



De praktijk van actieve provisie transparantie

Vanaf 1 juli 2024 moeten adviseurs en bemiddelaars in particuliere schadeverzekeringen vooraf hun klanten inlichten over de hoogte van de – door de verzekeraar aan hen betaalde – provisie. Belangrijk; en daarom onderwerp van deze column. Tussen het inleveren van de column (eind juni 2024) en het verschijnen daarvan (augustus), zit een wereld van verschil. Of niet?

Op 1 juli 2024 is het Wijzigingsbesluit financiële markten 2023 over actieve provisie transparantie bij schadeverzekeringen in werking getreden. De wetgever heeft als doel dat de consument zich bewust wordt dat provisie – Adfiz spreekt liever over ‘vergoeding dienstverlening adviseur’ – wordt betaald aan een adviseur en dat daar ook diensten voor tegenover staan. De hoop is dat consumenten beter geïnformeerd zijn om goede beslissingen te nemen over financiële producten.

AFM

De AFM hoopt dat ‘consumenten begrijpen dat zij:

- de adviseur/bemiddelaar (indirect) betalen;
- een beroep kunnen doen op dienstverlening;
- de te verwachten dienstverlening kunnen afzetten tegenover de in rekening gebrachte prijs’.

Bedreiging omzetten in kans

Dit betekent dat – door de vraag van consumenten naar uitleg – ook de kans groter wordt om aan de (aanstaande) particuliere klant de meerwaarde van jouw diensten te vertellen. Eindelijk! Want jij geeft deskundig advies over (financiële) risico’s en welke verzekeringen er daarvoor zijn. Je vergelijkt verzekeringen op premie én voorwaarden. Jij helpt bij het indienen van een schadeclaim en het begeleiden tijdens de behandeling daarvan. En verder bekijk jij eens in de zoveel tijd of de verzekering nog bij jouw klant en zijn

situatie past of dat hierin aanpassingen nodig zijn. Ook bij veranderingen in de wet- en regelgeving laat jij dat proactief weten.

We moeten onze meerwaarde meer bij onze klanten onder de aandacht brengen

Vaak vergeten meerwaarde

Graag wil ik er toch nog een onderdeel uitlichten. Niet zo zeer dat jij, als adviseur, de klant kunt helpen te besparen op de premie. Maar veel meer dat jij uit het grote aanbod een verzekering voorstelt die passend is. Dat hoeft dus niet alleen maar de verzekering met de scherpste premie te zijn. Je helpt door te weten dat bepaalde zaken niet onder de dekking vallen. Jij zorgt ervoor dat de klant niet met vervelende verrassingen achteraf geconfronteerd wordt. Bij verzekeringen komen namelijk nog steeds veel kleine lettertjes kijken. Hoe vaak word ik niet benaderd – door klanten van een direct writer – die onaangenaam verrast zijn doordat ze niet de verzekering hebben die ze dachten te hebben, niet weten hoe een schadeafhandeling werkt of van het kastje naar de muur worden gestuurd. Om dít – vooraf – te kunnen vertellen én voorkomen, is grote winst.

En nu de praktijk

Tot zover de theorie. Ik ben heel benieuwd hoe het jou de eerste maand

van de actieve transparantie is vergaan. Hoe vaak is een aanstaande klant begonnen over de provisie? Is het voorgekomen dat een nieuwe klant niets meer heeft laten horen na het ontvangen van de offerte (met apart daarop beschreven wat jouw vergoeding wordt)? Hoe vaak heb je gehoord ‘doe jij dat allemaal voor dat (kleine) bedrag?’ En hoe vaak vroeg de aspirant-klant om toch heel snel de offerte om te laten zetten in een polis? Laat je het me weten?

Behoeft is er ...

Ik ben RGA (Register Gevolmachtigd Agent) en CIP (Chartered Insurance Professional); en dus beschik ik over meer dan voldoende kennis en ervaring als bestuurder en beleidsbepaler en met een duidelijke visie op de toekomst van verzekeren. Maar ik ben óók Register Marketeer (RM). Ik weet dat er een grote behoefte is bij klanten om meer te weten over wat financieel adviseurs doen. En laten we – samen – ervoor gaan zorgen dat klanten meer horen over de meerwaarde van financieel advies!

... en samen die behoefte bevredigen

Dat ‘meer laten horen’ kan jij doen bij jouw klanten en aankomende klanten, één op één. Maar het zou ook goed zijn als alle clubs van verenigde financieel adviseurs een stevige consumenten-campagne ontwikkelen om die toegevoegde waarde van financieel advies beter te benadrukken. Geef jij het door aan jouw club? Wij doen hier graag aan mee! ●