

Ivo Valkenburg droomt van een mooiere financiële wereld. Duurzamer, eerlijker, transparanter. Een wereld waarin niet het product maar de klant weer het middelpunt van het advies is. Met zijn ongebreidelde enthousiasme en een gezonde dosis positivisme wil Valkenburg de trots in het hart van het intermediair terugbrengen. “Want”, zo vindt hij “Als intermediair hebben we toch een prachtig vak?!”

Jaren geleden schreef Ivo Valkenburg tijdens een urenlange vliegreis van Australië naar Nederland een brief aan het... universum. Hoog in de wolken vertrouwde hij al zijn dromen toe aan een stuk papier. “Al schrijvende kwam ik er eigenlijk achter dat het mijn uiteindelijke droom was om andere mensen te helpen hun dromen te realiseren”, zegt Valkenburg. Indertijd was Valkenburg al jaren actief in de financiële dienstverlening. “Maar ik was niet happy in mijn werk”, gaat hij verder. “Ik voelde me wel nauw betrokken bij de branche, maar wilde daar op mijn eigen manier een bijdrage aan leveren. Op een gegeven moment heb ik de stoute schoenen aange trokken en ben ik voor mijzelf begonnen met mijn bedrijf Adviesklimaat. Ik wil met Adviesklimaat een doorbraak van oud naar nieuw denken stimuleren.”

George Kinder

“Een grote bron van inspiratie voor zowel mij persoonlijk als mijn bedrijf is George Kinder”, vervolgt Valkenburg. “Kinder is Financial Planner en legt een link tussen geld en de betekenis van het leven. Volgens Kinder gaat het erom dat je mensen wilt laten ontdekken hoe zijn hun leven graag willen leven en de rol die geld daarbij speelt. Geld is namelijk het meest gehoorde excuus om niet te leven zoals je eigenlijk zou willen. Talloze mensen blokkeren hun dromen omdat ze geen tijd of geld hebben. Dat vind ik ongelooflijk jammer! Want als ik juist ergens enthousiast van word is het om erachter te komen wat iemand écht drijft en wat zijn dromen zijn. Dat is de spirituele kant van mijn verhaal. Maar vervolgens ga je kijken hoe dat geldtechnisch te realiseren is. Dát is actie ondernemen!”

“Geld is het meest gehoorde excuus om niet te leven zoals je eigenlijk zou willen.”

Hot item

Met het verwijt dat hij een zweverige idealist is, moet je dan ook niet aankomen bij Valkenburg. “In het verleden wilde men nog wel eens de wenkbrauwen fronsen wanneer spiritualiteit en duurzaam ondernemen ter sprake kwamen”, zegt Valkenburg. “Voor mij is spiritualiteit datgene wat je hart je ingeeft en wat je daar vervolgens daadwerkelijk mee doet. Het wordt pas zweverig als je dat innerlijke vuur maar een beetje laat smeulen zodat het vuur uiteindelijk dooft. Onder duurzaam ondernemen versta ik niet een donatie aan een goed doel maar het investeren en inleven in de wensen en dromen van een klant.” Tegenwoordig weet Valkenburg de tijdgeest aan zijn zijde. “Vroeger voelde ik me nog wel eens een roepende in de woestijn maar tegenwoordig is dat wel anders”, gaat Valkenburg verder. “Spiritualiteit is hot. Mensen zijn steeds meer bezig met zingeving. Nijenrode heeft bijvoorbeeld een leerstoel spiritualiteit. Een tijdschrift als Hapinez, dat gaat over leven met hart en ziel, is een doorslaand succes. VVP organiseert ‘It’s all in your mind’, het DIN Congres heeft als thema ‘spiritualiteit en duurzaam ondernemen’: dat was een paar jaar geleden toch ondenkbaar?”

Brainwash

“De roep om verandering klinkt steeds luid”, zegt Valkenburg. “Ik zie dat zowel bij het intermediair als bij verzekeraars. Met Adviesklimaat help ik financieel adviseurs en ondernemers om een nieuwe manier van werken te creëren. Een manier waarin de klant weer het middelpunt van het advies is. Dat klinkt makkelijker dan het is, want we zijn als branche jarenlang gebrainwashed. Al ruim veertig jaar zijn we gewend dat we worden betaald zodra de klant het aanvraagformulier ondertekent. Op



die manier zijn we steeds meer gefocust geraakt op transactie, transactie, transactie. Hoe meer transacties, hoe meer we verdienen. Ik noem dat brainwash en daar moeten we van af. Ik denk dat we naar een businessmodel moeten waarin het draait om onze belangrijkste toegevoegde waarde als adviseurs: ons advies. In het businessmodel dat mij voor ogen staat wordt het intermediair gewoon betaald voor zijn expertise en zijn advies.”

Adviseur - klantrelatie

“Maar er is meer”, zo zegt Valkenburg. “Ik help intermediairs ook ontdekken wat ze allemaal doen. Veel intermediairs leveren ook veel meer service dan ze eigenlijk beseffen. Ze staan altijd klaar voor hun

klanten; dat vindt iedereen maar heel gewoon. Maar dat is juist bijzonder! En juist dát aspect moet het intermediair veel meer naar voren brengen. Vertel die klant maar eens wat je allemaal voor hem doet! Een ander punt waar het intermediair naar moet kijken is segmenteren. Er wordt nu voor elke klant even hard gehold, maar dat is totaal niet realistisch. Ga nu eerst eens kijken welke klanten je minimaal wilt bedienen en wat dat minimaal moet opleveren. Op die manier krijg je ook tijd om je meer te verdiepen in de relatie met de klant.” En dat is volgens Valkenburg nodig om een duurzame relatie met de klant op te bouwen. “Ik train intermediairs in hoe ze een klantgesprek moeten voeren”, gaat hij verder. “Luister eerst goed naar wat de klant

wil voor je het gesprek op een product aanstuurt. Als we ons businessmodel op deze manier inrichten dan kunnen we met recht weer trots zijn op ons vak. Ik weet zeker dat we daarmee ook goodwill en respect bij onze klanten terugwinnen. Dát is voor mij duurzaam ondernemen.”

“Vertel die klant maar eens wat je allemaal voor hem doet!”

Grenzeloos

De droom van een meer transparante, eerlijke en duurzame financiële wereld is mooi, maar kan deze droom ook werkelijkheid worden? Volgens Valkenburg zijn we op de goede weg, maar is er tegelijkertijd nog veel werk aan de winkel. “Momenteel werkt nog

niet 1 procent van de Nederlandse intermediairs op deze wijze. Maar zoals ik al zei proef ik in de branche zeer sterk de wil om te veranderen. Ik denk dus dat over 5 à 10 jaar een forse ontwikkeling in de vervulling van mijn droom zal plaatsvinden.” Optimist als hij is, kijkt Valkenburg inmiddels al over de Nederlandse grenzen heen. In Roemenie heeft hij het Transilvania Retreat Centre opgericht. “Ik geef hier trainingen aan Nederlandse én Roemeense adviseurs. De markt staat in Roemenie wat dat betreft nog in de kinderschoenen. Door er op tijd bij te zijn kunnen wij voorkomen dat ze daar dezelfde fouten maken als wij in het verleden. Op die manier komt mijn droom van een mooiere financiële wereld elke dag een stukje dichterbij.”