

4 VISIES OP DIGITALISERING

Bits en bytes
KENNEN GEEN
empathie of vertrouwen



Wim Heeres

Voorzitter Adfiz

De menselijke factor maakt het verschil in een wereld die steeds verder digitaliseert. Internet, digitalisering, robotisering, het kan en moet allemaal efficiënter. Volkomen terecht, maar het is allemaal een beetje randvoorwaardelijk. Ik denk dan al snel, mag het ook menselijker? Vertrouwen is emotie, en dat pak je niet in bits en bytes. Geef klanten een efficiënt *voice response* systeem en je krijgt ergernis en afstandelijkheid. Geef klanten korting en ze denken dat ze te veel betalen. Maar geef klanten aandacht en interesse, dan krijg je vertrouwen. Ik denk dat als we de klant werkelijk centraal stellen, want dat wil toch iedereen, dat we hem dan niet alleen zo efficiënt mogelijk moeten bedienen, maar dat we vooral onder zijn huid moeten kruipen. Vragen moeten stellen die een beetje pijn doen. Zodat hij de juiste afwegingen maakt. Dat is de kern van echt adviseren!

Beschermen

Maar we zijn nu eenmaal niet gebouwd om onszelf een beetje pijn te doen. We vinden 'het nu' belangrijker dan 'het later', 'het bekende' prettiger dan 'het nieuwe' en informatie die een bestaande voorkeur bevestigt, waarden we te hoog. Je moet een klant dus niet alleen tegen kwaadwillende of beunhazende financiële organisaties beschermen, maar soms ook tegen zichzelf. En de beste consumentenbescherming is een goede adviseur. Ik vind namelijk dat de risico's van onveilig doe-het-zelven zeker inzake complexe producten veel groter zijn dan de risico's van slecht advies ooit zijn geweest. Ik hoop dat we als branche in 2016 eindelijk echt werk gaan maken van de ketenintegratie, zodat de klant efficiënt en foutloos geholpen kan worden en de toegang tot advies gewaarborgd blijft. En ik hoop dat we niet de fout maken, de klant onder te dompelen in technologisch efficiënte kiesomgevingen, waar hij tegen heel lage kosten keuzes kan maken die uiteindelijk heel duur zouden kunnen uitpakken.



Dorine van Basten

Directeur Hypotheken Data Netwerk (HDN)

Met de digitalisering van het huidige hypotheekproces is de branche net begonnen. De échte innovatie moet nog plaatsvinden, maar zal ertoe leiden dat de consument realtime kan (laten) checken of hij in aanmerking komt voor een hypotheek of direct een wijziging op zijn huidige hypotheek kan doorvoeren.

Ik geloof erin dat de adviseur ook dan een belangrijke rol in het hypotheekproces blijft vervullen; vooral in het adviesproces. De hypotheek is onderdeel van de totale financiële huishouding, maar voor de consument is het lastig om dat plaatje te overzien en daarin de juiste keuzes te maken. De adviseur maakt dit financiële plaatje voor hem inzichtelijk. Vervolgens kiest hij ervoor om de benodigde producten via de adviseur te laten bemiddelen of het zelf te gaan doen.

Bemiddelingsproces

In beide gevallen is behoefte aan een gemakkelijk, snel en goedkoop bemiddelingsproces. Snelheid wordt onder andere bereikt door via HDN diverse databronnen aan het hypotheekproces te verbinden. Databronnen vervangen fysieke documenten, zoals taxatierapporten, loonstroken en werkgeversverklaringen. Die digitaliseringsslag heeft als gevolg dat consumenten en hun adviseurs sneller weten waar zij aan toe zijn en het verzamelen van de juiste documenten kost veel minder tijd. Automatische koppelingen met databronnen zorgen er ook voor dat er minder handmatige handelingen en controles uitgevoerd hoeven worden. Dat drukt de kosten in de keten. Tot slot voorkom je met databronnen dat er gesjoemeld kan worden met (valse) documenten. De pijlen zijn nu gericht op het digitaliseren van de huidige documenten, maar in de toekomst verwacht ik dat hele andere bronnen bepalend zullen zijn voor de beoordeling van een hypotheek. Ook verwacht ik veel van de mogelijkheden die kunstmatige intelligentie en de *Blockchain* ons in de toekomst kunnen bieden. De digitalisering én de daarop volgende innovatie van het hypotheekproces zijn brancheambities, waarvoor ik mij graag, samen met mijn HDN-team, blijf inzetten.



Peter Mols

Directeur SIVI

De digitalisering van de verzekeringsbranche accelereert, maar versnellen we de goede kant uit en staat onze klant wel écht centraal in onze digitale versnelling? We hebben als gehele branche afgesproken om onze klanten centraal te stellen. Maar doen we dat ook digitaal? We delen gebruikersnamen en wachtwoorden uit, zodat onze klant zich kan 'authenticeren' op onze portalen, bij adviseurs, hypotheekverstrekkers en verzekeraars. En dat is niet alleen in onze branche het geval. Zelf heb ik 44 username-password-combinaties, het gemiddelde ligt rond de 20.

Op de schop

Disruptieve technologieën vragen om aandacht van business- en IT-managers. Regelgeving, de veranderende rol van de adviseur en nieuwe distributievormen maken dat de inrichting van traditionele processen op de schop gaat. We kunnen klantmappen nu beter en uitgebreider aanbieden, digitale omgevingen worden steeds veiliger en innovaties op het gebied van onder andere cognitieve systemen – zoals robo-advies – zorgen voor een heel andere zakelijke horizon. Er zijn veel nieuwe *game changers* waar we in onze dagelijkse adviespraktijk bij SIVI mee te maken hebben. Wij vinden dat stap één naar online werken vooralsnog de belangrijkste is en blijft: zorgen dat onze klanten zich in onze keten op een eenduidige en eenvoudige manier kunnen identificeren en authenticeren! Daarom moeten we als branche vol inzetten op iDIN en Idensys. We helpen onze klanten met zo weinig mogelijk gebruikersnamen en wachtwoorden. Voor zowel bestaande als nieuwe initiatieven, voor polis-kluizen (mijnverzekeringenopenerij), klantmappen en mijn-omgevingen van verzekeraars, hypotheekverstrekkers en adviseurs. Eerst stap één regelen, zodat we daarna nog sneller, effectiever en efficiënter verder kunnen doorpakken met de digitalisering van alle andere processen in de keten. Op die manier versnellen we écht in het belang van de klant.



Arie Blokland

Zelfstandig interim professional retail banking en hypotheek en blogger bij *finno.nl*

In de jungle van groeiende wet- en regelgeving komt de financiële dienstverlener er niet onderuit zich strak te structureren in organisatie en procesomgeving. Fintechs weten daarvan vooralsnog handig weg te blijven. Ze functioneren vaak slechts als schil (overlay) op traditionele producten en organisaties. Fintechs draaien op snelle, goedkope en efficiënte procesomgevingen. Vooral het digitaal ontsluiten van centrale databronnen zal fintech vleugels geven. Persoonlijke data worden straks geïmporteerd, geanalyseerd en op basis van algoritmes door *intelligent agents* vertaald in persoonlijk advies. Technologisch een prima ontwikkeling, maar die machines begrijpen ons helemaal niet en de empathie- en vertrouwensfactor is dus nihil.

Efficiënte dienstverlening

Consumenten verwachten een efficiënte dienstverlening en daarbij helpen gedigitaliseerde processen. De adviseur kan juist in de financiële dienstverlening, waar vertrouwen een grote rol speelt, een belangrijke rol blijven vervullen. Die moet er dan wel voor zorgen dat hij zijn sociaal-empathische menselijke benadering naadloos laat samenwerken met de digitalisering. In de VS is het al mogelijk om een hypotheek binnen acht minuten via je smartphone af te sluiten. De vraag is of consumenten dat ook echt massaal zullen gaan doen. Bovendien werkt dit proces nu alleen voor eenvoudige, mainstream hypotheekaanvragen. Waar kan de ondernemer en de net wat afwijkende hypotheekaanvrager terecht? Als we de fintech innovaties combineren met (persoonlijke) excellente service en advies, ontstaat daar waar zorgplicht en klantbehoefte elkaar raken een waardevolle chemie tussen technologie en menselijke behoeften. We kunnen vertrouwen als Waarde zien en factoren als snel en goed als de Norm. Waarden en Normen gaan goed samen. De financiële adviseur die zich weet aan te passen zal de disruptieve innovatiestorm overleven. Op voorwaarde dat hij de consument meerwaarde kan bieden in aanvulling op fintech.