

# Op zoek naar efficiency? CRM helpt!

**Efficiency is een van de zaken die nodig zijn om de transitie te maken van een provisiegedreven kantoor naar een winstgevend factuurgedreven kantoor. De factor tijd wordt namelijk in een keer je grootste vijand. Een goede kantoorstructuur draagt bij aan de benodigde efficiency en kwaliteit van je bedrijfsvoering en werkwijze.**



Om efficiënt te kunnen zijn heb je processen nodig en een gestandaardiseerde manier van werken. ICT speelt hierbij een onmisbare rol, en een centrale rol hierbij is weggelegd voor CRM!

Ondanks de aanwezigheid van ICT is onze branche verre van efficiënt. Dit blijkt uit het gegeven dat we gemiddeld 25 uur nodig hebben voor een hypotheekadvies en de uiteindelijke bemiddeling daarvan. In minder tijd wordt een hele auto in elkaar gezet of kan een totale financiële planning – inclusief hypotheekadvies en bemiddeling – voor een ondernemer worden opgesteld. In een provisiegedreven kantoor mag efficiëntie dan niet met hoofdletters worden geschreven, in de wereld van facturen en concurrentie is efficiënt werken echter bittere noodzaak. Niet efficiënt zijn betekent namelijk of een verhoging van de kostprijs of een verlaging van de winstgevendheid. In een wereld van marktwerking zullen klanten uiteindelijk niet de prijs willen betalen voor inefficiëntie.

## **Leren van andere branches**

In andere branches zien we ook dat efficiëntie steeds belangrijker wordt. Denk bijvoorbeeld aan het gebruiken van dezelfde motor/onderstel voor verschillende type auto's. Of het standaardiseren (massaproductie) van haute couture. Bekende modehuizen hebben nu allemaal hun confectielabels. Op deze manier is het mogelijk om de klant een goed product te bieden tegen een faire prijs. De overeenkomst tussen de autobranche en de modebranche is dat in beide gevallen sprake is van efficiënte standaardisatie.

Met de huidige stand van ICT moet het mogelijk zijn om de hoeveelheid tijd die nodig is voor een

## Gemiddeld is er 25 uur nodig voor een hypotheekadvies en de uiteindelijke bemiddeling daarvan

advies te halveren. Dit is niet alleen goed voor de portemonnee van de klant, maar uiteindelijk ook goed voor jou als kantoor. Het kan niet anders dan dat door de strengere wet- en regelgeving in de toekomst de hoeveelheid mensen (human capital) die werkzaam zijn binnen de financiële dienstverlening nog verder zal afnemen. De grootste uitdaging voor elke onderneming is om met minder mensen een kwalitatief beter product te maken tegen een lagere prijs, ofwel in minder tijd. Zo ook binnen onze branche.

### Introductie CRM

Het hebben van een regelmatig klantcontact is de basis van het succes voor een factuurgedreven advieskantoor. Let wel, wanneer je klanten jou uit

eigen zak moeten gaan betalen, moet je ze helpen herinneren waarvoor ze jou ook alweer betalen. ICT is in de 21ste eeuw de efficiënte oplossing om dit mogelijk te maken!

De grootste vijand van een kantoor dat op factuurbasis werkt is de factor tijd. Alleen door een goed CRM-systeem (Customer Relationship Management, zie kader) is het mogelijk om per adviseur enkele honderden klanten op een relatiegerichte wijze doorlopend te bedienen en de afgesproken service en dienstverlening ook waar te maken tegen een redelijke prijs. Eigenlijk dekt de term CRM niet de hele lading. Het suggereert dat er alleen klantinformatie in staat, maar je speelveld is veel breder. Denk aan samenwerking met productleveranciers of andere adviseurs aan wie je activiteiten uitbesteed of informatie van concurrenten.

### Misverstanden rondom CRM

CRM is geen softwarepakket, maar zowel een werkwijze als een techniek, waarbij het optimaliseren van alle contacten met de klant centraal staat. Er wordt getracht elke klant een individuele waardepropositie aan te bieden gebaseerd op zijn wensen. Daarnaast is de gedachte achter CRM dat klanten een betere behandeling krijgen naarmate zij een hogere waarde vertegenwoordigen voor de organisatie.

CRM wordt in de praktijk vaak verward met ERP, ofwel Enterprise Resource Planning, gericht op de interne processen van administreren van producten, vergoedingen en marges van producten en wie wat heeft verkocht. Om het klantcontact te optimaliseren bij bijvoorbeeld productiebedrijven wordt CRM vaak gekoppeld aan het ERP systeem.

Kortom: CRM heeft een plaats vooraan in de keten als je de klant als uitgangspunt neemt, ERP staat het verst bij de klant vandaan, aan de achterkant in de keten.

### Klantportal

Er zijn vele soorten CRM systemen, maar wat is het verschil tussen een CRM systeem en een digitale kaartenbak? Door de sterke stijging van het aantal gebruikers op internet is CRM software online beschikbaar en hoef je geen grote bedragen te investeren in een nieuw systeem. Dit wordt 'cloud computing' genoemd of 'software as a service' (SAAS). Door gebruik te maken van online CRM software ontstaan er mogelijkheden die voorheen onmogelijk waren. Door de CRM datagegevens aan de consument ter beschikking te stellen, kun je samen met de consument in één dossier werken. De toegangspoort tot de gegevens van de consument is een persoonlijke en beveiligde webpagina, ook wel klantportal genoemd. Deze portal geeft de consument vertrouwen en hij is bereid die gegevens aan te vullen, welke mogelijk ontbreken. Als de klant een bericht stuurt

## Op zoek naar efficiency?

### Structuur CRM systeem is niet gebaseerd op producten maar op inkomsten, uitgaven, bezittingen en schulden van consument

aan de adviseur, verwacht men wel snel antwoord. Kortom, de processen moeten op orde zijn (operational excellence).

De structuur van een modern CRM systeem is niet gebaseerd op verzekering- of bankproducten maar op de inkomsten en uitgaven, bezittingen en schulden van de consument. Sommige uitgaven kunnen wel producten zijn, andere producten vormen een bezitting/vermogen. Hiermee kun je digitaal inventariseren en ben je 24x7x365 bereikbaar voor alle klanten. Een mooie etalage om jouw klanten duidelijk te maken dat jij de bewaker bent van het financieel plan van de consument.

Een ander voordeel van een online systeem is dat je bijvoorbeeld berekeningen van premies van schadeverzekeringen kunt automatiseren. De consument krijgt dan op het moment dat de verzekering kan worden opgezegd automatisch een

premievergelijking gepresenteerd van verschillende aanbieders. Deze mogelijkheden zorgen dus automatisch dat je aan de zorgplicht voldoet. Daarnaast kun je deze dienst opnemen in je dienstenmodel. Verder zie ik een aantal ontwikkelingen waarbij op soortgelijke manier ook de hypotheekrentes automatisch worden vergeleken of de waarde van een beleggingsrekening.

Het doel van de klantportal is dan ook om de consument op het juiste moment van de juiste informatie te voorzien. Deze strategie wordt ook wel 'customer intimacy' genoemd. Zolang het uitwisselen van gegevens (ketenintegratie) met productaanbieders niet echt van de grond komt, zullen deze handelingen nog handmatig moeten gebeuren. Het wordt zelfs mogelijk automatisch de pensioeninformatie van bijvoorbeeld [www.mijnpensioenoverzicht.nl](http://www.mijnpensioenoverzicht.nl) op te slaan in de klantportal.

Bedenk wel dat je voorafgaand aan het uitwisselen van persoonsgegevens altijd toestemming van de consument nodig hebt, alsmede een geregistreerd en gepubliceerd privacyreglement.

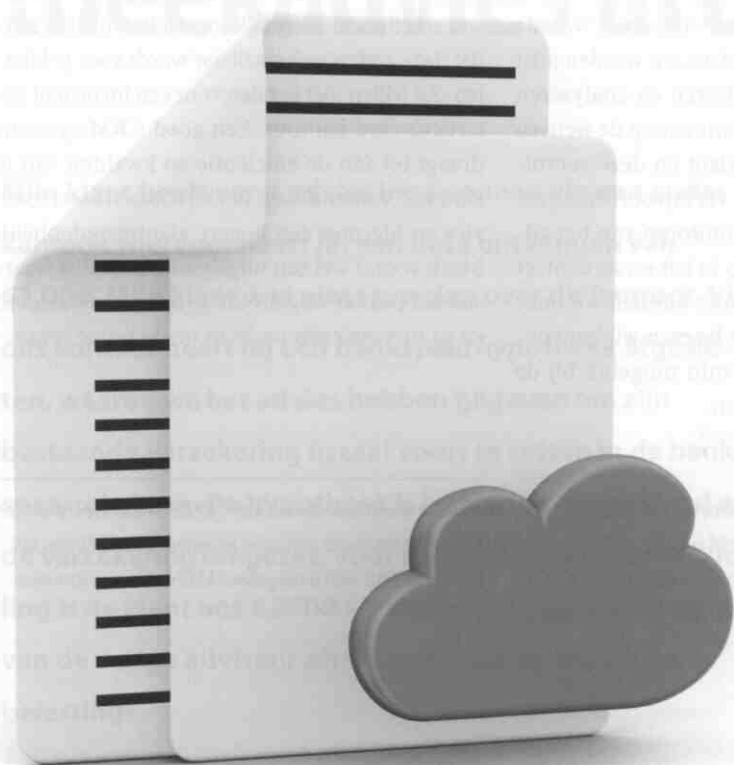
#### CRM en efficiency

Een CRM-systeem helpt dus bij 'customer intimacy' en wordt gebruikt door kantoren die klantgericht willen opereren en streven naar langdurige en winstgevende klantrelaties. CRM past daarmee uitstekend binnen de denk- en werkwijze van adviseurs die streven naar een klantgerichte relatie op factuurbasis. CRM helpt om een efficiëncyslag te maken en dit is hard nodig als je weet dat bij veel kantoren de klantinformatie op meerdere plaatsen te vinden is. Op die manier is het onmogelijk om efficiënt te werken. De eerste stap is om alle klantdata centraal onder te brengen in de CRM. Dit kost tijd, maar is uiteindelijk de investering dubbel en dwars waard.

#### Vakblad De Hypotheekadviseur verloot 5 boeken!

Ramón Wernsen – Bruin heeft een boek geschreven over dit onderwerp, welke is uitgegeven door Kluwer. Vakblad De Hypotheekadviseur verloot 5 exemplaren van het boek: 'Van provisie naar factuur. Genereren van een bedrijfsmodel voor de massamarkt.' Bent u geïnteresseerd, stuurt u dan een mailtje met uw gegevens naar: [dehypotheekadviseur@kluwer.nl](mailto:dehypotheekadviseur@kluwer.nl) en misschien wint u één van de exemplaren!

# Dubbele kosten hypotheekadvies-afrekbaar?



in het assurantiepakket, in een (hypotheek)softwarepakket, maatschappijsoftware, klantmap in Word, Excel, et cetera. Niet alleen bij intermediairs is dit een probleem, maar ook bij banken en verzekeraars ziet men vaak dat klantdata niet centraal geïntegreerd zijn in één CRM. Zolang dit niet gebeurd is, is het onmogelijk om op efficiënte wijze een klantgericht en factuurgedreven kantoor te runnen. Er gaat dan te veel tijd verloren aan het zoeken van (klant)data, het dubbel of driedubbel invoeren van data, het analyseren van data, het maken van berekeningen in verschillende software, de productaanvraagprocedure en het monitoren van het advies en het onderhouden van het contact met de klant. Hier komt bij dat het hebben van veel software veel geld kost, de waarde echter van niet-geïntegreerde software is relatief klein.

## Tijdregistratie

In een advies- en factuurgedreven onderneming is het belangrijk om te meten hoeveel tijd je met je diverse activiteiten kwijt bent. Tijd is geld en inefficiëntie kan niet worden verhaald op de klant. Onderdeel van een goede CRM is een 'geïntegreerd' tijdregistratiesysteem. Een voorbeeld van een efficiënt registratiesysteem is het koppelen van 'standaard' activiteiten en werkzaamheden aan vaste codes. Bijvoorbeeld: activiteit: opstellen gespreksverslag, code: 007, tijdsduur 0,15 uur x tarief 100 euro = 25 euro. Om dit te kunnen toepassen zal dus eerst een lijst moeten worden opgesteld van de per waardepropositie verichte werkzaamheden en de hiervoor benodigde kennis en vaardigheden. Verder zal inzichtelijk moeten worden gemaakt hoeveel tijd het kost om deze werkzaamheden uit te voeren. Er zijn werkzaamheden te bedenken die de klant zelf kan uitvoeren, zoals inzicht geven in zijn uitgavenpatroon en verder het op tijd en volledig aanleveren van gevraagde data. Klanten die

Alvorens over te gaan tot de aanschaf van CRM en je huidige systeem te vervangen – ervan uitgaande dat je al een systeem hebt – dien je eerst na te denken wat het systeem allemaal zou moeten kunnen. Naar mijn mening zou het gehele adviesproces geïntegreerd moeten zijn in de CRM, dit betekent dat naast alle documenten ook alle benodigde rekensoftware geïntegreerd zit in de CRM.

## Voorkom versnipperde klantdata

Veel kantoren/adviseurs werken met assurantiepakketten die al dan niet gekoppeld zijn met andere (reken)software. Ook zie ik vaak dat klantdata op meerdere plaatsen zijn ondergebracht,



hun 'huiswerk' goed doen besparen ons veel tijd en dus geld. Verder voegen wij weinig waarde toe bij het verzamelen van data, wij worden juist betaald voor het inventariseren en analyseren van deze data en deze afstemmen op de wensen en doelstellingen van de klant en deze vervolgens proberen te realiseren via bijvoorbeeld productoplossingen en het monitoren van het advies. Dit moet duidelijk zijn in het eerste contact met de klant. Op deze manier kunnen wij onze dure tijd beter besteden en hoeven wij 'eenvoudige' werkzaamheden zo min mogelijk bij de klant in rekening te brengen.



#### Last but not least

Wanneer je een factuurgedreven kantoor hebt, worden er meer eisen gesteld aan je dienstverlening en servicestandaarden. Je verkoopt immers je waarde in de vorm van service en dienstverle-

ning en de klant betaalt hier voor. Je service moet wel zo efficiënt mogelijk ingericht worden, omdat deze anders onbetaalbaar wordt voor je klanten. Zij willen niet betalen voor een inefficiënt gestructureerd kantoor. Een goed CRM-systeem draagt bij aan de efficiëntie en kwaliteit van je kantoor. Verder draagt het bij aan een betere service en hiermee een hogere klanttevredenheid. Maak vooraf wel een uitgebreide checklist waarvan het pakket volgens jou zou moeten voldoen, en ga niet over een nacht ijs bij de keuze ervan.

**Ramón Wernsen - Bruin MFP, CFP®** is financieel planner bij Persist Financial Planning en eigenaar van Financial Planning 4 All. Wilt u reageren? Mail dan naar: [ramon@persist.nl](mailto:ramon@persist.nl)

## VAKOPLEIDING



### Federatie Financiële Planners (FFP)

€ 1995,-

Startdata: diverse startdata in **februari, augustus en september** 2012

Locatie: Amsterdam, Bilthoven, Deventer, Eindhoven, Heerenveen, Leiden en Rotterdam

Lesduur: 8 lesdagen



### Leergang Hypothecaire Planning (LHP)

€ 1995,-

Startdata: diverse startdata in **januari, augustus en september** 2012

Locatie: Amsterdam, Bilthoven, Deventer, Eindhoven, Heerenveen, Leiden en Rotterdam

Lesduur: 9 lesdagen

Voor meer informatie verwijzen wij u naar onze website.

[www.lindenhaeghe.nl](http://www.lindenhaeghe.nl)  
☎ 030 - 693 23 48

