



**VAN VERANDERINGEN,
MAAR IN EEN
VERANDERING VAN
TIJDPERK”**

Anleiding voor de bijeenkomst was de vertoning van de film *The Power of the Heart* bij het geboortefeest van de Stichting New Financial Forum eind vorig jaar. Een aantal trainees van a.s.r. vroeg zich na de filmvertoning af: “Wat gaan we nu concreet met de wijsheid van deze film doen?” Voor

het New Financial Forum reden om met deze talenten in gesprek te gaan en samen met hen en de Young Professionals van andere financiële instellingen te onderzoeken wat hun visie is op de financiële sector, wat ze willen bewerkstelligen en wat ze daarvoor nodig hebben. Ditmaal geen stip aan de horizon, neergezet door de oudere generatie, maar een verkennend gesprek met jongeren



Ze zijn jong, intelligent, talentvol en ambitieus. Ze hebben affiniteit met de financiële sector en zijn de leiders van morgen. Wie zijn ze, wat beogen ze, wat willen ze bewerkstelligen en wat hebben ze daarvoor nodig? Het New Financial Forum organiseerde in restaurant Loft 88 in Utrecht een rondetafelgesprek met Young Professionals van Aegon, AFM, Allianz, a.s.r. en Delta Lloyd. "Een andere mindset in de financiële sector is noodzakelijk. Wij jongeren hebben die andere mindset", aldus een aantal van hen.

Nieuwe generatie wil het verschil maken

TEKST WILLEM VREESWIJK | BEELD RODNEY KERSTEN

over hun innerlijke drijfveren. En wie weet volgt een concreet stappenplan om de jongere krachten in de sector te bundelen en te laten spreken.

De eerste vraag is: hoe ziet een financiële wereld er uit waar jij graag in wil werken? Voor Thijs Visscher is dit een sector met een andere mindset. Een mindset die veel meer gericht is op het

belang en de wens van de klant. "We moeten klanten bewuster maken van de producten die zij aanschaffen en ervoor zorgen dat ze financiële producten en diensten aangenaam gaan vinden. De sector beschouwt de eigen producten veel te veel als low interest voor de klant. Ze vullen dit gegeven bij wijze van spreken al voor de klant in. Ik vind dit onzin. Financiële producten zijn

enorm relevant en kun je wel aange-naam maken voor de klant. Mijn droom is een klant die een goed gevoel krijgt bij het afnemen van onze producten."

Lana Zepcan: "Voor mij is dat ook een sector waarin de klant een echte stem heeft. Daar is een cultuurverandering voor nodig en daar wil ik graag mijn steentje aan bijdragen. Belangrijk is dat

de sector werk maakt van empathie en inlevingsvermogen. Vraag je bij alles af wat jouw handeling daadwerkelijk betekent of veroorzaakt bij jouw klant. Een klant is niet iets abstracts buiten onze omgeving – een klant behoort naast ons te staan.”

“Ik geloof in een financiële sector die zich kwetsbaar durft op te stellen”, aldus Youunis El Atrach. “Een sector die durft te vragen aan de klant hoe de dienstverlening en de producten worden ervaren, die de klant om feedback vraagt en daar ook daadwerkelijk iets mee doet.”

Maaik van Beijsterveldt wil in een veel eerder stadium van de klant weten welke producten of diensten hij zou willen afnemen. “We doen veel klantonderzoek, maar het is belangrijk om de klant continu te blijven betrekken. Bijvoorbeeld tijdens de productontwikkeling, zodat we weten wat de klant echt nodig heeft.”

“De sector moet zich veel dienstbaarder opstellen”, aldus Bartelt Pekelharig. “Wij moeten als sector weer begrijpen dat geld een middel is en geen doel. Richt je daarom op life events: wat is wanneer écht belangrijk voor welke klant. Daar ligt ons bestaansrecht en daar kunnen we waarde toevoegen. Dat impliceert ook dat we efficiënter moeten werken, veel ballast van interne processen laten verdwijnen en door automatisering vertraging en fouten verminderen.”

Ted van Erp beaamt dat verzekeraars en banken efficiënter moeten werken en ziet ook een andere rol voor de adviseurs. “Die zullen zich steeds meer ontwikkelen als financieel huisarts. De adviseur heeft een vertrouwenspositie en moet zijn klant wijzen op de gevolgen van keuzes voor bepaalde producten, zodat de klant de risico's voor zijn specifieke situatie op de juiste waarde weet te schatten en deze kan accepteren of kan afdekken.”



“De sector is zich opnieuw aan het uitvinden”, zegt Ivo Thijssen. “Ik vind het uitermate boeiend om een bijdrage te leveren aan die nieuwe financiële wereld. Als de sector het niet van binnen uit doet, zou het wel eens einde oefening kunnen zijn, want dan word je vroeg of laat ingehaald door bedrijven als Google die veel beter zijn in dataminning. En ikzelf heb meer vertrouwen in de privacybescherming van verzekeraars en banken dan in die van nieuwkomers als Google. Binnen de financiële sector dient een omslag in het klantdenken plaats te vinden. Financiële instellingen zijn niet proactief genoeg richting hun klanten. Gevolg is dat klanten denken dat verzekeraars en banken iets te verbergen hebben. En de dienstverlening kan ook echt beter. Waarom zou je klanten bijvoorbeeld niet direct wijzen op een dubbele verzekering?”

“Meer transparantie moet geen drogreden worden”, aldus Ted van Erp. “We moeten ons afvragen of de klant er ook daadwerkelijk iets mee opschiet. Nu lijkt het wel of we de klant overvoeren met documenten en dan denken dat we heel transparant zijn. Maar het gaat om de meerwaarde die de klant ervaart. Ik heb in Maleisië gewerkt en in deze periode ging mijn mobiele telefoon stuk. De provider bracht mij nog diezelfde

dag – een zondag! – thuis een nieuwe telefoon. Volgens mij kan de hiervoor beschreven situatie worden omschreven in één woord: ‘Service’. Dat is dienstverlening ten top en dat vergeet je als klant nooit meer. Ik denk dat we er naar moeten streven om op deze manier onze klanten te helpen. ‘Helpen door te doen’.”

Jantine Vos: “De basis van de sector is vertrouwen. Zonder vertrouwen zijn er geen klanten. Er heerst te veel een wij/zij-cultuur. Ik wil een bijdrage leveren om de eigen verantwoordelijkheid van alle partijen, dus ook van de consument, te vergroten. Nu leven financiële dienstverleners vooral bij de waan van de dag. Ik zou willen werken in een sector die innovatiever is en veel meer inspeelt op de veranderingen in de samenleving. We leven niet in een tijdperk van veranderingen, maar in een verandering van tijdperk.”

Jaobien Schut en Lana Zepcan sluiten zich hierbij aan. “We moeten weer weten voor wie wij eigenlijk werken en waartoe financiële instellingen zijn opgericht. Daar hoort menslievendheid bij, geen bitterheid of protectionisme.”

Naomi Kal zegt dat de klant gebaat is bij helderheid met wie hij in zee gaat. “Een keurmerk is daar een goed bij-

voorbeeld van. Ook bij reorganisaties kijken mensen wel degelijk of er een keurmerk aanwezig is of niet. Dat geeft de klant vertrouwen en dat geldt ook voor onze sector.”

OBSTAKELS

“We kunnen obstakels wegnemen wanneer iedereen zijn eigen verantwoordelijkheid neemt”, zegt Thijs Visscher. “De balans is nu zoek. De sector is druk doende met het verbeteren van interne processen en met initiatieven die vanuit de sector zelf worden bedacht. We luisteren niet naar onze klant maar wijzen voortdurend naar elkaar. Naar verzekeraars, naar adviseurs, naar klanten, naar de media, naar de toezichthouder. Belangrijk is echter dat we ons niet achter een systeem verschuilen, maar dat we samen met klanten, adviseurs en toezichthouders een nieuw financieel ecosysteem bouwen dat zo relevant is dat mensen er net zo graag werken als ik!”

Ook volgens Lana Zepcan dient er veel meer harmonie te komen tussen verzekeraar, adviseur en klant. “We hebben maar één gezamenlijk doel en dat is een optimale bediening van de klant. Natuurlijk is het niet zo dat we de klant in alles gelijk moeten geven, wel moeten we de klant nog oprechter, menselijker en eerlijker benaderen.”

Bartelt Pekelharing: “De verzekerings-

“MIJN DROOM IS EEN KLANT DIE EEN GOED GEVOEL KRIJGT BIJ HET AFNEMEN VAN ONZE PRODUCTEN”

branche trekt van nature vooral risicomijdende mensen aan. Daardoor blijven ondernemerschap en innovatiekracht uitdagingen. Een oplossing daarvoor is het aantrekken van mensen en impulsen van buiten de sector, met een grotere diversiteit van achtergronden en ervaring, bijvoorbeeld als het gaat om innovatievermogen.”

“Als sector zullen we ook meer leergeld ter beschikking moeten willen stellen”, zegt Maaïke van Beijsterveldt. “Natuurlijk mogen we geen risico’s voor de klant lopen en moeten we onze eigen continuïteit niet in gevaar brengen, maar we zouden ons ook meer ruimte mogen gunnen om nog meer te innoveren. Daarom is het goed bij andere bedrijven een kijkje in de keuken te nemen, bedrijven die innovatiever zijn.”

Naomi Kal: “Durf uit je rol te stappen, blijf je afvragen wat logisch en goed is

voor de klant en durf je omgeving ook te confronteren met de vraag: waarom gaan zaken eigenlijk zoals ze gaan, waarom zijn dingen zoals ze zijn?”

“Zorg er in je organisatie ook voor dat er tijd is om te bespreken hoe het echt beter kan”, aldus Youunis El Atrach. “Vraag jezelf voortdurend af of de klant wel gebaat is bij wat je doet. Blijf verwonderd, blijf vragen, blijf nieuwsgierig.”

OVER VIJF JAAR

Maaïke van Beijsterveldt: “Als jongeren proberen wij nu het verschil te maken en over vijf jaar wil ik op een leidinggevende functie zitten waar ik aan kan sturen op zo’n cultuur.”

“Zolang ik in mijn werk kan blijven luisteren naar wat klanten willen en ik de medewerkers intern hiermee op scherp kan blijven zetten, wil ik graag blijven meehelpen aan het veranderingsproces”, zegt Lana Zepcan. “Op deze manier maak ik het verschil.”

“De komende jaren wil ik een bijdrage leveren om heel kritisch te zijn op wat er speelt en mijzelf en mijn omgeving uit te dagen om buiten de gebaande paden te lopen”, aldus Lisa Bakker. “Ik vind het belangrijk dat een bedrijf met een langetermijnvisie bezig is. Zolang ik daarin kan bijdragen, blijf ik werkzaam in de financiële sector.”

Ivo Thijssen heeft het bijzonder goed naar zijn zin en ziet voor zichzelf de komende jaren nog wel een rol in de financiële sector als praktisch idealist. “Maar ik heb ook een droom om nog eens bij een echte innovator te werken, een bedrijf die een totaal andere kijk op een markt bewerkstelligt, zoals bijvoorbeeld Uber dat doet in de taximarkt.”

Jacobien Schut zou nog wel eens een tijdje willen werken bij een financieel dienstverlener, juist om haar werk als toezichthouder nog verder te kunnen verdiepen.



Thijs Visscher weet niet waar hij over vijf jaar zal werken, maar weet wel dat het absoluut in een uitdagende omgeving moet zijn waar hij zijn talenten als 'ondernemer' volledig kan ontplooiën. "En ja, dat kan ook bij mijn huidige werkgever."

MENSELIJKHEID

Alle Young Professionals aan tafel geloven in een gezonde en gerespecteerde financiële sector, die zich midden in de samenleving beweegt en ogen en oren heeft voor die samenleving. Ze geloven in een menselijke financiële sector en willen graag een bijdrage leveren om die te bereiken. Een net zo grote uitdaging is het verdienmodel van de sector. Het huidige model zal op de lange duur niet winstgevend meer zijn. Een nieuw model, dat een menselijker gezicht heeft en daadwerkelijk is gericht op de behoeften van de klant heeft dat wel.

WHAT'S NEXT?

Hoe nu verder? De Young Professionals geven aan bijeenkomsten waarin kennis en inspiratie wordt uitgewisseld op prijs te stellen, ook al moet het wel ergens toe gaan leiden. Zij stellen het in ieder geval op prijs als de krachten in de sector worden gebundeld. Daarom is het goed om de verschillende initiatieven bij elkaar te brengen. In dit kader is het goed nieuws dat het Verbond van Verzekeraars graag nauw met het New Financial Forum wil samenwerken om de krachten van de Young Professionals te bundelen. Ook Sjaak Schouteren wil graag zijn netwerk Young Insurance betrekken houden bij eventueel nieuwe initiatieven.

Verder willen de Young Professionals geïnspireerd worden door innovatieve bedrijven die het klantdenken in de genen hebben, willen ze meer dan tot dusver hun eigen geluid in de sector laten horen en willen ze samen met collega-talenten van andere financiële bedrijven meer denken én doen. Een stappenplan is in de maak. ■

De deelnemers

Bartelt Pikelharing (27) werkt 2,5 jaar bij Aegon en houdt zich bezig met de merk- en klantstrategie van Aegon, met als focus digital en customer experience. Bij toeval kwam hij als management trainee bij Aegon terecht. Motto bij zijn aanstelling luidde: de sector heeft veertig jaar stilgestaan moet veranderen. Een boodschap die Bartelt direct aansprak.

Jacobien Schut (25) is trainee bij de AFM. Thematiek waar ze zich mee bezig houdt is: klantbelang centraal (onder meer nazorg beleggingsverzekeringen). Jacobien heeft altijd al affiniteit met de financiële sector gehad en wil meer weten van de ontwikkelingen binnen de sector en de invloed die de sector heeft op klanten.

Jantine Vos (30) werkt vijf jaar bij de AFM en is toezichhouder verzekeringen met een focus op gedrag en cultuur. Zij vindt de AFM een mooie organisatie die zich middenin een dynamisch speelveld bevindt en vindt het boeiend om een bijdrage te leveren aan de verdere ontwikkeling van de organisatie en de bedrijfstak.

Naomi Kal (26) is trainee bij Delta Lloyd. Was na haar studie bewust op zoek naar een functie binnen de financiële sector, juist omdat de impact van de sector op klanten zo groot is. Ze koos voor Delta Lloyd vanwege de cultuur in het bedrijf en vervult sinds 1 april een functie binnen het zakelijk schadebedrijf.

Maaïke van Beijsterveldt (25) heeft net haar eerste twee opdrachten bij Delta Lloyd voltooid (Ohra en IT). Zij is geïnteresseerd in innovatie en verandermanagement. Momenteel is ze bezig met 'scrummen', een nieuwe snelle methode van software- en website ontwikkeling.

Younis El Atrach (25) werkte na zijn studie als docent Economie, waar hij veel heeft geleerd. Hij is altijd al maatschappelijk betrokken geweest en is nu werkzaam bij a.s.r. als trainee. Hij heeft de afgelopen periode zich bezig gehouden met potentiële restschulden. Hij

heeft veel contact gehad met klanten en daar veel van geleerd. Hij vindt dat de financiële sector meer klantgericht moet worden en wil dat de nieuwe generatie gezamenlijk opstaat om dit te bewerkstelligen.

Lisa Bakker (26) werkt 2,5 jaar bij a.s.r. Zij startte als management trainee. Momenteel werkt zij als beleidsmedewerker Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen binnen het bedrijfs onderdeel Business Support. In deze functie heeft zij met alle bedrijfsafdelingen binnen a.s.r. te maken.

Ted van Erp (26) heeft na zijn studie bewust gekozen voor een management traineeship in de sector. De financiële dienstverlening is hem als zoon van een financieel adviseur met de paplepel ingegoten en hij weet dat klantgerichtheid en dienstverlening verder reikt dan een strakke presentatie. Opdrachten bij a.s.r.: conversie naar het 'nieuwe' a.s.r. levenbedrijf (Service Books), BPO outsourcing en reparatie defecte beleggingsverzekeringen.

Ivo Thijssen (34) werkt al negen jaar bij de AFM. Hij noemt zichzelf 'praktisch idealist'. Hij wil iets concreets bereiken met zijn idealen en vindt dat hij juist bij een instelling als de AFM voor de klant concrete verbeteringen kan bewerkstelligen. Ivo is ook actief voor D66.

Thijs Visscher (26) kwam tijdens zijn studie bij Aegon terecht. Hij was onder meer teamleider van de uitbetalingsdivisie, werkte een half jaar in Japan en is nu als strategisch analist betrokken bij de ontwikkeling van het pensioenbedrijf. Zijn interesse: sales, cultuurverandering en de dynamiek tussen klantbelang en toezicht.

Lana Zepcan (32) werkt acht jaar bij Allianz. Ze begon met het organiseren van evenementen en houdt zich nu al vijf jaar bezig met customer experiences en customer feedback. In 2015 is haar verantwoordelijkheid binnen Allianz hiervoor uitgebreid van Nederland naar de gehele Benelux.