemand weg, de klant die het toch niet wil wordt weggestuurd of kaltgesteld en het rendement wordt alleen maar beter. Ja, het schip en de wal? Ik ben er zeker nog niet uit. Overigens, de goeden, die er zeker zijn, natuurlijk daargelaten.

Wellicht is de enige oplossing straks nog de abbo, ik kan me er best iets bij voorstellen, maar in wat voor oerwoud komt de klant terecht en als straks de abboground uitgeput is, vervallen we dan weer in oude gewoontes? Weer op zoek naar groener gras of de laatste eikel? Daarmee bedoel ik niet de klant natuurlijk ;-)

1 month ago

Deelnemer 15 • @AFM'er 2,

Ik dank je voor je uiteenzetting. Zoals je wellicht weet zijn wij al jaren een voorstander van het opheffen van het commerciële belang tussen productaanbieder en adviseur/bemiddelaar. Graag zou ik hieraan toe willen voegen dat dit in mijn ogen niet betekent dat er geen gemeenschappelijk belang meer is. Die is er wel degelijk, namelijk de consument. Helaas constateer ik dat in de praktijk dit gemeenschappelijke belang niet altijd wordt gedragen. Zo zijn er inmiddels aanbieders die een financieel advies van een onafhankelijk adviseur niet accepteren en de klant verplichten, wanneer ze een product bij hen willen afnemen of bestaande producten wensen te muteren om allereerst een financieel advies bij hun eigen loondienstorganisatie af te nemen. Vanuit commercieel oogpunt snap ik dit wel echter met het klantbelang als uitgangspunt heb ik hier moeite mee.

Het gevolg hiervan is dat de klant die zaken met mij wenst te doen wordt geconfronteerd met enerzijds dubbele advieskosten of anderzijds omzettingskosten om het product bij een andere aanbieder onder te brengen. Van geen van de beide opties wordt ik echt gelukkig.

Ik geloof dat zolang er geen duidelijke rol- en verantwoordelijkheidsverdeling is tussen product en advies een duurzame oplossing nog ver van ons verwijderd is.

Het tweede doel om de bewustwording bij de consument te vergroten dat advies niet gratis is juich ik van harte toe. Dit draagt namelijk bij aan het inzicht in de eigen rol en draagt bij aan het bewustzijn van de consument dat deze zelf keuzes moet gaan maken over de mate waarin men eigen verantwoordelijkheden wil gedragen.

Met de constructie die eerder door mij is genoemd ging het mij niet om de financieringsmogelijkheden van advies. Ik ben van mening dat er een discussie aan vooraf dient te gaan over de verantwoordelijkheden van alle stakeholders. Met het dragen van

verantwoordelijkheden ontstaat een inspanningsverplichting die van de verantwoordelijken een investering vergt. Hierbij vraag ik mij af hoe er een waardevolle discussie kan plaatsvinden over de hoogte van een investering en de mogelijkheden van betaling wanneer nog geen duidelijkheid bestaat over de rol en over de hierbij horende verantwoordelijkheden van de verschillende stakeholders. Vanuit mijn beperkte vermogens ben ik helaas onvoldoende in staat om de logica hiervan in te zien en aangezien de gehele markt hieraan mee doet zal ik het mannetje blijven dat met een potje honing de zee probeert zoet te maken.

1 month ago

Deelnemer 14 • @Deelnemer 15 en AFM'er 2,

Ik zie hetzelfde probleem ontstaan. Aanbieders bieden ook advies aan en kunnen dit nog steeds verpakken in hun product. Is volgens mij te voorkomen door aanbieders te verplichten hun netto prijs af fabriek kenbaar te laten maken. Die geldt dan voor iedereen die hun product afneemt. Verzorgen zij zelf het advies dan kunnen ze dit alleen maar separaat factureren. Ik ben er stellig van overtuigd dat er anders nog steeds handige productontwikkelaars rondlopen die in staat zijn om alles te verbloemen, het verleden bewijst mijn gelijk.

Ik ben het met Deelnemer 15 eens dat het absurd is dat wij voor de klant werken en de aanbieder ons werk gaat controleren. Ik sprak recent een aanbieder die mij probeerde wijs te maken dat hij alle output van mij aan werknemers (brochure, presentatie) moest controleren op last van AFM. Toen ik na 10 minuten nog aan het lachen was, is hij maar vertrokken. Ditzelfde geldt voor advies, wij geven advies en daar zijn wij verantwoordelijk voor. Dat wil niet zeggen dat een aanbieder alles moet slikken wat wij willen maar hij mag zich niet bemoeien met de inhoud. Werkt alleen maar kostprijsverhogend.

1 month ago

Deelnemer 8 • Ik wil graag een verdiepingsvraag opwerpen, ben benieuwd naar jullie meningen.

Ik ga hierbij uit van een nieuwe relatie.

Als je kiest voor een vergoeding/fee voor je advies, dan heb je 2 keuzemomenten voor het sluiten van een adviesovereenkomst:

1. na een korte kennismaking, voordat je met inventariseren en adviseren begint.
2. later in het proces, bijv. bij het aanbieden van een offerte van een maatschappij.

Welke strategie kies je?

1 month ago

Deelnemer 14 • Lijkt me 1 want zonder opdracht kun je niet aan de slag. Voorkomt ook discussie achteraf over de omvang van je opdracht.

1 month ago

Deelnemer 20 • terug naar het onderwerp, ook een eerste bezoek word betaald. ons tarief is € 37,50 ongeacht de duur van het gesprek of de afstand. Zakelijk is het tarief € 65.

Dan beginnen wij als voorwaarde met het op orde brengen (op onze manier en voorwaarden) van de administratie. Dit gebeurt in een tweede gesprek. tarief € 37,50 per uur of € 65 per uur

(prive/zakelijk). In een derde gesprek gaan we inventariseren en een klantprofiel opstellen. Tarief € 37,50 of € 65 ongeacht de duur of afstand. Nu zijn er al 3 contactmomenten geweest. Bij de invulling van de op het NIBUD gerichte model gaan we stap gewijs alle financiële producten en uitgaven na en bespreken product inhoudelijk de voorwaarden en condities en aan de hand hiervan passen we een beginsel toe: ervaring, kennis, productkeuze en profiel bepaling.

Schadeverzekeringen, leven producten, hypotheek, vermogensbeheer etc. passeren de revue. een adviesgesprek duurt maximaal 2,5 uur vanwege de vele info en concentratie van client. afspraken vinden overdag plaats en client neemt hiervoor vrij.

Zodra een realtie "klant" is geworden zal hij/zij MINIMAAL 1 x per jaar bezocht worden. door € 36 administratie-beheer kosten te rekenen Kiest een client alle contact momenten af te kopen, dat is niet verplicht dan gaat ieder contact op basis van een uurtarief. Bij de eerste kennismaking zenden wij bij de afspraakbevestiging toe: "DVD, tarievenlijst, uitleg werkwijze 4-mappen en een profielblad ter invulling alvorens het gesprek plaats vind. In het eerste jaar zien wij 1 relatie gemiddeld 5x. 2de jaar gemiddeld 2x, en afhankelijk van persoonlijke veranderingen daarna 1,5x per jaar.

Door het invullen van de belastingaangifte is er een (betaald) contact moment waarbij financiële veranderingen direct worden opgemerkt. Ook voor de client ontstaat een vast patroon van afspreken met elkaar.

is dit inhoudelijk een goede reactie op de stelling?

1 month ago

Deelnemer 8 • Ziet er goed uit Deelnemer 20. Wat mij vooral aanspreekt is de gelijkwaardigheid tussen adviseur en klant. Geen vrijblijvendheden. Een heldere aanpak die automatisch klanten uitselecteert die zich hierdoor aangesproken voelen. Mooi voorbeeld van hoe het ook kan.

1 month ago

Deelnemer 9 • Even off topic:

@Deelnemer 14. Volgens mij ga je in reactie over de rol en positie van de aanbieder een stuk verder dan Deelnemer 15. Ik ben het volstrekt met Deelnemer 15 eens dat dubbel advies zeer ongewenst is. In die zin is de rolverdeling tussen onafhankelijke adviseur en aanbieder duidelijk. Maar dat betekent nog niet dat de aanbieder - zoals je suggereert - zich verre moet houden van enige vorm van controle van je werk.

Ik wil je vragen het volgende document eens door te lezen, en dan met name ad 2:

<http://www.afm.nl/~-/media/files/thema/kbc/kpi-klantbelang-2.ashx>.

En mijn vraag: hoe moet een aanbieder volgens jou invulling gaan geven aan de gedachte van de AFM dat hij concreet werk moet maken van het sturen op de kwaliteit van het intermediair, als hij zich volgens jou in het geheel niet met je werk zou mogen bezighouden?

1 month ago

Deelnemer 24 • Terugkerend naar de basis vraag ben ik wel benieuwd naar andere concrete voorbeelden. Eerder heb ik hier zelf iets over gezegd en nu Deelnemer 20, dank daarvoor (ben dan gelijk benieuwd naar hoeveel declarabele uren je per jaar maakt). En hoeveel cliënten je wilt hebben?

1 month ago

Deelnemer 28 • @Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam)

Je kan natuurlijk geen adviesovereenkomst vastleggen als je nog geen advies hebt gegeven. De overeenkomst is een contractuele vastlegging van het advies, de vergoedingen voor het advies en de vastlegging over toekomstige stappen.

In de overeenkomst kan je wel het advies, en de kosten in een bijlage plaatsen zodat de overeenkomst onder voortdurende zorg steeds kan worden bijgesteld, waarbij het advies en eventueel kosten worden aangepast.

Volgens mij wordt de adviesovereenkomst vaak verward met de dvd, deze dient vooraf duidelijkheid te verschaffen over de werkwijze en de tarifieringsgrondslagen en methodiek.

1 month ago

Deelnemer 29 • @Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam) Het gaat hier om een overeenkomst van opdracht. Die sluit je uiteraard voordat je aan de opdracht begint - ongeacht of het een advies- of bemiddelingsopdracht is. In deze overeenkomst liggen de prestaties van beide partijen vast, t.w. de door de opdrachtnemer te verrichten werkzaamheden en de door de opdrachtgever daarvoor verschuldigde beloning.

@Deelnemer 28 Als ik het goed lees, wil jij het gegeven advies vastleggen in de adviesovereenkomst. Dat is niet juist. In de overeenkomst wordt omschreven waar het te geven advies betrekking op heeft. Het advies zelf is hetgeen opgeleverd moet worden. De omschrijving in de overeenkomst kan zo worden opgesteld dat vervolgadvisen en de daarvoor te betalen beloning onderdeel van de overeenkomst vormen.

1 month ago

Deelnemer 30 • Ik moet zeggen dat ik het vebazingwekkend vind dat deze discussie nog bezig is. Heeft iedereen de afgelopen jaren liggen slapen op zo, of is het echt zo adviseurs eigen dat zaken pas op het laatste moment geregeld moeten gaan worden. Ga nog zeker even meelesen met het verhaal. Suc6 met uitzoeken, wij worden al 4,5 jaar direct en alleen door onze klanten betaald. Tevens hebben we voldoende zekerheden ingebouwd om onze adviesfee gewoon betaald te krijgen, en onze klanten zijn er gelukkig heel erg blij mee op deze manieren.

1 month ago

Deelnemer 28 • @Deelnemer 29

Wat opgeleverd wordt lijkt mij meer de bemiddeling (of bij effectendiensten het doorgeven van orders), die bij advies kan volgen maar noodzakelijker wijs niet nodig is. Het advies dient ook contractueel vastgelegd te worden. Eventueleaanpassingen dienen dan ook weer

vastgelegd te worden. Wat heeft de klant anders aan de overeenkomst als daar niet op teruggevallen kan worden als blijkt dat het advies niet juist en/of passend is geweest?

@AFM'er 1

Kan de AFM hier ook iets over zeggen of wordt de discussie alleen gebruikt om (eenzijdig) de meningen te peilen, wat mij zeer zou teleurstellen!

1 month ago

Deelnemer 29 • @Deelnemer 28

Het verrichten van de overeengekomen advieswerkzaamheden resulteert in een advies en dat advies kan tot een bemiddelingsopdracht leiden. Dat hoeft niet. Denk hierbij aan de financial planner, die enkel adviseert en niet bemiddelt. De overeenkomst kan ook het karakter hebben van een combinatie van een advies- en bemiddelingsopdracht.

Als het gegeven advies niet in overeenstemming is met de eisen die daar hetzij op grond van de overeenkomst van opdracht aan kunnen (bijv. kwaliteit) of op grond van de Wft en het BGfo moeten (bijv. passendheid) worden gesteld, kan de opdrachtgever (de klant) zijn opdrachtnemer (de adviseur) daarvoor aansprakelijk houden op grond van wanprestatie (toerekenbare tekortkoming).

1 month ago

Deelnemer 28 • Deel 1 helemaal mee eens @Deelnemer 29

Het gaat mij om het overeenkomen van advies, dat ik los zie van het overeenkomen van advieswerkzaamheden. Het advies zal toch ook moeten worden vastgelegd?

1 month ago

Deelnemer 31 • @Deelnemer 28: Mij ben je kwijt.

Als je adviseert is het raadzaam om met de klant overeen te komen welke werkzaamheden je wel (en vooral ook niet) verricht en voor welk bedrag. Het advies kom je niet overeen. Dat is een eenzijdig standpunt van de adviseur dat is gebaseerd op de relevante ingewonnen informatie ten aanzien van de financiële positie, kennis en ervaring, risicobereidheid en de doelstellingen van de klant. Vervolgens bepaalt de klant in hoeverre hij jouw advies wenst op te volgen. Dit kan leiden tot een bemiddelingsopdracht (bij voorkeur ook weer vastgelegd in een overeenkomst).

29 days ago

Deelnemer 29 • @Deelnemer 31

Ik had het niet beter kunnen verwoorden, Deelnemer 31.

29 days ago

Deelnemer 26 • @Deelnemer 28, gelukkig moet ik je in deze ondersteunen.

In een aantal gevallen is een adviesovereenkomst zelfs een wettelijke verplichting. Maar zoals

je weet zijn er veel partijen die wel de verplichting hebben om een adviesovereenkomst te hebben met hun relaties (althans volgens de vergunning en werkzaamheden zie ze uitoefenen) maar deze overeenkomst simpelweg niet hebben omdat ze niet op de hoogte zijn van de regels of het teveel moeite vinden of wat dan ook.

29 days ago

Deelnemer 29 • @Deelnemer 28, @Deelnemer 26

Het uitbrengen van advies is geen overeenkomst. Het geven van advies is, zoals Deelnemer 31 terecht opmerkt, eenzijdig: het is een beredeneerde aanbeveling door de opdrachtnemer (de adviseur). Weliswaar bedoeld voor de opdrachtgever (de klant), maar niet met hem overeengekomen. Enkel de reikwijdte en strekking van het advies ligt vast in een overeenkomst, i.c. de adviesopdracht.

29 days ago

Deelnemer 13 • Interessante discussie!

Als je een advies uitbrengt zonder bemiddeling kan je daar wel degelijk aansprakelijk voor gesteld worden.

Het advies om geen voorziening te treffen is hier een goed voorbeeld van.

Er hoeft dus geen overeenkomst te zijn voor aansprakelijkheid als de cliënt kan aantonen dat hij op basis van het actuele advies geen voorziening heeft getroffen.

Dossier vorming is dus nog steeds een belangrijk onderdeel en tevens waarom er op een bepaalde expertise GEEN inventarisatie of advies heeft plaatsgevonden.

Dit geheel staat los van de betaling en wijze daarvan.

Deze discussie gaat meer over het feit wie het initiatief heeft genomen om een inventarisatie te doen en of je tot een advies wenst te komen.

Ik kan adviseer dat je ook hier een splitsing in maakt.

Een abonnement voor puur de inventarisatie en een facturatie (uur tarief) voor advies en bemiddeling.

Goed weekend.

29 days ago

Deelnemer 28 • In bovenstaand voorbeeld geef ik dus het advies om geen voorziening te treffen. Ik leg dit advies niet vast in een (nieuwe) overeenkomst maar ik heb in een overeenkomst voor advieswerkzaamheden voorheen vastgelegd dat ik dit soort adviezen kan geven en wat deze werkzaamheden kosten. Ik communiceer mijn advies wel (en in het dossier) naar de klant.

Klinkt mij logisch...

29 days ago

Deelnemer 18 • @Deelnemer 2 en Deelnemer 28, hoe moet ik dit plaatsen in de start van de discussie. Provisieverbod en hoe gaat de consument het advies betalen. Volgens mij hebben wij het dan over advies in de Wft. De aanbeveling van een financieel product aan een

consument. Natuurlijk is er een zorgplicht en aansprakelijkheid vanuit het Burgelijk Wetboek en is het verstandig om de werkzaamheden goed in een adviesovereenkomst vast te leggen. Dan kijk ik naar de adviesovereenkomsten bij advocaten, accountant en notarissen. Daar wordt ook de afwijking van het bepaalde in art. 7:404 BW geregeld. Ik denk dat advies in zijn algemeenheid en de discussie over het provisieverbod doorelkaar gaat lopen.

29 days ago

Deelnemer 28 • Klopt Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam). Ik denk ook dat advies in zijn algemeenheid door elkaar gaat lopen door het verbod op provisie.
;-)

29 days ago

Deelnemer 18 • @Deelnemer 28, eens maar dan is het wel heel bijzonder dat ons "vak" geen enkele norm heeft voor advies in zijn algemeenheid. Of wel daar is hij weer "het is geen beroep".

29 days ago

Deelnemer 13 • @Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam)

Ik maak in mijn voorbeeld een splitsing tussen inventarisatie, advies en bemiddeling met de daarbij behorende onderbouwing.

Direct gerelateerd aan hoe je deze kosten in rekening brengt.

Eerst zal je een goede onderbouwing moeten hebben voor je kosten (werkzaamheden) naar de cliënt, organisatie en onze gesprekspartner de AFM (welke niet echt actief deelneemt in deze discussie).

Als je hier niet toe in staat bent kan je het ook niet vermarkten of zelfs verantwoorden.

29 days ago

Deelnemer 14 • @Deelnemer 9,

Je hebt nog een antwoord tegoed op jouw vraag. Naar mijn mening is het niet nodig dat een aanbieder mijn advies controleert. Kijk ik naar ons eigen bedrijf, we laten onze procedures en adviezen onafhankelijk toetsen. We hebben een continu klanttevredenheidsonderzoek. Al die data mag een aanbieder best inzien maar het klantdossier zelf.

28 days ago

Deelnemer 29 • @Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam)

Voor een intermediair geldt wel degelijk een norm. Hij is opdrachtnemer van zijn klant en moet zich als zodanig de zorg van een goed opdrachtnemer in acht nemen (art. 7:401 BW). De jurisprudentie leert hoe deze open norm moet worden ingevuld. Daarbij geldt een onderscheid tussen een "gewone" zorgplicht (voor verzekeringstussenpersonen) en een "bijzondere" zorgplicht (o.a. voor banken).

Overigens moet deze privaatrechtelijke norm niet worden verward met de door de AFM

bepleite en door de minister van Financiën beoogde invoering van een (m.i. overbodige) generieke publiekrechtelijke zorgplicht.

28 days ago

[Deelnemer 15](#) • [@Deelnemer 9](#) (reactie van 01-11-2012).

Onderwerp: Verantwoordelijkheid kwaliteit advisering bij aanbieder.

Wellicht is enige toelichting van mijn zijde gewenst. Teneinde de consument te beschermen is het belangrijk dat er deugdelijk advies wordt gegeven. Hierbij is de vraag of het toezicht hierop tot de verantwoordelijkheden van de productaanbieder moet behoren. De AFM heeft hierover inmiddels een standpunt ingenomen. Dit is opmerkelijk aangezien het handelen van de AFM er tot nu toe op gericht is om belangenverstremming tussen aanbieder en productbemiddelaar tegen te gaan.

Persoonlijk zie ik de navolgende nadelen wanneer maatschappijen verantwoordelijk zijn voor de kwaliteit van financieel advies:

Ongewenste sturingsmogelijkheden aanbieder: een productaanbieder kan doormiddel van sturing van de kwaliteitseisen productie afdwingen. Momenteel ben ik in een verregaande discussie gewikkeld met een hypotheekaanbieder die zich op het standpunt stelt dat een aanstelling alleen kan worden behouden wanneer er voldoende gebruik wordt gemaakt van de producten aangezien er anders onvoldoende kennis van de producten zal zijn hetgeen een negatieve invloed zou hebben op de kwaliteit van het advies.

Kostenverhogend productaanbieder: om de kwaliteit af te dwingen zullen er handelingen moeten worden verricht om op de kwaliteit toe te zien. Deze kosten zullen door de aanbieder worden doorberekend in het producttarief hetgeen kostenverhogend werkt voor de consument. Hoe zit het vervolgens met de aansprakelijkheid van maatschappijen wanneer een klant een onjuist advies krijgt. Is hierbij een steekproefsgewijze controle afdoende? Kan een consument een maatschappij vervolgens ook aansprakelijk stellen indien de adviseur niet meer werkzaam is?

Kostenverhogend productbemiddelaar: iedere productaanbieder zal ernaar streven de toezichtkosten zoveel mogelijk te beperken en af te stemmen op het eigen productaanbod. Dit betekent dat een onafhankelijk productbemiddelaar te maken krijgt met de kwaliteitseisen van veel verschillende aanbieders. Om de kosten hiervan in de hand te houden zullen productbemiddelaars hun productaanbod gaan beperken en/of de hogere kosten doorberekenen aan de consument.

Tenslotte stimuleert het execution only via het directe kanaal. Voor toekomstige dienstverlening van complexe producten voorzie ik dat adviseurs niet langer afhankelijk zijn van het indirecte kanaal. De dienstverlening zal bestaan uit het helpen van mensen bij het verkrijgen van inzicht in hun financiële situatie om vervolgens de mogelijkheden door te nemen om deze af te stemmen op de persoonlijke wensen en doelstellingen. Vervolgens kan aan de hand van dit inzicht worden bepaald of er een productbehoefte bestaat. Indien dit het geval is kunnen mensen geholpen worden met het vergelijken van producten en tenslotte kan geholpen worden bij de aanvraag van een product. Dit is exact de wijze waarop wij al vanaf 1999 werken. Hierbij heeft de klant op ieder moment de keuze om te bepalen van welke dienstverlening hij gebruikt wenst te maken en welke verantwoordelijkheid hij wenst te

dragen.

Zodra maatschappijen voor mij gaan bepalen op welke wijze ik moet gaan adviseren stop ik met de bemiddeling richting deze maatschappijen en help ik de klant uitsluitend met een productaanvraag via het indirecte kanaal of ik kies enkele preferred suppliers waarmee ik een gemeenschappelijke visie deel.

Zolang er geen duidelijkheid is over ieders rol en verantwoordelijkheden is de oplossing voor veel vraagstukken nog ver te zoeken.

26 days ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 15,

Ik onderschrijf jouw standpunt volledig. Nog een ander dilemma voor de aanbieder in deze. Er zijn 2 producten van 1 aanbieder. Wij adviseren product a : iets duurder op de korte termijn maar beter op lange termijn. Maar wel met minder marge voor aanbieder. Product b kent echter meer marge maar is bij aanvang iets goedkoper. Hoe groot is de kans dat de aanbieder objectief toetst ??

Wat als er een geschil ontstaat over de beoordeling van het advies. Laat me gokken een geschillencommissie die niet kostprijsverhogend werkt ??

Dan even over jouw optie om sommige aanbieders uit te sluiten. Verhaal dat mij deze week ter ore kwam. Adviseur geeft advies en maakt daarna productvergelijking risico met behulp van Moneyview Maatschappij A is allergeodkoopste maar hij heeft geen aanstelling, maatschappij B is € 1 (echt waar) per maand duurder. AFM komt voorbij en berispt hem dat hij niet A maar B geadviseerd heeft. Zijn verweer dat hij niet voor A kan bemiddelen was geen issue, hij had zijn klant dan maar naar de concurrent moeten sturen die wel zaken deed met A. @ AFM'er 1, mag ik hopen dat dit niet waar kan zijn. Er zijn meer argumenten als alleen de laagste prijs. En als een klant mij vraagt om te bemiddelen dan kan ik dat alleen maar met partijen waarmee ik zaken kan doen. Of ziet AFM dit anders.

26 days ago

Deelnemer 15 • Dag Deelnemer 14. Met betrekking tot de inhoud van de kwaliteitstoetsen van aanbieders het volgende. Ik ga altijd uit van vertrouwen en ook in dit geval vertrouw ik erop dat in jouw dilemma de aanbieder oprecht toetst. De vraag is echter of een aanbieder überhaupt in staat is om de kwaliteit van mijn advies te beoordelen aangezien ik uitsluitend die informatie verstrek die noodzakelijk is voor de totstandkoming van het product. Zo zal ik bij een hypotheekaanvraag geen vermelding maken van overig vermogen indien dit voor de financiering niet noodzakelijk is. Mijn klant zal het zeker niet op prijs stellen dat ik met een productaanbieder de gehele financiële positie en levenswensen communiceer.

Aangezien ik te allen tijde het belang van mijn klant waarborg maakt dat ik onmogelijk kan meewerken aan een toets waarbij inzicht in de klantgegevens wordt geëist. In een dergelijk geval word ik gedwongen mijn agentschap te beëindigen. Indien de kwaliteitstoets uitsluitend bestaat uit het controleren van de werkwijze van de adviseur vraag ik mij af of een aanbieder wel in staat is om deze verantwoordelijkheid te dragen. De toewijzing van deze verantwoordelijkheid aan productaanbieders door de AFM kent volgens mij voor zowel de aanbieders, de adviseurs als de consument meer nadelen dan dat het voordeel van toezicht oplevert.

Met betrekking tot het onafhankelijk vergelijken van verschillende producten schets ik even hoe wij dit bij Neutralis doen. Nadat wij inzicht hebben in de persoonlijke wensen en doelstellingen van de klant brengen wij diens financiële situatie in kaart. Hiermee geven wij de klant inzicht aan de hand waarvan kan worden bepaald of er een productbehoefte bestaat. Indien er een productbehoefte bestaat kent onze dienstverlening een tweetal stappen namelijk productvergelijking en productbemiddeling. Bij de productvergelijking maken wij ook gebruik van MoneyView. Hierbij selecteren wij allereerst op voorwaarden, vervolgens op tarieven en tenslotte op eigen bevindingen. Wij laten hierbij alle producten zien, ook de producten waarin wij niet kunnen bemiddelen. Indien er een product uit de vergelijking komt waarin wij niet kunnen bemiddelen dan heeft de klant op dat moment de keuze om het product elders te sluiten of wanneer hij wil dat wij voor de bemiddeling zorgdragen te kiezen voor het beste product waarin wij wel kunnen bemiddelen. Wanneer je hier volledig transparant in bent en je laat de klant vrij in diens keuze dan lijkt me dat de AFM hier geen problemen mee zal hebben.

Ik ben benieuwd naar het standpunt van de AFM en indien er mensen zijn die andere argumenten hebben die ik over het hoofd zie dan verneem ik het heel graag.

26 days ago

Deelnemer 32 • Lees net In AMnieuws dat factormaatschappij Fa-med stopt met intermediair, omdat debiteurenrisico te groot zie <http://amweb.nl/-/fa-med-stopt-met-bediening-intermediair>. Heb er nu 10 maanden mee gewerkt tot volle tevredenheid en weinig factuur- en herinneringsgedoe, maar dit valt rauw op mijn dak. Overigens zelf weinig last van wanbetalingen. Zeer zelden discussie over een nota. Lijkt me dat de AFM de incasso voor intermediair op zich kan nemen, kan ze gelijk de inducementregels per nota geautomatiseerd toetsen en krijgen we meer AFM-waar voor ons geld. Geeft maar aan dat de politiek de geest uit de fles (branche) heeft gehaald, die zich er niet meer in laat stoppen.

25 days ago

Deelnemer 10 • Geen factoring , weinig intermediair.

25 days ago

Deelnemer 14 • Onderstaand bericht van D&O bevestigt mijn eerder ingenomen stellingen :

Consument voorstander van verbod op provisie

Afgelopen week verscheen er in de vakpers het bericht dat een aanbieder onderzoek onder de consument had laten uitvoeren, waaruit zou blijken dat de consument groot voorstander zou zijn van een verbod op provisie.

Hetzelfde onderzoeksbureau heeft eerder een aantal malen onderzoek onder de consument uitgevoerd waarbij uit de resultaten een geheel ander beeld naar voren kwam. Als Bureau D & O hebben wij contact opgenomen met het onderzoeksinstituut en om een toelichting gevraagd.

Wanneer we alle onderzoeken combineren dan ontstaat het volgende beeld:

Indien aan de consument alleen wordt gevraagd of men positief staat tegenover het provisieverbod dan geeft 56 % van de consument aan hier positief tegenover te staan, 10 % is negatief en 35 % is neutraal. De persberichten en de enthousiaste tweets van de voorstanders van het verbod op provisie lijken vooral op deze uitkomst te zijn gebaseerd.

Maar..... wanneer vervolgens aan de consument in de onderzoeken wordt voorgelegd welke bedragen zij in een stelsel van directe beloning aan de adviseur zouden moeten betalen, blijkt dat klanten grote moeite hebben om zich te verzoenen met de adviesbedragen die ze moeten betalen.

De consument blijkt de inschatting van het gehele advies- en bemiddelingstraject structureel te laag in te schatten.

De consument die geconfronteerd wordt met de consequenties van invoering van directe beloning, geeft voor het grootste deel aan in die situatie dan te kiezen voor execution only dan wel, indien men de keuze heeft, toch te kiezen voor een systeem waarbij de kosten van advies gespreid over de looptijd van de verzekering kunnen worden betaald als onderdeel van de premie. Zoals bekend blokkeert de voorgenomen wetgeving echter dit keuzerecht van de consument.

Samengevat kan dan ook worden gesteld dat de consument desgevraagd positief is over het provisieverbod en invoering fee advies maar (in de onderzoeken) niet bereid is om de adviseur die beloning te betalen die in redelijkheid tegenover de geleverde prestatie zou moeten staan.

25 days ago

Deelnemer 28 • Engelse markt vergelijkbaar onderzoek. Five million could be left sans advice post RDR, Deloitte says - full report here: <http://t.co/x8vxAFVP>

25 days ago

Deelnemer 15 • @Deelnemer 14. Ik vind de uitkomst van het onderzoek geenzins verrassend. Over de financiële sector bestaat nog steeds het beeld van mensen in dure pakken veel te veel provisie ontvangen over de rug van de consument. Wanneer je de consument vraagt of het verbod op provisie een goede zaak is dan is het antwoord niet verrassend dat men tegen afschaffing van provisie is.

Wanneer je mensen vraagt om te betalen voor iets waar ze de toegevoegde waarde onvoldoende van kennen is het logisch dat de consument niet wil betalen.

Sinds 1999 werken wij al op feebasis en het is mijn ervaring dat wanneer je in staat bent de verbinding met de klant te maken je samen op zoek kunt naar die toegevoegde waarde waarin de klant bereid is te investeren. Dit in combinatie met een degelijk businessmodel maakt dat ik vanuit mijn praktijk de ervaring heb dat de consument best bereid is een redelijke vergoeding te betalen.

25 days ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 15,

Ik ben het met je eens als we echt toegevoegde waarde kunnen leveren en de klant ook een behoefte heeft. Maar er zijn heel veel situaties waarin wij die behoefte opwekken. overigens terecht, denk eens aan de verslechtering voor nabestaanden als gevolg van inperking ANW. Wil de klant dan ook honderden euro's voor advies betalen. Vervolgens lees ik collega's die

ronduit verliesgevende tarieven gaan introduceren van minder dan € 40 per uur. Mijn garage rekent al € 80 per uur. Ik houd eerlijk gezegd af en toe mijn hart vast.

25 days ago

Deelnemer 15 • Dag Deelnemer 14. Ik denk dat wij als adviseurs helemaal geen situatie moeten opwekken maar dat deze ontstaan. In het voorbeeld dat jij noemt zou als gevolg van een inperking van de ANW de situatie voor de nabestaanden wijzigen. De vraag is of wij als adviseur de klant helpen met het verhogen of afsluiten van een overlijdensrisicodekking of dat we hem/haar helpen inzicht te krijgen in de gevolgen voor het leven van de nabestaanden na een voortijdig overlijden zodat hij/zij op basis hiervan kan besluiten of aanvullende stappen gewenst zijn. Indien dit het geval is kunnen we hem hierbij begeleiden. Dit maakt het verschil tussen productgedreven verkoop en klantgericht advisering. Dit maakt ook het verschil tussen een businessmodel gericht op overleven en een duurzaam businessmodel.

25 days ago

Deelnemer 20 • Beste Collega,

Ik merk op dat Deelnemer 14 vind dat er verliesgevende tarieven worden gehanteerd zonder de bedrijfsomvang en achterliggende bedrijfsvoering te kennen. knap.

stelling: je dient dus veel te rekenen om je kosten loading te dekken i.p.v. naar de inrichting van je onderneming te kijken en kosten reductie te bewerkstelligen, sterker nog: de voormalige inkomsten moeten vertaald worden naar een uurtarief en dus dient een relatie die kosten te betalen. Pand, auto, salaris, IT kosten ...alles bij het oude.

neem een voorbeeld aan de persberichten van vandaag: ING en NN. gebeurt niet zomaar. Zoals @Deelnemer 15 stelt: het gaat om duurzaamheid. het is geen kwestie van "overleven". alle aangedragen voorbeelden bevestigen dat het advies dient te worden opgevolgd omdat de adviseur dit vind. de mening van de client word gevormd op basis van de verstrekte informatie. Zodra (het aangedragen voorbeeld) de automonteur adviseert een onderdeel te vervangen voor grote bedragen vraag je een second opinion of stel je het wellicht uit? het gaat niet om "niet willen". zodra je er zit om een eigen belang te dienen schiet je altijd mis.

25 days ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 20,

Je voelt je blijkaar aangesproken. Maar een rekenvoorbeeld. Als iemand in staat is om 1600 uur te declareren ad € 40 per uur dan levert dat € 64000 op. Kun je daarvan een salaris op hbo-niveau betalen + auto + kantoor + overhead ??? Ik geloof daar niet in. Dan moet die man of vrouw ook nog pe-punten halen, valt er eens een uurtje tussen uit, is hij eens ziek. Oftewel met mazzel haal je 1400 uur. Maar als je zelf een beter rekenmodel hebt, veel plezier ermee. Wij gaan het er niet voor doen.

25 days ago

Deelnemer 15 • Beste Deelnemer 20 en Deelnemer 14. Het gaat er volgens mij niet om een oordeel te geven over de hoogte van een fee. Ieder zal voor zichzelf een beoordeling moeten maken of de fee overeenkomt met de geleverde inspanning. Factoren als kwaliteit en uitstraling spelen hier ook een belangrijke rol bij. Er zullen mensen zijn die bereid zijn te



investeren in een hogere kwaliteit van dienstverlening en een goed gevoel bij een adviseur terwijl er andere mensen zijn die bereid zijn concessie te doen in de begeleiding en voor de prijs kiezen. Voor beide behoeften is volgens mij voldoende markt. Afhankelijk van de dienstverlening kan worden bepaald hoe reëel het aantal declarabele uren is. Ervan uitgaande dat je geen managementtaken of andere zaken te doen hebt en je volledig kunt toelagen op advisering is 1.500 declarabele uren te halen. Uitgaande van complexe advisering en een efficiënte organisatie. Met mijn overige werkzaamheden kom ik zelf niet verder dan 1.300 declarabele uren. Onze productspecialisten halen de 1.500 uur wel.

25 days ago

[AFM'er 1](#) • [@Deelnemer 15](#), [@Deelnemer 12](#)

Een tijdje terug hadden jullie het in de discussie over de mogelijkheid om productbeheer en klantbeheer van elkaar te scheiden en aan de klant over te laten welk beheer hij bij de adviseur wenst af te nemen. Ik wilde hier nog even op terugkomen, omdat jullie je afvroegen waar de verantwoordelijkheid dan ligt voor welk beheer.

Onder productbeheer verstaan wij onder andere de wettelijke verantwoordelijkheid van de productaanbieder om de consument, die een product van de aanbieder heeft, gedurende de looptijd van het product direct of indirect te informeren over wijzigingen ten aanzien van het product.

Per 1 januari 2013 zal er voor nieuwe overeenkomsten geen doorlopende provisie meer bestaan en zullen er dus afspraken moeten worden gemaakt met de consument op welke manier klantbeheer of nazorg wordt ingericht. Ik herken mij wel in de redenering van Deelnemer 15, dat het aan de consument en adviseur/bemiddelaar ligt op welke manier dit wordt vormgegeven. Wat houdt de nazorg precies in: contacteert de adviseur/bemiddelaar de consument elke jaar? Of op oproepbasis? Of ziet de consument af van enige nazorg? En op welke manier wordt ervoor de nazorg betaald: in de vorm van een service abonnement? Of uurtje factuurtje? Dit zijn onder andere de vragen die aanbod moeten komen om te bepalen in welke vorm nazorg wordt verleend. Hier bestaat ook de mogelijkheid voor de adviseur om de consument te adviseren welke dienstverlening passend is.

Ik wil jullie vragen; hoe gaan jullie om met consumenten die geen nazorg willen en daarvoor niet willen betalen? Maken jullie daar afspraken over met de aanbieder, wie de consument helpt als hij vragen heeft?

Heb ik je vraag zo goed begrepen en een goed antwoord gegeven? Deze vraag wijkt wel af van de initiële vraag over het in rekening brengen van advies. Als jullie ideeën hebben voor andere discussies, dan kunnen jullie die achterlaten in het daarvoor aangemaakte discussietopic:

https://www.linkedin.com/groupItem?view=&gid=4604047&type=member&item=183188392&qid=e8454ed0-69c2-4b07-9e53-c051a045e8e1&trk=group_most_recent_rich-0-b-ttl&goback=.gde_4604047_member_183190431.gmr_4604047.gde_4604047_member_181611914.gmr_4604047

24 days ago

AFM'er 1 • @Deelnemer 28, @Deelnemer 2, @Deelnemer 26 en @Deelnemer 29

Sorry, soms duurt het even voor we kunnen reageren. Ook wel goed om te zien hoe jullie met elkaar proberen het probleem te tackelen!

Als ik de kern van de discussie en de vraag goed begrijp bestaat er twijfel over de vraag of het uiteindelijke advies moet worden opgenomen in het contract dat je sluit met je (nieuwe) klant. Deelnemer 28 geeft daarnaast aan dat hij denkt dat veel mensen het dienstverleningsdocument (DVD) verwarren met het contract

Allereerst iets over het verschil tussen het DVD en het contract met je klant. Het DVD is een algemene propositie over je dienstverlening. Deze is dus nog niet toegespitst op individuele klanten, maar geeft een algemeen overzicht van wat je doet en hoeveel dat kost. Het contract is echter een individuele afspraak met een klant.

Ik denk verder dat Deelnemer 29 en Deelnemer 31 op de goede lijn zitten van wat betreft het al dan niet opnemen van advies in het contract. Voor het dienstverleningsproces begint kom je middels een contract met de klant overeen welke werkzaamheden je verricht en tegen welk tarief. Vervolgens presenteert de adviseur zijn product ("het advies") in een adviesrapport. Het gegeven advies kan naderhand weer leiden tot een bemiddelingsovereenkomst om een product voor de klant af te sluiten.

Heb ik je vraag zo goed begrepen en een afdoende antwoord gegeven? Ik moet Deelnemer 8 of 18 (zelfde voornaam) wel nageven dat dit afwijkt van de initiële vraag over het in rekening brengen van advies ;-). Als jullie ideeën hebben voor andere discussies, dan kunnen jullie die achterlaten in het daarvoor aangemaakte discussietopic:

https://www.linkedin.com/groupItem?view=&gid=4604047&type=member&item=183188392&qid=e8454ed0-69c2-4b07-9e53-c051a045e8e1&trk=group_most_recent_rich-0-b-ttl&goback=.gde_4604047_member_183190431.gmr_4604047.gde_4604047_member_181611914.gmr_4604047

24 days ago

AFM'er 1 • @Deelnemer 15, @Deelnemer 14

Ik begrijp uit het betoog van Deelnemer 15 dat productaanbieders kwaliteitseisen zouden stellen aan adviseurs/bemiddelaars en zich op het standpunt stellen dat er wel voldoende productie moet worden gedraaid om kwaliteitsmetingen te kunnen verrichten.

Als AFM hebben wij ook het standpunt dat adviseurs/bemiddelaars in genoeg producten moeten adviseren om de kennis en ervaring met dit type producten op peil te houden. Dit zagen wij terug bij bijvoorbeeld de advisering van tweede pijler pensioenproducten. Echter is het standpunt van de AFM gebaseerd op het feit dat partijen van hun totale productie maar beperkt aantal producten uit een bepaalde categorie producten adviseerden.

Het argument dat een adviseur specifiek van één product van één specifiek aanbieder productie moet draaien om het kennis niveau op peil te houden is geen AFM-standpunt en kan inderdaad leiden tot directe sturing in de keten.

Vragen die dit bij mij oproept: Wat doet de aanbieder als je geen productie draait? Mag je dan niet meer voor zijn producten adviseren? Wat is de minimumproductie die hij van je vraagt? En hoe verhoudt zich dit tot je totale adviesproductie? Interessant signaal! We horen graag hoe jullie de ketenbeheersing door de aanbieders ervaren.

Over die constructie die Deelnemer 14 oppert: Ik kan er niet uit opmaken over welke casus we het hier hebben, maar in zijn algemeenheid kan ik je zeggen dat de AFM van mening is dat je in het belang van de klant adviseert, dat betekent als resultaat een passend advies. In het advies zal je een afweging moeten maken tussen wat de consument wil hebben en kan betalen en uiteindelijk dus een afweging tussen de kosten van het product en de passendheid van het product. Je snijdt hier ook een ander interessant vraagstuk aan; vind jij dat een adviseur in zijn advies ook producten zou moeten betrekken waarin hij niet bemiddelt? Met als mogelijk gevolg dat hij in de bemiddelingsfase de consument moet doorverwijzen naar een andere bemiddelaar?

24 days ago

Deelnemer 15 • @AFM'er 1: Nazorg. Wij geven iedere klant de mogelijkheid om bij ons een abonnement af te nemen. Hierbij zit ook een gratis abonnement waarbij de klant ervoor kiest de volledige verantwoordelijkheid voor zijn eigen financiën te dragen. Hier kiest en tekent de klant dan ook bewust voor.

Verder heb ik geen separate afspraken met productaanbieders gemaakt aangezien het productbeheer al onder de wettelijke verantwoordelijkheid van de aanbieder valt, zoals je ook zelf aangeeft. Voor de werkzaamheden die vallen onder het productbeheer dient de maatschappij afspraken te maken met de klant over de vergoedingen die hiervoor in rekening wordt gebracht. Deze vergoedingen dienen bij het aangaan van het product bekend te zijn zodat hier bij het vergelijken van de producten rekening mee gehouden kan worden.

Vervolgens is het aan de klant om voor productbeheer rechtstreeks contact op te nemen met de productaanbieder of gebruik te maken van onze dienstverlening. De toegevoegde waarde van ons zit hem in de integrale benadering. Indien de consument hier de waarde van in ziet is deze ook bereid om hierin te investeren.

24 days ago

Deelnemer 15 • @AFM'er 1: Kwaliteitseisen. In de discussie die ik momenteel voer met een productaanbieder waarvan ik het niet netjes vind via dit medium de naam te noemen heeft in de nieuwe samenwerkingsovereenkomst diverse criteria opgenomen die deze sturing mogelijk maken. In een mail van één van de medewerkers is zelfs aangegeven dat er minimaal 10 hypotheek op jaarbasis afgesloten zouden moeten worden. Dit is onder mijn druk naderhand wat afgezwakt maar men heeft mij te kennen gegeven dat wanneer ik niet akkoord ga met deze nieuwe samenwerkingsovereenkomst mijn agentschap zal worden ingetrokken. Er is geen duidelijkheid omtrent de inhoud van de kwaliteitseisen waardoor ik het risico loop dat bij het intrekken van mijn agentschap mijn klanten worden geconfronteerd met extra kosten wanneer er beheerswerkzaamheden moeten plaatsvinden. Ik neem dit binnenkort wel even Michel op.

24 days ago

Deelnemer 14 • AFM'er 1,

Het is in het verleden regelmatig gebeurd dat aanbieders vanwege lage productie agentschappen sloten onder het mom van kostenbesparing. Dit is momenteel niet anders. We kunnen en willen echter zelf ook niet met heel Nederland zakendoen. We kiezen voor een aantal partijen waar we vertrouwen in hebben zowel qua producten als betrouwbaarheid in de samenwerking als financiële status. Dat betekent dat je voor iedere productenrange met een geselecteerd aantal aanbieders zakendoet. Dat is naar mijn mening ook de enige methode om te weten wat je adviseert.

Het zou vreemd zijn om mijn klant naar de concurrent te moeten sturen vanwege het feit dat een aanbieder goedkoper is maar wij geen zaken met elkaar willen doen om wat voor reden dan ook. Of ga je van de rechtstreekse aanbieders ditzelfde verlangen. lijkt me wel lachen !

24 days ago

Deelnemer 28 • @AFM'er 1, jij zegt: "Voor het dienstverleningsproces begint kom je middels een contract met de klant overeen welke werkzaamheden je verricht en tegen welk tarief. Vervolgens presenteert de adviseur zijn product ("het advies") in een adviesrapport. Het gegeven advies kan naderhand weer leiden tot een bemiddelingsovereenkomst om een product voor de klant af te sluiten."

Ik snap wel wat je bedoeld maar krijg toch de indruk dat het advies dan altijd weer een product omhelst. Wat nou als het advies is om juist afsand te doen van een product of om een product juist niet te nemen? Moet dat adviesrapport (dan) ook contractueel worden vastgelegd/overeengekomen?

24 days ago

Deelnemer 29 • @Deelnemer 28,

Een advies is beredeneerde aanbeveling, die tot stand komt op basis van ingewonnen informatie en professionele kennis. Het hoeft niet te gaan over een product. Het advies kan dus ook inhouden om iets niet te doen of om te stoppen met een eerder afgenomen dienst of product. Voor zo'n advies is geen nadere overeenkomst nodig. Advisering impliceert een afweging van verschillende opties, waarbij het uitbrengen van een productadvies de laatste van die opties is.

24 days ago

Deelnemer 28 • Hoe leg je dat advies dan vast en hoe accepteer je aansprakelijkheid rondom dat advies?

24 days ago

Deelnemer 26 • @Deelnemer 29, in opvolging van Deelnemer 28 en hoe leg je vervolgens vast hoe en of het advies wordt uitgevoerd en wie welke stappen onderneemt zoals bv beëindiging van producten.

24 days ago

Deelnemer 29 • @Deelnemer 28,

1. Het advies inclusief onderbouwing breng je uiteraard schriftelijk uit.
2. In de overeenkomst van opdracht leg je vast dat je de advieswerkzaamheden naar beste weten/kunnen zult verrichten. In geval van een toerekenbare toekortkoming ("wanprestatie") bij het uitvoeren van de adviesopdracht resp. in het gegeven advies kan de klant je aansprakelijkhouden voor de daaruit voortvloeiende schade (if any).

24 days ago

Deelnemer 29 • @Deelnemer 26,

De klant is koning. Het is aan de klant wat hij wil doen met het gegeven advies. In het ene geval kan dat resulteren in een bemiddelingsopdracht, in het andere in het tegendeel daarvan: de opdracht om een lopende verzekering te doen beëindigen. De klant kan ook besluiten om de uitvoering zelf ter hand te nemen of daarvoor een opdracht aan een ander te geven.

24 days ago

Deelnemer 15 • @Deelnemer 15 @AFM'er 1

Jullie raken met beheer een teer punt in de discussie. Net als jullie vind ik ook dat basaal beheer onder de verantwoordelijkheid van de aanbieder valt. Toch zie ik abonnementen bij intermediairs waar EUR 250,-- per jaar moet worden betaald voor algemeen beheer. De aanbieder heeft deze algemene beheerskosten sowieso al in zijn kosten zitten en kan daar dus onmogelijk extra geld voor vragen. Althans niet binnen de KNVB normen van de AFM. Hier raak je wel het probleem van het level playing field. Ik denk daarom ook dat het beheren van portefeuilles op termijn geen core business van een adviseur moet zijn. Zijn werk verschuift van beheer naar advies en dat is precies waar zijn toegevoegde waarde zit.

Ik zie ook een wereld ontstaan waarbij de adviseur alleen nog adviseert. Het zaken met elkaar doen raakt in dat model naar de achtergrond. Ik geef als adviseur een advies en de klant regelt de zaak verder volgens mijn advies wel met aanbieder. Periodiek hebben wij contact over onderhoud. Daar hoeft ik een post toch niet voor in portefeuille te hebben. Die dubbele administratie kost wel geld maar voegt onvoldoende waarde toe.

23 days ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 15,

Volgens mij zie je een wereld ontstaan die de aanbieders goed zou uitkomen. Ik zit dagelijks met klanten om tafel en die hebben andere ideeën als aanbieders.

Ik zie namelijk een wereld ontstaan waarbij de klant met de adviseur afspreekt wie wat doet in de keten en vervolgens een aanbieder zoekt die dit op een adequate wijze kan invullen. Dat kan alleen een adviesopdracht zijn maar ook een beheeropdracht.

In ieder geval zie ik een wereld waarin de klant aan het roer zit en zeer zeker niet de aanbieder.

Jouw wereld zou mij te gevaarlijk zijn, ik ben het vertrouwen kwijt in het feit dat alle aanbieders het zo goed voor hebben met al hun klanten.

23 days ago

Deelnemer 24 • @Deelnemer 15. Wat is basaal beheer?

Ik richt me op ondernemers en adviseer en bemiddel onder andere arbeidsongeschiktheidsverzekeringen. Ik moet er niet aan denken dat ik hier tussen wegval. Als adviseur wil ik er zijn voor client als deze arbeidsongeschikt wordt, of als deze zijn premie een keer niet op tijd betaalt en de verzekeraar de dekking dreigt op te zeggen, als de ondernemer zijn verzekerd inkomen wil verlagen omdat het even tegenzit, een conflict krijgt met de verzekeraar in geval het op uitkeren aankomt, de verzekeraar de voorwaarden tussentijds wijzigt, de verzekeraar administratief steken laat vallen. Ik schaar dit allemaal onder basaal beheer. Het woord 'ontzorgen' komt in me op.

Als ik dit niet meer doe, dan mis ik op termijn het contact met verzekeraars. Dat voelt voor nu niet goed. Puur schadeverzekeringen daar heb ik geen verstand van, misschien wordt daar op gedoeld???

23 days ago

Deelnemer 15 • @Deelnemer 24. Onder echt basaal beheer versta ik de gewone informatiestroom tussen aanbieder en consument. Zoals de verhoging van assurantiebelasting om eens een actuele te noemen. Maar ook eenvoudige wijzigingen vallen daaronder. Als ik me heb laten adviseren over een arbeidsongeschiktheidsverzekering dan kan ik die prima zelf bij een aanbieder onderbrengen. En ja, bij vragen neem ik contact op met mijn adviseur. Ik denk dat er straks een groep klanten is die per keer bepaalt of hij de adviseur inschakelt of niet. Ook bij verhogen of verlagen van zijn verzekerd bedrag of uitbreiden of versmallen van de dekking. Als ik jouw reactie lees dan maak ik me overigens niet zoveel zorgen over de rol die jij kunt uitleggen aan je klant. Je klinkt overtuigend genoeg. Veel zal fhangen van welke prijs je per jaar nodig hebt. Is uur factuur dan ook niet een goede oplossing?

@Deelnemer 14. Nee ik denk eerlijk gezegd in dit verband niet aan belang van de aanbieder. Voor de aanbieder zal het niet eens zoveel uit hoeven maken of de adviseur ook nog bemiddelaar is of alleen adviseert. Voor de klant echter wel. Als klant wil je wel betalen voor advies omdat je kunt begrijpen wat dat inhoudt. Maar kosten voor beheer in een jaar dat er weinig gebeurt dat valt nog niet mee. Een scheiding tussen beheer en advies kan daarom bijdragen aan een duidelijker beeld bij de klant van de waarde die de adviseur levert.

23 days ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 15,

Misschien dat het helpt als je eens een keer bij "beheerder" gaat werken alvorens een oordeel uit te spreken. Zeker de opmerking over kosten in beheer in relatie tot een jaar dat niks gebeurt getuigt van weinig kennis van de relatie tussen ons en de klant. Onder beheer valt zorgplicht, administratieve wijzigingen verwerken, verzekeraars corrigeren vanwege hun vele fouten, verzekeraars rappelleren vanwege traagheid, niet onbelangrijk : schademelding en begeleiding en nog heel veel meer. Daarnaast moeten we dat ook nog eens laten passen binnen het totale financiële plaatje van onze klant. Dus hoezo weinig voor veel ???

Maar als aanbieders denken dat ze beter fungeren als een soort direct writer, prima. Be my guest maar geef wij dan een substantieel lagere prijs. Ik neem immers een deel van de taken over van jullie. Zodra een aanbieder daar mee komt, kunnen wij verder discussieren.

23 days ago

Deelnemer 33 • @Deelnemer 15, de discussie lijkt vooral gevoerd te worden vanuit het gezichtspunt van de adviseur of aanbieder. Maar als het goed is staat de klant centraal.

Jij geeft aan: "Als ik me heb laten adviseren over een arbeidsongeschiktheidsverzekering dan kan ik die prima zelf bij een aanbieder onderbrengen."

Het is daarbij de vraag of de klant het advies zelfstandig kan vertalen naar de voorwaarden van de aanbieder. Heel vaak zit het 'em juist vaak in details in de voorwaarden. Voorwaarden van aanbieders verschillen op veel punten, waardoor een goede vergelijking zeer moeilijk is.

Daarnaast is prijs altijd een deel van het advies. En meer precies: het verschil tussen prijs en kwaliteit (in voorwaarden). Ik zie bijvoorbeeld niet gebeuren dat een klant bij een AOV zelfstandig begrijpt wat het verschil kan betekenen als het beroep net iets anders wordt benoemt, waardoor je als klant in een andere tariefsgroep valt.

Ik durf mijn hand er niet voor in het vuur te steken dat de klant na mijn advies zelfstandig het juiste product weet te vinden.

23 days ago

Deelnemer 13 • @Deelnemer 15

Hoe breng je als financiële dienstverlener de kosten voor advies in rekening bij de klant?

Bemiddelt uw adviseur ook in producten?

Ontvangt u een factuur met of zonder BTW bij vragen over uw private verzekeringen?

23 days ago

Deelnemer 15 • @Deelnemer 14 @Deelnemer 33

Ik zal niet duidelijk geweest zijn. Ik verplaats mij in de positie van klanten en ik vraag mij dan af hoeveel zij in welke gevallen bewust voor welke diensten zullen willen betalen. Jullie beiden presenteren hoe jullie als adviseurs in de wedstrijd zitten. Maar mijn vraag gaat over hoe de klant in de wedstrijd zit. Wat voelt de klant bij dit alles?

@Deelnemer 33, ik beschreef de situatie dat een klant bij jou als adviseur een advies heeft ingekocht maar daarna geen gebruik maakt van bemiddeling. Concreter: jij analyseert en je adviseert product X met bijbehorende specificaties. Waarom zou een klant dat product dan niet kunnen vinden? Jij brengt je advieskosten in rekening en de klant sluit de verzekering zelf wel bij de geadviseerde aanbieder. De klant bespaart zo de jaarlijkse behandelingskosten. Natuurlijk zijn er ook klanten die wel zullen kiezen voor het gemak van "full service door de bemiddelaar". Dat is dan één doelgroep en er zijn er meer.

Naar mijn idee gaan er meerdere service modellen komen waarbij je je als adviseur moet afvragen welk model of welke modellen je wilt bieden. Advies en bemiddeling of alleen advies? Online of combinaties van online met persoonlijke bediening? Chatten terwijl de klant meekijkt wat wij invullen? Kortom welke nieuwe modellen zijn er te bedenken waar

klanten zich goed bij zullen voelen? Hoe we het draaien of keren klanten zullen moeten begrijpen wat de extra dienst van de adviseur bovenop het product waard is. Helaas gaan niet alle klanten zo maar onze huidige kostprijs betalen.

21 days ago

Deelnemer 33 • @Deelnemer 15, het was mij niet duidelijk dat je tot op productniveau adviseert.

Wat mij betreft zit de complexiteit van financiële situaties / problemen vooral in de omgeving van de consument en veel minder in de productoplossing.

Vandaar dat ik er moeite mee heb als advies wordt gegeven zonder productadvies (uiteraard afhankelijk van deelgebied)

vb: zeg groenteboer, ik wil appertaart bakken. Wat heb ik nodig?

nu meneer, ik zou appels kopen?

Maar wat voor soort appels heb ik dan nodig?

Dat mag ik u niet zeggen. Daarvoor moet u naar de appelleverancier.

Pardon?

Het bovenstaand voorbeeld is natuurlijk kort door de bocht, maar geeft de gedachte hierachter wel goed weer.

Volgens mij wil de klant graag 'gewoon' geholpen worden, en niet weer ergens anders heen gestuurd worden. Alleen als je de klant van A tot Z bedient in zijn vraag, kun je verantwoordelijkheid nemen voor je klant. Zou dat niet de stille wens van de klant zijn?

20 days ago

Deelnemer 24 • Amen. Ik ben het helemaal met je eens Deelnemer 33.

20 days ago

Deelnemer 14 • ik onderschrijf de mening van Deelnemer 33 volledig.

Maar stel eens dat Deelnemer 15 zijn zin krijgt. Wie gaat de samenhang bewaken. Deelnemer 15 beheert zijn polis, de concullega beheert de risicopolis, de derde aanbieder bewaakt de pensioenpolis. En wie bewaakt het geheel ?? Is het dan niet efficiënter als diegene ook de polissen of aanverwante zaken beheert. En daarmee direct ook de consument beschermt van de aanbieder die pretendeert alleen maar het beste met de klant voor te hebben. En ik noem het woord "pretendeert" bewust.

20 days ago

Deelnemer 15 • @Deelnemer 33 en Deelnemer 24

Als de aarde woest en ledig was zou de klant dit inderdaad (moeten) willen. En ook @Deelnemer 14 heeft gelijk dat de samenhang voor de klant van wezenlijk belang is. Dat is allemaal waar. Mijn probleem zit 'm in de verhouding tussen wens van de klant, de herkenbaarheid van de dienst en de kosten voor die dienst.

Ik zie nu prijzen ontstaan van EUR 450,-- tot EUR 950,-- voor een AOV advies. Ook zie ik

abonnementsprijzen variërend tussen EUR 180,-- en EUR 550,-- per jaar voor algemene service vermeerderd met nazorgkosten voor bijvoorbeeld voor een zakelijke autoverzekering EUR 240,-- of voor AOV EUR 240,--. Een ZZP-er met een auto en een AOV is dan dus per jaar tussen EUR 660,-- en EUR 1.030,-- kwijt aan begeleiding en nazorg. In het jaar van adviseren zelfs oplopend tot EUR 2.000,-- voor advies en nazorg. Hoewel ik dus wel geloof in de behoefte geloof ik niet in de bereidheid dergelijke bedragen te betalen.

Kortom ik ontken de behoefte niet maar ik betwijfel in hoge mate of klanten bereid zijn zoveel geld te investeren in nazorg.

20 days ago

Deelnemer 14 • Deelnemer 15,

Dan gebeurt er dus toch wat ik voorspel : bepaalde groepen klanten zullen zich niet meer verzekeren, een geluk voor jou als verzekeraar : dan hoef je ze ook niet te beheren.

Maar alle gekheid op een stokje, dit is toch niet meer dan een logisch gevolg van het provisieverbod. Niet iedere klant kan upfront voor advies betalen dus laten ze zich niet meer adviseren.

Overigens twijfel jij aan de hoogte van tarieven voor AOV-advies maar heb je er al eens aan geteld wat wij daar voor moeten doen ?? Inventariseren, analyseren, adviseren en nazorg. Inclusief alle gesprekken ben je makkelijk een dag hiermee bezig. Zijn de door jou genoemde bedragen dan zo hoog of simpelweg reeel.

20 days ago

Deelnemer 13 • @Deelnemer 15

Terugkomende op mijn eerdere vraagstelling.

Heb je liever een factuur met BTW van een financieel planner voor private verzekeringen of een factuur van een financieel dienstverlener die ook bemiddeld?

Daarnaast is de nazorg ook nuttig t.a.v. nieuwe producten die in de markt zijn gekomen of zelfs tariefswijzigingen (lees sexe neutraal tarieven bij ORV).

Een € 3,- premie verschil p/m levert over een looptijd van 30 jaar een voordeel/nadeel op van 1080,-

Daarnaast zal door de volledige onafhankelijkheid van de TP een kwaliteitsslag bij aanbieders komen op inhoud en/of premie van producten.

De toegevoegde waarde is dus de TP die de klant informeert en adviseert en vaak ook onder gunstigere voorwaarden kan aanbieden bij totaal klanten (één inventarisatie voor de gehele portefeuille).

Een tarief vergelijking voor dienstverlening/abonnement zegt mij inhoudelijk niets maar wat krijgt de klant? (lees voorwaarden).

De adviseurs die graag een laag tarief hanteren kunnen ook minder bieden en refereer graag naar de voormalige beleggingsadviezen met een historisch rekenrendement waar het de adviseur er ook om ging de klant voor zich te winnen en een lage premie te bieden.

Deze Paradox zet hopelijk wat mensen aan het denken.

19 days ago

Deelnemer 33 • Misschien enigszins off topic, maar ik wil toch wel kwijt dat ik een vreemde paradox tegenkom.

1. De overheid is van mening dat een adviseur de consument goed en volledig moet informeren over alle mogelijke risico's (hier kan ik mij wel in vinden, voor zover het advies is door de ogen van de klant, waarbij het niet uitmaakt of er ook een product bij geleverd wordt)
2. De overheid stelt dat er vanwege de economische situatie maatregelen genomen moeten worden, die er toe leiden dat de risico's voor consumenten fors gaan toenemen (kortere WW, Kortere ANW, lagere hypotheekaf trek, hogere uitgaven voor hypotheeken, enz. enz.).
3. De overheid maakt het inwinnen van financieel advies aanzienlijk duurder door het beperken van aftrekbaarheid van advies in bijvoorbeeld AOV en lijfrente.

En bij dit derde punt gaat het mank. Dat je als overheid maatregelen moet / wilt nemen, okee, dat hoort erbij. Ik stel dit simpel vast zonder waarde oordeel.

Maar om dan tegelijkertijd ook de deur tot advies verder dicht te gooien door advies sterk duurder te maken, dat begrijp ik niet.

Het lijkt mij dat de overheid in een dergelijke situatie juist moet stimuleren advies in te winnen. Zodat consumenten de gaten die ontstaan door de economische situatie, weer kunnen dichten als zij dit wensen.

Volgens mij is dit een ethisch vraagstuk dat de overheid zich zou moeten stellen:

Is het ethisch om het iemand moeilijk(er) te maken oplossingen te zoeken voor problemen die je als overheid zelf hebt gecreeerd, hoe noodzakelijk dan ook?

Bij deze de oproep: Maak al het financieel advies fiscaal gefacilieerd.

Bang voor misbruik? Misschien dan iedere inwoner een maximale aftrekpost per jaar, een beetje zoals de jaarruimte.

19 days ago

Deelnemer 34 • Wat is jullie mening?

Advieskosten lijfrente en AOV niet meer aftrekbaar per 1/1/2013 want provisieverbod wordt ingevoerd. Bestaande contracten (met adviesbeloning verdisconteerd in aftrekbare premie) worden gerespecteerd.

Wordt dan ook de aftrekbaarheid van op 31/12/2012 bestaande abonnementen gericht op nazorg/beheer van lijfrente/aov gerespecteerd?

18 days ago

Deelnemer 24 • @ Deelnemer 2, @ Deelnemer 33

AFM moet nu gewoon zijn ballen laten zien en per direct bij Rutte en consorten melden dat dit echt niet kan, onwenselijk is etc. Erg goed betoog Deelnemer 33.

18 days ago

Deelnemer 28 • Wellicht goed om een aparte discussie te starten over waar de AFM nog meer zijn ballen moet laten zien! Ik ken er nog wel een paar.... ;-)

18 days ago

Deelnemer 9 • @Deelnemer 14

Dank voor je reactie op mijn vraag, en allereerst excuses voor mijn late reactie.

Het lijkt me van belang om onderscheid te maken tussen de volgende vragen:

1. Is het wenselijk dat aanbieders het klantbelang centraal stellen?
2. Zo ja, is het voor de klant dan van belang dat de aanbieder daarbij (ook) aandacht schenkt aan de mate waarin in de distributiekanaalen waarvan hij zich bedient het klantbelang centraal staat?
3. Zo ja, hoe zal de aanbieder moeten vaststellen of in al zijn distributiekanaalen het klantbelang voldoende gewaarborgd wordt? En wat moet de aanbieder dan precies doen in een situatie waarin dat niet het geval blijkt te zijn?

ad 1.

Dit is natuurlijk een retorische vraag. Ik kan me niet anders dan voorstellen dat iedereen van mening is dat aanbieders het klantbelang inderdaad centraal moeten stellen.

ad 2.

Dit is de belangrijkste vraag, want het antwoord hierop legt het principe vast!

Ik begrijp drommels goed waarom de AFM - bijvoorbeeld in haar uitwerking van de zgn. 'KNVB-criteria' - het niet alleen maar heeft over het product zelf maar ook over de distributie van het product. De aanbieder is immers volledig verantwoordelijk voor de keuze van zijn 'passende' distributiekanaalen en -partners en die keuze kan verstrekkende gevolgen hebben voor de klant.

Door deze verantwoordelijkheid te benadrukken creëert de AFM - althans zo heb ik 'm geïnterpreteerd - bewust een (nieuw) systeem van checks & balances rondom het klantbelang, in een wereld waarin de financiële banden tussen aanbieder en intermediair zijn doorgesneden. NB En de AFM gaat hierin verder, denk aan de zorgplicht in de meest brede zin des woords. Dat dit tegelijkertijd leidt tot een op z'n zachtst gezegd nogal onduidelijke situatie voor wat betreft die zorgplicht is een spin off waar we nogal last van hebben met z'n allen. En het resultaat daarvan zijn vanzelfsprekend de discussies zoals op deze plek gevoerd. (interessante discussies, maar ik word er ook niet altijd even vrolijk van).

ad 3.

Dit is waar de discussies over zullen ontstaan. Een nog volstrekt maagdelijk terrein waar we met z'n allen nog onze weg in (zullen) moeten vinden. Voor mij staan daarbij vier zaken als een paal boven water:

- vertrouwen staat aan de basis van alles
- geen dingen dubbel doen
- gemeenschappelijk doel: het zo goed mogelijk handelen in het belang van de klant (alle neuzen dezelfde kant op)
- de klant heeft baat bij een verzakelijking en verdere professionalisering van de relatie tussen aanbieder en intermediair

15 days ago

Deelnemer 14 • @AFM'er 1. Ik zie onderstaand bericht voorbijkomen via Adfiz. In mijn ogen een eerste duidelijk signaal van een behoorlijk spanningsveld. Ik neem aan dat AFM hier ook een duidelijke mening over heeft.

"Het no cure no pay tarief voor hypotheekadvies van de Rabobank is misleidend, want gratis bestaat niet. Bovendien is de 'cure' in dit geval het productadvies van de bank. Er is dus altijd sprake van een cure, en er moet daarom altijd sprake zijn van betaling. Dit systeem is dan ook niet in het belang van de klant van de Rabobank. Serieuze hypotheekklanten gaan bij de Rabobank meebetalen aan de kosten van shoppers. Om toch rendabel en concurrerend te blijven wordt de commerciële druk om producten te verkopen hoog voor de verkoopadviseurs van de Rabobank. Alle recente regelgeving is er juist op gericht om dat soort prikkels tegen te gaan.

Adfiz vraagt zich bovendien af hoe Rabobank al haar advies- en distributiekosten vergoed krijgt met deze tarieven. Ook voor de Rabobank geldt dat er geen advies- en distributiekosten in de productprijs mogen zitten. Daarnaast moeten de kosten voor niet succesvolle adviestrajecten uit dit tarief vergoed worden (no cure no pay). Bovendien moeten ook de kosten voor doorlopende dienstverlening erin zitten. Rabobank werkt immers niet met abonnementen of tarieven bij bijv. renteverlenging. Andere banken werken niet met no cure no pay, kennen aparte tarieven voor doorlopende dienstverlening en hebben een hoger adviestarief. De daadwerkelijk advies- en distributiekosten bij de Rabobank lijken onmogelijk gedekt te kunnen zijn met de nu gepubliceerde adviestarieven. Dat roept de vraag op of niet een deel van deze kosten in de productprijs van de lening of bijkomende verzekeringen is verwerkt. Wat wettelijk niet mag. Of dat het productadvies van veel mindere kwaliteit is. Of dat van beide een beetje het geval is. Het loktarief van de Rabobank maakt in ieder geval duidelijk dat het productadvies voor de klant weinig toegevoegde waarde heeft. Het is daarnaast misleidend als de klant de feitelijke kosten uiteindelijk via de rente of premie alsnog betaalt."

Ik ben benieuwd naar een reactie vanuit AFM.

10 days ago

Deelnemer 33 • Een advies moet passend zijn, juist zijn en moet reproduceerbaar zijn. Het feit dat er uiteindelijk geen product wordt afgenomen (en dus blijkbaar ook niet betaald hoeft te worden) neemt niet weg dat aan deze eisen moet worden voldaan.

Zou het niet zo moeten zijn dat de klant het advies schriftelijk mee krijgt. Als dit niet zo, dan kan natuurlijk nooit getoetst worden of een advies aan de eisen heeft voldaan.

uitgaande van de nieuwe regels (volledig aflossen, etc.) kan ik mij voorstellen dat het advies voor (jonge) starters eenvoudiger zal zijn, zeker als zij zelf veel voorwerk doen. Maar het wordt in ieder geval anders als je te maken krijgt met partners die al eens gescheiden zijn geweest, al een eigen woning hebben gehad etc. Stel dat je het voorwerk digitaal afhandelt, het is natuurlijk de vraag in hoeverre een gemiddelde klant begrijpt wat er staat. Keer op keer wordt aangetoond dat het merendeel van de consumenten financiële producten niet goed begrijpt.



Laat staan de onderlinge verbanden tussen verschillende financiële factoren en situaties. ik ben eigenlijk ook wel nieuwsgierig hoe de AFM hier tegen aan kijkt, AFM'er 1?

10 days ago

Deelnemer 33 • @AFM'er 1, zoals uit de verschillende discussie blijkt zijn er nog veel onduidelijkheden in de markt. Het gevolg is dat wij als financieel adviseurs moeten opereren in een situatie die zeer veranderlijk is en waar achteraf / plotsklaps de spelregels nog wel eens worden veranderd.

Ik begrijp dat de AFM niet op alle punten stelling kan innemen. Immers de AFM zal alle voors en tegens moeten afwegen en niet over één nacht ijs gaan.

Hopelijk begrijpt de AFM dat dezelfde omstandigheden gelden voor ons als adviseur. Alleen hebben wij niet de luxe om "rustig" de voor en tegens te kunnen afwegen. Wij zullen moeten handelen met soms beperkt inzicht, namelijk het beperkte inzicht wat straks wel en niet kan, mag en werkt.

Misschien is dit wel een kleine oproep aan de AFM om sneller inzicht te geven in de stellingname van de AFM. Er komen immers genoeg knelpunten naar voren, alleen al in deze groep, maar natuurlijk ook elders op internet.

En misschien ook een mooie gedachte in deze tijd: als het nog niet geheel duidelijk hoe is moet gaan werken, kom dan met een soort tijdelijke of tussen oplossing. Ga uit van vertrouwen. Met vertrouwen kunnen we bouwen.

10 days ago

AFM'er 1 • Hoi groepsleden,

Op 3 december wil ik deze LinkedIn-discussie afsluiten. Hij raakt ver van het oorspronkelijke onderwerp en daarom is het goed om een nieuwe discussie te starten. Helaas kan ik niet anders dan de discussie in zijn geheel verwijderen, omdat het bij LinkedIn technisch niet mogelijk is deze te sluiten maar wel zichtbaar te houden. Ik zal deze discussie vastleggen, anonimiseren en via de AFM website in pdf beschikbaar stellen. Uiteraard zal ik jullie laten weten waar dit document terug te vinden is.

Als jullie nog dringende zaken willen bespreken of suggesties hebben voor een discussie dan kan dat in het discussietopic Welke discussie wil jij graag voeren op dit platform?

https://www.linkedin.com/groupItem?view=&gid=4604047&type=member&item=183188392&qid=a157d5a0-9c0c-4eef-88fb-b5dc9339d140&trk=group_most_recent_rich-0-b-ttl&goback=%2Egde_4604047_member_176860212%2Egmr_4604047

Hieronder volgt een korte samenvatting van wat ik deelnemers hier heb zien plaatsen.

Deze samenvatting wordt later ook verspreid via de groepsmailing:

Deelnemers geven aan dat de manier waarop advieskosten aan klanten worden doorberekend, deels afhangt van het soort klant dat de adviseur voor zich heeft. Gespreide betaling van

advieskosten (over maximaal twee jaar) kan goed werken voor de minder vermogende consument. Het in één keer rekenen van de fee is daarentegen duidelijker voor de consument; die realiseert zich zo direct wat de dienstverlening kost. Dan rest de vraag vanaf welk moment kosten in rekening moeten worden gebracht. De AFM heeft gezegd dat de adviseur in ieder geval duidelijk moet maken aan de (potentiële) klant wanneer de teller begint te lopen. Verder schept het Dienstverleningsdocument hierover duidelijkheid en bevestigt de adviesovereenkomst de individuele afspraken met de klant.

In lijn met de bedoeling van het provisieverbod hebben de discussiedeelnemers het over een verschuiving van productgerichte naar klantgerichte dienstverlening. Naast productsegmentatie, wordt ook klantsegmentatie genoemd als het gaat om het behalen van efficiencyvoordelen. Arbeidsverdeling en specialisatie op kantoor kunnen efficiëncyslagen opleveren. Een mogelijk nadeel hiervan is de consument niet meer aan one-stop-shopping kan doen, als specialisatie zich niet binnen kantoor maar binnen de markt voordoet. Daarnaast kan verregaande specialisering de zoektocht naar één adviseur lastiger maken voor de consument. De consument zou dan voor de verschillende behoeftes verschillende adviseurs moeten zoeken. Ook kunnen er onderscheidende bedieningsconcepten ontstaan, die bijdragen aan een kwalitatief hoogwaardig advies tegen een redelijke prijs, waarvan de klant ook bereid is die te betalen. De markt denkt ook goed na over wat die redelijke prijs dan is.

De consument lijkt geen besef te hebben van de komende veranderingen bij het verkrijgen van advies en de gevolgen daarvan voor hem, bijvoorbeeld op het gebied van de bereidheid direct te betalen voor advies. Het verhogen van de bereidheid van consumenten om te betalen voor advies houdt sommige discussiedeelnemers bezig.

De consument zou erg gericht zijn op het resultaat, het afsluiten van een product, in plaats van de inspanning om een advies te formuleren. Dit zou de consument niet als een dienst beschouwen, wanneer er geen product aan vast zit. Ook geven deelnemers aan dat de mate van complexiteit van het product, de bereidheid van de consument om te betalen voor advies bepaalt. Hier stellen anderen tegenover dat je door je toegevoegde waarde te laten zien je als adviseur je adviesfee kan rechtvaardigen. Dit slaat volgens sommigen niet zozeer op welke werkzaamheden de adviseur voor een klant verricht, maar op wat voor voordeel de klant van deze werkzaamheden heeft.

4 days ago

Deelnemer 15 • Dag AFM'er 1,

Goed dat je de discussies nog even samenvat. Persoonlijk denk ik dat de branche geholpen is wanneer de wetgever duidelijkheid geeft over de rollen die er zijn met de daarbij behorende verantwoordelijkheden.

Hierbij denk ik zelf aan de rol voor de productaanbieder, de productbemiddelaar, de adviseur en de consument. waarbij de verantwoordelijkheden gesplitst zouden kunnen worden in initiële werkzaamheden zoals het geven van een advies of het realiseren van een product en de verantwoordelijkheden aangaande beheerswerkzaamheden. Door hier een duidelijk standpunt over in te nemen kan er ook richting de consument duidelijker worden gecommuniceerd over diens eigen verantwoordelijkheden en de bewustwording dat indien hij/zij deze verantwoordelijkheden niet wenst te dragen hij/zij hierin dient te investeren.

Vervolgens is het aan iedere marktpartij te bepalen welke rollen deze binnen diens eigen dienstverlening wenst aan te bieden of welke samenwerkingsvormen gezocht worden.

4 days ago

