



VIJF VRAGEN AAN INTERMEDIAR...

BIANCA DE GRAAFF

TEKST BIANCA DE GRAAFF, EIGENAAR DE GRAAFF FINANCIËEL ADVIES

'Geen junkfood, maar met liefde bereid adviesfood'

1. Wat verstaat u onder klantgerichtheid?

Duurzaam adviesfood. Onze gesprekspartners zijn hongerig naar antwoorden in de niet aflatende stroom van informatie, waar op elk blog, app, website of ouderwets verjaardagsfeestje wel een kenner zit. Ons beroep is een vakgebied en wij dienen ons daar ook naar te gedragen. Je gesprekspartner zit, appt, mailt, facetimed niet voor niets met je en betaalt daarvoor. Duurzaam adviesfood is als je gesprekspartner doorheeft, dat wat hij zegt niet altijd door ons wordt uitgevoerd. Simpelweg omdat dit niet een passend advies is. De antwoorden spiegelen met wat men nu eigenlijk bedoelt en het welzijn van je gesprekspartner voorop te zetten. Natuurlijk zonder data geen duurzaam advies, maar al deze informatie toepassen en vertalen naar de werkelijke toedracht, is een vak. De regels van de partijen -geldverstrekkers en verzekeraars- interpreteren zodat je je data kunt omzetten in duurzaam innovatief advies. Zelf kan ik enorm blij worden van het gevoel je gesprekspartner te kunnen verwoorden.

2. Noem twee voorbeelden uit uw adviespraktijk waar u trots op bent?

Bijvoorbeeld het samengesteld gezin dat het geluk weer bij elkaar had gevonden en de huurwoning aankoopt. Met hun persoonlijk verhaal toch de acceptant van de geldverstrekker kunnen overtuigen na de afwijzing. Binnenkort is de overdracht. Natuurlijk moesten ze samen spreekwoordelijk met de billen bloot, maar dit werd gewaardeerd door de geldverstrekker. De software kon deze aanvraag niet aan, maar met onze toegevoegde waarde als adviseur maken we het verschil. Of de klant die aangaf dat hij mijn interview voor VVP had gelezen en eerst bij een andere adviseur was geweest. Beschaamd vertelde de klant dat mijn gesprek best ongemakkelijk voelde, maar dat hij zich ook gesterkt voelde door mijn openheid en inlevingsvermogen om de financiële waarheid te vertellen.

3. In hoeverre is digitalisering essentieel om klantgericht te werken?

De Davilex en de Rolodex, het klantkaartsysteem of enkel de Excellijsten, ze zijn niet meer van deze tijd. Om goed overzicht te hebben, dien je mijns inziens te weten wat er speelt in het financiële leven en dient je gesprekspartner dit ook aan te leveren. Een digitale omgeving is onontbeerlijk, zelfs met de AVG. Zelf droom ik van één systeem, een samenwerking tussen de diverse partijen: verzekeraars, overheid, incasso-systeem, kadaster, verschillende softwareprogramma's, telefoonsystemen, inkooporganisaties, de bank en ga zo maar door. Klanten maken gebruik van diverse apparaten en zij willen hiermee met ons communiceren.

Geautomatiseerde processen geven ons tijd als adviseur om daadwerkelijk het welzijn en het menselijk aspect te kunnen omarmen. Duurzaam adviesfood met een glimlach. Informatie is aanwezig, helaas is het vaak nog een kwestie van geld om koppelingen te maken en niet iedereen wil met elkaar 'spelen'. Uiteindelijk betaalt de klant de prijs. Immers om de informatie continue over te kloppen in de verschillende systemen, daar wordt niemand wijzer van. De enige constante is de verandering in deze tijd van digitalisering. Zelf ervaar ik dat ik zijn baken ben en mijn gesprekspartner de keuzes voorhoud waar hij een beslissing op kan baseren.

4. Wat is een inspirerend voorbeeld als het gaat om klantgerichtheid?

Waar ik blij van kan worden is de Coolblue 'Alles voor een glimlach'-slogan. Vanaf het moment dat je de website opzoekt, tot de mogelijkheden van interactie met de klantenservice, het heeft iets persoonlijks. De beleving van het moment van informeren en aanschaffen van een product, de levering in de specifieke blauwe doos,, alles klopt. Op dit moment ervaar ik dat dit nog een utopie is in onze branche, maar dit nastreven, daar werk ik voor.

5. Wat wenst u verzekeraars en intermediairs toe als het gaat om klantgerichtheid en waarom?

Versta je vak en blijf op de hoogte van duurzaamheid in je advies. Geen junkfood, maar mooi, met liefde bereid adviesfood. In Nederland zijn we omringd met opleidingsmogelijkheden, collega's en congressen en kunnen we ondersteund worden door allerlei dienstverleners. Blijf naar elkaar kijken als mens, wees geïnteresseerd in je vakgebied en verschuil je niet achter regels of wetgeving. Ik zou willen zeggen 'own' het vak, wees trots en maak het verschil. De gesprekspartner is voor het onafhankelijk intermediair ook de verzekeraar, ook wij zijn geen data en willen met een glimlach tegemoet worden getreden. Laten we investeren in elkaar. Duurzaam advies zorgt ervoor dat je gesprekspartner zich veilig bij je voelt en de volgende keer weer bij je komt voor advies. Zorg ervoor dat jouw inzet een glimlach oplevert. ■