



Innoveren kan je leren

Het is tegenwoordig een en al innovatie wat de klok slaat. Twee zaken lijken daarin te domineren: ‘snel, sneller, snelst’ en ‘groot, groter, grootst’. En wie niet meedoet of mee kan doen? Die wordt de dupe van de komende (markt)disruptie. Want ‘Google neemt in no time onze markt over’ of ‘een slimmerd kan zo maar een platform bouwen om ons overbodig te maken’. En nu niet meteen de bladzijde van deze *Beursbengel* omslaan omdat je niet gelooft dat dit gaat gebeuren, of omdat je weet dat dit gaat gebeuren en er toch niets tegen te doen is.

Disruptie is synoniem voor het ontworpen van bestaande business; nieuwe opkomende bedrijven en technologieën kunnen hele markten ontwrichten, of bestaande, grote organisaties ten val brengen. Maar zoals zo veel, gaat dit nooit zo snel als een optimist denkt, maar altijd sneller dan een pessimist verwacht. En wat ik ook – ooit heb gehoord en – geloof, is dat verwachte ontwikkelingen op korte termijn langzamer gaan dan gedacht en die van de lange termijn (vaak: grotere veranderingen) juist eerder worden gerealiseerd.

Doen dus?

Eigen innovatie is een goed middel om disruptie voor te zijn. Werken aan efficiëncy, klanttevredenheid en medewerkerstevredenheid houdt nieuwe toetreders op de markt tegen. Doen dus?

Een tegenwerping om niets te doen aan innovatie: financieel advies is een dienst en persoonlijk. Dat kan niet zomaar worden overgenomen door iets tech-achtigs. Zelf denk ik dat dat een misvatting is. De reisbureauwereld – bijvoorbeeld – heeft dat ook ooit gedacht: het is belangrijk om goed te luisteren naar de klant en dan uit het brede aanbod iets te vinden dat echt bij mijn klant past. De reizenmarkt werkt met rechtstreeks boeken, vergelijkbaar met ‘direct writers’, en met tech-platforms als Booking.com of Airbnb die vraag en aanbod bij elkaar brengen.

Nog een tegenwerping: als advieskan-toor ben ik een veel te kleine speler in een grote markt. Wat voegt mijn innovatie toe aan het geheel? Als iedereen zo denkt, dan gebeurt er ook niets. En aan de andere kant: als jij beter innoveert dan anderen – kleiner en groter – in de markt, dan zullen huidige klanten dat waarderen en nieuwe klanten dat aantrekkelijk vinden. Baat het niet, dan schaadt het zeker niet.

Belangrijk om in beweging te komen

Oké; doen dus

Hoe doe je mee als financieel adviseur? Eigenlijk is het als een reis naar – bijvoorbeeld – Rome. Het begint met een eerste stap, een eerste beweging, een eerste kilometer. Zonder dat blijf je waar je bent en kom je niet vooruit. Wel is het belangrijk om te weten wat jouw doel of lonkend perspectief is; of – om in de vergelijking te blijven – Rome inderdaad jouw doel is. Ook moet je een idee hebben hoe daar te komen. Google Maps geeft je bijvoorbeeld drie keuzes als je vanuit Den Haag vertrekt: via Arnhem, via Venlo of via Antwerpen. Je kan over die keuze heel lang nadenken, maar – nogmaals – het is veel belangrij-

ker om in beweging te komen; richting jouw doel.

Starten dus. Mijn suggestie is om dat te doen met verbeteringen op IT-gebied, efficiëntere processen (hoeft niet altijd IT-gerelateerd te zijn) en/of het werken aan een hogere klanttevredenheid. Of – en daarmee gaat de vergelijking met Arnhem/Venlo/Antwerpen mank – met alle drie tegelijk. Want dat is zeer goed mogelijk. Bijvoorbeeld om de stap van het overtypen te automatiseren; daarmee verbeter je jouw proces, jouw IT én – door foutloos te zijn – de klanttevredenheid.

Maak het niet groter dan het is. Innoveren is verbeteren; het is niet – alleen – in één klap grote uitvindingen doen. Innovatie is een proces dat begint met het komen met ideeën door problemen creatief te benaderen. Om vervolgens dat idee uit te proberen en bij succes het op te schalen. En nadenken over oplossingen voor problemen? Dat kunnen we allemaal.

Ja, doen!

Vandaag starten, lijkt me. Vraag bijvoorbeeld in het eerstvolgende telefoongesprek met een klant wat er beter kan. Of stel diezelfde vraag bij het koffie drinken met jouw collega's of medewerkers. En zo ben jij gestart met innoveren. Op naar Rome!

Ik wens je veel succes! ●

De consolidatieslag binnen het intermediair is nog lang niet ten einde HOE OVERLEVEN KLEINE ADVIESKANTOREN?

De afgelopen jaren heeft een ware overnamegolf plaatsgevonden onder financieel verzekeringsadviseurs. Hoewel corona uiteraard zorgt voor een (tijdelijke) kink in de kabel, blijft de markt rijp voor verdere consolidatie. Volgens de onderzoekers telt de markt meer dan 5.000 adviseurs, waarvan de meerderheid bestaat uit kleine ondernemingen of zelfstandige adviseurs. Zo heeft driekwart van het aantal ondernemingen maar één of twee medewerkers in dienst. Echter hoe overleven deze kleine ondernemingen?

Dit onderwerp is een van de vele onderwerpen die aan bod komen tijdens de bijeenkomsten van onze assurantieclub LAC Zuid. Elke bijeenkomst staat in het teken van kennis delen en discussiëren over diverse voor de financieel adviseur belangrijke zaken. Op 19 mei organiseren we weer een bijeenkomst. Dit keer is dat een Booster Bijeenkomst, waarmee we onze (aspirant-)leden een eerste en tweede prik(kel) willen geven.

Eerste Prik(kel)

De Booster Bijeenkomst is voor onze trouwe bestaande leden een prikkel om kennis met elkaar te delen, elkaar te stimuleren tot opleidingen en te netwerken, waarbij al vele samenwerkingen en vriendschappen zijn ontstaan.

Tweede Prik(kel)

De Booster Bijeenkomst biedt ook de gelegenheid om op de hoogte te raken van elkaars specialisatie en die te benutten. Door marktwerking is het nagenoeg niet meer mogelijk om alle specialisaties binnen het volledig financieel advies als kantoor zelf in huis te hebben. Steeds meer kantoren, hebben, naast de basis zoals verzekeringen en hypotheek, ook een specialisatie op het gebied van: aankoopmakelaardij, verkoopmakelaardij, juridisch advies, fiscaal advies, nalatenschapsadvies tijdens leven, afwikkelen nalatenschappen, bouwkundig advies, verhuur van kluisloketten, echtscheidingsadvies, advies op het terrein van energie en duurzaamheidsadvisering.

Door gebruik te maken van elkaars expertise, is het mogelijk om de klanten volledig te ontzorgen rondom alle life-events die in een mensenleven kunnen vóórkomen.

Boosteren van LAC Zuid

Ons bestaande netwerk kan nog mooier worden door verbreding van het aantal leden in de verschillende specialisaties. Op 19 mei 2022, op de Booster Bijeenkomst, kunnen onze bestaande leden ook gastleden uitnodigen om eens kennis te maken met LAC Zuid. Onder het genot van een hapje en een drankje kun je de sfeer proeven binnen LAC Zuid.

Wil je hier liever niet op wachten en wil je de booster nu al, neem dan contact met ons op. Wij leggen de voordelen van een lidmaatschap van LAC Zuid graag persoonlijk aan je uit. Alleen samen krijgen we de huidige consolidatieslag onder controle.



Agenda 2022

22 maart - Jaarvergadering
19 mei - Boosterbijeenkomst
28 juni - Lunchbijeenkomst
Houd onze website www.laczuid.nl in de gaten voor onze verdere evenementen en netwerkbijeenkomsten.

FEDERATIE WERPT BLIK OP CONSOLIDATIE IN DE INTERMEDIAIRE MARKT

Op de AMDag, 29 maart 2022, vanaf 14.30 uur in de zaal Kalvermelk 2C, organiseert de Federatie van Assurantieclubs een sessie 'Wie wint er van de consolidatie in de intermediaire markt?'

Op de intermediaire markt is de laatste maanden een ware consolidatiegolf gaande. De vakbladen staan er vol mee. Het ene intermediairbedrijf neemt het andere over; om vervolgens ook weer zelf overgenomen te worden. De Federatie van Assurantieclubs heeft drie gasten uitgenodigd die een blik werpen hier-

op, ieder vanuit hun eigen invalshoek. Vragen die aan bod komen zijn:

- Wat is de reden van de overnamegolf? En waar eindigt het?
- Welke effecten zijn er op de korte en middellange termijn te verwachten?
- Is het einde van het traditionele assurantieadviseurskantoor nabij?
- Gaat de focus op aandeelhouderswaarde niet ten koste van het klantbelang?
- En is deze ontwikkeling goed of slecht voor de klant?

De gasten die Bert Sonneveld, voorzitter van de Federatie van Assurantieclubs, ontvangt, zijn:

- Henri Veldsink, algemeen directeur Veldsink Groep;
- Rudy van Leeuwen, manager Toezicht Ver-

zekeren & Pensioenen, Autoriteit Financiële Markten (AFM);

- Björn Bierhaalder, eigenaar MCH Consultancy | Make Change Happen.

Geïnteresseerd en (bijna) lid van één van de assurantieclubs die aangesloten zijn bij de Federatie? Dan zien we je graag op de AMDag. Opgeven kan via <https://www.amdag.nl/>.

AMdag; 29 maart 2022 vanaf 14.30
Wie wint er van de consolidatie in de intermediaire markt?

