

Keihard kiezen voor de klant

Toespraak van Merel van Vroonhoven bij de Verzekeringsbrancedag 2014 'Keihard kiezen'
op 25 november 2014 in Utrecht

Dames en heren,

Wat een zaal met mensen! Ik heb in de afgelopen maanden met heel veel mensen gesproken, maar nog nooit met zoveel tegelijk. Ik ben dus heel blij dat u mij voor deze bijeenkomst heeft uitgenodigd en ik hoop dat deze dag bijdraagt aan een goede relatie tussen de AFM en de branche.

Ik wil het vandaag met u hebben over twee dingen: over de toekomst van uw vak en over hoe ik graag zou willen dat wij, u en ik, met elkaar omgaan. En wat mij betreft mag u mij daar dan straks alles over vragen - of vertellen wat u op uw hart heeft.

Ik zei al, dat ik de afgelopen maanden met heel veel mensen heb gesproken en daar waren ook veel adviseurs bij.

U heeft een mooi vak.

Ik weet wel dat het niet meer is zoals vroeger toen adviseurs *alleen* maar bij de mensen thuis kwamen. Toch doen velen van u dat nog steeds regelmatig en dat is op zichzelf al bijzonder. U weet hoe de mensen wonen en leven. En dan vertellen ze u ook nog dingen die ze aan hun beste vrienden nog niet zouden vertellen. Over hun financiële situatie van nu, maar ook over hun wensen en dromen. U praat met hen over de belangrijkste momenten in het leven: trouwen, een huis kopen, kinderen krijgen, maar ook over scheiden, een baan verliezen en over hun overlijden. De klanten stellen groot vertrouwen in u. Dat is bijzonder en daar mag u best trots op zijn.

Maar het is ook niet altijd makkelijk.

Eén van de gesprekken die ik de afgelopen maanden met een van uw collega's heb gevoerd is me goed bijgebleven. Het ging om een vrouw in een dorp bij Groningen. Haar vader was al assurantie adviseur en op zekere dag heeft zij zijn portefeuille overgenomen. Particuliere

verzekeringen. Maar een aantal jaren later besloot ook een oom van haar te stoppen en van hem nam ze een zakelijke portefeuille over. Omdat het werk haar te veel werd, besloot ze zich te specialiseren. Ze koos voor een specialisatie. De impact van die beslissing was groot. Haar vader had het hele dorp als klant en de dorpsgenoten waren hoogst teleurgesteld dat ze nu niet meer bij haar terecht konden. Als ze een winkel binnenkwam werd ze door sommigen van hen niet eens meer gegroet. Ze zeiden: 'We zijn kennelijk niet goed genoeg meer voor jou'. De mensen voelden zich door haar in de steek gelaten.

Het is wel een heel bijzonder voorbeeld van Keihard kiezen. Maar het toont ook aan, hoe vergaand uw relatie met uw klanten kan zijn.

En dan kom ik precies tot de kern van wat ik wil zeggen over de toekomst van uw werk.

Het is de bijzondere band met uw klant die uw werk zo uniek maakt. Maar dat schept ook verplichtingen. Als *hij* zo vol vertrouwen de risico's en onzekerheden in het leven in uw handen legt, dan moet *u* daar ook iets tegenover stellen. Namelijk de ondubbelzinnige keuze voor zijn belang.

De meesten van u zijn met dit vak begonnen in de tijd dat adviseurs in dienst waren bij een verzekeraar – of provisie kregen voor elk verkocht product. Door die provisie diende u in feite twee heren: de verzekeringsmaatschappij en de klant. Die tijd is voorbij, in ieder geval als het gaat om complexe en impactvolle producten.

Ik realiseer me heel goed dat dat veel voor u betekent. Veel adviseurs, vooral de wat grotere, hadden niet alleen een sterke band met een verzekeraar, maar binnen die verhouding ook een sterke positie.

Dat is nu allemaal anders geworden. De verhoudingen zijn op hun kop gezet en u als adviseurs moet uzelf als het ware opnieuw uitvinden. Wat is nu mijn relatie met de verzekeraars? Hoe stel ik mij op tegen opzichte van mijn klanten? En hoe richt ik mijn leven nu in als zelfstandig ondernemer?

Het is zeker niet altijd makkelijk. Vooral niet in economisch toch al moeilijke tijden.

Daar komt bij, dat de eisen die aan u worden gesteld hoog zijn.

De klanten zijn een stuk kritischer dan vroeger. Op Internet vinden ze veel informatie die ze vroeger niet hadden: op de keuzesites, en op de websites van de verzekeringsmaatschappijen. Van u verwachten ze dus veel meer dan globale informatie.

De examens die u moet doen zijn dan ook pittig. Misschien soms iets té voor uw gevoel. Althans als ik op AMweb kijk, zie ik daar een regen van klachten. Het examen is te moeilijk, de eisen zijn niet helder, de vragen staan te ver af van de praktijk.

Ik wil daar wel op reageren. Want de AFM is weliswaar niet verantwoordelijk voor die examens, maar we maken ons wel sterk voor een goede kwaliteit. Dat doen we op basis van gesprekken en werkbezoeken, zodat we weten wat er leeft in de praktijk. We organiseren seminars en webinars en we hebben nu al twee keer een online enquête gehouden over de ervaringen met de vakbekwaamheidseisen.

Ik denk dat dat de beste manier is om die examens te verbeteren. Om te zorgen dat de opleidingen en de examens zo goed mogelijk aansluiten op uw dagelijkse praktijk. Ik moedig u dan ook aan om vooral actief uw ervaringen te blijven delen. Uw kritiek heeft al geleid tot een heleboel aanpassingen bij de examens. Op die manier verbeteren we samen de relevantie en kwaliteit.

Maar ik zeg er ook bij: de eisen móeten hoog zijn. U heeft een mooi vak, maar het is ook een vak met grote verantwoordelijkheden. En dus is het terecht dat de lat hoog ligt.

De kwaliteit van uw adviezen moet onomstreden zijn. Uw klanten moeten er op kunnen vertrouwen dat zij van u het best denkbare advies krijgen. Daarmee bewijst u uw meerwaarde – met uw onafhankelijkheid en uw deskundigheid. Want een verzekering afsluiten kan tegenwoordig iedereen, maar heel precies bepalen wat in *jouw* situatie de beste keus is, dat is al een stuk moeilijker. De beste keus voor nu, want niemand wil te veel premie betalen. Maar ook de beste keus voor later, want als de nood aan de man komt moet het goed geregeld zijn. En daarvoor, voor die afweging, zijn professionals nodig. Bent u nodig.

Ik denk dat uw vak er op deze manier alleen maar mooier op wordt. Eén van uw collega's die ik de afgelopen maanden heb gesproken vertelde me, hoe hij de overstap had gemaakt naar het leven als kleine zelfstandige. Hij zei: 'Ik verdien wat minder dan vroeger, maar het werk is zo veel interessanter geworden. Er wordt veel meer een beroep gedaan op wat ik weet en

kan. Mijn relatie met de klanten is persoonlijker geworden. En ach, dat kantoor aan huis is groot genoeg. Ik ben toch bijna altijd onderweg.’

Zo moet ieder van u zijn eigen weg zien te vinden. De balans van verzekeraar, adviseur en klant moet in evenwicht komen. En dat kan alleen als u als adviseur samen met de klant aan zijn kant van de weegschaal gaat staan.

Er zijn een heleboel manieren waarop u die eigen weg kunt vinden. Deze dag is er een van. U bent hier vast niet alleen voor mij gekomen! Er zijn interessante sessies waarin u van alles kunt horen over vernieuwing van uw vak. Vanochtend kreeg Hans Gerritse de innovatieprijs voor zijn Fairzekering, een technologische vinding waardoor de chauffeur veiliger leert rijden en dus minder schade zal krijgen. Een mooi voorbeeld van hoe de inzet van technologie ook uw vak danig verandert!

Het is spannend om uit te vinden, hoe u uw klanten beter van dienst kan zijn met behulp van technologie. Hoe u er aan kunt bijdragen dat uw klanten beter beslagen ten ijs komen, beter weten wat ze willen. En dat dan bij voorbeeld dankzij uw apps of tools of met de andere digitale hulpmiddelen. Het is een prima manier om uw klanten te helpen hun positie te versterken.

En als dat uw inzet is – de positie van de klant versterken – dan vindt u de AFM aan uw zijde. Dat geldt voor de adviseurs, maar het geldt ook voor de verzekeraars. De vertegenwoordigers van verzekeraars die vandaag in de zaal zitten wil ik dezelfde boodschap geven. Kies voor het belang van de klant! Zorg dat uw producten nuttig, veilig en goed te begrijpen zijn. Vraag u bij elk nieuw product dat u bedenkt af: dient dit echt het belang van de klant? Nu, morgen, altijd.

We moeten vooruit willen met elkaar. Er is geen weg terug. We kunnen niet terug naar de tijd dat het belang van de bank of de verzekeraar of voor mijn part de adviseur zwaarder woog dan dat van de klant.

En we zijn op de goede weg. De invoering van het provisieverbod ligt bijna twee jaar achter ons en de eerste indruk die we hebben van de uitwerking is bemoedigend. Al met al zien we een verschuiving in de goede. Er komt meer differentiatie, dus klanten hebben meer te kiezen. Er ontstaat meer concurrentie en daarmee discussie over hoe het goedkoper en

beter kan. En omdat klanten u direct betalen, worden ze alerter. Ze weten wat het ze kost en worden veel kritischer en meer betrokken bij de dienstverlening die daartegenover staat.

En zo moet het ook. Een financiële dienstverlener die onvoorwaardelijk aan de kant staat van de klant draagt er toe bij, dat de klant alerter is en steviger in zijn schoenen staat. Wat moet ik precies betalen voor dit product, wat krijg ik daarvoor en is dat ook precies waar ik behoefte aan heb – het antwoord op die vragen moet voor de klant volkomen helder zijn. Alleen dan kan hij de juiste beslissing nemen en worden voorzienbare teleurstellingen voorkomen.

De AFM ziet er op toe dat dit de weg is die de financiële dienstverleners inslaan. Het is de enige manier om het geschonden vertrouwen na de financiële crisis te herstellen. We zijn streng voor wie alleen denkt aan het eigen belang. En jawel zijn streng voor wie het niet zo nauw neemt met de regels en zijn klanten benadeelt. Want zo iemand is niet alleen slecht voor zijn eigen klanten, maar voor de hele financiële sector. En ik weet zeker dat u dat met me eens bent: niemand in deze hele grote zaal heeft daar uiteindelijk belang bij.

Daarom ben ik blij met mensen zoals u, die hier bent gekomen om nieuwe dingen te horen. Mensen die vooruit willen, het vak verbeteren. Dan is de AFM altijd bereid met u mee te denken.

Maar we zijn *ook* bereid om te luisteren als u kritiek heeft op ons, om ons steeds te blijven verbeteren in ons werk. Ik heb van u begrepen dat ons imago, hoewel verbeterd, niet altijd goed is. Dat u onze manier van communiceren niet altijd efficiënt vindt en zou willen dat we ons nog beter verdiepen in de praktijk van alle dag. Daar willen we aan werken. Graag horen we van u, de professionals, wat er gaande is en ook wat uw ervaringen zijn met de AFM en waar u vindt dat het beter kan.

Daarom ben ik vandaag niet alleen gekomen om te praten, maar ook om te luisteren. En daarom organiseren wij zelf symposia voor de professionals in het veld. En we lopen eens een dagje met u mee in de praktijk. Want financiële professionals met hart voor hun werk en de wil vooruit te komen, dat zijn de mensen waar wij graag naar luisteren en mee werken.

Dames en heren,

U staat voor een stevige klus. U bent meer op uzelf aangewezen. Er worden hoge eisen aan u gesteld. Maar dat is allemaal niet voor niets. Het laat zien hoe belangrijk uw vak is. De diensten die u levert hebben een grote maatschappelijke waarde.

En misschien klink ik soms nogal streng, maar u hoeft de AFM niet te vrezen. De medewerkers van de AFM willen u echt met u meedenken als u met nieuwe ideeën komt. Als het maar ideeën zijn waarbij het belang van de klant voorop staat.

Ik wens u alvast een heel goed congres toe – en nu ben ik heel benieuwd naar uw vragen.