

INHOUDSOPGAVE

HOOFDSTUK 1 BEWUSTWORDING TAAK EN FUNCTIE EIGEN ONDERNEMING	5
1.1 Inleiding	5
1.2 Aanbieders.....	5
1.3 Meerwaarde richting aanbieders	6
1.4 Consumenten	8
1.5 Meerwaarde richting consumenten.....	9
HOOFDSTUK 2.....	13
VERKENNING GESCHIKTE BELONINGSSYSTEMEN VOOR HET EIGEN KANTOOR	13
2.1 Inleiding	13
2.2 De belangrijkste beloningssystemen.....	13
2.3 Provisie	14
2.4 Geldstroom en provisie	15
2.5 Provisie nieuwe stijl.....	16
2.6 Geldstroom en provisie nieuwe stijl.....	17
2.7 Abonnementen.....	17
2.8 Geldstroom abonnementen	18
2.9 Verrichtingentarief	19
2.10 Geldstroom verrichtingentarief.....	20
2.11 Urendeclaratie.....	20
2.12 Geldstroom urendeclaratie	21
2.13 Combinatie	21
HOOFDSTUK 3.....	23
INVENTARISATIE VAN WERKZAAMHEDEN	23
3.1 Inleiding	23
3.2 Motiveer medewerkers.....	24
3.3 Begin met een eenvoudig product	24
3.4 Benoem de meest voorkomende standaardsituaties	25
3.5 Aanleggen tijddossiers.....	25
3.6 Indeling dossier	26
3.7 Voorbeeld autoverzekeringen Adfiz.....	26
3.8 Voorbeeld werkzaamheden autoverzekering	27
3.9 Onderzoek verschillen	29
3.10 Maak een 'genormaliseerde lijst'	30
3.11 Bespreek genormaliseerde lijst met medewerkers en zoek naar efficiency voordeel	30
3.12 Voor alle relevante producten en diensten	31
HOOFDSTUK 4.....	32
BASIS KOSTENCALCULATIE	32
4.1 Inleiding	32
4.2 Elementen van de kostprijs	33
4.3 Specifieke diensten en tarieven	39
4.4 Instructiekaarten 13 en 14	40

HOOFDSTUK 5.....	41
POSITIONERINGSKEUZE.....	41
5.1 Inleiding.....	41
5.2 Bedieningsconcepten.....	42
HOOFDSTUK 6.....	46
POSITIONERING EN BELONING.....	46
6.1 Inleiding.....	46
6.2 Bedieningsconcept: uitsluitend advies.....	46
6.3 Bedieningsconcept: advies en bemiddeling.....	46
6.4 Bedieningsconcept: advies, bemiddeling en nazorg.....	47
6.5 Volledig hypotheek adviestraject.....	47
6.6 Autoverzekering casco.....	48
HOOFDSTUK 7.....	49
FORMALISERING VAN DE DIENSTVERLENING.....	49
7.1 Inleiding.....	49
7.2 De essentialia van de overeenkomst.....	49
7.3 Overeenstemming over de prijs.....	50
7.4 Wat je belooft moet je doen.....	50
7.5 Onduidelijkheid werkt ten nadele van degene die de afspraken heeft opgesteld.....	51
7.6 Toezeggingen dienen consistent te zijn met andere uitingen.....	52
7.7 Formalisering door combinatie van algemene voorwaarden en opdrachtenformulier ..	53
7.8 Algemene leveringsvoorwaarden.....	54
HOOFDSTUK 8.....	55
FISCALE BEHANDELING.....	55
8.1 Invoering.....	55
8.2 Fiscale neutraliteit.....	55
8.3 Fiscale behandeling premies.....	55
8.4 Fiscale behandeling van directe beloning.....	56
8.5 Heffing en afdracht assurantiebelasting.....	56
8.6 Vrijstelling voor assurantiebelasting.....	57
8.7 Gemengde financiële producten.....	58
8.8 Heffing en afdracht van btw.....	59
8.9 Aanvragen btw-nummer.....	59
8.10 Verrekenen btw.....	59
8.11 Fiscale behandeling hypotheekadvies.....	60
8.12 Vroegtijdige nota.....	62
HOOFDSTUK 9.....	63
INVOERING TIJDREGISTRATIESYSTEEM.....	63
9.1 Inleiding.....	63
9.2 Twee soorten werkzaamheden.....	63
9.3 Beperk aantal omschrijvingen waaruit medewerkers kunnen kiezen.....	64
9.4 Importereren en exportereren klantgegevens belangrijk.....	65
9.5 Online versie biedt voordelen.....	65
9.6 Advies om in eerste instantie beperkt in te voeren.....	66
9.7 De waarde zit in de analyse.....	67

9.8	Urenregistratie en declaratie	68
9.9	Overzicht leveranciers urenregistratiesystemen	69
HOOFDSTUK 10.....		70
INCASSO EN FINANCIERING		70
10.1	Inleiding	70
10.2	Ondersteuning door verzekeraars.....	70
10.3	Moment van betalen	71
10.4	Betalingstermijn	72
10.5	Zelf doen of uitbesteden	73
10.6	Keuze voor uitsluitend incasso	73
10.7	Keuze voor factoring	74
10.8	Uitbesteding en klantrelatie.....	75
10.9	Keurmerk incassobureaus	76
HOOFDSTUK 11.....		77
COMMUNICATIE MET DE KLANT.....		77
11.1	Inleiding	77
11.2	Klant heeft niet om wijziging gevraagd	77
11.3	Verkeerde percepties wegnemen	78
11.4	Onjuiste percepties rond beloning van de adviseur.....	7870
11.5	Beoordeling directe beloning geschiedt in referentiekader provisie.....	79
11.6	Binnen communicatiestrategie accepteren dat klant niet weet wat adviseur doet.....	79
11.7	Directe beloning is uitnodiging tot kritische afweging.....	80
11.8	Concurrentie zal eigen dienstverlening fraaier voorstellen	81
11.9	Communicatie zal meer moeten geschieden vanuit belang klant	81
11.10	Klant voorbereiden op veranderingen	83
11.11	Tijdig nadenken over klanten die niet mee willen	84
11.12	Passend advies is ook passend adviseren over opties belonen	86
HOOFDSTUK 12.....		87
RELATIE MET AANBIEDERS		87
12.1	Inleiding	87
12.2	Bestaande situatie: concentratie bij beperkt aantal aanbieders	87
12.3	Selectie op subjectieve gronden	88
12.4	Gewenste situatie.....	88
12.5	Uitgangspunt: klant gaat inefficiëntie niet betalen.....	89
12.6	Marge financieel dienstverlener wordt voor deel bepaald door kwaliteit aanbieder	89
12.7	Wel of geen keuze voor onderhoudsgevoelige producten	90
12.8	Centraal: consument kritischer bij selectie	90
HOOFDSTUK 13.....		91
INDUCEMENT		91
13.1	Inleiding	91
13.2	Kern van de toetsing.....	91
13.3	Geen substitutie	91
13.4	Beoordeling totale beloning.....	92
13.5	Vershil in dienstverlening moet leiden tot verschil in kosten	93
13.6	Onderbouwing directe beloning duidelijk maken	94

HOOFDSTUK 14.....	95
DIRECTE BELONING EN WAARDEONTWIKKELING ONDERNEMING	95
14.1 Inleiding	95
14.2 De “klassieke” assurantieportefeuille	95
14.3 De assurantieportefeuille in de Wet op het financieel toezicht	96
14.4 Assurantieportefeuille vertegenwoordigt een vermogenswaarde	97
14.5 Waarde via factormethode laat een dalende lijn zien	99
14.6 Directe beloning en de gevolgen voor de waardeontwikkeling van een assurantieportefeuille	100
14.7 Bij keuzen model directe beloning rekening houden met verkoopbaarheid.....	101
14.8 Over te dragen informatie verandert.....	102
14.9 Beperkte ervaring met waardebepaling van directe beloning.....	102
14.10 Anticiperen op verkoop.....	103
HOOFDSTUK 15.....	104
DIRECTE BELONING EN MEDEWERKERS	104
15.1 Inleiding	104
15.2 Attitude verandering	104
15.3 Inzicht in kosten en prestatie	106
15.4 Klanten worden kritischer	106
15.5 Aanpassingen van het arbeidsvoorwaardenbeleid	107
15.6 Variabele beloning gerelateerd aan ontvangen provisie	107
15.7 Verdwijnen provisie en gevolgen arbeidsvoorwaardenbeleid.....	108
15.8 Beheerst beloningsbeleid	109
15.9 Variabele beloning blijft mogelijk.....	109
15.10 Overgangperiode	111
BIJLAGEN.....	104
Bijlage 1: 10 processen Adfiz onderzoek 2010	
Bijlage 2: algemene voorwaarden versie augustus 2010	
Bijlage 3: toelichting voorwaarden	
Bijlage 4: conceptbrief toepassing algemene voorwaarden	
Bijlage 5: opdrachtbevestiging hypotheek	
Bijlage 6: opdrachtbevestiging	
Bijlage 7: heffing assurantiebelasting	
Bijlage 8: brief minister Bos 16-06-2009	
Bijlage 9: brief minister De Jager	

INSTRUCTIEKAARTEN