

UIT DIVERSE ONDERZOEKEN DOOR DE JAREN HEEN IS GEBLEKEN DAT ONDERNEMERS DIE KEUZES DURVEN TE MAKEN DE MEEST RENDABELE BUSINESSCASE HEBBEN. DAAROM: DURF U KAARTEN TE ZETTEN OP SAMENWERKING MET ÉÉN SERVICEPROVIDER.

# Durf keuzes te maken!

TEKST RICHARD MEINDERS, SVC GROEP

In de financiële dienstverlening is een enorme consolidatie gaande. Dat is overigens niet voor het eerst. Twintig jaar geleden vond er ook een dergelijke golf plaats. Waren het toentertijd de verzekeraars die tussenpersonen overnamen, nu is het veelal private equity. Door het verkrijgen van schaalgrootte en efficiency proberen deze partijen een goede businesscase te realiseren. Voordat dit zover is moet er nog wel heel wat water door de Rijn stromen. Denk alleen al aan integratie van alle systemen en culturen. Momenteel valt er nog een goed rendement te behalen voor veel financieel dienstverleners, maar de tijd dat dit onder druk komt te staan is niet meer ver weg. Door de toenemende efficiency bij verzekeraars gaan de kosten omlaag. Er is druk op verzekeraars om de kosten nog verder te verlagen, waardoor de schaderatio verhoogt, en actieve provisie transparantie staat - in welke vorm dan

ook - voor de deur. Met name deze laatste twee elementen zullen druk op de verdiensten van de financieel dienstverleners veroorzaken. Om alsnog tot een positieve businesscase te komen, moet je hierop als financieel dienstverlener voorstorten en nu al keuzes durven te maken.

### SUPERMARKT VERSUS BUURTWINKEL

Ik vind het aardig om te kijken wat er in de retail gebeurt, om van daaruit parallellen te trekken naar de financiële dienstverlening. In de supermarktbranche is de kruidenier van vroeger al lang geleden (ik kan hem mij niet eens herinneren). Het speelveld is redelijk overzichtelijk en bestaat uit de grote ketens (Albert Heijn, Jumbo, Lidl en Aldi), kleinere ketens (onder andere Boni, Plus, Coop), specialisten (zoals Ekoplaza) en nieuwkomers met een nieuw distributiemodel (Picnic). Daarnaast heb je nog de buurtwinkels, die veelal een beperkt verzorgingsgebied hebben.

Met uitzondering van de specialisten hebben ze één ding gemeen; er wordt in het groot ingekocht en de distributieprocessen zijn efficiënt. De combinatie van collectieve inkoop, een efficiënt distributieproces en klantloyaliteit zorgt ervoor dat ook de buurtwinkel zijn hoofd boven water houdt.

### NIET EFFICIËNT

Als we kijken naar de financiële dienstverlening, dan zien we eenzelfde speelveld; de grote ketens (ondere

'Ga de exclusieve samenwerking aan met één goede serviceprovider'

andere Alpina, Veldsink, Quintes en Heinenoord), de wat kleinere ketens (zoals SAA en Zicht), specialisten (bijvoorbeeld VvAA), nieuwkomers met een nieuw distributiemodel (waaronder Laka en Alicia). Ook zijn er nog steeds veel lokale assurantie kantoren. Voor invoering van de Wft waren er ruim 25.000 assurantie kantoren ingeschreven in het SER-register. Nu staan in het AFM-register nog een kleine 6.000 zelfstandige advieskantoren. Hiervan is 86 procent kleiner dan vijf fte. In de praktijk zien we dat veel van deze kantoren nog zelfstandige samenwerkingen hebben met een aantal verzekeraars en dat zij daarnaast met serviceproviders samenwerken. Hiervan zijn er ook zo'n 50 met verschillende doelgroepen en bedieningsmodellen. Wat wel opvalt is dat assurantie kantoren vaak gebruik maken van meerdere serviceproviders. Dit wordt vaak veroorzaakt doordat een serviceprovider niet over aanstellingen van alle verzekeraars beschikt.

Men werkt dus primair samen met één serviceprovider en kiest vervolgens voor een of enkele andere serviceproviders om daar de posten te stallen die men bij de primaire serviceprovider niet kwijt kan. Niet efficiënt voor de financieel dienstverlener en ook niet voor de serviceprovider. Hij moet immers voor slechts een paar posten een rekening-courant in stand houden.

**SERVICEPROVIDER ALS GROOTHANDEL**

Ik zie de serviceprovider als de groothandel van de financiële dienstverlening. Als we de parallel trekken met de supermarktbranche, dan kan deze van groot belang zijn om een rendabele businesscase te realiseren. De inkoop is al geregeld, met de klantloyaliteit van de lokale assurantie kantoren zit het vaak ook wel goed, nu nog het efficiënte distributieproces. Dit efficiënte proces kan alleen worden gerealiseerd als je als assurantie kantoor keuzes durft te maken. Zoek een serviceprovider met een breed assortiment aan verzekeraars, een goed werkend (klanten)portaal en eventueel commerciële en administratieve ondersteuning en ga hier de exclusieve samenwerking mee aan. Dit betekent dat je bij enkele individuele klanten niet kunt bemiddelen in de meest passende verzekering, maar vaak is er een goed alternatief voorhanden. Als je duidelijk uitlegt aan jouw klant waarom je voor dit alternatief kiest, dan zal hij dit over het algemeen begrijpen. Is er geen alternatief, dan kun je jouw klant nog altijd adviseren over dit product en de verzekering rechtstreeks laten sluiten door de klant. Door dergelijke keuzes wordt jouw distributieproces niet alleen eenvoudiger, maar ook minder arbeidsintensief. Ga maar na: je hebt nog maar één rekening-courant, namelijk met de serviceprovider en al jouw klanten zitten in het portaal van de serviceprovider, waardoor een assurantie applicatie niet nodig is.



Richard Meinders.

Maak goede afspraken met de serviceprovider over de kwaliteit van dienstverlening en vertrouw erop dat hij deze zorgvuldig nakomt. Ja, er zal heus wel eens wat fout gaan, maar maken we zelf ook geen fouten? Doordat je de tijd en energie niet meer in jouw administratie hoeft te steken, kun je deze aan jouw klanten besteden. Dat is een investering die zich altijd uitbetaalt! ■

**'KEUZEMODEL SERVICEPROVIDER'**

	SP 1	SP 2	SP 3	SP 4	SP 5
Aanbod verzekeraars					
Klantenportaal					
Administratieve ondersteuning					
Commerciële ondersteuning					
Kosten					
Totaal					

Score de kandidaat-serviceproviders op deze onderwerpen met een score 1 t/m 5. Op deze wijze objectificeert u uw keuze voor de juiste serviceprovider. Desgewenst kunt u, als bepaalde ondersteuning voor u zwaarder weegt, nog een weging van de score toekennen.