



Afscheid van de tussenpersoon, leve de ondernemer

Na een turbulent en economisch slecht 2009 worden de eerste tekenen van het economisch herstel zichtbaar. Niet dat het leed geleden is maar de pijlen wijzen weer de goede kant op. Angst en onzekerheid maken steeds meer plaats voor realisme en acceptatie van de nieuwe marktsituatie.

De ontwikkelingen in de branche zelf gaan onveranderd snel door. Naast de AFM, die de invulling en naleving van de Wft steeds nadrukkelijker inhoud geeft, wordt de kans op volledige provisie transparantie steeds groter. Zelfs een provisieverbod is niet ondenkbaar.

“Goede ondernemer kiest bewust voor de klanten die ook voor hem kiezen”

Wat de beloning betreft lijkt CAR oftewel Consumer Agreed Remuneration het toverwoord te gaan worden.

‘Gratis’ advies bestaat niet meer. Voor het imago van de financieel adviseur is dit trouwens een zegen. Immers: *You are what you charge*.

CAR houdt ook in dat de (assurantie)ondernemer zich beter zal moeten profileren in de markt. Op welke manier onderscheidt hij zich van de concurrentie. Gaat hij voor kostleiderschap, richt hij zich op een specifieke doelgroep of gaat hij zich onderscheiden op basis van de geboden dienstverlening? De ondernemer zal moeten kiezen voor de klanten die ook voor hem kiezen en afscheid nemen van klanten die dat niet doen.

Ook de relatie met zijn leveranciers zal zakelijker worden. Tussenpersoon zijn kan eigenlijk niet meer. Er zal een keuze gemaakt moeten worden tussen leverancier en klant. Wiens belangen worden er behartigd en hoe is de beloning geregeld?

Ook zal er kritisch gekeken moeten worden naar de processen binnen het bedrijf. Hoe kan de organisatie effectiever en efficiënter worden ingericht en hoe kan inhoud van de dienstverlening beter worden gecommuniceerd?

De ondernemer die wacht totdat de politiek, de media, de leveranciers en/of de klant de keuze maakt is te laat en krijgt het heel moeilijk. Waarom nog afhankelijk willen zijn van de verzekeraars die ook maar met hun eigen belang bezig zijn? Waarom wachten op de volgende politieke daad? Waarom wachten totdat de klant belt?

Ondernemen betekent ook drastische maatregelen durven nemen. Personeel aannemen of ontslaan, activiteiten afstoten of juist samenwerking zoeken, een (deel)portefeuille verkopen of kopen. Een bekend Amerikaans gezegde luidt: *If you want to change something, create a crisis*. De crisis hebben we al dus een goed moment voor verandering.

Ondernemen doe je zelf maar je hoeft het niet alleen te doen. Een goede ondernemer omringt zich met de juiste mensen, praat met de juiste collega ondernemers, praat met marktpartijen die de branche kennen, is kritisch naar zichzelf en huurt ontbrekende kennis in. De goede ondernemer investeert in zijn belangrijkste kapitaalgoed en dat is *hij zelf*. Kijk naar het buitenland, kijk naar de topsport. De besten worden allen ondersteund door een team van professionals.

Na 2009 wordt dit weer een jaar om vooruit te kijken. De goede ondernemer gaat in 2010 keuzes maken, zijn bedrijf hierop inrichten, zich beter onderscheiden van de concurrentie en bewust zijn klanten kiezen. Geen afwachtende houding maar proactief ondernemen. 2010 wordt het jaar van de ondernemer. Ik heb er zin in!