

Wft als ondersteuning van adviesproces

FlexFront introduceerde de Adviesmap. Een paar weken na de introductie kwam InFinance poolshoogte nemen en onderzoeken hoe in de praktijk de Wft geen molensteen is, maar een leidraad om het hypotheekadvies te stroomlijnen.

Beladen met vooroordelen uit het verleden gaan we kennismaken met de Adviesmap van FlexFront. Bij 'Adviestools' denken we nog aan een doos met een stapeltje papieren met tekst en plaatjes en wat software. Meestal gratis beschikbaar gesteld door de aanbieder van een product. Tot voor kort was de tool een grote pijl die onmiskenbaar naar het stippellijntje wees waar de handtekening moest komen. De Adviesmap blijkt al snel van een andere orde. FlexFront is er in geslaagd om kwaliteitsadvies te stroomlijnen. En dat was hard nodig, want niet alleen moet de adviseur de Wft borgen, ook moet als gevolg van een lagere omzet per hypotheekadvies het proces van de adviseur efficiënt worden ingericht. De uitdaging van de Adviesmap was voor 3.095 euro als prijskaartje voor de klant een goed advies te kunnen geven dat bovendien rendabel is voor het kantoor.

Advies als ambacht

De oude generatie tools ondersteunde meer het proces van de aanbieder. De klant was een toeschouwer. Hij of zij mocht hooguit wat documenten aanleveren en moest dan maar afwachten. De Adviesmap betreft de klant nadrukkelijk in het proces. Alle stadia van eerste gesprek tot notaris worden stap voor stap in beeld gebracht. De rollen van alle betrokkenen komen aan de orde. Wat doet de aanbieder, wat doet de klant en, zeer noodzakelijk in deze dagen, wat doet de adviseur eigenlijk allemaal? De hele adviesmap in woorden beschrijven is alsof we een plaatje laten zien op de radio. Wie wil weten of de Adviesmap bij de specifieke praktijk van het eigen kantoor past, zal dat zelf een-op-een moeten onderzoeken. Volgens ons is onderzoeken zeker de moeite waard. FlexFront

zoekt adviseurs die als ondergrens tussen de 30 en 50 hypotheek per jaar doen. Het profiel van de adviseur is de man of vrouw die advies als een ambacht ziet. FlexFront wil als nieuwe allround servicepartner een netwerk van 400 ambachtelijke kantoren opbouwen.

Klanttevredenheid

In de Adviesmap van FlexFront zijn de aspecten van het moderne adviestraject samengebracht. De map laat al deze onderdelen bovendien procesmatig samenwer-

ken. De kracht van de nieuwe dienst schuilt natuurlijk niet in de tastbare map die je in je handen kunt nemen. Zo is bijvoorbeeld het dvd niet meer een konijn dat plotseling tijdens het gesprek uit de hoge hoed moet komen. Het is een logisch onderdeel geworden van het complete adviesproces. Dit proces kent ook twee momenten waarop de klanttevredenheid wordt gemeten. Hoe was het eerste gesprek en hoe tevreden was de klant over het hele proces? Voor adviseurs is dat meten van de klanttevredenheid nieuw terrein. Dat nieuwe terrein moet de adviseur wel ontginnen. Ook het onderhoud door de adviseur is in het proces opgenomen. Zoals te verwachten van de in procesondersteuning gespecialiseerde servicepartner FlexFront neemt de Adviesmap ook het hele administratieve proces uit handen, verzorgt de taxatie en een bankgarantie en maakt het dossier compleet. Recent heeft FlexFront samen met Chain Value en Intersoftware een *pay per click* variant ontwikkeld waarbij het gebruik van Hypobox alleen betaald wordt per dossier. Dus geen licentie- of abonnementskosten. Voor het intermediair betekent dit in de praktijk dat de softwarekosten zijn meegenomen in de dossierprijs, want FlexFront betaalt de *pay per click* kosten voor het intermediair.

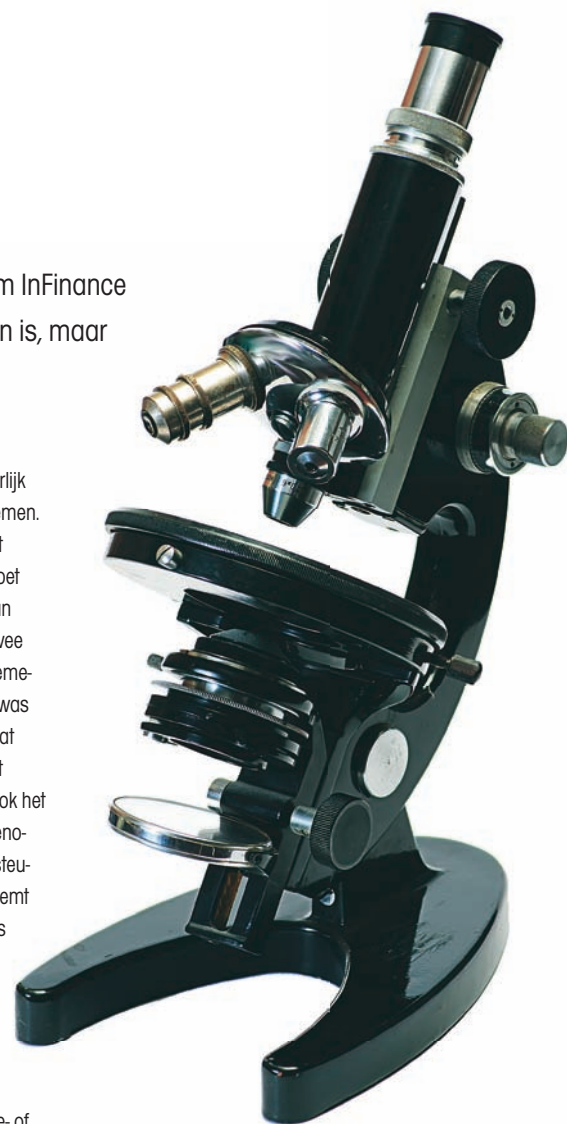
Conclusie

Met de Adviesmap heeft het intermediair een krachtig communicatiemiddel in handen om de klant stap voor stap bij het hypotheekproces te betrekken. Werken met de map is een methode, zo men wil een hulpmiddel,

om de klant aantoonbaar centraal te zetten en geeft tegelijkertijd een adviseur de middelen om zichzelf te 'verkopen'. Het proces

maakt voor de klant inzichtelijk wat de adviseur allemaal moet doen van eerste contact tot en met het passeren van de akte. Ook de waarde toevoeging van de adviseur wordt geëtaleerd en het prijskaartje onderbouwd. De map en de aanvullende diensten van FlexFront geven het onafhankelijke intermediair een ondersteuning die vergelijkbaar is met franchiseformules en andere ketens.

Kortom, InFinance is wel onder de indruk van wat de map te bieden heeft. Toch zien we een paar ver-



beterpunten. De methode is nog een adviesproces waarbij de transactie nog een grote rol speelt. In de huidige advieswereld zal de transactie geen doel meer zijn, maar een eventuele uitkomst van het advies. De werkwijze volgt nog de denklijn van de adviseur. De Adviesmap kan nog verbeterd worden door meer onderzoek te doen naar hoe het psychologisch proces (van eerste prikkel 'we hebben een huis gevonden' tot aankoop en hypotheek) verloopt bij de klant. Wat zijn bijvoorbeeld de psychologische bezwaren tegen oversluiten, wanneer dat de insteek van het advies behoort te zijn? De map kan nog versterkt worden door momenten van bezinning in te bouwen. Een duidelijk: *Go, no go*. Zo stel je de klant niet alleen centraal, betrekt hem (zoals nu al het geval is) bij het proces, maar zet hem ook aan de knoppen. Voor de goede orde, de Adviesmap krijgt van ons een dikke voldoende, maar het kan nog beter. Tenslotte de naam. Het is begrijpelijk om in de naam de transactie (de hypotheek) te vervangen door 'advies'. Bij een nieuwe versie stellen we voor om nog een stapje verder te gaan door in de naam te laten merken dat de klant centraal staat. Bijvoorbeeld: 'Woonmap van familie'.
(Eckhardt Dulfer) 