

Klaar voor de volgende generatie

De digitalisering van de samenleving verandert de manier waarop klanten omgaan met financiële instellingen. Ook financieel advies zal de komende decennia op een andere manier worden vormgegeven. Voor uw toekomst is het van belang te zorgen dat u aangehaakt blijft bij de nieuwe generaties.

In een interessant rapport van professor Cocca¹ wordt beschreven dat nieuwe generaties op een structureel andere manier met financiële instellingen omgaan dan de huidige generaties. Nieuwe generaties (de kinderen van de babyboomers, generatie X) en hun kinderen (generatie Y) verwachten veel meer virtueel contact met financiële instellingen en stellen meer eisen qua transparantie. Cocca adviseert financieel adviseurs om meer aandacht te schenken aan het standaardiseren, automatiseren en digitaliseren van de dienstverlening, omdat dit aspect nu onderschat wordt.

Tijdens een recent symposium wees Diederick van Thiel (AdviceGames)² overtuigend op het feit dat de wereld sterk digitaliseert. Zo zijn er nu in Nederland meer smartphones dan burgers, neemt het gebruik van social media nog steeds sterk toe en is vrijwel iedereen, zeker de jongste generaties, actief met gaming via mobiele apparaten. Consumenten willen steeds meer online doen om daarmee de beste deal te bemachtigen.

Betekent dit dat de behoefte aan financieel advies hierdoor afneemt? Ik denk van niet. Onafhankelijk advies biedt nog altijd de beste kans op de beste deal. Maar de manier waarop advies wordt afgenomen zal wel veranderen. Ik zie in de markt al mooie voorbeelden van de integratie van fysiek en digitaal contact. Webcamadvies bijvoorbeeld is een efficiënte en klantvriendelijke manier van advisering die voor bepaalde klanten zeer aantrekkelijk is. Maar ook de combinatie van persoonlijk advies en online bemiddeling biedt interessante mogelijkheden. Er wordt bijvoorbeeld gewerkt aan het standaardiseren van delen van financieel advies, zodat de klant in de toekomst een standaard financieel plan ontvangt op basis van zijn kenmerken. Dat plan wordt volledig geautomatiseerd opgeleverd. Vervolgens gaat de financieel adviseur aan de hand van dat standaardplan met de klant in gesprek over zijn unieke financiële positie. Dan zou 80% standaardadvies kunnen zijn, aangevuld met 20% gepersonaliseerd advies.

Verzekeraars werken aan een digitale poliskluis waar klanten online al hun polissen kunnen inzien, banken bieden allerlei verschillende online huishoudboekjes aan, naast het internetbankieren. Mooie initiatieven, maar de informatie blijft gefragmenteerd. Er is eigenlijk maar 1 logische partij die het totale, integrale overzicht kan bieden voor de klant, het onafhankelijke intermediair. Maar dan is het wel zaak dat je als intermediair breed en integraal de klant bedient, dat je de klant voldoende digitale ondersteuning biedt en vooral dat je de taal spreekt van de nieuwe generaties.

¹ Cocca, T.D. (2014), NeXtgen, Wealth Management 2013, Global Financial Institute (http://www.theasset.nl/139125/20140716_DeAWM_neXtGEN-Wealth-Management.pdf?v=0)

² Thiel, D. van (2014), Gamefication of advice, presentatie tijdens ACIS-symposium 26 juni 2014 (www.acis.uva.nl)

Mijn advies aan u is om deze ontwikkelingen van dichtbij te blijven volgen. Ga eens in gesprek met de kinderen van uw klanten. Nodig hen uit voor een leuke activiteit en bespreek met hen hoe zij aankijken tegen financieel advies in de toekomst. Zorg in ieder geval dat u een strategie ontwikkelt voor uw activiteiten op internet, mobiel en de sociale media. En aan de intermediaire brancheorganisaties het advies om samen op te trekken in de ontwikkeling van de financieel adviseur voor de komende generaties.