

AFM Marktdiscussies

Start discussie: 22 oktober 2012

Afsluiting discussie: 3 december 2012

Hoe zien vormen van advies eruit waarbij klanten een deel van het adviesproces zelf doen? En hoe verhoudt zich dit tot de AFM leidraden?

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

Samenvatting

De discussiedeelnemers hebben verschillende gedachten als het aankomt op de vraag óf de consument zelf meer kan in het adviestraject. Meer input van de klant in het adviesproces kan efficiënter zijn, waardoor de adviseur meer tijd heeft om een deskundig advies te formuleren. Sommigen vinden vooral data-invoer een activiteit wat aan de klant kan worden overgelaten, anderen zien er juist een gevaar in om dit aan de consument over te laten; “wie is er verantwoordelijk voor de foutieve aannames? “. Er zijn deelnemers die ook kansen zien, onder andere voor deeladviezen en standaardadviezen. De meeste deelnemers zijn het er wel over eens dat de mate van complexiteit van het product en de kennis van de doelgroep hierin bepalend is. Daarnaast speelt de kwaliteit van de (online) tools waar klant en adviseur mee werken een rol.

In de discussie wordt geopperd dat het klanten meer zelf laten doen in strijd is met de wettelijke plicht van adviseurs en AFM Leidraden. De AFM wil hiervoor een stip aan de horizon bieden. In discussie heeft de AFM aangegeven dat zij wel mogelijkheden ziet voor concepten, die zich begeven op het vlak van standaardisatie of doelgroepadviezen. Het blijft echter wel een puzzel om te bepalen voor wie, of welke manier en met welke producten dit geschikt is. Een gegeven advies moet in ieder geval een passend advies zijn. Passend advies houdt rekening met de doelstellingen en kennis en ervaring van de klant, zijn risicobereidheid en de financiële situatie van de klant.

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 zien vormen van advies eruit waarbij klanten een deel van het adviesproces zelf doen? En hoe verhoudt zich dit tot de AFM leidraden?

Uit onderzoek dat Intomart Gfk deed voor de Stichting Erkend Hypotheekadviseur (SEH) blijkt dat de meerderheid van de consumenten behoefte heeft aan advisering, omdat dit hen een veiliger gevoel geeft bij het maken van een keuze voor een financieel product. Veel klanten geven aan onderdelen van het adviestraject zelf te willen doen, als ze zicht hebben op de kosten voor een advies. Dit roept de volgende vraag op:

Hoe zien vormen van advies eruit waarbij klanten een deel van het adviesproces zelf doen? En hoe verhoudt zich dit tot de adviesregels in de Wft en de leidraden van de AFM?

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

65 comments

Deelnemer 1 • Volgens mij krijg je proposities waarbij klanten online voorwerk kunnen doen. Voorwerk door de klant = minder werk voor de adviseur = korting op de fee

Deelnemer 2 • Adviseren kun je zien als een proces. In de processtappen kan de klant zeker veel zelf doen. De meeste toegevoegde waarde zit in het feit dat een goede adviseur de situatie van de klant goed in kaart brengt en die afzet tegenover de mogelijkheden die de aanbodmarkt biedt.

Het proces bestaat uit een aantal stappen van inventariseren via analyseren en bespreken van opties tot uitbrengen van advies. Naarmate aanbieders de producten ingewikkelder maken wordt het voor de klant moeilijker oordelen. Ik zie het zo dat stap 1 is het eenvoudiger maken van producten. Zorg dat de keuzes die een doelgroep over het algemeen maakt default waarden zijn. Biedt de doelgroep direct maar het product aan dat 80% van de doelgroep hebben wil

Stap 2 is het met een app makkelijker maken voor de klant inzicht te krijgen in zijn eigen situatie. Dat kan door op de doelgroep afgestemde profielvragen slimmer te stellen in consumententaal

Stap 3 stel de klant met een app in staat zijn eigen situatie af te zetten tegenover zijn keuzes en laat zien waar de keuzes niet kloppen

Stap 4 de klant koopt wat hij denkt dat goed is

Stap 5 De adviseur biedt een second opinion aan op de gemaakte keuzes.

Dat kan een relatief kort telefoongesprek zijn. dan blijkt dat 80% echt goed zit.

het zoeken is naar de 20% waarbij de keuzes mogelijk beter kunnen.

Wat hier gebeurt is dat de adviseur alleen nog doet waar ie goed in moet zijn oordelen en adviseren. De klant oriënteert zich eerst zelf al goed en vult zelf de nodige gegevens in op plekken waar dat moet. (klantprofiel, aanvraag etc.)

Bedenk dat het niet nodig is altijd alles te doen voor elke klant.

1 month ago

Deelnemer 3 • Segmentatie markt is/was te voorzien in top-2x modaal-modaal en lager. Een van de grootbanken is al bezig met applicatie online, welke weet ik niet. Hierdoor zal er helaas veel standaardadvies gaan plaatsvinden wat AFM en aanbieders juist niet willen. Kansen voor de persoonlijke adviseur is misschien het beoordelen van de standaardadviezen.

1 month ago

Deelnemer 4 • Gedreven door lagere kosten zal de groep klanten groeien die een deel van adviestraject zelf doet. Het direct en in één keer goed aanleveren van de benodigde stukken, het op voorhand via online-tools invullen van een profiel en persoonlijke gegevens en het enkel vragen om deeladvies drukken de te maken uren van de adviseur. Ik verwacht dat hierop zal worden ingespeeld door het verder differentiëren van de proposities.

1 month ago

Deelnemer 9 • Ik zie alleen mogelijkheden in het verzamelen van alle relevante gegevens. Uiteindelijk zit het meeste werk in het analyseren van het klantprofiel en dit vertalen naar een concreet advies aan deze klant. Ga je dit b.v. online faciliteren dan is de stap naar een klantprofielgenerator/beoordelaar snel gemaakt en krijg je inderdaad alleen nog maar gestandaardiseerde adviezen. Is dit dan wel wat beoogd is met leidraden ?? Uit ervaring weten wij dat klanten heel slecht in staat zijn om gegevens tijdig en compleet aan te leveren. Hoe reëel is dan de kans dat ze dit via een internettool wel kunnen ?? Je kunt wel klanten zich beter laten voorbereiden op een gesprek waardoor je tijd in het gesprek wint.

1 month ago

Deelnemer 5 • Een aantal ontwikkelingen die ik verwacht:

- Verschuiving richting execution only. Veel consumenten vinden advieskosten gewoon te hoog;
- Consumenten gaan minder 'shoppen.' Slechts summier (want gratis) informeren bij een aantal adviseurs, oriëntatie op internet en bij maximaal één adviseur een echt adviesgesprek;
- Adviseurs zullen hun adviesvergoeding omlaag moeten brengen. Zo komen er (goedbezochte) vergelijkingssites waar mensen op zoek kunnen naar de goedkoopste adviseur in hun buurt;
- Spanningsveld tussen enerzijds zorgplicht (en daarbij behorende werkzaamheden) en anderzijds de daarvoor benodigde adviesvergoeding;
- Consumenten zullen eerder dan voorheen proberen een vergoeding te claimen indien ze (achteraf) menen dat het advies onjuist is geweest;
- Aanbieders gaan op zoek naar creatieve oplossingen, bijvoorbeeld verwerking advieskosten in het (rente)tarief: www.schefferbm.nl/ING_advieskosten_renteopslag.pdf

1 month ago

Deelnemer 1 • Nu klanten gaan betalen voor de uren van de adviseur, hebben zij voor het eerst ook een financieel belang bij efficiency in het proces. Uit de dagelijkse praktijk blijkt zonneklaar dat heel veel tijd verloren gaat aan niet waarde toevoegende activiteiten als het inwinnen van de juiste stukken. Voor adviseurs vervelend werk, maar nu voor klanten ook kostprijs verhogend. Beiden hebben dus belang bij een forse efficiencyslag. Adviseurs kunnen klanten makkelijk belonen met een first-time-right korting.

Hier ligt dan ook nog een taak voor aanbieders die kristalhelder aan zullen moeten geven welke stukken waarvoor noodzakelijk zijn. Ook hierin is nog wel te winnen zo weten wij onderzoek.

1 month ago

Deelnemer 6 • Hier een leuk artikel wat aangeeft dat, los van de wettelijke veranderingen, consumenten sowieso anders met hun bank (adviseur) willen communiceren:
<http://www.banking4tomorrow.com/articles/banks-cant-compete-with-digital-for-adviceconsumenten>

1 month ago

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 Ik merk dat jullie kansen zien voor de klant om delen van het advies zelf te doorlopen. Een aantal geeft aan dat er kansen liggen in de inventarisatiefase, de klant kan zelf zijn gegevens (online) aanleveren. Tegelijkertijd uiten jullie ook zorgen over de juistheid van de gegevens als ze door de klant worden aangeleverd. Hoe kan je de juistheid van aangeleverde gegevens vergroten?

Verder zie ik een enkeling opperen dat een rol voor het intermediair ligt in het controleren van automatisch gegenereerde standaardadviezen. Interessant idee. Hoe ziet een standaardadvies er volgens jullie uit? Onder welke voorwaarden denken jullie dat dat mogelijk is?

1 month ago

Deelnemer 7 • Ik ben hier wat sceptischer over. Een "standaard/geautomatiseerd" advies of adviestraject bevat mijns inziens te veel kans op fouten dan wel niet complete adviezen. Liever "gewoon" een open gesprek met veel vragen en veel luisteren om die wensen boven tafel te krijgen. Ik merk nog te vaak dat de ideeën van het begin van het gesprek uiteindelijk toch net wat anders blijken te liggen als alle voors en tegens bekend zijn. Ook liever nog een extra gesprek of zelfs meerdere als er nog bepaalde twijfels zijn hoe iets in te vullen of af te dekken. En ja, dat is dus wel wat duurder omdat het meer werk met zich meebrengt. Dat kun je vervolgens proberen in te perken door zelfwerkzaamheid (stukken digitaal inlezen, klant alvast NAW laten invullen etc), maar dat betreft niet het advies zelf!

1 month ago

Deelnemer 8 • Ik zie geloof eerlijk gezegd niet zozeer in standaardadvies, wel in een mogelijkheden om het advies proces te standaardiseren. Door via self service tools zelfinzicht te vergroten, financiële kennis te vergroten en daarmee meer zelfinzicht te creëren in behoeften. Klanten kunnen daarbij zelf doorsnedes en vergelijkingen te maken en - indien gewenst - een second opinion laten doen. Een goede adviseur maakt zich hierbij ook weer overbodig.

1 month ago

Deelnemer 2 • Even een steen in de vijver. Ik geloof wel degelijk in een standaard advies. Dat kan aan goed geselecteerde leden van een doelgroep. Uitgangspunt van een doelgroep is de homogeniteit. Kunst is de vragen zo te stellen dat snel duidelijk is of de prospect aan de kenmerken van de doelgroep voldoet dan wel een uitzondering is. Er is niks mis met een standaard advies aan een standaard lid van de doelgroep. Wat niet meer kan is altijd alles aan iedereen vragen. Dat is een onnodig en veel te duur proces. Wel vind ik dat een adviseur het zelf gemaakte i-advies, bijvoorbeeld telefonisch, met de klant doorneemt en zo controleert. Dat is een zeer efficiënt proces dat een betaalbaar advies oplevert. Het standaard advies kan heel goed met de KNVB normen van de AFM als leidraad gemaakt worden.

1 month ago

Deelnemer 9 • Volgens mij bestaat de familie Doorsnee niet en dus werkt een standaardadvies niet. Als ik door mij door de straat rijd dan zie ik : andere gezinnen, andere leeftijden, andere werkgevers, andere wensen, andere historie. Oftewel geen 2 mensen zijn hetzelfde. Hoe wil je dan een standaard advies geven. Dan kun je net zo goed een 4 tal hokjes maken en de klant vragen om middels 3 vragen te bepalen in welk hok hij thuishoort. Past hij in hok 2 dan krijgt hij oplossing 2. Als ik het schrijf dan klinkt het al belachelijk. Kan dus niet de bedoeling van een hoogwaardig advies zijn en zou zelfs in tegenspraak zijn met hetgeen met de leidraden beoogd is.

Efficiënter werken, klanten proberen dingen zelf te laten doen vind ik allemaal prima. Maar als mijn adviseurs standaardadviezen gaan verkopen (want dat wordt het dan) dan hebben ze toch een probleem met mij.

1 month ago

Deelnemer 6 • Ha Deelnemer 9, ik kan zien wat je zegt. Als je nu advies eens vervangt voor producten. Hoe ziet er bij jou in straat dan uit? Uiteraard even los van de bedragen die aan deze producten zijn verbonden. Heeft iedereen ook niet ongeveer dezelfde auto(waarde)?

1 month ago

Deelnemer 9 • Bij mij in de straat in ieder geval niet. Ik zie een Porsche, een Volvo station maar ook een Prius. Oftewel iedereen heeft andere wensen, andere behoeften en bevindt zich in een verschillende levensfase (wel/geen kleine kinderen). In mijn straat wonen blijkbaar heel veel verschillende types dus is het lastig om ze in een hokje te stoppen.

1 month ago

Deelnemer 10 • Leuke discussie. Kan advies gestandaardiseerd worden? Dat hangt ervan af wat als advies wordt gezien? Ik ga er vanuit dat financieel advies een proces is waarbij een klant tot inzicht komt en leert mogelijke financiële problemen te zien. De oplossing van die (mogelijke) problemen kan eventueel worden gevonden in financiële producten. Het zwaartepunt ligt op het verkrijgen van inzicht (en overzicht). Een deel van dat proces is mijn inziens te standaardiseren. Maar een adviseur maakt het verschil in het begeleiden (als sparringpartner) bij het maken van de keuzes die iemand heeft. Vanuit kennis en ervaring kan een adviseur mensen helpen betere keuzes te maken.

Als sluitstuk van dit proces zijn er mogelijk ook wat producten te regelen. Als een klant dat wenst kun je dat eventueel ook verzorgen (gemak).

1 month ago

Deelnemer 3 • Standaard adviezen gaan mogelijk gemaakt worden via webbased beslissingsbomen en produktgericht. Intermediair kan dan hierover zo gewenst gaan adviseren volgens AFM leidraden of zelfs zonder leidraden als een soort financiële coach ? Vraag is wie maakt deze beslissingsbomen ? Waarschijnlijk alleen banken en verzekeringsmaatschappijen vanwege de hoge automatiseringskosten hiervan (dus geen level playing field mogelijk) en wie keuren deze beslissingsbomen goed , de AFM ?

1 month ago

Deelnemer 11 • @Deelnemer 10, ik heb gisteren nog een werkend voorbeeld mogen zien van een programma waarbij ik real time inzicht en overzicht krijg van mijn totale financiële positie inclusief de holding en werkmaatschappij in relatie tot mijn doelstellingen. Door koppelingen van bestanden inclusief boekhouding met dagelijkse opmaak van de jaarrekening te vertalen naar de prive situatie is veel mogelijk. Ook voor de accountant geldt de jaarrekening komt wel uit de cloud. Het zwaartepunt ligt volgens mij juist in de rol van sparringpartner, reflecteren en samen prioriteren.

1 month ago

Deelnemer 9 • Deelnemer 11,

Maar iemand moet dat programma van data voorzien. Gaan we er dan met zijn allen van uit dat de klant dit zomaar kan. Ik praat met heel veel klanten die van al die papieren heel weinig begrijpen. Laat een klant eens aan jou het UPO uitleggen.

Dit doet me denken aan een actie die midden jaren negentig heeft gelopen vanuit Avero om klanten hun eigen pensioen te laten verkennen. Ze kregen dan een diskette, konden hun getallen invoeren en kregen een projectie van OP, NP etc.. Wij waren vraagbaak of mensen konden ons contacten bij tekorten etc.. Kwamen we bij die mensen aan tafel dan bleek dat we eerst alle data konden wissen en vervolgens bij bruto maandsalaris niet het netto of het hele jaarloon gaan invullen. De juiste pensioenaanspraken in de goede regel.

Ik geloof dus in programma's die het mogelijk maken dat de klant zelf dingen doet maar iemand moet hun helpen bij het ordenen van de data en daarna het maken van de keuzes.

Vergelijk het eens met een deelnemer aan een BPF die de eindstreep bereikt, hij krijgt een mooi keuzeformulier : hoog/laag, wel of niet NP etc.. Mijn ervaring is dat men het heel lastig vindt om hier een juiste keuze in te maken terwijl ook hiervoor allerlei tools beschikbaar zijn via BPF waarbij de data zelfs al voorgevuld zijn.

Maken we de overstap naar collectief dan vraag ik me even af of het mogelijk is dat een klant

zijn eigen advies gestandaardiseerd maakt. Zou prima te automatiseren zijn met de juiste vraagstelling maar wie doet financieel onderzoek, bpf-onderzoek, marktverkenning. Voor diegenen die collectief vergelijken hoef ik natuurlijk niet uit te leggen dat de producten ondertussen dusdanig complex zijn dat je er een studie van moet maken om te kunnen vergelijken. Omdat dit zo lastig is hebben we volgens mij WFT pensioen gekregen. Maar een klant kan dat zelf met een computertool ???

1 month ago

Deelnemer 6 • Ha Deelnemer 9, ik ben het volledig met je eens dat de complexiteit van de data invoer niet aan de consument mag worden overgelaten. Dat is vragen om fouten en dus verkeerde veronderstellingen. Het ontsluiten van deze informatie is dus een voorwaarde. Juist bij het onderwerp is dit inmiddels heel eenvoudig geworden door de koppeling met het www.mijnpensioenoverzicht.nl. Inmiddels worden ook de mogelijkheden met de aangifte IB onderzocht. Technisch ook geen raketwetenschap meer, enkel de bron gaat steeds een jaar terug:(. Inkomen, sparen en beleggen durf ik nog wel aan de consument te vragen. Levens verzekeringen en hypotheek wordt andere koek!

1 month ago

Deelnemer 12 • De noodzaak tot efficiency wordt in de branche steeds groter en zal extra worden geprikkeld door het provisieverbod. Dan gaat gelden tijd = geld voor de consument. Zowel de consument als de adviseur is gebaat bij een efficiënt proces. Consumenten willen steeds meer zelf aan de knoppen zitten, maar dan wel onder begeleiding, zodat ze zeker weten dat ze zelf de juiste beslissingen nemen. Dat vergt een andere rol van de adviseur. Voor de adviseur is die efficiency nodig om als instituut betaalbaar te blijven. Ik geloof zelf in modules waarin de klant zijn eigen financiële gegevens opslaat, bijhoudt en bewerkt. De intermediair kan dit op afstand volgen en sturen of ingrijpen indien nodig. Daaruit kan eventueel een geautomatiseerd standaardadvies rollen waarmee de consument zelf gaat afsluiten of de hulp van een adviseur inroept. Echter dit zal lang niet voor alle consumenten een interessante optie zijn. Daarnaast zal er altijd een substantiële groep consumenten zijn die liever alles uitbesteden aan een adviseur. Die worden prima bediend op basis van een fee. Aan de markt nu de uitdaging om verschillende bedieningsconcepten te ontwikkelen en aan te bieden, dat vraagt om duidelijke keuzes en om segmentatie van klantgroepen. Voor de AFM lijkt me het van belang om de keuze van de consument te respecteren en niet te eisen dat er altijd een uitgebreide klantanalyse aan ten grondslag ligt. Sta toe dat de adviseur de klant ook kan bijstaan met een deeladvies. Daarmee is de klant gediend (anders doet hij alles zelf, zonder advies) en is de markt gediend, omdat niet bij elke adviesvraag van een klant de hele financiële situatie hoeft te worden doorgelicht. Beter deeladvies dan geen advies.

1 month ago

Deelnemer 9 • Deelnemer 12, hetgene je schrijft sluit prima aan bij mijn stellingen. Ik hoop er inderdaad op dat de wetgever inziet dat we doorgeschooten zijn in de bepaling wat nu en wel en niet een goed advies is. Een deeladvies moet prima kunnen als de klant exact weet wat je voor hem doet en voor welk deel hij zelf verantwoordelijk is. Expiratie van kleine pensioenkapitalen vind ik een perfect voorbeeld, je kunt nauwelijks adviseren maar je bent een productinkoper. Dat kunnen we prima voor de klant regelen (en doen we ook al jaren),

nu worden we echter gehinderd door wet - en regelgeving. is niet in het belang van de consument lijkt me.

Zelfde zie ik gebeuren op gebied collectief pensioen bij klein MKB. Kom net van een ondernemer met 3 man personeel, 11.000 euro pensioenpremie en contract loopt af. Ga ik dan de AFM-leidraden nalopen of doe ik wat de klant wil. Die wil verlengen en anders niets. Of kun je kiezen voor een verkort traject incl. BPF en financieel onderzoek. De klant wil alleen maar hetzelfde als hij had tegen de gunstigste tarieven. Dat noem ik in dit geval productvergelijken en daar zou deze klant heel tevreden mee zijn. Lees ik echter de leidraden, spreek ik de AFM dan kan dit volgens hun niet. Wiens belang is hiermee gediend ??

1 month ago

Deelnemer 13 • advies inwinnen gebeurt in de regel online. de berekeningen en manieren van tekstuele uitingen geven betreffende particulieren vaak een vertekend beeld.op basis van dat beeld gaat een potentiële client een advies voor hem/haar zelf inkleden. Op basis van losse elementen overziet geen enkele reguliere particulier het totaalbeeld.Daarnaast kunnen het verzamelen van stukken en het inventariseren van bv. vaste lasten uitsluitend door de client zelf worden gedaan, immers zonder juiste gegevens zal nooit een correct advies tot stand kunnen worden gebracht.

Ik denk dat het inzoomen op voorbeelden geen enkele zin heeft.

In de praktijk reik je als adviseur leidraden aan. Zo ook het op orde brengen en vooral houden van administratie.Daarbij verklaar je de verbanden , de oplossingen en vooral de specifieke product kenmerken. een Rationeel persoon kan naar aanleiding van een welonderbouwd adviesgesprek SAMEN met de adviseur tot een slotsom komen. het is dus niet de klant OF de adviseur: de samenhang van juiste informatie en vooral product als fiscale kennis kunnen de client tot een juiste afweging brengen en kiezen voor de oplossing die past bij deze client. onze stelling: SAMEN!

1 month ago

Deelnemer 14 • Een klant die zich capabel acht delen van advies zelf te doen, gaat in mijn optiek maar naar een direct writer. Ik wens niet verantwoordelijk te zijn voor de foutieve aannames van een hobbyist. Als het geen hobbyist is heeft hij mijn advies niet nodig. Wellicht te kort door de bocht maar zal het zo wel richting klant stellen.

1 month ago

Deelnemer 13 • Opvallend delen alleen heren hun mening in dit forum.jammer.Wat ons inziens meespeelt zijn de krachtvelden waarbij banken en verzekeraars niet door het Verbond van Verzekeraars worden ondersteund (media) en waarbij vooral door de AFM niet een duidelijk kader word geschept. Een nieuwe wereld impliceert dan ook nieuw leiderschap.Minister de Jager kan een hoop zaken niet overzien en een input vanuit de markt lijkt osn onontbeerlijk: wie geeft die input? worden uit dit forum conclusies getrokken? blijven onze opmerkingen maar vrijblijvend? wie is de leider in deze?een hoop frustratie verder en wat zal blijken zijn 2 zaken: grotere machtspositie Banken en Verzekeraars en ten tweede een eindklant (consument) die alle zaken zelf wenst en wil regelen omdat eht online allemaal zo lekker makkelijk gaat. Het grootste bezwaar zit hem dan ook niet in de zelfredzaamheid maar in de manier waarop het afsluiten geïnitieerd word. makkelijk,snel en vooral onbetrouwbaar.diegene achter deze processen denkt vaka maar aan 1 ding: omzet en

productie. er word nog steeds voorbijgegaan aan het klant belang wat voor een ieder op nummer 1 zou moeten staan.

1 month ago

Deelnemer 15 • Ik deel de mening dat deeladviezen mogelijk zouden moeten zijn. Het geven van deeladviezen sluit m.i. ook aan op de behoefte van klanten.

De meeste mensen willen niets meer dan de zekerheid dat ze hun huidige levensstijl kunnen voortzetten of, zo mogelijk, kunnen verbeteren. In een toekomstige wereld waarin inkomens hoogstwaarschijnlijk steeds meer gaan fluctueren en allerlei risico's nog meer bij het individu worden gelegd dan nu al het geval is, zal die wens gedurende een groot deel van het leven niet financieel duurzaam geborgd zijn. Immers: het aanleggen van de daarvoor benodigde financiële buffers en het verzekeren van risico's kost gedurende een groot deel van het leven van de klant (veel) meer geld dan deze daarvoor beschikbaar heeft én daaraan zal willen besteden.

Ieder mens zal dus keuzes moeten en willen maken en er voor kiezen bepaalde risico's op de koop toe te (blijven) nemen. De prioriteiten worden sterk bepaald door de levensfase waarin men zit.

In zo'n wereld hebben deeladviezen zin, zeker als die deeladviezen worden gegeven vanuit een breder (holistisch) denkkader, waarbij bijvoorbeeld gewerkt wordt vanuit een plan die per levensfase een beperkt aantal prioriteiten stelt. Een klant alles direct goed willen laten regelen lukt toch niet (nooit). En zal door de gemiddelde klant - die niet zijn financiën centraal stelt maar zijn leven - ook niet geaccepteerd worden. En dan is het: beter een goed deeladvies dan geen financieel advies at all. Alle beetjes helpen!

1 month ago

Deelnemer 10 • @Deelnemer 11: volgens mij zijn we het eens. @Deelnemer 6: het is natuurlijk wel mogelijk op basis van een eerste invoer al een redelijk beeld te geven. Dat beeld is dan misschien niet helemaal juist. De rol van de adviseur is dan in eerste instantie completeren en controleren. Dat hoeft, indien de klant al een behoorlijk deel van de invoer heeft gedaan, geen halve dag te kosten. Vervolgens kun je als adviseur aan de gang met het tonen van je werkelijke toegevoegde waarde.

@anderen: wat betreft deeladviezen: als de klant een compleet dossier heeft (financieel plan) wat geupdate wordt, heb je telkens opnieuw een volledig beeld waarop dat deeladvies kan worden gebaseerd. Hergebruiken van oude klantgegevens is dus het devies. Als mensen straks voor advies moeten gaan betalen, dan zijn oude adviezen geld waard. Even updaten en completeren is minder werk dan helemaal opnieuw beginnen. Al die oude adviezen staan, als het goed is, al ergens in een bestand van je (tenminste als het een bestaande klant is) . Mooie kans om de relatie nieuw leven in te blazen.

1 month ago

Deelnemer 16 • Laten we eerst eens even de uitgangspunten bepalen:

1. De klant vindt een volledig adviesproces (te) duur;
2. De klant is niet in staat om zelf de risico's inzichtelijk te krijgen;

3. De klant heeft geen zin om zijn gegevens in te voeren / is hier niet toe in staat (desinteresse);
4. De adviseur wil betaald krijgen voor zijn werkzaamheden.

In mijn ogen is het mogelijk om delen van het adviesproces door de klant zelf uit te laten voeren, maar dan voornamelijk het informeren en verzamelen.

Mogelijkheden:

1. Bij het maken van de afspraak wordt deze per e-mail aan de klant bevestigd. De klant wordt verwezen naar de website van de bemiddelaar, waar de diverse hypotheekvormen, fiscaliteiten e.d. in eenvoudig taalgebruik worden uitgelegd;
2. De adviseur een lijstje met punten om over na te denken aan de klant (het is toch altijd handig als de kinderwens niet bij jou aan tafel wordt bediscussieerd);
3. De klant kan een aanvang maken met het invullen van een online klantprofiel en het uploaden van de benodigde documenten;
4. De adviseur beperkt zich in zijn werkzaamheden tot controle, inventarisatie, analyse en advies en laat de bemiddeling over aan gespecialiseerde partijen (serviceproviders). Voor de doorlopende zorg kan worden gekozen voor een abonnement.

Kortom mogelijkheden genoeg om het proces efficiënter en daarmee goedkoper voor de klant te maken, waarbij ieder zich blijft richten op zijn kerncompetenties.

1 month ago

Deelnemer 17 • Inderdaad, Deelnemer 16, het is mogelijk om klanten veel zelf te laten doen - zeker op het gebied van financial planning en het vinden van de in dat kader passende financiële producten.

Voor een uitgewerkt voorbeeld van modulair financieel advies, waarbij een belangrijke rol is weggelegd voor de klant, verwijs ik naar "Fundamental Changes in Personal Financial Advice", het proefschrift van Bas Schuurmans (waarvan een pdf-versie op het internet is te vinden).

Het moge duidelijk zijn, dat dit vraagt om adequate elektronische tools. Ik ben ervan overtuigd dat die binnen niet al te lange tijd beschikbaar zullen komen.

1 month ago

Deelnemer 2 • Vandaag voorpagina FD:

"Consument wil niet betalen voor advies financiële producten;
Financiële sector vreest dat klant gaat doe-het-zelven"

Dit kan voor de deelnemers aan deze discussie geen nieuws zijn. Maar het artikel geeft, met onderbouwing, wel een schets van wat ons te wachten staat. Wie het niet gezien heeft beveel ik aan het even op te zoeken. Ik ben een aanhanger van de het adviesproces zoals @Deelnemer 16 dat omschrijft. Deskundig advies binnen een zo lean en mean mogelijk proces. Blijkt tijdens dat proces dat de klant een ingewikkelder situatie heeft dat hij zelf dacht dan komt dert er van zelf uit. Op dat moment is een intensiever traject ook goed uitlegbaar. dan komt een intensiever adviestraject op gang waar ook voor betyaald zal worden.

1 month ago

Deelnemer 2 • Ik vergat nog een tweede lezenswaardig artikel te vermelden. Ook in het FD van vandaag "Niet elke klant is straks nog interessant genoeg" In dat artikel komt veel van de discussies die wij hier voeren terug.

1 month ago

Deelnemer 11 • @AFM'er 1, ik zie op jouw vragen de discussie alle kanten uitgaan. Als jij een vraag stelt over advies dan neem ik aan dat jij bedoelt: De aanbeveling van een specifiek financieel product aan een consument of daar waar het een verzekering betreft een client. Dit is naar mijn mening veel beperkter als complete financiële plannen waarvoor de wettelijke basis ontbreekt.

1 month ago

Deelnemer 17 • @Deelnemer 11, moet ik hieruit begrijpen, dat jij enkel het sluitstuk van het adviestraject - het aanbevelen van een specifiek financieel product - beschouwt als een activiteit waarop Wft en BGfo van toepassing zijn? Of bedoel je te zeggen dat Wft en BGfo buiten toepassing (moeten) blijven als de advisering zich beperkt tot financial planning, waarbij geen specifieke financiële producten worden aanbevolen?

1 month ago

Deelnemer 11 • @Deelnemer 17, wat ik wil zeggen dat bij advies de Wft uitsluitend van toepassing is als er een specifiek financieel product wordt aangeboden. Het gaat er niet om of ik graag anders zou willen maar het is de wettelijk vastgelegde situatie. Onze minister heeft recent geschreven dat hij geen aanleiding ziet de definitie adviseren in de Wft aan te passen. Ik betreur dit maar voor de duidelijkheid financiële planners, life-planners, budget adviseurs, financieel echtscheidingsplanner etc.etc. vallen niet onder de Wft zolang er geen specifiek product wordt aanbevolen en niet bemiddelen. Door het provisieverbod en de toename van de executie only mogelijkheden op het gebied van hypotheek, levensverzekeringen, direct beleggen ontstaat een beroepsgroep die niet onder toezicht valt. Heeft overigens niets te maken met deze discussie. Ik wil alleen maar duidelijk maken dat er wat mij betreft geen relatie bestaat tussen een financieel plan en het provisieverbod. Het product is voor mij het plan en dat kan wel of niet financiële producten als oplossing tot gevolg hebben.

1 month ago

Deelnemer 17 • @Deelnemer 11, het is inderdaad zo zuivere financial planning geen financieel product is. Dit brengt met zich dat het gehele adviestraject onder het Wft- en BGfo-regime valt als er uiteindelijk een specifiek financieel product wordt aanbevolen (je schreef abusievelijk: aangeboden) en dat dit niet het geval is als er geen specifiek product wordt aanbevolen.

1 month ago

Deelnemer 11 • @Deelnemer 17, wij zijn het eens. Ik ben benieuwd naar jouw mening over de door mij genoemde adviesvormen in combinatie met executie only en de gevolgen voor het toezicht.

1 month ago

Deelnemer 16 • @Deelnemer 11: Ik zal mij ook nog even met deze discussie bemoeien. Ik zie de toegenomen mogelijkheden voor execution only niet zo. Momenteel is het in de Wft uitsluitend toegestaan om niet te adviseren als je de klant hier vooraf over informeert. Dan zit je nog met het BW aspect, waarbij het criterium is (volgens de jurisprudentie) dat je klanten dient te behoeden voor risico's waarvan ze de gevolgen niet kunnen overzien. Vanaf volgend jaar geldt een kennistoets bij execution only in de Wft, dus wordt het alleen nog maar moeilijker om op basis van execution only te bemiddelen.

Wij hanteren al sinds de invoering van de Wft de stelregel dat je in geval van execution only uitsluitend orders van je klant uitvoert (vergelijkingen zijn al uit den boze). Uit een normoverdragende brief van de AFM weten wij dat zij hier ook zo over denken.

Wat wij wel zien gebeuren (verwachten) is dat bemiddelaars meer zullen opschuiven naar puur advies, maar daarin wel heel specifiek een product en een aanbieder in benoemen. Vervolgens gaat de klant - al dan niet verwezen door de adviseur - met dit advies naar een bemiddelaar om de 'post' te sluiten. De bemiddelaar zal dan op basis van execution only gaan bemiddelen, maar er heeft dan al een gedegen adviestraject plaatsgevonden door een adviseur die volledig onder de Wft en het toezicht van de AFM valt.

Kortom: ik zie geen verschil.

1 month ago

Deelnemer 13 • beste collega,
wat een discussie..waarom? in het belang van banken en verzekeraars? waar is de onafhankelijkheid?het gaat niet om productkennis om of je tarief uit te leggen. De markt is op zoek naar antwoorden.Waarom is mijn beleggingsproduct niet rendabel geweest?kan ik een adviseur wel vertrouwen?gaat het wel goed als ik mijn zaken bij die bank/verzekeraar onderbreng. Wij als onderneming denken vanuit de markt en de vragen die echt spelen bij particuliere klanten in de lage tot midden inkomens groep.

Toegevoegde waarde? Het gaat om het geheel overzien en mensen met raad en daad bijstaan. Niet achterover zitten om 1x in de 5-10 jaar een enkelvoudig advies te geven.Wat is de definitie van bemiddelen?

De kenmerken van een goede bemiddelaar zijn: neutraliteit, eerlijkheid, inzicht en gezag. Een bemiddelaar moet een neutrale positie hebben in het conflict. Bovendien moeten alle partijen daar ook van overtuigd zijn. De partijen moeten erop kunnen vertrouwen dat de bemiddelaar niet de ene of de andere partij voortrekt.

Ook moeten de partijen erop kunnen vertrouwen dat de bemiddelaar eerlijk is en zich aan al zijn toezeggingen houdt, bijvoorbeeld ten aanzien van geheimhouding.

Een bemiddelaar moet goed kunnen communiceren en inzicht hebben in menselijke motieven en emoties en in de cultuur van de betrokken partijen. Verder moet de bemiddelaar onder spanning rustig kunnen blijven.

Het is een groot voordeel als een bemiddelaar een groot moreel gezag heeft. Dat kan hij of zij

misschien gebruiken om de partijen te overreden zich neer te leggen bij een compromisvoorstel. Daarom worden geestelijk leiders soms gevraagd om te bemiddelen.

Als een ieder dit leest dan is de discussie van de baan!
of een relatie een advies opvolgt houdt wezenlijk in of de richting (lees: advies) waarin een keuze moet worden gemaakt in afstemming is met de wensen en het profiel van de client. of het een expirerende lijfrente is een hypotheek of schade product: wat bied jij de client en wat is de wens van de client in wat hij/zij van jou verwacht.
door datgene uit te voeren, al dan niet door het weglopen voor je verantwoordelijkheden (execution only) gaat het om de duurzame relatie met je relatie die jaarlijks onderhevig is aan bijstelling en correctie. wat je doet maakt niet uit het gaat erom hoe je het doet.

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. Vandaag wil ik graag twee reacties geven op de opmerkingen en ideeën die afgelopen week voorbij zijn gekomen.

@Deelnemer 9 en @Deelnemer 3:

Jullie uitten je twijfels of het mogelijk moet zijn dat klanten meer zelf doen op bepaalde delen van het adviestraject. Ik zag dat @Deelnemer 2 al het volgende opmerkte:

“Het proces bestaat uit een aantal stappen van inventariseren via analyseren en bespreken van opties tot uitbrengen van advies. Naarmate aanbieders de producten ingewikkelder maken wordt het voor de klant moeilijker oordelen”.

Dat sluit goed aan bij de AFM visie op advies. Kort samengevat komt die op het volgende neer:

De AFM ziet het adviesproces als een dynamisch proces waarin inventarisatie en analyse nauw met elkaar zijn verbonden. In dit proces kan de klant bijvoorbeeld voorwerk doen om een advies tot stand te laten komen. Tijdens het adviesproces inventariseert de financiële dienstverlener voor hij tot een oplossing komt de kennis en situatie van de klant. Hierbij staan de kennis van de klant op het gebied van het mogelijk af te sluiten financiële product, de risico's, de huidige en toekomstige persoonlijke en financiële situatie van de klant en zijn wensen en behoeften centraal. De adviseur hoort hierbij zoveel mogelijk objectieve informatie te verzamelen die voldoende diepgang heeft. Let wel het is aan de adviseur om te bepalen wat voorzover redelijkerwijs relevante informatie is om in te winnen voor het advies. Dit kan per situatie verschillen. Door de verkregen informatie, samen met de klant, te prioriteren en te controleren op juistheid en volledigheid en de klant hiermee te confronteren kan vervolgens een goede analyse tot stand komen die leidt tot een passende oplossing voor de adviesvraag van de klant.

In het geval de adviseur gaandeweg de relatie goed contact heeft onderhouden met de klant en relevante wijzigingen heeft opgeslagen dan kan dit schelen in de fase dat er opnieuw een advies wordt gevraagd. Dan kan je op basis van de reeds geïnventariseerde gegevens dit

adviestraject ingaan. Dit kan inhouden dat er alleen een ‘light’ check moet plaatsvinden of de reeds geïnventariseerde gegevens nog steeds kloppen. Ook kan het zijn dat er nog aanvullende gegevens geïnventariseerd moeten worden. Dit zal dus echt per situatie verschillen.

Prioriteren, controleren en confronteren vwb het klantbeeld zijn de steekwoorden voor de taak van de adviseur. Zie je op die manier wel mogelijkheden om de klant zelf delen van het advies te laten doen? Of mogelijkheden voor deeladviezen?

1 month ago

AFM'er 2 • @Deelnemer 13

Ik begrijp je zorgen over een gebrek aan duidelijkheid vanuit de AFM. Ik hoop dat je ook begrijpt dat wij het kader kunnen bieden, zover de wetgever hier al duidelijkheid over heeft gegeven.

Voor wat betreft de opmerkingen in deze discussie: die worden zeker ter harte genomen en gelezen. De ideeën en opmerkingen zijn erg waardevol in de gedachtevorming dat plaats vindt in de verschillende werkzaamheden en projecten.

Ik ben verder benieuwd naar het volgende dat je stelt m.b.t. online adviseren door aanbieders:

“Het grootste bezwaar zit hem dan ook niet in de zelfredzaamheid maar in de manier waarop het afsluiten geïnitieerd wordt. Makkelijk, snel en vooral onbetrouwbaar”.

Kan je voorbeelden noemen van hoe het afsluiten nu makkelijk, snel en onbetrouwbaar wordt ingericht?

Vanuit de AFM vinden wij het belangrijk dat alle bedieningsconcepten voldoen aan de knvb-criteria: kostenefficiënt, nuttig, veilig en begrijpelijk. Indien een aanbieder bijvoorbeeld een product execution only aanbiedt moet ook dit afsluitproces veilig en begrijpelijk zijn.

1 month ago

Deelnemer 18 • Volgens mij wordt alles duidelijk aan de hand van de overeenkomst die uiteindelijk bij de aanbieder en de consument wordt overeengekomen. Je kan allerlei tooling leveren en klanten zelf het werk laten doen. Als vervolgens er een overeenkomst op basis van execution only wordt gesloten dan heeft de klant geen verhaalrecht (misschien privaatrechtelijk, maar dat mag geen argument binnen Wft zijn). De aanbieder heeft dan geen adviesverantwoordelijkheid.

Aanbieders die rechtstreeks de klant bedienen moeten adviesverantwoordelijk nemen, contractueel! En bij execution only moet de aanbieder zich degelijk vergewissen van de situatie, kennisniveau etc van de klant, om zeker te weten dat de klant execution only aankan.

Ik zie de meeste aanbieders, zeker de online-ones, een schijn van advies hooghouden, terwijl er feitelijk nul verantwoording gewenst is.

1 month ago

Deelnemer 9 • Eigenlijk bevestigt AFM'er 2 mijn stelling. Een klant kan prima behulpzaam zijn bij het adequaat verzamelen van gegevens. Maar uiteindelijk is het onze verantwoording om te checken of die compleet zijn. Daarna begint het proces namelijk analyseren en adviseren. Betekent dus dat je betrekkelijk weinig aan de klant kunt overlaten, digitaal of niet.

1 month ago

Deelnemer 13 • Ik begrijp niet echt de stelling..een bestaande relatie of een prospect? hier mijn mening. zodra een bestaande relatie naar zijn/haar mening een afweging heeft gemaakt in de productkeuze is het verstandig om het profiel van de betreffende client te vergelijken met deze benadering. wat betreft de leidraden: het proces waarin een client een afweging maakt bepaalt zijn stemming en keuzes. bijvoorbeeld: een jongere staat stil bij dit moment en overziet niet de toekomstige consequenties. een persoon van 40 jaar of ouder heeft ervaring op het gebied van product keuze en staat in de regel meer stil bij keuzes die effect hebben op de toekomstige consequenties. zo heeft ieder levensfase zijn specifieke kenmerken. Wat betreft advies regels en leidraden word er niet voorzien in life cycle planning. het is dus aan de client op welke manier hij/zij geholpen wilt worden en de taak van de adviseur om specifieke productkenmerken op de korte, middel lange en lange termijn af te stemmen op het profiel van de client.

Bij een prospect kan er sprake zijn van shop gedrag. wie biedt mij wat ik wil tegen het laagste tarief? ik ben van mening dat de reden van de huidige ontwikkelingen niet zozeer de vraag van de client is maar meer wat en hoe er wordt aangeboden.

als een relatie (of prospect) van huis uit of op school bewust word gemaakt van essentiële keuzes er altijd sprake is van een (betaalde) bemiddeling door een expert.

de leidraden voorzien immers de experts van handvaten doch niet de relatie.

zodra er meer word gewerkt aan het bewustzijn bij klanten zal het besef van toegevoegde waarde een grotere rol krijgen.

sparen bij de bank word met de paplepel ingegeven advies vragen heeft een nare nasmaak? overheid, en politici dienen een bewustzijn na te streven.

vr.gr. Deelnemer 13

1 month ago

Deelnemer 13 • @AFM'ER 2 er worden nog steeds mailings gedaan dat je een product krijgt bij het afsluiten van een verzekering (een i-pad o.i.d).Zie: <http://nieuwsbrief.geld-info.nl>
Echt verschrikkelijk!

Lead generatoren, koopjes, aanbiedingen..woorden die in 2013 verboden moeten worden! naast de spam die verspreid word zijn ook de schreeuwerige uitingen (vooral bij lage inkomens) een soort rode doek voor een stier: ze stormen er op af.

Als je ziet dat er nu nog koopsommen worden meegefincierd bij hypotheek, drie dubbele uitvaartverzekeringen lopen en mensen qua maandlasten volledig "vol" gepropt zijn (Loyalis is hier een kei in) heb ik maar een uitdrukking: een schande!

Niet zou alleen de DSB wegens wanpraktijken aangepakt moeten worden, wat uiteindelijk zo is gelopen, ook Aegon heeft een reputatie waar de honden geen brood van lusten. Mijn inziens zijn er teveel belangen die meewegen bij onafhankelijkheid en bedrijfsbelangen.....kon dat maar eens veranderen! vriendelijke groet B. Muller

1 month ago

Deelnemer 2 • @DEELNEMER 13 Je analyse over de afwegingen die klantgroepen maken valt te onderschrijven. Maar wat jammer dat je afsluit met een oproep aan overheid en politici. Wij moeten toch echt bij ons zelf te rade gaan en niet van een overheid verwachten dat die onze dienstverlening gaat ondersteunen. Wij zelf moeten aantonen/bewijzen dat advies toegevoegde waarde heeft.

1 month ago

Deelnemer 19 • Geen situatie is gelijk, zo blijkt vandaag maar weer. Hypotheek 38K, er keert nu een polis uit van 38K. Waar kom je dat nog tegen. De klant wil echter de hypotheek laten bestaan en de uitkering ontvangen. Bank heeft op basis van pensioenstukken (ruim voldoende) en WOZ (ruim 200K) geen enkel probleem. Tja, hier kun je natuurlijk een heel advies voor optuigen, maar dat is natuurlijk je reinste flauwekul. Je kunt ook op kosten jagen natuurlijk.

Aan @AFM'er 1 o.a. de vraag of we hier, net zoals bij bijvoorbeeld die kleine lijfrenten een gestandariseerde werkwijze in het leven kunnen roepen. En dan constateer ik maar weer, zoals eigenlijk wel vaker in deze en andere discussie(s), dat velen zo bezig zijn met de leidraden en het dichttimmeren van elke deur in een advies en/of dossier, dat we de redelijkheid soms volledig uit het oog verliezen.

NB Ik zag in de inventarisatie van deze case van onze buitendienst terugkomen dat deze man nog "wat inkomsten uit een krantenwijk" heeft. Je kunt niet zorgvuldig genoeg zijn, natuurlijk ;-)

27 days ago

Deelnemer 20 • De Wet is hier duidelijk:

Op grond van artikel 4.23 Wft moet de financiële dienstverlener informatie inwinnen over de financiële positie, kennis, ervaring, doelstellingen en risicobereidheid van de consument (het 'ken uw klant beginsel') en zijn advisering hierop afstemmen.

Bij controle zal de AFM u hierop beoordelen als referentie kunt u alle boetebesluiten van AFM (openbaar op afm.nl) doornemen.

26 days ago

Deelnemer 9 • Deelnemer 20,

Met de wet in de hand heb je volkomen gelijk. Maar nu naar de echte praktijk. Hoeveel is iemand bereid te betalen voor een dergelijk advies met een financieel belang van niets. We kunnen toch in dit soort zaken geen toegevoegde waarde leveren. Vergelijk het met de expiratie van kleine pensioenkapitalen, de keuzes voor de klant zijn heel beperkt : levenslang of hoog-laag en misschien nog uitruil. Gaat een klant daar honderden euro's voor betalen omdat wij het integraal moeten bekijken. Waarom mag een pensioenfonds dan wel volstaan met een simpel formulier met onbegrijpelijke uitleg ?

Begrijp me niet verkeerd, ik ben een heel groot voorstander van integrale advisering maar dan wel op momenten dat het echt iets toevoegt. In alle andere gevallen zie ik dat mijn klanten uitwijken naar internet en via execution only veelal de verkeerde keuzes maken.

26 days ago

Deelnemer 11 • @Deelnemer 20, zo duidelijk is het niet. Jij vergeet voor het gemak de passage "voorzover dit redelijkerwijs relevant is voor haar advies of het beheren van het individuele vermogen.

Deze passage heeft als gevolg dat bijvoorbeeld veel hypotheekadviezen niet verder gaan dan een betaalbaarheidsanalyse bij risicoscenario's. Ik vraag mij af of in het voorbeeld van Deelnemer 9 bij een expiratie van een klein lijfrentekapitaal je niet kan volstaan met een deeladvies dat ook niet veel hoeft te kosten.

26 days ago

Deelnemer 13 • @Deelnemer 11 en @Deelnemer 20, er ontstaat in beginsel een misverstand.

de adviseur geeft advies op basis van kennis en kunde. de besluitvorming ligt altijd bij een client.

Als een client de verbanden leert inzien en een keuze maakt op basis van kennis i.p.v. emotie (geld is emotie) zal er rationeel een afweging plaats vinden. bij die afweging brengt de adviseur dusdanig e.a. in kaart dat het voor de client inzichtelijk wordt wat de valkuilen zijn, de toegevoegde waarde, en vooral de prijsstelling.

Zo kan het zijn dat een verzekeraar rechtstreeks aanbiedt doch slecht bereikbaar is (praktisch). dat een bank een rente aanbiedt doch boetebedingen opneemt (geldelijk) of dat een lijfrente uitkering onder inhouding van extra kosten plaats vindt etc,etc.

een adviseur dient naast de onafhankelijkheid 1 ding voor ogen te houden: het client belang. een verkeerde keuze maakt een client nooit! een keuze wordt gemaakt op grond van informatie en kennis. dat hier gebrek aan is dat kan! door een actieve rol te spelen en alles te omschrijven kan er achteraf geen misverstand ontstaan! door in de duurzame relatie (op basis van vertrouwen en ervaringen) zal een client in de loop der jaren zijn standpunten herzien en op grond van gebleken competentie meer en meer om je advies vragen.

26 days ago

Deelnemer 13 • @Deelnemer 2 ik sprak in mijn relaas niet over het ondernemerschap of het inzicht van de adviseur! zolang er een scheve verhouding is tussen wat er wordt aangeboden en de manier waarop (regelgeving & controle) blijft het mogelijk voor bedrijven om op een onjuiste manier producten te "verkopen".

aan het client belang wordt volledig voorbij gegaan! er zal dus echt in de wet en regelgeving iets moeten gebeuren om bepaalde uitingen niet te mogen doen. (bv. een gratis i-pod bij een uitvaartverzekering).

we zijn er nog niet... handen op 1 buik: adviseur en overheid op 1 lijn brengen en gedachten bundelen tot adequate regelgeving die een toegevoegde waarde heeft voor de client!

26 days ago

Deelnemer 20 • @Deelnemer 11, Bestudeer de boetebesluiten van de AFM a.u.b

26 days ago

Deelnemer 2 • @Deelnemer 20 ik zie dat je verwijst naar de boetebesluiten. Dat zie en hoor ik veel vaker gebeuren. Ik vind dat wij ons niet moeten laten leiden door angst voor de AFM. Het gaat er om dat je het adviesvak naar eer en geweten uitvoert. Daar zijn geen stikte regeltjes voor. Natuurlijk is de Wft, en in het bijzonder art. 4.23 een leidraad maar dat wil niet zeggen dat we altijd alles in het algemeen voor iedereen moeten doen. De wet laat je voldoende vrij om met goed vakmanschap een passend advies uit te brengen. En ja dat kan in situaties heel kort zijn. Als je maar kunt onderbouwen waarom je wat in welke situatie doet. En ja die onderbouwing moet wel hout snijden maar daar ben je dan de vakman voor.

26 days ago

Deelnemer 20 • @Deelnemer 13 Hier schrik ik echt van. U laat de besluitvorming over aan de cliënt over? Wat is dan in hemelsnaam uw rol als adviseur? @Deelnemer 2 dat is helemaal geen bangmakerij. U kunt van de boetebesluiten leren. Kijk bijvoorbeeld naar de advocatuur. Ook is mijn ervaring dat leidraden van de AFM door sommige adviseurs niet gelezen worden en dat is zorgelijk. De ontwikkelingen in uw vak dient u bij te houden en dan bedoel ik niet alleen uw PE puntje halen!

26 days ago

AFM'er 1 • @Deelnemer 19

Je raakt inderdaad meerdere interessante vraagstukken. 1)Hoe diepgaand moet je inventariseren als de wens van de klant al duidelijk is? en 2) Hoe om te gaan met adviessituaties waarbij de kosten van advies niet meer opwegen tegen de toegevoegde waarde die van het advies uit kan gaan?

Hoe diepgaand je moet inventariseren, is erg afhankelijk van de situatie. Zoals aangegeven in eerdere comments is het aan de adviseur om te bepalen wat voorzover redelijkerwijs relevante informatie is om in te winnen voor het advies. Dus de adviseur moet bepalen hoe breed en diepgaand het klantbeeld moeten worden geïnventariseerd, om tot een passend advies te komen. De vraag is of je hier geen efficiency slag kan maken door het doorlopend up-to-date hebben de financiële positie van je klant? Zijn wens/behoefte heeft hij - zoals jij het stelt - duidelijk uitgesproken. Volgens mij ben je dan een heel eind in de inventarisatie en analysefase en kan je ook besparen op de kosten van je advies omdat het minder tijd kost.

Het tweede vraagstuk is een lastige, maar vooral in 2013 een hele relevante. Er zijn namelijk situaties te bedenken waar de advieskosten niet meer in verhouding staan tot de toegevoegde van het advies. Ook hier geldt dat het aan de adviseur is om te bepalen wat wat voorzover redelijkerwijs relevante informatie is om in te winnen voor het advies. Daarnaast zien we vooral voor deze adviessituaties de mogelijkheid om (gedeeltelijk) het adviesproces te automatiseren. Standaardisatie van je advies is mogelijk als het goed aansluit bij het klantprofiel dat je hebt van je klant.

Het is van belang om het belang van de klant vooral centraal te stellen en niet om je te verliezen in het dichttimmeren van je adviespraktijk. Ik denk dat professionele en vakbekwame adviseurs hier op een juiste wijze invulling aan kunnen geven. Kern blijft altijd dat er passend geadviseerd moet worden.

24 days ago

Deelnemer 9 • AFM'er 1,

Dat continu monitoren van je klant klopt helemaal bij bestaande klanten. Maar bij werknemers uit een beschikbare premie collectiviteit die ik verder niet ken, werkt dit niet. Maar ook die mensen hebben vaak hele beperkte bedragen. Dan zou je zeggen dat ze maar naar hun eigen adviseur moeten. Maar heeft die altijd een pensioenvergunning ??

24 days ago

AFM'er 1 • @Deelnemer 9

Je geeft aan de relevantie van het monitoren van je klant in te zien, maar niet te begrijpen hoe je het klantbeeld van werknemers doorlopend up-to-date kan houden bij tweede pijler pensioencontracten.

Als je klant de werkgever is, kan het efficiënt zijn doorlopend zijn klantbeeld up-to-date te houden, zoals je zelf al aangeeft.

Als je de werknemer ook wilt adviseren over bijvoorbeeld de nadere invulling van zijn collectieve regeling bij de werkgever, en je kent deze nog niet, dan zal je ook van hem een klantbeeld op moeten bouwen. Anders kan je nooit passend adviseren aan de werknemer.

12 days ago

Deelnemer 9 • AFM'er 1,

Ik deel je mening als het gaat over het maken van keuzes in de regeling die grote impact hebben. Mijn vraag is meer gericht op kleine uitkeringen waar de impact beperkt is. Door de onduidelijkheid durft niemand het meer aan om bij beperkte bedragen de klant te helpen met het aankopen van een klein pensioen en al zeker niet om te gaan "shoppen". Wil je op safe gaan dan kies je voor een volledig advies maar wil een werknemer met een beperkte uitkering dit betalen. Meestal niet en dus kiezen ze voor de standaard aanbieding van de uitvoerder. Toevallig nu weer een dossier liggen waar dit ruim 5 % minder pensioen oplevert.

11 days ago

Deelnemer 19 • @Deelnemer 9 @AFM'er 1

Uiteraard wil je de klant helpen. Maar het is materie die voor ons doorgaans gesneden koek is, maar voor velen uit mijn relatiekring totaal niet. Dat levert al een verschil op in hoe we in het verhaal staan. Je dient op dat moment bij elkaar te komen en overeenstemming te krijgen over hoe het eea ingevuld kan en dient te worden. Dat eerste is doorgaans geen probleem, kan ligt vaak wel opgesloten in maximaal 2 oplossingen, maar dan "dient".... en daar komen we weer terug bij de aanvang van het hele verhaal. Bij aanvang dien je met de klant afspraken te maken over te volgen werkwijze, wie wat doet en, niet onbelangrijk, welke kosten er mee gemoeid zijn.

Waarom dat niet opgelost en aangeven dat dit een lichte check kan zijn, dat je aan een beperkte set informatie voldoende hebt.

Als je een kleine lijfrente binnen de fiscale bandbreedte af wilt kopen kan dat moeiteloos (no questions asked), is de uitkering 1000 euro hoger, dan heb je opeens de afweging te maken

wat er dient te gebeuren. Dat is heel vreemd (en dus niet uit te leggen). Dus niet achteraf gaan toetsen of de adviseur hier wel of misschien een avondvullende voorstelling had moeten geven of kon volstaan met, ten hoogste, een beperkte set aan gegevens (op afstand te verkrijgen) die in ieder geval waarborgen dat bepaalde vragen beantwoord zijn en dat de keuze, in overleg met de klant, vastgelegd is.

11 days ago

Deelnemer 9 • Deelnemer 19,
helemaal met je eens. Ik zie ook maar 1 bezwaar, waar leg je de grens. Die wordt nu bepaald door mensen die nog nooit met een echte klant gesproken hebben. Weet je wel van die klanten van vlees en bloed die ook een mening hebben (en maar goed ook). Ik heb alleen het idee dat net naar die klanten niet geluisterd wordt. Als ik de colum van Denkers lees dan bekruipt mij het gevoel dat de toezichthouder in de veronderstelling leeft dat de gemiddelde klant zich prima via internet kan helpen. Dream on. Bewijzen genoeg uit het verleden : aandelenlease-affaire, diverse pyramideconstructies, onderzoeken van AFM over waarde-overdracht enz..

11 days ago

Deelnemer 19 • Ach... alleen maar problemen ;-)
Als de fiscus een bandbreedte kan bedenken (op basis van???) waarbinnen het mogelijk is dat er afgekocht kan worden, hetgeen dan in de nieuwe wereld ook impliceert dat er geen advies gegeven hoeft te worden, dan is het een kwestie van willen en niet van kunnen. Zet een paar technocraten een uur om tafel met een paar mensen uit de praktijk (tja, dat is dan misschien ff nieuw ;-)) en we komen er uit. Misschien zijn er die 10 redenen kunnen bedenken waarom dat niet kan, maar ga eens op zoek naar de ene waarom het wel kan of zelfs moet. Ik ben van mening dat dat wel duidelijk is uit deze discussie: klantbelang voorop. Voor een kop koffie (en een parkeerkaart) zullen er best een aantal bereid te vinden zijn tot een staakt het vuren en om uit de schuttersput te komen om af te reizen naar de Vijzelgracht.

11 days ago

Deelnemer 21 • Ik hoorde vandaag de volgende uitspraak;"Creativiteit verkopen is de ultieme uitdaging, het begint met verbinden" Ik vond dat een inspirerende uitspraak. In dit item wordt vooral gesproken over efficiency en klanten zelf aan het werk zetten om de kosten te verlagen. De verbinding is in dit geval een draadje tussen twee computers. Een echte verbinding met de klant zet de prijsdiscussie in een totaal ander perspectief.

9 days ago

Deelnemer 22 • @Deelnemer 21 ik ben het met je eens dat verbinding maken de echte soms latente verlangens en wensen van de klantspecifieke financiële leefwereld zichtbaar moet maken voor het beste advies en nazorg aan het eind. Techniek online komt een eind maar is statisch, soms inderdaad te ondiep voor verbinding op het latente niveau. Wat ik nu verwacht met het provisieverbod is een verder scheiding tussen aanbieden van financiële dienstverlening op basis van "wat moet en wat de compliance voorschrijft" en "klantspecifieke analyse op basis van dieper niveau inclusief de latente wensen bespreekbaar maken alvorens het advies te geven " De eerste is kostprijs gedreven, dus de lager prijs variant

waarbij de aanbieder zijn best doet AFM-proof te blijven. Hierbij is het goed een recommendation rate te hanteren en te publiceren online. Hierdoor blijft de klantwaardering ook via het zelfde medium zichtbaar (transparant). De duurdere variant is dan de manier waarop echt verbinding gemaakt dient te worden. En echt contact associëren we nog even met offline. Volledig of hybride. Want hoe dan ook de administratieve trajecten van documenten verzamelen kunnen we niet bij de klant in rekening brengen, toch?

Online maakt vooral een perfect portaal om de kosten niveaus te beperken op basis van vereiste aspecten (compliance, gedragscodes). In aanloop naar een advies standaard (let op : is wat anders dan standaard advies) waarin de software op basis van data-input de klant ook nog in een doelgroep kan plaatsen kunnen we ver komen. De hybride vorm waarbij klanten hun data uploaden en het advies offline plaatsvindt is de start. Hoe ziet dit advies traject er over 4 jaar uit? Zal de kostprijsmethode het winnen of toch de duurdere verbindende manier? En is de laatste echt niet 100% via online te realiseren? Ik sluit maar af met vragen omdat ik het niet eenvoudig vind antwoorden te geven in deze materie. Ik signaleer eigenlijk nu dat als er een wet ingaat die de klant centraal stelt, eerst bedrijven hun eigen efficiency in stelling brengen om het bedrijfsresultaat te borgen. Wie weet het?

8 days ago

Deelnemer 21 • @Deelnemer 22, ik denk dat waar je tegenaan loopt (ik herken het wel) de eeuwige discussie is tussen theoretische modellen en praktische invulling. Bijvoorbeeld je zin "waarin de software op basis van data-input de klant ook nog in een doelgroep kan plaatsen..." Ik heb een marketing achtergrond en als business manager snap ik die opmerking volledig. Maar in de rol van onafhankelijk adviseur die bij klanten thuis komt, lopen de rillingen over mijn rug bij zo'n zin. Tegelijkertijd omarmen we (klant/adviseur/aanbieder) de geneugten van de digitale wereld met plezier en overtuiging. Puur vanuit de klant geredeneerd zie ik zelf drie doelgroepen. De doe het zelve - de co-creator en de hulpzoeker. Puur intuïtief durf ik de volgende verhouding wel aan: 5%/25%/70%. Door automatisering en productsimplificering (momenteel de primaire ontwikkeling) kan de middengroep sterk groeien de komende jaren. Dankzij onze marketeers, veeleisende aandeelhouders, politici en economische ontwikkelingen, 'vallen' mensen echter ook steeds weer terug naar de groep hulpzoekers. Het blijft daarmee altijd een dynamisch veld. Als promotor van onafhankelijk advies bij mensen thuis, ga ik voor het zoeken naar /invullen van een betere verbindingen met de hulpzoekers, slim gebruik makend van ontwikkelingen voor de groep co-creators.

8 days ago

AFM'er 1 • Hoi groepsleden,

Op 3 december november 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 jullie hier heb zien plaatsen. Deze samenvatting wordt later gemaïld in de groepsmailing:

De discussiedeelnemers hebben verschillende gedachten als het aankomt op de vraag óf de consument zelf meer kan in het adviestraject. Meer input van de klant in het adviesproces kan efficiënter zijn, waardoor de adviseur meer tijd heeft om een deskundig advies te formuleren. Sommigen vinden vooral data-invoer een activiteit wat aan de klant kan worden overgelaten, anderen zien er juist een gevaar in om dit aan de consument over te laten; “wie is er verantwoordelijk voor de foutieve aannames? “. Er zijn deelnemers die ook kansen zien, onder andere voor deeladviezen en standaardadviezen. De meeste deelnemers zijn het er wel over eens dat de mate van complexiteit van het product en de kennis van de doelgroep hierin bepalend is. Daarnaast speelt de kwaliteit van de (online) tools waar klant en adviseur mee werken een rol.

In de discussie wordt geopperd dat het klanten meer zelf laten doen in strijd is met de wettelijke plicht van adviseurs en AFM Leidraden. De AFM wil hiervoor een stip aan de horizon bieden. In discussie heeft de AFM aangegeven dat zij wel mogelijkheden ziet voor concepten, die zich begeven op het vlak van standaardisatie of doelgroepadviezen. Het blijft echter wel een puzzel om te bepalen voor wie, of welke manier en met welke producten dit geschikt is. Een gegeven advies moet in ieder geval een passend advies zijn. Passend advies houdt rekening met de doelstellingen en kennis en ervaring van de klant, zijn risicobereidheid en de financiële situatie van de klant.

4 days ago