

“Consument staat wel degelijk open voor uurtarief”

Edwin Pijpers en Marc Steentjes lanceerden hun franchiseformule Your Financials niet op het makkelijkste moment; de crisis woedde begin vorig jaar immers volop. Toch hoefden zij hun planning slechts minimaal bij te stellen.

Momenteel zijn de gesprekken gaande om de tiende franchisenemer aan te sluiten. Dat is iets later dan oorspronkelijk voorzien. Het laat echter onverlet dat de formule, financiële planning op basis van uurtarief of fixed fee zonder productverkoop (“Onze franchisenemers hebben niet eens een bemiddelingsvergunning”) levensvatbaar is gebleken zonder dat er aanpassingen hoefden te worden gepleegd. De enige relevante wijziging, terugbrengen van het aantal rayons van 60 naar 40 (in 2013), heeft meer een praktische achtergrond; bij nader inzien bleken er in sommige rayons gewoon te weinig klanten te wonen voor de dienstverlening. De centrale organisatie adviseert franchisenemers een uurtarief te hanteren van 150 euro exclusief BTW (van de NMa mogen franchiseorganisaties geen bindende tarieven opleggen aan deelnemers, want dat zou verticale prijsbinding zijn). Dat bedrag is realistisch gebleken, met uitzondering van sommige delen van het land waar de consument nog niet bereid is

meer dan 125 euro te betalen. De belangstelling van franchisenemers neemt toe. Pijpers: “Veel van de mensen die zich bij ons melden, werken bij banken. Daar hebben ze ondanks de crisis nog hogere targets opgelegd gekregen. Dat willen deze adviseurs niet meer. Maar ze zijn gewend aan de voordelen van een grote organisatie, onder andere op automatiseringsvlak. Your Financials heeft ook heel veel centraal geregeld, dat spreekt aan. Wij bieden bijvoorbeeld alle benodigde adviesprogrammatuur, vakinhoudelijke ondersteuning en marketing.” Overigens betalen deelnemers een entreefee en maandelijks een omzetafhankelijke bijdrage. Deelnemers bouwen hun eigen klantenbestand op, dat ze behouden als ze eventueel stoppen als franchisenemer.

VALKUILEN VERMEEDEN

Pijpers en Steentjes hebben ook bewust de tijd genomen om de formule goed op te zetten. “Dat was de allerbeste keuze die we konden maken”, kijkt Steentjes terug: “Wij hebben Koelewijn & Partners inge-

schakeld, dat veel ervaring heeft met de ontwikkeling van franchiseformules. Samen zijn we zeven maanden bezig geweest om de formule in te richten. We gingen dus de boer op met een doortimmerd verhaal; doelstelling, structuur en verantwoordelijkheden zijn helder. Bovendien hebben we een aantal valkuilen vermeden. Zo is onze franchiseovereenkomst op Europees niveau getoetst door een jurist. Daar zouden we zelf niet aan hebben gedacht. Verder voordeel is dat we onze organisatie al op groei hebben ingericht; we hoeven niet bang te zijn voor groeistuipten.” Ondanks alles zeggen Steentjes en Pijpers soms best wel even getwijfeld te hebben vorig jaar. “Natuurlijk waren er van die momenten, we hebben er veel geld in zitten. Maar we hebben steeds gezegd: we gaan door en hopen dat het goed komt en dat is uiteindelijk ook gelukt. We zijn er nog niet, maar de groei zit erin.” Steentjes kan er nu ook wel een grapje over maken: “Ze zeggen toch altijd dat je anticyclisch moet investeren?”

BRAND NEW DAY

Bij Your Financials kunnen zich uitsluitend financieel planners aansluiten vanaf een bepaald niveau (FFP, MFP). Die kwaliteit, in combinatie met de totale onafhankelijkheid, heeft gemaakt dat een aantal grote partijen samenwerking met de franchiseorganisatie heeft gezocht. Ook dat heeft natuurlijk geholpen, hoewel Steentjes en Pijpers zeggen dat Your Financials

niet alleen op die grote partijen gebouwd mag zijn. Een van de samenwerkende partijen is nieuwkomer op de pensioenmarkt Brand New Day, dat klanten die graag persoonlijk advies willen doorverwijst naar een aantal geselecteerde adviesbedrijven. Steentjes vertelt dat Your Financials “alle adviesvrijheid van Brand New Day krijgt. Sowieso doen wij niet aan productverkoop, maar Brand New Day verwacht ook niet van ons dat wij hen speciaal aanbevelen. Zij willen vooral dat de klant naar tevredenheid wordt geholpen. Dus het kan heel goed zijn dat wij in ons advies een andere aanbieder aanraden. Bijvoorbeeld omdat de klant graag een gegarandeerde uitkering wil.” Nadrukkelijk staat samenwerking open met assurantie- en ander financieel intermediair. Pijpers: “Wij zoeken de aansluiting met het intermediair en hopen dat zij cliënten naar ons doorverwijzen die zij zelf niet kunnen bedienen omdat de casus te lastig is. Zij hoeven nooit bang te zijn dat we met productie aan de haal gaan, want dat doen wij niet. Als je specialistisch advies uitbesteedt kun je de klant binnenboord houden.” Samenwerking met uitvaartverzekeraars is er bij de door Your Financials ontwikkelde Nabestaanden-Desk. Deze biedt financieel advies na overlijden.

VOOR GEK VERKLAARD

Volgens Steentjes werden hij en zijn compagnon twee jaar geleden nog

voor gek verklaard toen ze hun idee voor Your Financials begonnen uit te werken. Inmiddels gaan steeds meer adviseurs over op uur-, verrichtingen- of vast tarief. Dit nu zij in toenemende mate worden geacht het gesprek met de klant aan te gaan over de beloning. Steentjes verheelt niet dat hij vroeger ook op provisiebasis werkte. “Ik heb gewerkt bij verschillende verzekeraars en tussenpersonen. Vanaf 2002 had ik mijn eigen kantoor. Het begon mij echter tegen te staan dat ik nooit écht onafhankelijk van producten was. Daarom verkocht ik mijn kantoor aan de compagnon die in de tussentijd was toegetre- den. Inmiddels had ik Edwin leren kennen, we volgden allebei de MFP-opleiding aan de Erasmus Universiteit. Edwin had goede ervaringen opgedaan met andere beloningsvormen.”

Pijpers begon in 1987 bij de VvAA, waar hij onder meer betrokken was bij het opzetten van het nog altijd bestaande financieel planningsbureau dat werkte met een verrichtingentarief (wat natuurlijk naadloos aansloot bij de medische doelgroep, die zichzelf ook per verrichting laat betalen). Pijpers had inmiddels besloten zelf adviezen te gaan geven op basis van uurtarief, toen hij samen in de collegebanken belandde met Steentjes.

Pijpers: “Als je inkomen niet langer afhankelijk is van productverkoop, ben je veel vrijer in je advies. In de praktijk blijken nieuwe producten vaak ook helemaal niet nodig; vaak kan worden volstaan met herstruc-



EDWIN PIJPERS EN MARC STEENTJES:
“Proces transparantie onomkeerbaar.”

tureren van de producten die in het verleden al zijn gesloten en het beter op elkaar afstemmen van voorzieningen. Overigens zijn de meeste klanten van ons vooral geïnteresseerd in hun pensioensituatie. Die valt meestal niet tegen, als je zoals wij alle vermogensaspecten meeneemt. Onze klanten hebben vaak een achtergrond als midden- of hoger kader met een goed ABP- of PGGM-pensioen. Bij dga's baart de pensioenopbouw in eigen beheer vaak wel zorgen. Ook wordt het steeds moeilijker om je pensioen te financieren uit de verkoop van je onderneming. Kijk alleen al naar de waardedaling van assurantieportefeuilles de laatste paar jaar.”

ONOMKEERBAAR

Volgens Pijpers staat de klant, en zeker de klant uit de doelgroep van Your Financials (60.000 euro+), wel degelijk steeds meer open voor uur-

tarief of andere alternatieve beloningsvorm. Pijpers: “Het is juist de tussenpersoon die vaak niet wil! Je ziet veel intermediair nog steeds denken vanuit producten, ook al hanteren ze een alternatieve beloningsvorm. Ook wordt het uurtarief vaak verrekend met provisie. Dus toch weer provisie. Het is natuurlijk ook niet makkelijk om de bestaande klanten uit te leggen dat het advies helemaal niet gratis was, terwijl ze dat wel denken. Ook wij lopen aan tegen klanten die niet bereid zijn ons tarief te betalen en zeggen: ik ga wel naar de bank, daar is het gratis. Wat ze dan echter vergeten, is dat ze geen onafhankelijk advies krijgen en met een product van de bank naar buiten komen. En dat product is natuurlijk allesbehalve gratis.”

Steenjtes: “Maar het wordt wel steeds transparanter. Wij krijgen consumenten die zeggen: ik wil van

jullie eerlijk advies over mijn lopende polissen, want ik weet niet zeker of ik dat krijg van de tussenpersoon waar ik die producten ooit heb gekocht.”

Pijpers: “Een veelgehoord argument tegen transparantie is dat een bakker niet hoeft te laten zien wat hij op zijn brood verdient. Dat is waar, net zoals er ook iets zit in het argument dat andere bedrijven toch ook bestaan bij de gratie van kruis-subsidie van producten. Bij mij in het dorp zit een boekhandelaar die niks begrijpt van de beloningsdiscussie in onze bedrijfstak. Hij zegt: op postzegels verdien ik helemaal niks, op wenskaarten heb ik een enorme marge, zo houd ik mijn winkel in stand. Maar de financiële sector is er uitgelicht vanwege een aantal excessen en nu is het onomkeerbaar. Als je nu nog tegen transparantie loopt te schoppen, heb je het niet begrepen.” ■