

HERKENBAAR GELUID

Zelf ben ik nog niet zo heel oud, maar toch van een generatie die vroeger aan het geluid van een auto kon horen welk merk en vaak ook welk type het was. Het stevige bromgeluid van mijn vaders Ford Taunus M12 herkende ik direct als hij het erf op kwam rijden. Onze hond trouwens ook. Die ging spontaan blaffen.

Karaktervol dus die oldtimers. Moet je nu eens proberen. Oké, een Alfa haal ik er denk ik nog wel uit. Maar verder is het een pot nat, strak vormgegeven in dezelfde windtunnel. Heel efficiënt allemaal.

Gaat het in onze branche ook dezelfde kant op als in de auto-industrie? Onder invloed van scherp wettelijk toezicht voelen adviseurs zich in een keurslijf gedrukt. Zij moeten hun adviesproces efficiënter maken en worden er uit angst voor mogelijke claims niet creatiever op.

Ik vraag mij af of die ontwikkeling in het belang van de consument is. Dan bedoel ik niet het gilde 'list en bedrog': de adviseurs die door een net iets slimmere opstelling te kiezen de randen van het toelaatbare opzoeken. Nee, ik doel hier juist op de adviseur die het vertrouwen heeft van zijn klant.

Zit de consument te wachten op eenheidsworst? Ik denk het niet. Consumenten zijn op zoek naar herkenning en erkenning, niet alleen in het woordgebruik maar ook door

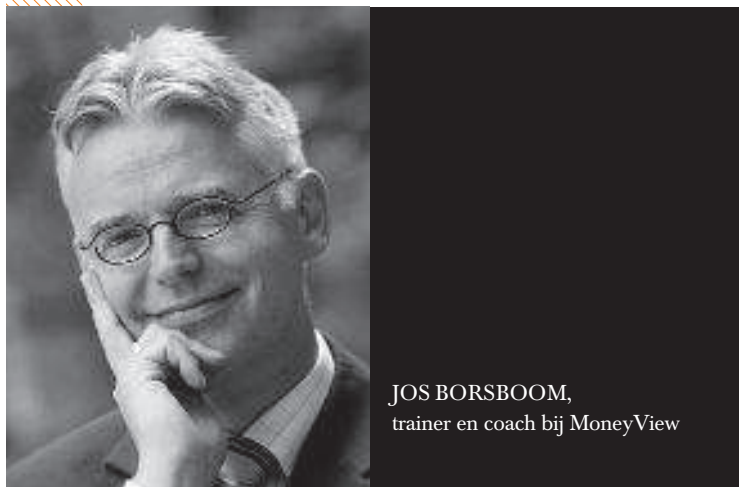
“NET ALS AUTO-ONTWERPERS MOGEN FINANCIËEL ADVISEURS BEST WAT EIGENZINNIGER ZIJN”

het standpunt dat de adviseur inneemt. Het is dus een stuk lastiger geworden voor de consument een adviseur te vinden met een herkenbaar geluid.

Natuurlijk geldt dat niet voor iedereen. Gelukkig net als bij auto's tref je hier en daar nog een eigenzinnig model aan. Er zijn ook 'clubs' die al jaren investeren in de klantrelatie en een transparant adviesproces. Waar de adviseur niet wordt opgehangen aan een enorme prestatiedwang die hem dwingt zijn objectiviteit en integriteit elders te parkeren.

Het zou goed zijn voor onze branche als dit voor meer adviesorganisaties gaat gelden. Duidelijk herkenbare mensen met een herkenbaar geluid. Niet al te strak gestroomlijnd ontworpen in een windtunnel, maar vormgegeven door idealen en het leven zelf. Het zou mooi zijn als partijen de komende tijd in hun zoektocht naar nieuw adviestalent daar meer oog voor zouden hebben. Want zoals de auto-ontwerpers van mij best wat eigenzinniger en creatiever mogen zijn, geldt dat ook voor de financieel adviseurs.

Ik kan de laatste tijd geen vakblad openslaan of het gaat over backofficesystemen en compliance of internettoepassingen. Heel belangrijk allemaal vanuit een bedrijfskundig perspectief gezien. Maar zeg nu zelf: wat moet uw klant hier nu mee? Die is echt op zoek naar een herkenbaar geluid! «



JOS BORSBOOM,
trainer en coach bij MoneyView

MoneyView geeft in VVP in 2013 elf keer haar visie op marktontwikkelingen in de financiële dienstverlening. Reacties op deze rubriek kunt u sturen naar support@moneyview.nl