

“ADVISEURS HEBBEN EEN ONGELOOFLIJK BELANGRIJK VAK. WAT IS ER NOU MOOIER OM MET ONDERNEMERS TE SPARREN OVER HUN VISIE, WENSEN EN ONZEKERHEDEN EN ZE VERVOLGENS TE HELPEN BETER TE ONDERNEMEN. TOEN IK MERKTE DAT ER EEN AANTAL BELANGRIJKE ZAKEN NIET KLOPTEN IN ONZE SECTOR BESLOOT IK OM MIJN EIGEN BEDRIJF NOUVEAU CONSULTANCY OP TE RICHTEN EN EEN VERNIEUWEND PAD TE BEWANDELEN. MIJN BELONING IS NU NIET MEER AFHANKELIJK VAN DE HOOGTE VAN DE PREMIE, MAAR VAN MIJN ADVIEZEN EN INSPANNINGEN. DIT WERKT TWEE KANTEN OP, KLANTEN BETALEN GEEN OVERBODIG HOGE BELONINGEN MEER EN DE ADVISEUR WORDT BETAALD NAAR VERHOUDING VAN ZIJN OF HAAR WERKZAAMHEDEN.”

Advies van waarde wordt beloond

TEKST WILLEM VREESWIJK | BEELD PETRINA DERKSEN

Aan het woord is Barbara Stoopman (43) van Nouveau Consultancy uit Barendrecht. Aanvankelijk wilde ze makelaar worden, maar toen zij tijdens een stage op een makelaarskantoor in aanraking kwam met het zakelijke verzekeringsvak was ze direct verkocht. “Veel dynamischer dan het makelaarsvak. Wat is mooier dan sparren met ondernemers en hun ondernemersvraagstukken?”

Sinds 1997 zit ze in het adviesvak. Ze werkte onder meer bij Allianz Schadeverzekeringen, TDA Groep, Van Stigt Thans Assurantiën en Rabobank Ridderkerk Midden-IJsselmonde en leerde er de kneepjes van het vak. “Een mooie leerschool, waar ik veel aan heb gehad.

Toch kwam ik er in het algemeen snel achter dat er in onze sector structuren bestaan die in feite niet zijn uit te leggen aan de klant. Als een klant een BAV voor een half jaar afsluit met een premie van 20.000 euro tegen twintig procent provisie waar een half uur advieswerk tegenover staat, dan klopt er iets niet, volgens mij. Vreemd ook dat er in onze sector veel van dergelijke voorbeelden bestaan en dat niemand ervan opkijkt. Toen ik vervolgens via Nationale-Nederlanden bij toeval meer hoorde over risicomanagement, wist ik zeker dat ik het anders wilde doen, op een manier die bij mij past en die recht doet aan het belang van de klant. In de auto belde ik mijn man op en vertelde dat ik ontslag ging nemen en een eigen bedrijf ging oprichten met een vernieuwende aanpak. Ik had het al direct over het

nieuwe verzekeren. Het was 2012. Nouveau Consultancy was geboren.”

Voor Stoopman was het vooral van belang dat haar advies waarde heeft. “Met mijn kennis, expertise en vaardigheden voeg ik als adviseur iets toe. En als ik voldoende toevoeg voor mijn klanten, is mijn werk een beloning waard. Dat mijn beloning afhankelijk is van de hoogte van de premie die klanten betalen, slaat in feite nergens op, ook al is het nog altijd gemeengoed. Juist door die link tussen premie en beloning niet te maken, ben je vrij in je adviezen. Ik word namelijk ook beloond voor een andere oplossing dan een verzekering of als ik verwijs naar een direct writer. Het klinkt logisch, maar ik ben het te vaak anders tegengekomen.”

Volgens Stoopman gaat de verplichte provisieparantie er vroeger of later komen. “Toch kun je dit in onze sector nauwelijks uiten. Veel adviseurs reageren dan verontwaardigd. Vaak zeggen ze dat een bakker ook niet hoeft te vertellen wat hij op een brood verdient. Maar die vergelijking gaat mank. Wij verkopen geen producten, wij geven advies.”

PUUR ADVIES

Missie van Stoopman is om de kracht en de schoonheid van het pure adviesvak over het voetlicht te brengen. Dit doet zij uiteraard in haar werk, maar ook met haar boek ‘Het Nieuwe Verzekeren’ dat vorig jaar in eigen beheer verscheen en waar ze ruim een jaar aan heeft gewerkt. In het boek geeft ze haar visie op de toekomst van het adviesvak en interviewt zij tal van brancheleden over dit onderwerp. Met dit boek wilde ze vooral een positief geluid laten horen vanuit een markt waarin de laatste jaren veel klappen zijn gevallen en wilde ze laten zien hoe adviseurs succesvol kunnen zijn in het provisie-loze tijdperk. Met het boek wilde ze onderstrepen dat de financieel adviseur voor consumenten en ondernemers net zo nodig is als de accountant of de advocaat. “Idee was om collega-adviseurs te inspireren en te motiveren om het nieuwe verzekeren te omarmen. Ik moet eerlijk zeggen dat dit tot op heden niet op grote schaal gebeurt. Veel mensen willen helemaal niet veranderen. Daarvoor zijn de verdiensten nog te goed. Bovendien gaan ze ervan uit dat ik kritiek uit op hun manier van werken. Dat is niet mijn bedoeling. Wel wil

ik laten zien dat het adviesvak ook op een andere manier uitgeoefend kan worden, maar dat vraagt om een andere mindset. Ik wil vooral duidelijk maken dat adviseurs wel degelijk door hun klanten worden beloond voor wat hij of zij hen daadwerkelijk te bieden heeft. En geloof me, dat is ongelooflijk veel.”

In dit kader geeft ze ook workshops, masterclasses en sparringsessies. “Prachtig als je met een collega-adviseur open kunt sparren over het adviesvak en van elkaar kunt leren. Zo doe ik een mooi project voor Klaverblad met als onderwerp: hoe zorg je ervoor dat een klant wilt betalen voor je aov-advies. Veel adviseurs vergeten dat ze meerwaarde hebben en durven geen beloning te vragen. Ik probeer ze hierbij te helpen. Als deze pilot slaagt, rollen we het verder uit in andere regio’s.”

Ook is Stoopman te spreken over de support die ze krijgt van een intermediairmaatschappij als De Goudse. “Zij nodigen me uit om lezingen te geven en denken ook met me mee hoe we het vak van risicomanager nog beter over het voetlicht kunnen brengen.” Ook geeft ze lezingen voor assurantieclubs. “Vaak worden echter nog de hakken in het zand gezet. Er wordt zeer kritisch op mijn verhaal gereageerd, soms zelfs agressief. Er is blijkbaar veel angst voor het onbekende. Veel adviseurs vinden het heel lastig om zich kwetsbaar op te stellen en de wil om te veranderen ontbreekt vaak. Aan de andere kant zie ik wel dat mijn visie en werkwijze bedrijven wel erg aanspreekt. Ik word steeds vaker uitgenodigd voor een lezing voor een ondernemersnetwerk. Zij zijn immers niet geïnteresseerd in zomaar een polis maar willen dat iemand meedenkt over bijvoorbeeld het terugdringen van het ziekteverzuim. Ondernemers willen weten hoe ze om moeten gaan met de risico’s die hun bedrijfscontinuïteit in gevaar brengen. En dan is verzekeren echt niet de enige oplossing. Door mee te denken, naast de klant te staan, als coach op te treden, creëer je een vertrouwensband met alle revenuen van dien. Mijn klanten zijn mijn ambassadeurs, brengen nieuwe klanten aan en zijn heel loyaal.”

NETWERK

Over twee jaar bestaat Nouveau Consultancy tien jaar. Momenteel is haar kantoor gevestigd op een bedrijventerrein in Barendrecht. Over twee jaar hoopt ze een pand samen met andere experts te kunnen betrekken die elkaar kunnen inschakelen waar dat nodig is. Samen met Petra den Hollander heeft ze Life-events (www.life-events.nl) opgericht, een platform dat particulieren en bedrijven wegwijs maakt in de financiële en juridische wereld. “Als echte netwerker geloof ik hier heilig in. Ik sta open voor verandering. Mijn bedrijf heet immers niet voor niets Nouveau Consultancy.” ■

‘Wij verkopen
geen producten, wij
geven **advies**’

A full-page photograph of Barbara Stoopman, a woman with long, wavy brown hair, wearing a white blazer over a black dress and light-colored heels. She is standing on a set of concrete stairs with a metal handrail, looking towards the camera with a slight smile. The background shows the wooden wall of the building and a metal mesh fence.

Barbara Stoopman:
'Mijn klanten zijn
mijn ambassadeurs.'