

VISIE EN PROVISIE

“Een adviseur die afsluit met provisie, heeft geen visie!” Met deze stevige woorden besluit lezer Marco zijn reactie op mijn laatste column. De financiële sector had al lang kunnen weten welke veranderingen in het vooruitzicht lagen, schrijft de lezer. Hij vraagt zich hardop af waarom er nog steeds financiële ondernemers zijn die blijven hangen in de ontkenningfase.

Op basis van de overige reacties op de column, is het lastig vaststellen of de mening van Marco breed wordt gedeeld in de branche. U gaf op zijn zachtst gezegd niet in grote getale gehoor aan mijn oproep om uw worstelingen, vragen en zorgen over de komende veranderingen met de AFM te delen. Mijn mailbox kreeg slechts een handjevol reacties te verwerken.

Dat kan natuurlijk te verklaren zijn door het feit dat het hoogzomer is, en u met een koud drankje in de hand op een zonovergoten strand ligt. Dat zou in deze Nederlandse kwakkelzomer zeer begrijpelijk zijn. Bovendien moet een mens – ook in deze economisch onzekere tijden – eens in de zoveel tijd wat afstand nemen. Dat scherpt de geest. Ook als u niet onder een parasol ligt, maar hard aan het werk bent voor uw klanten, kan het geen kwaad eens wat afstand te nemen en stil te staan bij uw verdienmodel.

Ik hoop van harte dat u deze zomer de tijd neemt om goed na te denken over de nieuwe wereld die in aantocht is, en



MICHEL DENKERS
Hoofd Toezicht AFM

**“NATUURLIJK IS UW
DIENSTVERLENING NIET
7 PROCENT WAARD VAN DE
TOTALE PRODUCTPRIJS”**

uw rol als ondernemer en dienstverlener in deze nieuwe realiteit. De veranderingen komen immers in rap tempo dichterbij en geen van de spelers in de financiële sector kan het zich permitteren om zijn kop in het spreekwoordelijke zand te steken.

Dat u zich hier ook van bewust bent, bewijst de storm aan reacties die het bericht over de prijsdifferentiatie van Nationale-Nederlanden opriep. De verzekeraar maakte bekend dat zij per kanaal de productprijs van haar verzekeringen zal gaan aanpassen. Totdat de verzekeraar het nieuwe prijsbeleid in zijn systemen heeft verwerkt, hanteert Nationale-Nederlanden een tijdelijke oplossing waarbij de premie voor intermediairs 7 procent lager ligt dan in het eigen kanaal. Staat hiermee vast dat uw dienstverlening 7 procent waard is van de totale productprijs? Natuurlijk niet. Niet voor u.

Dit is het moment om uw verdienmodel kritisch tegen het licht te houden en na te gaan of deze bestand is tegen de komende veranderingen. Straks, in de winterse januarimaand, plukt u daar de vruchten van. U zult dan als *early adopter* niet worden overvallen door de praktische implicaties van de nieuwe regels uit Den Haag. U hoeft dan al helemaal niet lijdelijk af te wachten totdat aanbieders voor u uitmaken wat uw dienstverlening waard is.

U heeft namelijk het heft in eigen hand genomen. Actief nagedacht over wat uw adviezen waard zijn, gesleuteld aan uw dienstverleningsconcept en innovaties doorgevoerd die uw dienstverlening efficiënter en waardevoller maken. Door samenwerkingsverbanden aan te gaan, online diensten te onderzoeken en slim na te denken over marketing zal u straks aan uw klanten kunnen uitleggen dat ze in alle gevallen bij u moeten zijn voor goed advies. Een visie op de wereld zonder provisie, die kunt u als financiële ondernemer deze zomer al ontwikkelen. Vanuit standbed of kantoorstoel. ◀◀

In aanloop naar de nieuwe financiële wereld zoekt de AFM nadrukkelijk de dialoog met onafhankelijke adviseurs. Reacties op deze column zijn welkom op vpv@afm.nl.