

BETREK JE GROOTSTE KLANTEN BIJ HET VERANDERINGSPROCES

Service providers sluiten naadloos aan op de transformatie die financieel adviseurs doormaken, aldus commercieel directeur Henk Smit van Acura. Maar de adviseur moet dan wel keuzes willen maken. Toon Berendsen

Acura (115 deelnemers) is een van de service providers die zijn overgebleven na de flinke sanering van dit marktsegment. Volgens mede-oprichter Henk Smit kon die sanering van de markt niet uitblijven. “Acura heeft ook niet voor niets vanaf het begin als voorwaarde gesteld dat de adviseurs die zich willen aansluiten bereid moeten zijn keuzes te maken. Claim je adviesrol, beheer je klanten goed maar laat alles daar achter – financiële administratie, marketing, opnemen telefoon, automatisering, enzovoort – door ons optuigen.”

Hoewel het pakket per individuele deelnemer wordt afgestemd, verwacht Acura dus een duidelijke keuze van kantoren die willen mee doen. Smit zegt dat Acura ook niet zit te wachten op adviseurs die zich aansluiten bij steeds die service provider die op dat moment het scherpst in de markt zit met haar tarief.

“Dan gaat het dus niet om de kwaliteit van het product of de dienstverlening, maar puur om de premie”, aldus Smit. “Maar op prijs win je het uiteindelijk toch nooit; er is altijd wel iemand goedkoper. Wij willen op rendabele wijze samenwerken met professionele adviseurs.”

Volgens Smit groeit dit besef. “Net als in andere bedrijfstakken is er bij ons een evolutie gaande. In de financiële sector is de evolutie versneld door wet- en regelgeving. Die wetten en regels hebben veel onrust veroorzaakt, maar het uiteindelijke doel is dat de eindklant een eerlijk en transparant advies krijgt. Ik vraag me overigens af of die eindklant dit zo ervaart; een hele grote groep klanten is veel minder bezig met ons vak dan politiek en toezicht graag zouden zien. Maar het effect is er ondertussen niet minder om: van adviseurs wordt verwacht dat ze hun

verantwoordelijkheid nemen en het klantbelang centraal stellen.”

Smit ziet nog steeds kantoren die worstelen met de verandering. “Een aantal kantoren heeft gedacht: het zal zo’n vaart niet lopen. Door niet of te laat op de ontwikkelingen te anticiperen, dreigen zij nu in bedrijfseconomische problemen te komen. Sowieso zijn de marges in de nieuwe situatie minder.”

STAPPENPLAN

Smit zegt heel goed te begrijpen dat de consequenties van een ommezwaai groot kunnen zijn. Acura heeft ook een stappenplan voor kantoren die besluiten zaken uit te besteden en daarbij bijvoorbeeld afscheid moeten nemen van personeelsleden. Smit adviseert ook om “je grootste klanten vanaf het begin te betrekken bij het veranderingsproces. Waarschijnlijk kan elk kantoor de veertig grootste of beste klanten zo opnoemen. Het helpt enorm als zij de noodzaak van de verandering erkennen en er in mee gaan.”

Smit voorziet dat het aantal traditionele advieskantoren en volmachtbedrijven verder zal afnemen. “Tegelijkertijd staan er steeds meer professionele eenpitters op. Veel van deze adviseurs komen van de Rabobank of grote assurantiemakelaars. Deze eenpitters zorgen momenteel ook bij ons voor een grote instroom.” Smit gelooft dat service providers een cruciale ondersteunende rol spelen bij de transformatie die adviseurs doormaken. Zodat de maatschappelijke functie van de financieel adviseur intact blijft of wordt hersteld. “Want”, meent Smit, “bij alle veranderingen die zijn opgelegd, gaat men helaas maar al te vaak aan die maatschappelijke functie voorbij.” ««



Henk Smit (Acura):
“Maatschappelijke functie
adviseur bewaken.”