

De mythe van klantprofielen

Sinds de invoering van de Wet op het financieel toezicht (Wft) en haar voorganger de Wfd is het verplicht om voorafgaand aan de advisering van complexe en impactvolle producten een klantprofiel op te stellen. Dit profiel moet inzicht geven in de financiële positie, de kennis en ervaring, de risicobereidheid en de doelstellingen van deze klant.

Door: Richard Meinders, partner bij SVC, Adviseurs & Accountants voor financieel dienstverleners

In de laatste twee jaar zijn regelmatig financieel dienstverleners beboet door de AFM omdat het klantprofiel niet van voldoende niveau was of omdat het gegeven advies onvoldoende aansloot bij het klantprofiel. Aan de andere kant waarschuwt de AFM de laatste tijd regelmatig voor het gebruik van 'standaard' vragenlijsten om de klant te profileren. In dit artikel zetten wij de belangrijkste punten van klantprofilering op een rij.

Onderdelen klantprofiel

Om maar eens een mythe te ontzenuwen: Een klantprofiel is geen standaard vragenlijst! Een

klantprofiel behelst alle informatie die u inwint van uw klant gedurende het gehele adviestraject. Uw klantprofiel wordt geopend op het moment dat u start met de inventarisatie en eindigt nadat u uw advies heeft uitgebracht.

Het klantprofiel kan onder andere uit de volgende onderdelen bestaan:

- Vragenlijst
- Gespreksverslag(en)
- Bewijsstukken
- Aantekeningen

Standaard vragenlijsten

Ondanks de risico's die kleven aan het gebruik van standaard vragenlijsten, kan zo'n vragenlijst wel degelijk bijdragen aan een goede inventarisatie van de klant. Een goed adviestraject bestaat uit meerdere onderdelen, zoals weergegeven in het schema 'klantadviestraject'.

Het gebruik van standaard vragenlijsten valt in dit schema onder 'Inventariseren' bij 'Kennismaking'. Om de 'Beeldvormingsfase' goed af te ronden, is het van belang de aldus ontvangen informatie te controleren. Dit kan onder andere door het stellen van controlevragen of het vragen van bewijsstukken.

Vervolgens dient u de doelstellingen in verhouding tot de risicobereidheid en de financiële positie te prioriteren en de klant te confronteren met de uitgangspunten die u – op basis van uw



WETTELIJKE BASIS

Artikel 4:23 van de Wft bepaalt dat indien een financiële onderneming een consument adviseert over een verzekering, zij, in het belang van de consument of de klant informatie vergaart over diens financiële positie, kennis, ervaring, doelstelling en risicobereidheid, voorzover dat redelijkerwijs relevant is voor haar advies.

In deze bepaling is geen nuancering aangebracht met betrekking tot het soort producten waarvoor deze inventarisatie verplicht is. Hiervoor dient aansluiting te worden gezocht bij het Vrijstellingsbesluit Wft. In artikel 41 wordt een vrijstelling van de verplichting tot klantinventarisatie bij financiële producten geregeld, met uitzondering van advisering in complexe producten en impactvolle producten.

Wft: structuur met open normen

De Wft kent een structuur met open normen, dat wil zeggen dat aan de markt vrijheid wordt geboden om zelf te bepalen op welke wijze zij invulling geven aan de bepalingen van de Wft. Als gevolg van deze open normen zijn veel financiële adviseurs zelf het wiel gaan uitvinden, al dan niet ondersteund door voorbeelden van de brancheorganisaties of verzekeraars. Standaard klantprofielen geven de financiële adviseur houvast in zijn inventarisatiefase. Door te werken met gestructureerde vragen-

lijsten kan worden voorkomen dat essentiële informatie wordt vergeten. Keerzijde van gestandaardiseerde vragenlijsten kan zijn dat de adviseur zo gefocust is op het afwerken van de vragenlijst dat hij vergeet door te vragen bij tegenstrijdigheden in de antwoorden en in sommige gevallen onvoldoende specifieke vragen stelt.

In de afgelopen jaren heeft de AFM diverse boetes opgelegd aan financiële dienstverleners waarbij of de inventarisatie onvoldoende was of de resultaten

uit de inventarisatie onvoldoende aansloten bij het geadviseerde product. In een aantal boetebesluiten, blijkt uit de reactie van de financiële dienstverlener, zijn gestandaardiseerde vragenlijsten gebruikt. De verwijzing door de beboete financiële dienstverlener naar de 'onduidelijke en complexe open normen van de Wft' werd door de AFM weinig steekhoudend bevonden. De plicht tot het vaststellen van de vereiste relevante informatie en deze ook daadwerkelijk gebruiken in het advies staat buiten kijf.

inventarisatie – gaat hanteren bij uw advies. Schroom niet om hierbij zo ver door te vragen dat u alle aspecten die van belang zijn voor een goed advies volledig in beeld heeft. Ten slotte heeft u nog te maken met de kennis en de ervaring van uw klant met financiële producten in het algemeen en het specifieke product waarover wordt geadviseerd in het bijzonder. Indien uw klant weinig kennis heeft, zult u hem meer informatie moeten verstrekken. Deze kennisoverdracht dient zodanig te zijn dat een klant alle van belang zijnde aspecten van het financiële product kent en begrijpt. Dit blijft in de praktijk soms erg lastig, maar kan veel ontevredenheid achteraf voorkomen.

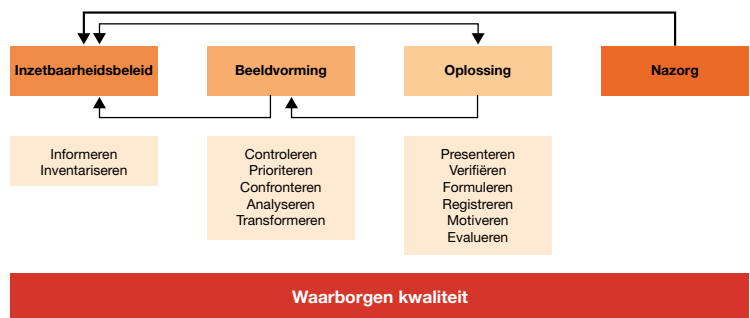
Dossiervorming

Om uw inventarisatie compleet te maken, is het zeer zinvol om naast de standaard vragenlijsten een gespreksverslag of gespreksverslagen op te stellen van de contacten die u met de klant heeft. Maak deze gespreksverslagen tot een vast onderdeel van uw adviestraject en verstrek uw klant hiervan een afschrift.

In dit gespreksverslag geeft u onder andere aan welke prioriteiten voor de klant gelden en welke uitgangspunten u gaat hanteren voor uw advies. Ook het verslag van het gesprek waarin u uw advies 'Presenteert' en 'Verifieert' of dit advies aansluit bij de uitgangspunten van uw klant hoort in het dossier. In dit gesprek 'Motiveert' u ook hoe u tot het betreffende advies bent gekomen.

Als u uw dossier echt compleet wil maken, voegt u aan het adviesdossier nog een zogenoemde adviessamenvatting toe. In deze adviessamenvatting vermeldt u de belangrijkste punten uit de inventarisatie, de uitgangspunten die u heeft gehanteerd voor uw advies en de geadviseerde oplossing.

Schema klantadviestraject



Relevant en verifieerbaar

U kunt zelf bepalen op welke wijze u invulling geeft aan het opstellen van een klantprofiel voor complexe en impactvolle producten. U kunt hiervoor een standaard vragenlijst gebruiken. Belangrijker echter is dat u zich ervan overtuigt dat u tijdens het gesprek relevante en verifieerbare informatie heeft ontvangen en verstrekt aan uw klant. Het eenvoudig 'afvinken' van de

'De essentie van een goede klantprofilering is een oprechte interesse in de klant, zijn omstandigheden, zijn ambities en belevingswereld'

checklist is zeker niet voldoende. De essentie van een goede klantprofilering is een oprechte interesse in de klant, zijn omstandigheden, zijn ambities en belevingswereld. ■