



In gesprek met Iris Brik

Provisie of uurtarief? Als het maar transparant is!

Hoewel nog in bescheiden mate, is er op de markt van financiële dienstverlening een tweedeling zichtbaar tussen het adviseren van de klant en de productverkoop, merkt Iris Brik FFP. Zij is directeur van Fine Tuning Personal Finance uit Rotterdam en voormalig Financieel Planner van het Jaar (2005). Financiële dienstverleners die adviseren zonder productverkoop doen dat op uurtarief. Als Fine Tuning de productverkoop vervolgens uitbesteedt, dan vindt die plaats door hypotheekadviseurs die ook werken op uurtarief, of klanten minimaal de keuze bieden tussen provisie en uurtarief.

De klant centraal – en niet het product. Dat is het uitgangspunt waarop Fine Tuning service verleent aan klanten. Een logisch gevolg daarvan is dat klanten volgens Iris Brik ook betalen voor het advies. ‘Ik vind het voor mijn gevoel niet kloppen, dat ik voor de werkzaamheden die ik verricht voor een klant wordt betaald door een bank of verzekeraar’, vertelt ze. ‘Dat stuit mij eenvoudigweg tegen de borst.’ Niet dat ze vanaf de oprichting van Fine Tuning in 1999 direct op

uurtarief werkte; ze startte in eerste instantie op provisiebasis. Maar al snel merkte ze dat ze zich daarbij niet prettig voelde. Enerzijds omdat een advies niet altijd leidde tot het afsluiten van financiële producten, anderzijds omdat je als adviseur ook de mogelijkheid moet hebben de klant te adviseren juist iets niet te doen – en dat levert niets op wanneer je op provisiebasis werkt.

Keuze bieden

In 2001 besloot ze daarom van de ene op de andere dag voortaan te werken op uurtarief. Maar eenvoudig was dat niet, vanaf dat moment stond namelijk ook de telefoon praktisch stil. 'Klanten schrikken in eerste instantie van een nieuwe werkwijze', vertelt Brik. 'Ze hebben geen flauw benul van de kosten van advies, ze denken dat het gratis is. Alles draait daarom om een goede communicatie met je klanten. Zolang je transparant werkt, je de klant de keuze biedt tussen provisie en uurtarief, het voor de klant kortom inzichtelijk maakt, is iedere klant te overtuigen van de voordelen van uurtarifiering. Want hoe je het ook wendt of keert, met uurtarifiering is de klant doorgaans voordeliger uit.' Bij het provisiebeloningsmodel betaalt de klant immers ook voor de klanten die wel advies inwinnen maar geen producten afnemen. De hoge provisiebeloning compenseert dit ten koste van een serieuze en loyale klant. Brik benadrukt dat integriteit op zich niet afhankelijk is van de beloningsvorm – ze zegt veel adviseurs te kennen die op provisiebasis werken waarvoor ze haar hand in het vuur zou steken – maar dat het provisiestelsel ruimte biedt aan adviseurs die vooral aan hun eigen portemonnee denken.

Bij schadeverzekeringen is het huidige systeem een prima uitgangspunt

'En dat werpt een schaduw over de hele branche', aldus Brik. 'Een goede oplossing is de klant de keuze te bieden tussen provisie en uurtarief en inzicht te geven in de hoogte van de beloning. Dan werk je in ieder geval transparant en heeft de klant de eindbeslissing over hoe de beloning van de adviseur plaatsvindt.'

Integer adviseren

Hoewel Fine Tuning vanaf dit jaar uitsluitend op basis van uurtarief werkt en geen producten meer afsluit – daarover later meer –, begon het kantoor in 2001 met het verrekenen van de provisie in de nota. Totdat een klant Brik erop attenderde dat het verrekenen weliswaar een mooi systeem was, maar dat als verzekeringsmaatschappij A haar 4.000 euro provisie geeft en verzekeringsmaatschappij B de helft daarvan, en zij vervolgens het product van A adviseert omdat het beter past, hoe kon hij er dan vervolgens blind op varen dat dit ook het beste advies was? Per slot van rekening ontving Brik meer provisie met het door haar gegeven advies, zo redeneerde deze klant. Geheel terecht vond Brik, waarop

ze besloot de provisie voortaan in het geheel terug te geven aan de klant. 'Hoewel mijn werkwijze toentertijd al redelijk vooruitstrevend was, kwam het nog niet genoeg overeen met mijn idee van integer adviseren', zo licht ze toe. 'Door de provisie in het geheel terug te geven aan de klant kon er op geen enkele wijze nog sprake zijn van belangenverstrengeling.' Overigens werkt dit naar haar mening alleen bij hypotheek en levensproducten. Bij schadeverzekeringen is het (doorlopende) provisiestelsel een prima uitgangspunt.

Kosten dienstverlening

Veel collega-financieel adviseurs zetten in de loop van de jaren vraagtekens bij haar werkwijze. Opmerkingen als: 'je gaat toch niet je provisie teruggeven? Of: je laat aan je klanten toch niet zien wat je verdient?' Dit laatste werd regelmatig gevolgd door een voorbeeld waarin een bakker of autoverkoper ten tonele werd gevoerd. Dan werd er gezegd: van een bakker weet ik toch ook niet wat hij verdient. Waarop Brik standaard riposteerde: 'Dat weet je inderdaad niet, maar een klant weet wel wat een brood kost. Ofwel: je vertelt de klant niet wat je verdient, maar wat jouw dienstverlening de klant kost.' En daar ligt volgens Brik de crux: een klant van een financieel adviseur weet niet wat hij betaalt voor financieel advies als de adviseur werkt op provisiebasis. Sterker nog: de meesten denken dat het gratis is. En degenen die wel weten dat de adviseur wordt betaald door de bank of verzekeringsmaatschappij via de afsluitprovisie, weten vaak niet dat een adviseur via de achterkant in werkelijkheid nog meer ontvangt. Bijvoorbeeld via een opslag op de rente, verborgen kosten of de extra bonussen die ze krijgen van banken en verzekeraars. Dat is volgens Brik ook de reden dat de oversluitmarkt groter is dan de vraag uit de markt. 'Oversluiten levert de adviseur provisie op, dus steken veel adviseurs er graag veel energie in. Wat weer leidt tot landjepik tussen adviseurs. Maar waar blijft de klant in dit verhaal?'

Voordelig voor klanten

Zoals gezegd bemiddelt Fine Tuning sinds dit jaar niet meer in financiële producten. Dat traject besteden Brik en haar medewerkers voortaan uit aan het hypotheek- of assurantie-intermediair, dat dezelfde visie uitdraagt als Fine Tuning. 'Wij zijn gespecialiseerd in financiële planning en estate planning', zo licht Brik haar keuze toe. 'Dat is hoogwaardig advies waar ook een hoger tarief tegenover staat dan wat een hypotheekadviseur over het algemeen vraagt. Het is dus voor onze klanten voordeliger indien een hypotheekadviseur de productinvulling verricht. Bijkomend voordeel is dat wij ons volledig kunnen richten op het bijhouden van de deskundigheid op ons vakgebied. Het geven van een geïntegreerd financieel advies vergt immers een breed kennis terrein.' Deze ontwikkeling op de markt – het adviseren van de klant door de ene adviseur, de productin-

vulling door een andere adviseur – zet zich volgens Brik de komende jaren voort. ‘Ons advies aan de klant luidt dan bijvoorbeeld: eenderde aflossingsvrije hypotheek, tweederde spaarhypotheek, looptijd 25 jaar, rente 20 jaar vast’, vertelt ze. ‘De hypotheekadviseur koppelt hieraan vervolgens de beste hypotheek op basis van zijn productkennis. Wel vragen wij de hypotheekadviseur de uiteindelijke keuze aan ons terug te koppelen – het blijft tenslotte ook onze klant en we willen graag ‘leading’ blijven in het adviestraject.’

‘We zijn door schade en schande wijs geworden’

Weerstand omzetten

Dan rest nog de vraag of Fine Tuning voor ieder wissewasje de klant een factuur stuurt – een drempel voor veel adviseurs om uurtarifiering aan te bieden. De beste remedie om eventuele weerstand van klanten om te zetten in een positieve relatie met de klant heeft volgens Brik alles te maken met een goede communicatie. ‘Als een klant een accountant of een advocaat inschakelt, krijgt hij ook een factuur, dat

weet iedereen’, vindt ze. Daarbij is ze van mening dat de branche voor een omschakeling het tij mee heeft. Immers, de bewustwording van consumenten is de afgelopen jaren enorm toegenomen. Door internet, maar ook door de vaak negatieve berichtgeving in de media zoals over Legiolease en de woekerpolissen. Volgens Brik leidt dit ertoe dat steeds meer mensen beseffen dat ‘gratis’ niet in hun belang is en uiteindelijk zelfs veel geld kan kosten. ‘Daarbij komt dat een klant ook betaalt voor de adviesgesprekken van andere klanten, die niet leiden tot het afsluiten van een financieel product, wat soms leidt tot uurtarieven van 300 tot 500 euro per uur. De klant weet dit alleen niet’, aldus Brik.

Vooraf begroten

Ondanks dat Brik haar werkwijze goed communiceert – ‘kost in het begin veel tijd en energie’ – stuurt ze de klant niet voor ieder contact een factuur. Tijd steken in klantrelaties doet ze voor eigen rekening. Maar op het moment dat het gesprek overgaat in een advies, dan attendeert ze de klant daarop. ‘In de praktijk werkt dat prima’, vertelt ze. ‘We zijn door schade en schande wijs geworden. Ook op dit vlak draait alles uiteindelijk om een goede communicatie met je klanten. Een belangrijk onderdeel daarvan is de begroting die we vooraf opstellen. Zo zorgen we ervoor dat klanten niet voor onaangename verrassingen komen te staan.’

