

OAKK

FFP CONGRES

# Hoe worden jouw klanten je beste ambassadeurs?



# Waarom vermogensadvies?

## Onze 'Why'!



Vermogensopbouw, pensioen en beleggen zijn lastige onderwerpen waar mensen steeds vaker zelf invulling aan moeten geven.

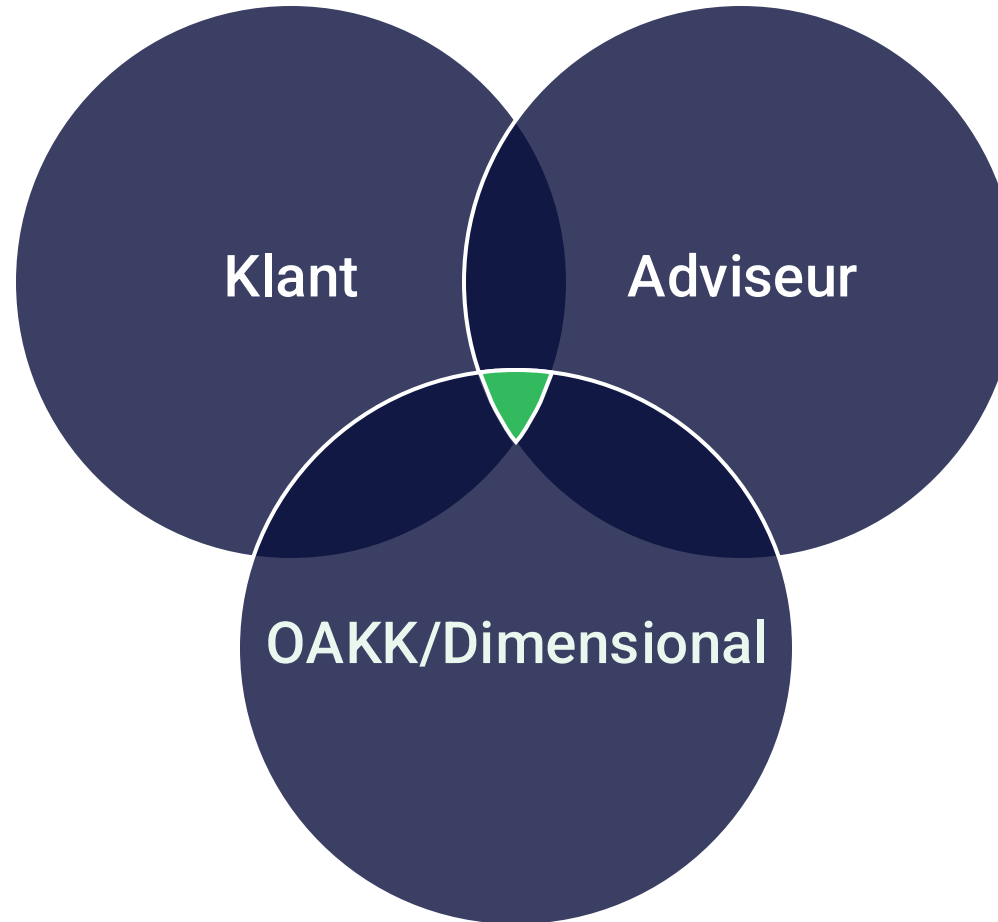
Daarom willen wij persoonlijke begeleiding en solide vermogensbeheer bereikbaar maken voor iedereen.

*'High Tech - High Touch'*



# Co-creatie is onze sleutel tot succes

Samenwerken = samen groeien



 = Succes





# Wat gaan we doen?

Op zoek naar een bus vol  
ideale klanten



 Dimensional

## VRAAG

Hoeveel ideale klanten heb je nu en  
hoeveel zitplaatsen heeft jouw bus?

**VRAAG**

**Wat hebben je ideale klanten gemeen?**

	Informatie	Relatie	Opbrengst vs inspanning	Levensfase	Sportiviteit	Hobby	Totaal
Klant A							
Klant B							
Klant C							

## VRAAG

**Waarom kiest jouw (ideale) klant voor jou in plaats van de concurrent? (Waardepropositie)**



# Hoe krijgen we jouw bus vol

## Met ideale klanten

OAKK

 Dimensional

# Global Advisor Study



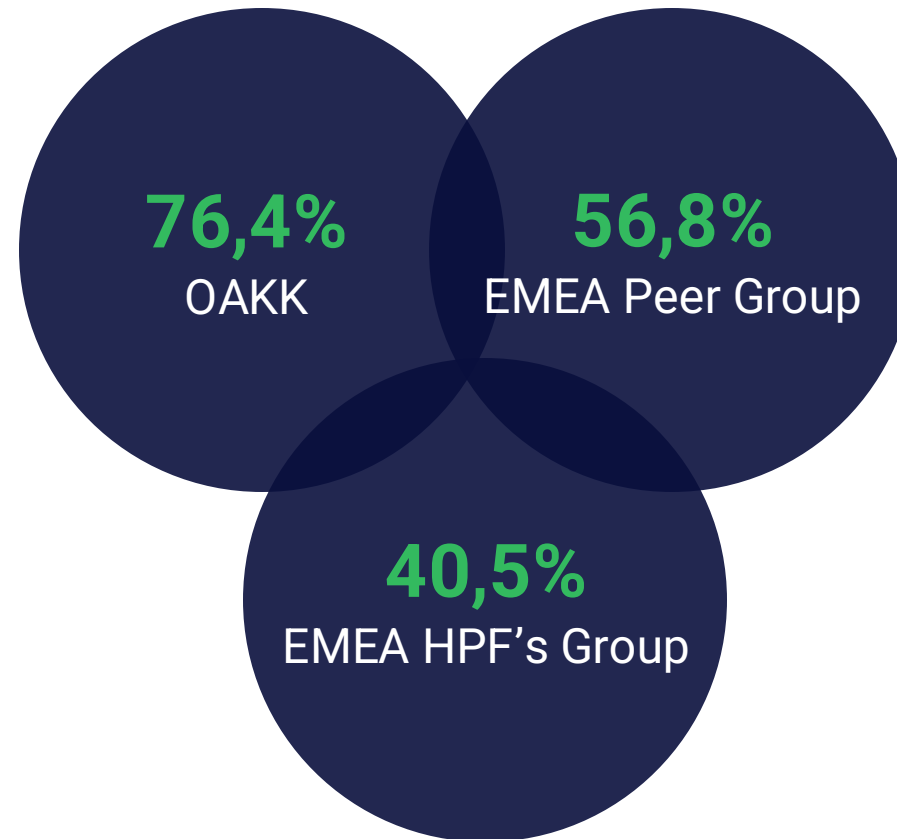
Grootste uitdagingen, met betrekking tot groei

	OAKK	EMEA Peer Group (€0-€714k)	EMEA HPFs Group
Werving van potentiële klanten	1	1	2
Ontwikkelen van een marketing strategie	2	2	
Capaciteitsbeperkingen	3	3	1
Uitbreiden van bestaande diensten naar klanten			3



# Global Advisor Study

Gemiddelde prospect conversie



# Global Advisor Study



## Groei en Marketing – Hoe komen advieskantoren aan nieuwe klanten?

	OAKK	EMEA Peer group	EMEA HPFs Group
Doorverwijzingen van bestaande klanten	62.6%	59.1%	49.5%
Doorverwijzingen van 'circle of influence'	6.0%	12.3%	12.3%
Doorverwijzing van moederbedrijf	6.4%	1.3%	4.6%
Adviseurs	2.7%	6.4%	8.0%
Niet-adviseurs	6.2%	3.3%	1.3%
Traditionele marketing	-	1.0%	1.7%
Digitale marketing	7.5%	10.1%	13.0%
Businessnetwerk	2.2%	0.7%	0.5%
Evenementen	0.6%	0.6%	0.5%
Fusie/overname	-	1.1%	7.8%
Andere	5.8%	4.2%	0.9%

**VRAAG**

**Hoeveel doorverwijzingen kreeg je  
in de afgelopen 12 maanden?**

# Meest voorkomende marketingactiviteiten





# Dan Allison: Vijf factoren

## Voor een effectieve aanbevelingsstrategie



“We vinden dat er vijf dingen moeten gebeuren om een effectieve aanbevelingsrelatie met een klant te hebben.”

1. Zorgen voor een aanbevelenswaardige ervaring en feedback krijgen van klanten

2. Duidelijk zijn over met wie je wilt werken

3. Praten over alle aangeboden producten en diensten

4. Overeenkomen hoe een introductie gemaakt kan worden

5. Weten hoe en wanneer doorverwijzingen te vragen aan elke (individuele) klant



## VRAAG

**Wanneer en hoe heb je voor het laatst  
formeel feedback van klanten verzameld?**

# Klanten Feedback



Meerdere manieren om feedback van klanten te verzamelen

EEN-OP-EEN

**Feedback Meeting**

ONLINE SURVEY OF STUDIE

**Global Investor Study**

EEN-OP-VELEN

**Client Advisory Board**



## VRAAG

Wat zijn de 3 meest voorkomende redenen waarom klanten hun adviseurs niet doorverwijzen?

# Waarom verwijzen klanten niet door?



1. Nooit gevraagd.
2. Ik begrijp niet met wie mijn adviseur wil samenwerken.
3. Weet niet hoe ik moet uitleggen wat ze doen.
4. Weet niet hoe ik hem moet introduceren.



**Hier** heb je als adviseur controle over.

- 
5. Te privé.
  6. Risico als relatie niet werkt.
  7. Ik heb geen ervaring met doorverwijzen.

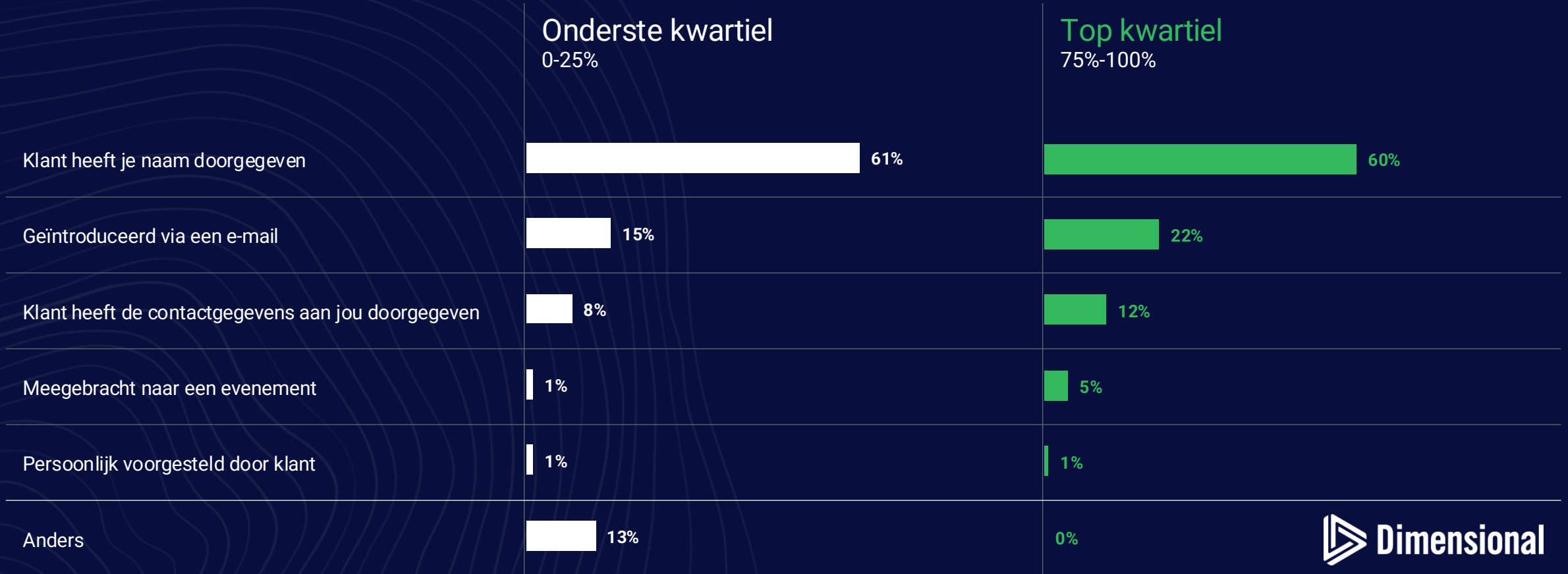


## VRAAG

Wie vraagt zijn of haar klanten momenteel om doorverwijzingen?



# Wat was in de afgelopen 12 maanden de meest voorkomende manier waarop jouw klanten je doorverwezen?



# Jouw ideale busreis kan beginnen



 Dimensional

# Het Feedback Aanbevelingsproces



## Vorbereiding

- Betrokken klanten identificeren
- Profiel van beoogde/ideale klant opstellen
- Ken je waardepropositie
- Schrijf het aanbevelingsproces op
- De ideale introductiemethode ontwikkelen

# Het Feedback Aanbevelingsproces



Vorbereiding	1-op-1 Meeting of Client Advisory Board
<ul style="list-style-type: none"><li>Betrokken klanten identificeren</li><li>Profiel van beoogde/ideale klant opstellen</li><li>Ken je waardepropositie</li><li>Schrijf het aanbevelingsproces op</li><li>De ideale introductiemethode ontwikkelen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Vergadering structureren op basis van feedback verzamelen</li><li>Deel bedrijfsplan &amp; communiceer capaciteit en groeiplannen</li><li>Benoem je waardepropositie</li><li>Geef aan wat de ideale klant is en naar wie je op zoek bent</li><li>Leer hen hoe ze een introductie kunnen maken</li></ul>





# Het Feedback Aanbevelingsproces



Vorbereiding	1-op-1 Meeting of Client Advisory Board	Follow Up
<ul style="list-style-type: none"><li>Betrokken klanten identificeren</li><li>Profiel van beoogde/ideale klant opstellen</li><li>Ken je waardepropositie</li><li>Schrijf het aanbevelingsproces op</li><li>De ideale introductiemethode ontwikkelen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Vergadering structureren op basis van feedback verzamelen</li><li>Deel bedrijfsplan &amp; communiceer capaciteit en groeiplannen</li><li>Benoem je waardepropositie</li><li>Geef aan wat de ideale klant is en naar wie je op zoek bent</li><li>Leer hen hoe ze een introductie kunnen maken</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Persoonlijk bedankje</li><li>Aanbevelingen bijhouden</li><li>Overweeg of andere segmenten van klanten interessant kunnen zijn</li></ul>



*“Doe wat je doet zo goed dat mensen het nog eens willen zien en hun vrienden meenemen.”*

WALT DISNEY






OAKK

FFP CONGRES

# Jouw klanten, jouw beste ambassadeurs!



 Richard Feenstra & Martijn Börger

 2 oktober 2024

 Dimensional