



'Komende vijf jaar onvergelijkbaar met jaren ervoor'

EEN KANTOOR HOEFT HEUS NIET ALTIJD HELEMAAL OP DE SCHOP. MAAR KIJK WEL VOORTDUREND WAAR VERBETERINGEN MOGELIJK ZIJN. DAT ZEGGEN PETER REBERGEN (KOOS ROOK VERZEKERINGEN) EN ONDERNEMERSADVISEUR HERBERT DERKS. DAARTOE HEEFT HET KANTOOR UIT KRIMPEN AAN DEN IJSSEL IN HET TRAJECT MET DERKS DE KERNWAARDEN BEPAALD: PERSOONLIJK, AANDACHT EN KENNIS.

TEKST TOON BERENDSEN | BEELD FOTOBUREAU ROEL DIJKSTRA

Koos Rook Verzekeringen werd in 1963 door de naamgever opgericht. Oorspronkelijk als administratiekantoor. In de loop van de tijd kwamen daar verzekeringen en hypotheek bij. Peter Rebergen, één van de vier vennoten en optredend als algemeen directeur, is bij toeval bij het kantoor terecht gekomen. "Ik werkte na mijn studie een tijdje als postbode. Toen ik een aangetekende brief bij Koos Rook moest bezorgen, vroeg ik of er werk was voor mij. Drie dagen later kreeg ik een telefoontje; Rook wilde graag meer aandacht aan verzekeringen geven en of ik dat wilde doen."

Dat liet Rebergen zich geen twee keer zeggen en zo startte in 1994 zijn loopbaan in de financiële dienstverlening. Hoewel Rebergen zich steeds meer ontpopt tot manager, ligt het accent nog altijd op adviseren. "Het leukste is en blijft met de klant bezig zijn en zijn vertrouwen te krijgen. Want dat vind ik het mooiste aan het vak: dat je het vertrouwen krijgt van de klant."

ONDERNEMERSNETWERK

Het kantoor draait prima. "We plussen elk jaar ten opzichte van het jaar ervoor", aldus Rebergen. Toch greep

INNOVATIE

Rebergen het vertrek van één van de vijf vennoten aan om te bezien of bakens moeten worden verzet. Hij vroeg Herbert Derks (Derks Bedrijfsadvies & Ondernemersnetwerken) om mee te kijken. Rebergen heeft Derks leren kennen in DBO OndernemersCollege, één van de DBO-ondernemersnetwerken. Derks, in het verleden accountant en ondernemersadviseur bij Delta Lloyd, begeleidt dit jaar in totaal acht ondernemersnetwerken. Een vernieuwing die Koos Rook Verzekeringen heeft doorgevoerd, is dat de vennoten van het financieel adviesbedrijf nu meedoen aan drie verschillende DBO-ondernemersnetwerken. "Omdat wij er veel ondernemerskennis opdoen, maar ook gewoon omdat het leuk is", zegt Rebergen.

'Provisietransparantie is realistisch toekomstperspectief'

VALKUIL

Koos Rook Verzekeringen telt nu vier vennoten. Naast Rebergen zijn dat Michel van de Brink (tevens adviseur Hypotheken), Arie van Ommen (beheert het administratiekantoor) en Denny Trouwborst (tevens adviseur Particulier en MKB). Derks liet alle vennoten een strategisch plan schrijven voor hun discipline. "Het vertrouwen bij financieel adviseurs is teruggekeerd. Dat is natuurlijk een goede zaak. Tegelijkertijd ontstaat hierdoor de valkuil dat adviseurs denken: de komende vijf jaar komen we door met hetzelfde gemak. Maar de komende vijf jaar zullen zich niet laten vergelijken met de voorbije vijf jaar, als we kijken naar de opmars van de digitalisering en de snelheid waarmee wordt geïnnoveerd. Jongeren ga je niet meer bereiken op de manier waarop je dat gewend bent."

Rebergen: "Hebben wij als adviseur straks nog zo'n grote rol bij hypotheekbemiddeling bijvoorbeeld? Informatietechnologie neemt in dit proces steeds meer taken van de adviseur over." Derks: "Het bleek niet nodig om het roer radicaal om te gooien. Inmiddels zijn de uitkomsten bekend van de evaluatie van het provisieverbod. Provisietransparantie is een realistisch toekomstperspectief, maar een provisieverbod bij schade-

verzekeringen is niet meer aan de orde. Wel is het goed om meer focus aan te brengen."

KLANTENBINDING

Koos Rook Verzekeringen krijgt voldoende nieuwe klanten, dankzij een 'leadketting' met onroerend-goedmakelaars en via bestaande klanten (80 procent van de nieuwe klanten komt binnen via die weg). De vennoten beseffen echter maar al te goed, dat het grootste deel van de waarde van het kantoor schuilt in de bestaande klanten. Daarom wordt nog meer de focus gelegd op klantenbinding.

Rebergen wil de contactfrequentie met relaties vergroten, onder meer via nieuwsbrieven. Volgens Derks is een zekere contactfrequentie min of meer gewaarborgd op het moment dat klanten een totaalrelatie zijn. Dus, abonnementen of niet, als je geen specialistische organisatie bent, richt je als kantoor dan op het opbouwen van totaalrelaties. "Dat komt ook het klantrendement



Herbert Derks:
'Verandering
houdt niet op'



Peter Rebergen:
'Ik ben fan van
CoolBlue'

ten goede. Niet dat je als adviseur de hele tijd wilt kijken of je genoeg aan een klant verdient, maar één- of tweepostrelaties kunnen er gewoon niet meer uit."

Koos Rook Verzekeringen gaat ook segmenteren en doelgroepen bepalen, om op die manier meer bezig te zijn met zijn totaalklanten en tijd te investeren in klanten die positief bijdragen aan het resultaat. Omdat er nauwelijks meer 'compensabele' inkomsten voor het intermediair zijn, voorziet Derks dat kantoren op den duur ook de klok zullen laten meelopen als het gaat om totaalrelaties. "En als de balans dan negatief uitvalt, zal er toch iets moeten gebeuren. Troost: de klant blijkt bereid te betalen voor daadwerkelijk toegevoegde waarde dus is het zaak om zoveel als mogelijk te focussen op (maat-)advies."

COOLBLUE

Rebergen wil de klant nog beter leren kennen. "Onze medewerkers zijn voor de klant heel herkenbaar, want er is nauwelijks verloop. Sfeer en beloning zijn goed, er

is voor onze mensen geen reden om ergens anders te gaan werken. Maar er is nog veel meer mogelijk. Ik ben een fan van CoolBlue. Zij onderzoeken wat bijvoorbeeld de ideale laptop voor hun klanten is. Dan laten ze die laptop maken door de fabrikant die de beste verhouding tussen prijs en prestatie biedt. Vervolgens biedt Cool Blue de laptop aan als 'beste deal'. Heel consumentgericht dus."

BETROKKEN

Het traject met Derks heeft er ook toe geleid dat het managementteam de medewerkers meer betreft bij belangrijke beslissingen. Twee medewerkers schuiven nu geregeld aan bij het MT-overleg. Rebergen: "Dat is niet omdat wij vinden dat onze medewerkers te weinig betrokken zijn. Ze werken juist enorm hard en zijn begaan met onze klanten. Dat is juist waarom we zo succesvol zijn."

'Hebben wij straks nog grote rol bij hypotheekbemiddeling?'

Derks: "Als je groter wordt als kantoor is delegeren onvermijdelijk. Dat maakt het wel belangrijk dat de medewerkers hun verantwoordelijkheid pakken. Dat zullen ze veel makkelijker doen als ze zich betrokken voelen bij de bedrijfsvoering. De grootste teleurstelling bij ondernemers is dat het personeel het laat afweten, bijvoorbeeld bij een verhuizing van het bedrijf op de vroege zaterdagochtend. Maar als je echte betrokkenheid wilt, moet je ervoor zorgen dat medewerkers betrokken zijn."

ONTWIKKELINGSGESPREKKEN

Het kantoor is ook begonnen ontwikkelingsgesprekken te houden met medewerkers. Rebergen: "Dit is iets anders dan functioneringsgesprekken. In een ontwikkelingsgesprek houd je de medewerker de spiegel voor: waar wil je over vijf jaar staan? Omgekeerd mag de werknemer ook het management de spiegel voorhouden." Rebergen gelooft heel sterk dat 'als iemand als mens beter wordt, hij of zij ook beter functioneert in het werk'. "Bijvoorbeeld een werknemer bij ons heeft zich mede dankzij het ontwikkelingsgesprek ook ontwikkeld tot coach." ■