

ONDERNEMERS DIE KIEZEN



**VIER ADVISEURS DIE HUN EIGEN
WEG NAAR DE KLANT VINDEN.
DRIE EXPERTS REAGEREN.
LEES HET OP DE VOLGENDE PAGINA'S**



Negen jaar geleden besloot Henk Jansen samen met Chris van Maasdijk aan de slag te gaan met expats. Hij was destijds partner bij adviesbedrijf Hereninvest (en is dat nog steeds) en kon daardoor met een startkapitaal van € 60.000 iets nieuws beginnen. Inmiddels werken er zeventien mensen (deels parttimers) voor Expat Mortgages en groeit het bedrijf nog steeds. Vorig jaar deden ze 500 zaken, dit jaar gaat dat richting de 600. Een adviestraject kost € 2975.

HENK JANSEN

'VASTHOUDEN AAN JE KEUZES, DAAR GELOOF IK IN'

HENK JANSEN IS DIRECTEUR VAN EXPAT MORTGAGES EN REGELT HYPOTHEKEN VOOR EXPATS. HIJ ZIT MET ZIJN ZEVENTIEN MEDEWERKERS IN AMSTERDAM, HAARLEM EN DEN HAAG. EN WIL UITBREIDEN NAAR UTRECHT, EINDHOVEN EN GRONINGEN. OOK DIGITAAL GAAT HIJ STAPPEN ZETTEN. WANT VOOR JE 'T WEET GAAT ER EEN SLIMMERIK MET EEN ALGORITME MET JE DOELGROEP AAN DE HAAL. "EN DAAR BEN IK LIEVER OP VOORBEREID."

Op de website van Expat Mortgages staat een 'open letter to the Dutch'. Een soort openbare excuusbrief aan Nederlandse klanten. Want die worden niet geholpen. "We would like to apologise to the Dutch but we can not and will not be of help to you. By helping the Dutch as well, we would no longer be able to guarantee the highest level of service that we are loved for by the expats."

Oprichter en eigenaar Henk Jansen gelooft er heilig in dat je moet kiezen en dat je daar dan bij moet blijven. En dus helpt hij geen Nederlanders, ook niet in magere tijden. "We doen alleen hypotheeken voor expats, dat is ons model. In de tijd van de slechte hypotheekmarkt ging iedereen er ineens andere dingen bij doen. Dat vind ik niet goed. De slechte markt hebben we overleefd doordat we zuinig zijn en geld apart hadden gezet. We hebben geen dure kantoren en rijden geen dure auto's. In Den Haag zitten we in werkruimtes van Spaces en hier in Amsterdam gebruik ik mijn fiets."

Gouden greep

Jansen begon in 2008 met advies aan expats. Een gouden greep, zegt hij. Voor deze doelgroep van hoogopgeleide professionals, die torenhoge huren moeten betalen voor een etage, vaak een riant salaris genieten waarvan ze ook nog eens 30% netto ontvangen, is kopen een goeie optie. Jansen: "Feitelijk zijn ze alleen de netto rente kwijt." Jansen is inmiddels bij veel grote bedrijven kind aan huis en krijgt veel contacten via *word of mouth*. "Ik ben altijd met iedereen in

gesprek. Als hier een omaatje uit de buurt langskomt, dan drinken we een kopje koffie. Zul je zien dat haar kleindochter volleybalt met een expat. Echt, zo werkt het. Ik geloof ook erg in samenwerken. Nederlandse klanten sturen we door naar lokale tussenpersonen. En zij sturen expats weer naar ons."

Toegevoegde waarde

Volgens Jansen durven veel van zijn collega's niet te kiezen. "Ze worden door het provisieverbod beloond voor hun toegevoegde waarde, maar vinden het moeilijk om die waarde te tonen. Terwijl, als je een duidelijke keuze maakt, dan wordt het makkelijker. Wij bieden expats een oplossing die ze zelf niet kunnen vinden, in een taal die ze begrijpen, op een plezierige manier tegen een acceptabele prijs en inclusief een netwerk van specialisten. Kijk, ik zit natuurlijk goed met deze doelgroep. Maar ik zou nog wel wat niches kunnen bedenken: gescheiden vrouwen, Shell-medewerkers, tandartsen. Dan kan je voor die specifieke doelgroep ontzettend waardevol worden."

De prijs voor een hypotheekadviestraject heeft Jansen verlaagd: van € 3800 vijf jaar geleden naar € 2975 nu. "De prijs is gezakt omdat de processen zijn versneld", zegt hij. Maar hoe lang is die prijs nog houdbaar in een markt die heel competitief is? "Dat is een heel Nederlandse vraag", reageert Jansen. "Een expat zal dat niet vragen. Die vraagt: waarom moet ik dat betalen? En dan leg ik het uit. Ik vind dat het bedrag het waard is. Daar doen we alles voor en onze

service gaat ver. Nadien worden alle vragen gratis beantwoord."

Online aanbieders

In online aanbieders ziet het kantoor niet meteen een bedreiging. Toch is Jansen wel voorbereid op slimmeriken die het op zijn doelgroep hebben voorzien. "Natuurlijk. Een van die gasten zal onze doelgroep ook wel kennen. Wij kijken nu naar online mogelijkheden; geloven in een hybride variant waarin execution only mogelijk moet zijn, maar waarin ook ruimte is voor communicatie met een adviseur." Jansen verwacht echter dat de meeste expats voor de bestaande service blijven kiezen. "Het is best een gedoe met al die buitenlandse documenten. Wij hebben goede contacten met de geldverstrekkers om het snel te regelen."

Toekomst

Het bedrijf wil uitbreiden naar Utrecht, Eindhoven en Groningen. "De contacten worden nu gelegd. En ik denk erover hoe we dat het beste kunnen vormgeven. Tot dusver redde ik het met loondienst, maar ik kan niet steeds naar Groningen rijden. Misschien trek ik een bestaand kantoor aan om mee samen te werken." Zelf gaat hij zijn pensioen niet halen bij Expat Mortgages. Althans, niet op de huidige manier. "Ik heb nog zoveel ideeën. Binnenkort stop ik met de dagelijkse leiding, er komt dan een manager die de zaak gaat runnen. Zelf ga ik dan twee dagen per week adviseren. En ik ga dit najaar een nieuwe tak opzetten: 'Expat buy to let', alleen voor expats. Daar is vraag naar. En de structuur ligt er al."



Werner Kelder (48) begon zijn loopbaan in de financiële dienstverlening in 1996 bij een assurantieadvieskantoor in Dordrecht. Na een jaar trad hij in dienst bij RVS. In 2004, na een jaar te zijn uitgeleend aan de Postbank, ging Kelder werken bij de Hypotheekshop in Dordrecht om vervolgens in 2005 naar een tussenpersoon in Barendrecht over te stappen. In 2009 begint hij voor zichzelf onder de naam Kelder Advies & Bemiddeling. Met zijn bedrijf zet hij jaarlijks zo'n € 70.000 om.

WERNER KELDER

'ALLES UITBESTEED, ZODAT IK KAN ONDERNEMEN'

WIE MET HET DORDTSE ADVIESKANTOOR VAN WERNER KELDER BELT, WORDT MEESTAL BEGROET MET EEN BRABANTS ACCENT. NIET DAT DORDRECHT PLOTSELING BENEDEN DE GROTE RIVIEREN LIGT; HET GAAT OM TELEFONISTEN VAN SERVICEPROVIDER VCN UIT NUENEN, DICHTBIJ EINDHOVEN. DOOR EEN HOOP NEVENACTIVITEITEN UIT TE BESTEDEN, KAN KELDER ZICH VRIJWEL VOLLEDIG TOELEGGEN OP HET GEVEN VAN ADVIES.

Het kantoor van Werner Kelder, op de eerste verdieping van zijn woonhuis net buiten het centrum van Dordrecht, meet zes vierkante meter. Die zijn ook nog eens flink volgebouwd met een bureau en een kastenwand vol multomappen uit het pre-cloud tijdperk, hoewel hij tegenwoordig wel alles digitaal opslaat. Meer kantoorruimte heeft hij eigenlijk ook niet nodig. Helemaal niet aangezien hij sinds februari vorig jaar zijn hele 'mid- en back-office' heeft uitbesteed aan serviceprovider VCN. "Ze doen eigenlijk alles voor me, van het opnemen van de telefoon tot het verwerken van polissen en het afhandelen van schademeldingen. Het gaat perfect en het helpt me bij het ondernemen. Via VCN kan ik bijvoorbeeld ook een selectie van mijn één-post-relaties laten maken om daar met een gericht aanbod meerpost-relaties van proberen te maken. Het kost mij teveel tijd om allemaal brieven uit te printen. Of ik moet dat 's nachts doen of ik kan minder naar klanten."

Groeispurt

Het is inherent aan de groeispurt die Kelder maakte sinds hij in 2009 voor zichzelf begon. "Je begint met 0 klanten, na een jaar had ik er 25 en nu zijn het er 375." Kelder adviseert en bemiddelt zo breed mogelijk voor particulieren en MKB-bedrijven, van schadeverzekeringen tot bedrijfsfinancieringen. "Ik heb alleen niet mijn Wft pensioen, dus ik mag de DGA daar niet over adviseren. Maar misschien dat ik mijn papieren daar ook nog voor ga halen. Door de lagere prijzen voor training en examinering is het nu een stuk aantrekkelijker en tegen leren heb ik

sowieso nooit een bezwaar gehad."

Opel

Toen hij in 2009 voor zichzelf begon, had hij er bijna 13 jaar in loondienst op zitten. Met wisselend genoeg. De lokale tussenpersoon waar hij begon, ontsloeg doorlopend personeel om het bedrijf overeind te houden. Ondanks het sterk verkoopgedreven karakter van de organisatie, had hij het daarna bij RVS wel naar zijn zin. "Het was een goede maatschappij als je kijkt naar de kwaliteit van de producten. Het is niet voor niets dat veel RVS'ers naderhand voor zichzelf zijn begonnen. Het waren hardwerkende mensen. Maar het draaide in die tijd inderdaad ook om groot, groter, grootst. Veel adviseurs vonden het maar wat belangrijk om een grote wagen te rijden. Ik vind een Opel mooi zat, daar reed ik ook bij RVS in."

Timing

Het bereiken van zijn veertigste levensjaar was voor Kelder het moment om voor zichzelf te beginnen. Qua timing, net na het omvallen van Lehman Brothers, Fortis en een reeks andere banken en verzekeraars niet echt handig. "Maar", relativeert hij, "McDonalds is ook in een slechte tijd begonnen. In een moeilijke tijd leer je vechten. Als je alleen maar goede tijden hebt gekend, word je lui." Ook het provisieverbod deed hem niet. "In 2009 zat het er al aan te komen. Ik heb mijn klanten altijd de mogelijkheid geboden om op basis van fee of provisie mijn diensten af te nemen."

Zelf rekent hij voor een hypotheekadvies € 3.500. "Dat is all-in, dus ook inclusief de

bemiddelingskosten en het adviseren en bemiddelen voor de veelal verplichte ORV. Tot nu heb ik nog nooit een klant horen morren over mijn advieskosten." De prijzenslag die zich lijkt te gaan ontrollen nu nieuwkomers met online advies tegen lage prijzen komen, neemt hij onbevreesd waar. "Uiteindelijk vertrouwen veel klanten volledig online advies toch niet helemaal. Ik heb laatst nog iemand uit de penarie geholpen die een boete dreigde te moeten betalen omdat hij de financiering niet rond kreeg. Bij Hypotheek24 was niet naar voren gekomen dat hij een BKR-notering had."

Whatsapp

Ook Kelder maakt gebruik van nieuwe technologie in het adviestraject. "Ik heb weleens de communicatie met de klant volledig via Whatsapp laten lopen, gewoon omdat het hem beter uitkwam." Bang dat zijn rol uiteindelijk wordt overgenomen door een adviesrobot of andere vormen van scripted advice is hij niet. "Er zullen altijd mensen zijn die niet zelf hun hypotheek of verzekering willen regelen en daarvoor liever de verantwoordelijkheid neerleggen bij iemand die ze vertrouwen." Hij ziet zichzelf dit werk ook nog wel doen als hij 60 is. "Je hele huishouding is erop ingericht dat je de hele dag op pad bent. Ik heb bij RVS meegemaakt dat bijna gepensioneerd adviseurs samen met hun partner een cursus van een week kregen om hen erop voor te bereiden dat hij weer fulltime thuis kwam te zitten. Dat vond ik heel positief, want dat is wel een dingetje; zowel voor de adviseur als voor zijn of haar partner." ■



A & H Finance werd in 2007 opgericht. Het bedrijf richtte zich in eerste instantie voornamelijk op zzp'ers door heel Nederland. In 2012 ging het bedrijf zich richten op particulieren in de regio Amsterdam. Robbert Brantz (45) kwam in er in 2013 bij. Zijn carrière begon aan de kasbalie bij ABN Amro. Hij klom later hoog in de rangen van het verzekeringsbedrijf van de bank. Nadat de bank in 2003 voor het verzekeringsdeel een joint-venture sloot met Delta Lloyd, werkte hij vervolgens enkele jaren ad interim als consultant op het gebied van procesintegratie bij diverse banken en verzekeraars.

ROBBERT BRANTZ

'WAT ONS ONDERSCHIEDT? EXTREEM GOEDE SERVICE'

AL VIER JAAR OP RIJ IS A & H FINANCE DOOR INDEPENDER UITGEROEPEN TOT BESTE HYPOTHEEKADVIESKANTOOR VAN NEDERLAND. GAAT ER DAN NOOIT WAT FOUT BIJ HET BEDRIJF UIT DIEMEN? JAZEKER, STELT MEDE-DIRECTEUR ROBBERT BRANTZ. "MAAR DE CRUX IS DAT JE OOK DIE ENKELE ONTEVREDEN KLANT VRIENDELIJK TE WOORD BLIJFT STAAN."

In maart van dit jaar werd A & H Finance weer opgeroepen om de Independerprijs voor beste hypotheekadvieskantoor in ontvangst te nemen. Robbert Brantz wordt er allerminst blasé van. "Het is een prijs die je krijgt van je klanten. Tegelijkertijd stelt het ook eisen aan je bedrijf, want één keer winnen is leuk, maar misschien lukt het nog wel een keer. Ondertussen word je wel steeds groter en wordt het uitdagender om je kwaliteit vast te houden."

Het bedrijf is in drie jaar tijd uitgegroeid van twee man naar nu negen mannen en vrouwen. Als dit blad is verschenen, zijn het er elf. A & H profiteert volgens Brantz van de aantrekkende woningmarkt, maar ook van de positieve aandacht die het kantoor genereert met de uitverkiezing. 90% van de klandizie haalt het bedrijf uit Amsterdam en omgeving. De overige 10% komt hoofdzakelijk uit de regio's Den Haag en Utrecht.

Even bellen

Op de vraag waarin het bedrijf zich onderscheidt van de concurrentie antwoordt Brantz: "Onze extreem goede service. We hebben liever niet dat de klant ons belt, dan zijn we hem blijkbaar niet voor geweest bij het herkennen van zijn behoefte."

Oprechte interesse in de klant staat voorop, standaard mailtjes zijn uit den boze. "Wij hanteren hier het credo 'even bellen'. Dat houdt ook in dat we 's avonds telefonisch bereikbaar zijn voor klanten die ergens wakker van liggen. Heeft het geen haast, dan pikken we de vraag de

volgende morgen om half negen op."

Een andere kreet die vaak bij A & H Finance rondgaat, is 'de klant kan scannen'. Het bedrijf heeft het adviestraject voor de consument in loondienst net zo ingericht als dat de meeste advieskantoren en banken dat doen voor zelfstandigen. De potentiële klanten moeten eerst de benodigde gegevens aanleveren zodat A & H Finance een indicatie kan geven wat er mogelijk is. Brantz: "De meeste advieskantoren beginnen eerst met een koffiegesprek van een uur zonder dat ze weten of zo'n gesprek nut heeft. Bij ons komt die koffie uiteraard ook, maar alleen als advies echt zin heeft."

Randwerk verdwijnt

De vereiste zelfwerkzaamheid bij de klant zorgt ervoor dat A & H Finance starters 'slechts' € 1.500 in rekening hoeft te brengen voor een hypotheekadvies inclusief bemiddeling en overlijdensrisicoverzekering. Voor doorstromers rekent het advieskantoor € 500 extra. "Door ons scherpe tarief hebben wij nooit last gehad van het provisieverbod. Het geld dat wij rekenen, is hoofdzakelijk voor advies. Het randwerk verdwijnt steeds meer. Uiteindelijk krijg je veel meer interfaces, zoals bijvoorbeeld met mijn-overheid.nl en stromen alle benodigde gegevens zo bij je binnen."

Geen leads

Nieuwe klanten bereiken het bedrijf hoofdzakelijk via mond tot mond reclame. Het adverteert niet en er worden ook geen leads ingekocht. Wat wel opvalt, is

dat A & H Finance goed scoort bij de zoekresultaten in Google, vrijwel direct na de 'betaalde zoekresultaten'. "We doen daar niets meer voor dan de gebruikelijke SEO-technieken. Wat natuurlijk wel helpt, is het feit dat we vier keer achter elkaar de Independerprijs hebben gewonnen en we op hun site genoemd worden."

Brantz stelt niet zoveel last te hebben van de concurrentie van banken en nieuwe (online) aanbieders. "Banken kunnen nooit zeggen dat ze onafhankelijk advies geven. Eigenlijk is de rol van de banken ook best gek. Klopt je oplossing wel als je als bank een rentetarief van 4% adviseert, terwijl je buurman met 3,25% adverteert? Is dat in het belang van de klant? Van partijen die zogenaamd online advies en execution only aanbieden, heb ik een paar dossiers gezien en ik verbaasde me over de kwaliteit ervan. Execution only aanbieders leveren alleen maar een proces, maar een klant koopt geen proces. Een klant koopt een huis. Een klant die geen advies wil maar alleen bemiddeling, zullen wij niet bedienen."

Minimale tegenwind

Waarmee direct de zeer minimale tegenwind is genoemd die ook het veel geprezen A & H Finance nog wel eens heeft. "Klanten die geen zin hebben om zelf informatie in te scannen en op voorhand te delen, passen minder goed bij ons. En natuurlijk gaat het bij ons ook wel eens fout. Ook dan is het altijd 'even bellen'. Een ontevreden klant doet je zeer, het is ontzettend belangrijk zo iemand ook vriendelijk te woord te staan." ■

am: intermediair (4)

DOOR JANNIE BENEDICTUS • FOTO PETER STRELITSKI



Joyce Fortgens (40) werkte na haar softbalcarrière tot 2001 op een makelaarskantoor en stapte toen over naar het kantoor van haar vader. Die is 71 en werkt dit jaar voor het laatst als adviseur: het PE-plus traject laat hij aan zich voorbijgaan. Fortgens Adviesgroep biedt schadeverzekeringen en hypotheeken. Er staan 1.200 relaties in de boeken waarvan 20% zakelijk.

JOYCE FORTGENS

'IK BEWAAK HET AUTHENTIEKE'

JOYCE FORTGENS IS EIGENAAR VAN FORTGENS ADVIESGROEP IN IJMUIDEN. ZE GELOOFT IN DE KRACHT VAN AUTHENTICITEIT. "PERSOONLIJK CONTACT MET DE KLANT IS VOOR ONS HET ALLERBELANGRIJKSTE. WIJ ZIJN NOG EEN ECHT INLOOPKANTOOR EN DAT WILLEN WE ZO HOUDEN." FORTGENS VOELT ZICH NIET AANGETROKKEN TOT ONLINE, SOCIAL MEDIA EN UITBESTEDING. "IK WIL ALS ONDERNEMER BIJ MEZELF BLIJVEN."

Bij Fortgens Adviesgroep in het centrum van IJmuiden kunnen de klanten nog gewoon binnenlopen met vragen. En dan weten Joyce Fortgens, haar vader en hun drie medewerkers ook precies wie er voor hun neus staat. Dat kunnen ze behappen met 1.200 relaties. "Er is altijd herkenning, ook aan de telefoon."

Voor Fortgens is het belangrijk om de klant te kennen en er alles voor te doen. "Dat heb ik van mijn vader geleerd. Hij heeft het kantoor opgericht en mij geleerd hoe je de klant op nummer één zet. Wij nemen bijvoorbeeld niets zomaar aan, we willen ook niet dat klanten zelf dingen online doen. Op onze site staan alleen maar contactknopjes. Klanten kunnen een e-mail sturen als er zaken gewijzigd moeten worden en dan bellen we altijd even na. Dat vinden we belangrijk." En dat lukt voor de schadeportefeuille nog prima met provisie, zegt Fortgens. "De ene klant heeft wat meer aandacht nodig dan de andere: wij komen er nog heel goed mee uit. We vinden het niet nodig om er een serviceabonnement bovenop te zetten."

Plan B

Mocht het provisieverbod tot schade worden uitgebreid, dan ligt plan B klaar, zegt Fortgens. "Dan gaan we werken met een vaste fee per maand, afhankelijk van het aantal posten. Ik sta dan niet te juichen, want je moet je hele portefeuille ombuigen en aan iedereen vragen of ze ermee akkoord gaan. Het voordeel is dan natuurlijk wel dat het over de hele linie gebeurt, we zitten dan met elkaar in

hetzelfde schuitje." Arbeidsongeschiktheidsverzekeringen en hypotheekverzekeringen gaan uiteraard wel op basis van fee. Fortgens: "Vooral voor hypotheek vind ik het een goed model. Ik vond voorheen de provisie vaak niet passend en leverde vaak een deel in zodat de klant een lagere rente kreeg. Voor een hypotheek van een miljoen zou ik 1% aan provisie ontvangen. Dat klopte gewoon niet."

Inzet

Fortgens ziet geen grote bedreiging in online. "Natuurlijk zijn er mensen die op internet hun schadeverzekeringen afsluiten. Maar ze komen vaak weer terug als er wat is en het niet opgelost wordt. Ze lopen dan tegen een muur aan waar zij niet, maar wij wel doorheen kunnen. Dat is onze kracht." Op de site van Fortgens staat dat het kantoor zich 'met onbegrensde inzet en een topsportmentaliteit' voor de klant inzet. "Die mentaliteit komt bij mij vandaan. Ik heb aan topsport gedaan, op internationaal niveau gesoftbald. Er helemaal voor gaan en alles uit de kast halen, dat is ook mijn streven op kantoor. Aanbieders hebben aan mij geen gemakkelijke als op bepaalde vraagstukken een 'nee' komt."

De ondernemster deed recent mee aan een toekomsttraject via branchevereniging Adfiz. "Ik liep vast in randzaken. Daarom ben ik het traject *Ruimte voor ondernemen* gaan doen, samen met vijf andere advieskantoren. Dat gaf houvast. Ik ben me gaan focussen op wat me echt voldoening geeft: het adviseren en helpen van klanten. Dát drijft mij. Maar als

je tig keer achter een polis moet aanbellen, kun je dat plezier verliezen. Het betekent dat we klanten en aanbieders moeten opvoeden. Op kantoor zijn we nu slagen aan het maken in automatisering. We willen de agendering richting klanten en verzekeraars optimaliseren. Als dingen niet op tijd binnenkomen, dan moet er op enig moment een streep onder. Dat geeft duidelijkheid en ruimte."

Controle

De ondernemster leerde ook dat ze bij zichzelf moet blijven. "Ik ben een controlfreak, dus uitbesteden past niet bij me. Dan krijg ik het benauwd. Voor online loop ik ook niet warm: ik wil persoonlijk contact, de klant aankijken. Het voelt niet goed als de klant op eigen houtje aan de slag gaat. Daarom wil ik ook niet te groot worden. We groeien wel elk jaar, vooral door mond tot mond reclame. In Facebook en Twitter zie ik in die zin geen toegevoegde waarde. Ik heb wel eens een offerte laten maken voor een social media traject, maar die kosten vond ik te hoog. Ik krijg genoeg aanwas via mijn eigen netwerk en dat zijn vaak ook klanten die goed bij ons passen."

"Ik ben er nog steeds van overtuigd dat wij als tussenpersoon de klant kunnen ontzorgen. Dat is wat wij ook in de toekomst blijven doen. En dat betekent niet dat we stil zitten: we zetten stappen in software, we investeren in vakbekwaamheid, we gaan binnenkort het kantoor verbouwen om een professionelere uitstraling te krijgen. Maar aan de persoonlijke touch mag niets veranderen." ■

Drie deskundigen over de koers van vier ondernemers

Wat vinden de experts van de ondernemerszin van het intermediair? Richard Meinders, Fred de Jong en Jurjen Oosterbaan lezen de portretten van de vier ondernemers op de pagina's hiervoor. Van welke visie zijn ze het meeste gecharmeerd? Hebben ze tips voor de ondernemers? En wat kunnen andere adviseurs van hen leren?

Richard Meinders. Grondlegger van adviesbedrijf SVC. Helpt veel advieskantoren met het ontwikkelen van hun bedrijf.



“Mooi om te lezen dat er ondernemers in de financiële dienstverlening zijn die bewuste keuzes maken! Door na te denken over hun positie hebben deze ondernemers al een behoorlijke voorsprong op hun concurrenten.

Voor mij springt de businesscase van Expat Mortgages er uit. Henk Jansen heeft een specifieke doelgroep gekozen. Door je te focussen op een doelgroep ben

je in staat jouw werk als adviseur beter te doen dan een gemiddelde financieel dienstverlener. Jij kent tenslotte alle ‘ins and outs’ van deze doelgroep!

Henk worstelt nog met de verdere uitbreiding van zijn onderneming. Hiervoor zou hij kunnen kiezen voor het aangaan van samenwerkingsverbanden of een vorm van franchise. Mijn advies is echter om dit niet te doen. Samenwerkingsvormen brengen een heel andere dynamiek met zich mee, waardoor je nieuwe vraagstukken krijgt waarmee je je nu niet hoeft bezig te houden. Ik zou proberen of één of meer van jouw topadviseurs de kar wil trekken in de groeigebieden. Zij kennen de specifieke vereisten en jouw visie. Hierdoor ben je in staat om, zonder in te boeten op kwaliteit, jouw onderneming verder uit te bouwen. Wees ook vooral niet bang dat anderen jouw businesscase kopiëren. Jij hebt een voorsprong op kennis en netwerk die door concurrenten niet snel zal worden ingehaald. Het tarief van Jansen is de laatste tijd verlaagd: maar specialistische kennis heeft zijn prijs. En voor een onderneming in de Randstad liggen de kosten over het algemeen hoger dan het landelijk gemiddelde.

LENIG

Werner Kelder heeft ook een goede keuze gemaakt door zijn administratie en ondersteuning over te dragen aan een serviceprovider. Hierdoor kan hij zich focussen op zijn primaire dienstverlening: het adviseren van zijn klanten. Het houdt zijn onderneming lenig en de kosten beheersbaar. Werner geeft aan dat hij zijn klanten breed adviseert en zelfs nog overweegt om de module Wft Pensioen te gaan halen. Een bedrijf met de omvang van dat van Werner heeft over het algemeen echter niet voldoende klanten om de vaardigheden te onderhouden die nodig zijn om goed op alle adviesgebieden te adviseren. Mijn advies is dan ook om, qua kennis, te focussen op de brede adviespraktijk en voor de meer specifieke aandachtsgebieden de samenwerking met specialisten aan te gaan.

GEWOON GOED WERK

De businesscases van A & H Finance en Fortgens Adviesgroep kennen voor mij onvoldoende specifieke waarden waardoor ze uitblinken. Goede service en klantkennis zijn in mijn beleving hygiëne factoren. Gewoon ondernemers die hun werk goed doen!” ■



De vier ondernemers: vlnr Henk Jansen, Werner Kelder, Robert Brantz en Joyce Fortgens

Fred de Jong. Zelfstandig onderzoeker/adviseur op het gebied van financiële markten. Gespecialiseerd in de intermediaire bedrijfstak.



“Met veel plezier heb ik de visies van deze vier bevlogen ondernemers gelezen. De visies zijn heel bewust tot stand gekomen; de ondernemers hebben er goed over nagedacht.

De visie van de extreem goede service sprak mij in het bijzonder aan. Ik ben ervan overtuigd dat dit voor de tussenpersoon in de toekomst zijn belangrijkste toegevoegde waarde is. Daar kun je echt het verschil maken. Service en grote klantgerichtheid in combinatie met onafhankelijkheid en een hybride dienstverleningsmodel. Verder denk ik dat de keuze voor een echte niche -expats- een heel goede is, waarbij het me vooral aansprak dat deze ondernemer ook klanten die niet in dat profiel passen durft af te wijzen.

DUN

Hoewel het uitbesteden van de mid- en backoffice vaak efficiënt is, is het ook

een risico dat de dienstverlening aan de klant wel erg dun wordt, helemaal als ook de schadeafhandeling wordt uitbesteed. Heb je dan nog wel voldoende momenten om je toegevoegde waarde te tonen aan de klant? Daar komt bij dat je je onderneming afhankelijk maakt van een serviceprovider, en dat kan je beperken in je eigen ondernemersvrijheid.

AUTHENTIEK

Het focussen op authenticiteit is zeker belangrijk. Ik vind alle ondernemers authentiek overkomen. Wat ik als een groot risico zie, is als kantoren de digitale ontwikkelingen gaan onderschatten. Natuurlijk zijn er nog genoeg klanten die niks online willen, alleen dat aantal wordt wel minder. Een ondernemer die nog jarenlang mee moet, neemt een risico als authenticiteit leidt tot dienstverlening die niet meer aansluit bij de wensen van toekomstige generaties. Waarmee ik niet zeg dat dit bij kantoor Fortgens speelt op dit moment. Ik geloof meer in de kracht van persoonlijk contact in combinatie met een digitaal proces.

BEWONDERING

Ik heb veel bewondering voor deze

ondernemers omdat ze zich durven uitspreken over hun keuzes en trots zijn op hun bedrijf. De ondernemerszin spat er vanaf. Goed ook om te lezen dat deze kantoren het provisieverbod goed verwerkt hebben en ook al nadenken over een model zonder provisie in de toekomst. De interviews maken duidelijk dat deze ondernemers goed weten waar hun toegevoegde waarde ligt en hoe ze dat moeten verkopen aan hun klanten. Daar kunnen veel intermediairs nog wat van leren.

Wat ik mis bij deze voorbeelden is een echt integrale benadering. Het adviseren over en beheren van de totale financiële situatie van een klant. Terwijl daarin juist de kracht kan liggen van het intermediair in de toekomst.

KRITISCH BLIJVEN

Mijn advies aan deze ondernemers is om kritisch te blijven op je bedrijfsvoering en goed te kijken naar alle ontwikkelingen in de financieel adviesmarkt. Blijf jezelf afvragen of de keuzes die nu zijn gemaakt, ook de succesfactoren over een paar jaar zullen zijn. Maar vooral, blijf plezier en passie uitstralen in je mooie vak!” ■

‘UITBESTEDEN HEEFT ALS RISICO DAT JE DIENSTVERLENING DUN WORDT’

Jurjen Oosterbaan-Martinius. Directeur Bureau D&O. Autoriteit op het gebied van Wft, ondernemerschap en strategische vraagstukken.



“Leuk om te lezen over ondernemers die bewust met hun bedrijf bezig zijn. Vier ondernemers die op vier verschillende manieren de toekomst tegemoet treden. De keuzes die ondernemers maken verschillen sterk. Toch denk ik dat alle vier het gaan redden. Vooral omdat ze kiezen en blijf geven te houden van hun vak.

Eigenlijk is dit meteen ook de les voor alle lezers. Neem de tijd om eens na te denken over de keuzes die je met je bedrijf wilt maken en probeer dan die keuzes zo scherp mogelijk neer te zetten. De uitkomst van die bezinning kan best zijn ‘alles laten zoals het is’. Maar misschien is de uitkomst om in de komende tijd bepaalde accenten, die al binnen het

bedrijf aanwezig zijn, scherper te trekken.

PROACTIEF

Proactief handelen, zoals Robbert Brantz doet, blijkt uit vrijwel elk consumentenonderzoek de grote, nog onvoldoende ingevulde behoefte van klanten van financieel advieskantoren. Meer weten over complexe situaties dan de gemiddelde adviseur, zoals Henk Jansen, is een bewezen succesformule.

Dicht bij de klant staan zonder poeha maar wel met echte aandacht voor de klant zoals Joyce Fortgens doet; Regio-Bank is er groot mee geworden. Ook de focus op advies en het uitbesteden van administratieve taken, de methode van Werner Kelder, blijkt uit onderzoek van Bureau D&O voor relevante groepen kantoren een goede keuze, die in ieder geval het bedrijfsrendement doet stijgen.

AANDACHTSPUNTEN

Zonder ondernemen geen risico's. Elke keuze heeft ook risico's in zich. Als de ondernemers zouden vragen waarop ik hen zou adviseren extra te letten, dan kom ik tot de volgende aandachtspunten:

1. Service brengt kosten met zich mee. Extreme service en een relatief lage prijs

gaan vaak niet samen. Houd periodiek elke minuut die iemand binnen het kantoor aan het dossier besteedt bij en controleer of de gecommuniceerde tarieven daadwerkelijk toereikend zijn.

2. Opening van extra vestigingen en aantrekken van “managers die de zaak gaan runnen.” Tja, dat zijn risicomomenten. Medewerkers die als ondernemer denken en handelen. Wees er zuinig op indien u zulke goudvinken heeft.

3. Consumenten veranderen. Wat vroeger als een last werd gezien, kan nu als een lust worden ervaren. Klanten gaan meer van elkaar verschillen. Misschien is het verstandig om de klant meer ruimte te geven door het bedieningsconcept van het kantoor zo in te richten zoals de klant dat het plezierigst vindt.

4. Volledige focus op advies kan een vruchtbare route zijn. Maar zorg dan dat je verschrikkelijk goed bent in je vak. Houd er ook rekening mee dat volmachtkantoren op enig moment de werkelijke kosten van ondersteuning in rekening moeten brengen en er geen subsidiëring vanuit de volmachttekening kan plaatsvinden. Dan nog kan uitbesteding zeer interessant blijven.” ■

‘HOUD ELKE MINUUT BIJ’