

Stop met jammeren, zoek Nee-knikkers

Nog steeds zijn veel intermediairs boos en gefrustreerd over de invoering van het provisieverbod per 2013. Recent nog een bericht van de CFD waarin wordt voorspeld dat de helft van de inkomsten verloren gaan door het verbod op provisie. Ook de internetfora staan bol van cynisme en negativisme. Vanuit mijn jarenlange ervaring binnen de intermediaire wereld, begrijp ik de reacties maar al te goed. Veel intermediairs hebben het gevoel altijd keurig hun werk te hebben gedaan, tot volle tevredenheid van hun klanten. Waarom moeten zij dan zo nodig veranderen van de wetgever?



door Dr. Fred de Jong

Toch is het al lang tijd om die frustratie en boosheid te parkeren en over te gaan tot het aanpassen van je bedrijf op de nieuwe omstandigheden. Want naast de regelgeving loeren er meer 'gevaren' voor het intermediair. Verzekeraars moeten kosten besparen, onder meer vanwege Solvency 2, en zullen daartoe steeds meer snijden in het provisiegebouw. Consumenten en MKB-ers kiezen vaker voor het rechtstreeks afsluiten van verzekeringen bij een verzekeraar en de banken hebben via hun kredietfaciliteit een sterke binding met het bedrijfsleven. Consumenten maken steeds meer gebruik van mobiele applicaties om hun zaken te regelen en de concurrentie tussen intermediairs onderling neemt toe. De bedreigingen voor het intermediair komen dus evenzoveel uit normale economische hoek (concurrentie, digitalisering, efficiency) als van de regelgeving. Ook als er geen provisieverbod zou komen, had het intermediair een andere koers moeten varen om het bestaansrecht overeind te houden.

En over dat bestaansrecht geen misverstand, die is er zeker. De meeste consumenten hebben nauwelijks inzicht in hun financiële situatie en wel behoefte aan grip hierop. De risico's voor het bedrijfsleven nemen toe en worden complexer. Over de dienstverlening van banken en verzekeraars zijn veel klanten zeer ontevreden. In dat speelveld is het zaak dat het intermediair zich duidelijk onderscheidt van die

banken en verzekeraars. Consumenten en bedrijven verwachten van het intermediair andere dienstverlening dan van banken of verzekeraars. Persoonlijk advies over alle aspecten van de financiële huishouding bijvoorbeeld, of specialistische kennis over pensioenen of hypotheek. Het intermediair staat voor de uitdaging om los te komen van het negatieve sentiment over financiële dienstverleners in het algemeen. Juist door je te onderscheiden van banken en verzekeraars en niet door jezelf daarmee te vergelijken.

Hoe je nu daadwerkelijk actie te ondernemen? Maak een gedegen inventarisatie van de sterke en minder sterke kanten van je bedrijf. Waar liggen met jouw bedrijf de beste kansen, waar zijn klanten bereid voor om jou

te betalen? Maar stel jezelf ook eens de vraag wat jouw klanten missen als jij ermee op zou houden. Maar hou in elk geval op met jammeren over de economie, de wetgeving of de AFM. Verspil geen energie met zaken die je zelf niet kunt beïnvloeden, maar zorg dat je een plan maakt om die veranderingen aan te kunnen. En dat is voor elke ondernemer weer anders, omdat dat te maken heeft met de omgeving waarin je werkt en het type onderneming dat je voert. Wat in ieder geval helpt is om mensen om je heen te verzamelen die nu eens niet met je mee jammeren, maar die je prikkelen om op een andere manier naar je bedrijf en je klanten te kijken. Het is van belang om uit je comfortzone te stappen en met een andere bril naar je bedrijf te kijken. Gebruik daarvoor klankborden die je durven tegenspreken, geen ja-knikkers maar juist nee-knikkers.

De omstandigheden vereisen dat het intermediair een transformatie doormaakt. Regelgeving is daar slechts een kleine oorzaak van. Maar omdat de regelgeving een duidelijke deadline stelt, 1 januari 2013, is het een uitstekend drukmiddel om die verandering ook echt handen en voeten te geven. Ik wens u daarbij veel nee-knikkers toe om uw visie en strategie aan te scherpen, zodat het intermediair zich echt gaat onderscheiden van banken en verzekeraars.