

De focus verlegd

“Verzekeringsproducten kunnen een zodanige impact hebben op iemands leven dat het advies daarover niet gezien mag worden als het simpelweg slijten van een product. Dat geldt niet alleen voor levenproducten, maar ook voor schadeverzekeringen.” Voor Richard Boxtart van het gelijknamige advieskantoor in Apeldoorn reden om een nieuw concept op basis van een abonnement te ontwikkelen waarbij onafhankelijke advisering het uitgangspunt is.

Boxtart gaat met zijn nieuwe plannen een stapje verder dan de meeste adviseurs die op feebasis werken. Een omslag in denken en werken die niet van de ene op de andere dag is gekomen. Hij wilde al in de jaren negentig anders te werk gaan, maar gaf daar niet direct gehoor aan. Wel koos hij ervoor zijn grote kantoor (twintig medewerkers) terug te brengen tot een kantoor aan huis. Pas na een verandering in zijn privéleven besloot hij zijn focus te verleggen. “Na een ongeluk waar ik een whiplash aan overhield, werd ik gedwongen minder te gaan werken”, vertelt hij. Een afstand die hem enerzijds goed deed, want het heropende zijn visie. “Ik wilde investeren in mijn klanten, maar constateerde tegelijk dat het door mij gegeven advies door sommigen werd benut als onderhandelingspunt bij een ander of uitsluitend om informatie in te winnen. De klant die wel een product afsloot, betaalde in feite voor voorgangers die voor mij veel minder waardevol waren.” Boxtart wilde daar verande-

ring in aanbrengen. “Ik heb de kennis, ben ingeschreven in de registers van SEH, FFP, DSI, RPA en RLP, maar kon deze kennis tien jaar geleden nog niet vertalen naar een onafhankelijke adviespraktijk waarin de klant het focuspunt was.”

LEVEN VAN JE DROOM

De definitieve omslag kwam toen hij personal coach Gerard van der Made ontmoette. “Hij vertelde een verhaal over het ‘leven van je droom’ waardoor alles op zijn plaats viel. Tijdens een andere bijeenkomst – georganiseerd door Allianz met meerdere tussenpersonen in Markelo – besepte ik, net als de andere aanwezigen, dat onze adviespraktijk anders moest worden ingericht. Terwijl de organiserende verzekeraar verwachtte dat de aanwezigen zouden inzetten op andere producten en een andere provisiestructuur, kwam de groep tot de conclusie dat de advisering een nieuwe dynamiek moest krijgen en de wensen van de klant centraal moest stellen. Ik was de eerste die daar scandeerde dat ik het roer om zou gooien en beleefde ook direct

weer plezier aan mijn werk.” Van de ene op de andere dag besloot Boxtart zijn bedrijfsopzet te wijzigen. “Dat gebeurde in oktober 2006. Ik had qua opbouw een doorsnee portefeuille, die is opgebouwd sinds 1926, en de transitie is niet zonder vallen en opstaan gegaan.” Bestaande klanten bood hij de keuze tussen provisie of beloning op feebasis, maar lang niet iedereen bleek bereid om een uurtarief te betalen. Wat hij wel kreeg was een hernieuwd inzicht in zijn clientèle. “Door een andere manier van vragen stellen kreeg ik inzicht in het leven van klanten. Die klant komt namelijk geen hypotheek afsluiten, maar komt naar mij toe omdat hij iets wil verwezenlijken. Door je dat als tussenpersoon te realiseren, weet je ook dat daar geen provisiebeloning bij past.”

Een visie die niet per definitie iedereen aanspreekt, heeft Boxtart aan den lijve ervaren. “Zo’n overgang kost geld, zeker in het eerste jaar. Je haalt nog niet de helft van de ‘normale’ omzet op levenproducten. Ik denk dat ik in het eerste jaar ruim 30 procent behaalde. Mijn geloof was echter groot genoeg en na de dip merkte ik ook dat er nieuwe aanwas ontstond.”

Wel merkte hij dat de randvoorwaarden goed ingevuld moeten zijn bij een overgang op feebasis. “Bij de eerste klant die weigert te betalen kom je erachter dat de algemene voorwaarden degelijk opgesteld moeten zijn.” De lancering van zijn nieuwe dienstverlening heeft daarom een stevig fundament meegereggen met goede abonnementsvoorwaarden, goede algemene voorwaarden en een helder verhaal naar buiten. Voorwaarden die in de optiek van Boxtart noodzakelijk zijn



om zijn dienstverlening naar een hoger plan te trekken.

ABONNEMENTENSERVICE

Waar een uurtarief over het algemeen in rekening wordt gebracht voor levenproducten en hypotheeken, wil Boxtart een stap verder gaan. “In mei starten wij met een abonnementservice voor het totale pakket, van schade tot Life Planning. In dat concept gaan we veel investeren. Een nieuwe website en de naam ‘IkKan! Financial Life Coaches’ zullen de basis vormen om ons sterk te profileren. Niet alleen naar de klant toe, maar ook naar gelieerde bedrijven. Doelgroepen die wij willen bereiken door mond-tot-mond reclame.”

Met gelieerde bedrijven doet Boxtart onder meer op notarissen, advocaten, administratie- en accountantskantoren. “Daar willen wij onze meerwaarde laten zien, maar tegelijk geef ik ook toe dat het enige tijd zal vergen om het vertrouwen te winnen. Om ons initiatief de wind in de zeilen te geven organiseren we in mei een presentatie in



Apeldoorn, waar we iedereen laten zien wat we doen en hoe we tot een advies komen, maar ook dat er geen dubbeltje provisie door ons wordt verdiend.”

Wat zo'n totale transitie wel tot gevolg kan hebben, is dat ook het basisinkomen uit schadeverzekeringen wegvalt. “Tot nu was dat onze drijver”, erkent Boxtart. “Al zal die niet helemaal verloren gaan. Wij willen onze bestaande klanten de keuze bieden. Een optie die men ook na een adviesgesprek nog mag invullen.”

Nieuwe klanten krijgen geen keuzemogelijkheid, maar wordt uitsluitend in het nieuwe concept bediend. “Voor het abonnementsgeld monitoren we alle polissen, pensioenen, vermogensopbouw, het estate plan en de hypotheek. Na een eerste gratis gesprek waarin ik onze werkwijze uitleg, krijgt de klant een voorstel van mij thuisgestuurd. Pas wanneer hij tekent voor akkoord, gaan wij voor hem aan het werk.” Zeker de eerste jaren zal dat een flinke tijdsinvestering zijn, waar ook voor de klant kosten aan zijn ver-

bonden, want voor het opstellen van een persoonlijk plan rekent Boxtart een uurtarief. “De hoogste kosten voor de klant betreffen met name het eerste plan. Simpelweg omdat het maken van een Financial Life Plan veel uren kost. Dit kunnen drie tot vijf gesprekken zijn van gemiddeld 2 tot 2,5 uur en vervolgens moet het plan worden opgesteld.” Is die eerste stap gezet, dan is het volgens Boxtart een kwestie van bijhouden. “Van mijn klanten wil ik A-klanten maken, die altijd een beroep op me kunnen doen. Ook als zich wijzigingen in de persoonlijke situatie voordoen. Dat is inbegrepen bij de abonnementsprijs.” Eenmaal in een periode van negen tot tien maanden wordt de klant bezocht. Tijdens dat gesprek wordt bekeken of zijn wensen nog overeenstemmen met zijn Financial Life Plan en of de financiële producten (verzekeringen, hypotheek) daarop zijn afgestemd. Alleen grote structurele wijzigingen die het gevolg zijn van echtscheiding, verhuizing of verandering van werkgever worden in de voorwaarden uitgesloten. Aanpas-

singen die ontstaan door ‘de loop van het leven’ zijn wel inbegrepen, evenals serviceverlening aan gezinsleden. “Binnen ons concept begeleiden we ook de kinderen van onze klanten. Van hun 18e tot 25e ontvangen zij een eigen financieel plan, want juist in die fase gebeurt er veel. Dat begint bij een eigen zorgverzekering, maar ook aanvullingen op de studiefinanciering en de eerste baan zullen in die periode aan de orde komen.”

WINST PER KLANT

De dienstverlening zal voor de consument vanaf 750 euro per jaar kosten. Hoe is Boxtart tot dit tarief gekomen? “De afgelopen jaren hebben wij onze werkzaamheden bijgehouden. De uitkomst is een gewogen gemiddelde van zowel de provisie als het aantal uren die wij aan een polis besteden.” Voor bestaande klanten zal het tarief in eerste instantie misschien behoorlijk prijzig zijn, maar Boxtart legt uit dat alleen de schadeprovisie voor een gemiddelde klant jaarlijks al rond de 400 euro bedraagt. “En dan

hebben we het nog niet eens over klanten met een tweede auto.” Belangrijker is volgens hem de visie en motivatie van zowel de klant als hemzelf. De winst per product wordt door Boxtart vervangen door de winst per klant. Het gaat niet uitsluitend om het financiële plaatje, maar ook om een investering in een optimale relatie tussen de financieel vertrouwenspersoon en de klant. Een intensieve dienstverlening die met 1250 klanten moeilijk door twee personen te handelen zal zijn. Boxtart: “Ik denk ook niet dat het aanhouden van een grote portefeuille mijn toekomst is. Ik wil aandacht besteden aan mijn klanten en schat in dat ik tussen de 200 en 250 klanten die service kan verlenen. Op groei zit ik ook niet te wachten. Het sleutelwoord is volgens mij segmenteren.”

Boxtart wijst erop dat je als tussenpersoon bij de overstap naar een abonnementsstarief ook je bedrijfsstructuur en voorwaarden goed voor elkaar moet hebben. Op dit moment is niet iedereen ingesteld op advisering op uurtarief. “Wij betalen die provisie terug, maar beseffen ook dat een groot deel van het intermediair een andere werkwijze hanteert. Daarom hebben we in de algemene voorwaarden opgenomen dat een polis weer provisie dragend wordt op het moment dat de klant overstapt naar een andere tussenpersoon.”

Een andere, misschien nog grotere, hobbel is de fiscus, want op schadeverzekeringen geldt een assurantiebelastingtarief van 7,5% en door alle polissen onder te brengen in een abonnement zal een deel van de verantwoording aan de Belastingdienst verloren gaan. “Ik ben daarover het gesprek aangegaan met de Belastingdienst. Inmiddels heb ik van de inspectie Amsterdam een assurantiebelastingnummer gekregen. Voor bemiddeling op het gebied van schadeverzekeringen moet ik de klant immers assurantiebelasting in rekening brengen.” ■