

Interview

Wim Meuleman over Comfortplan

Twee jaar geleden bracht Wim Meuleman een door hemzelf ontwikkelde tool op de markt om het financiële welzijn van klanten op bancaire en verzekeringsvlak in kaart te brengen en op te volgen: de Financiële Spiegel. Het succes volgde snel. In die mate dat hij begin vorig jaar het bank- en verzekeringskantoor verkocht dat hij in 1985 startte, om zich volop toe te leggen op de verdere ontwikkeling van zijn geestkind. Tegelijk tekende hij op basis van zijn decennialange ervaring coachingssessies uit die hij aanbiedt onder dezelfde naam als zijn adviessoftware: Comfortplan.



Net als zijn voorganger peilt het Comfortplan-softwarepakket niet alleen naar de doelen maar ook naar de dromen die klanten voor zichzelf en hun gezin koesteren. Die informatie wordt vervolgens gekoppeld aan hun familiale en financiële gegevens. "Iemands persoonlijke en financiële situatie evolueert per definitie in de tijd", stelt Wim Meuleman. "Iedere makelaar en financieel adviseur die zich klantgedreven noemt, heeft baat bij een makkelijk te actualiseren draaiboek dat een reële meerwaarde inhoudt voor zijn klanten en hun gezin. Meer nog dan het oorspronkelijke pakket, de Financiële Spiegel, beantwoordt het Comfortplan aan die behoefte. Het is nu trouwens eveneens in Franstalige versie verkrijgbaar."

Comfortplan is dus een verbeterde versie van de Financiële Spiegel?

Wim Meuleman: "Dat is te scherp gesteld. Want dat zou betekenen dat de oorspronkelijke tool fouten of onoverkomelijke beperkingen inhield. Dat was niet het geval. In die optiek is 'verfijnde versie' een meer gepaste omschrijving. Op basis van eigen ervaring en die van

andere gebruikers zijn daar waar opportuun toepassingen toegevoegd, verder uitgediept of werden ze anders vormgegeven. Daardoor krijgen klanten een duidelijker zicht op hun financiële situatie, op de haalbaarheid van hun dromen en wensen, en op de stappen die gezet moeten worden om ze daadwerkelijk te realiseren."

Wat is er nieuw?

Wim Meuleman: "In eerste instantie denk ik dan aan het heldere verzekeringsoverzicht, Goed leven nu, Goed leven later en het dashboard. Zodra de makelaar of financieel adviseur Comfortplan op zijn pc of tablet opent, verschijnt een overzicht van de aandachtspunten, de parameters die niet alleen vandaag maar ook morgen en overmorgen het financiële welzijn van de klant bepalen of op zijn minst beïnvloeden. Zodoende grijpt de klant meteen dat Comfortplan zijn persoonlijke situatie als uitgangspunt hanteert, en niet vertrekt vanuit verzekerings- en andere financiële producten. Ze komen finaal wel degelijk aan bod, als mogelijke oplossing om de dromen en doelen waar te maken. Maar

evengoed kan de uitkomst van Comfortplan zijn dat de wensen moeten bijgesteld worden. Door zelf die aanpak consequent aan te houden tijdens mijn ruim drie decennia in de financiële sector, durf ik met recht en reden te stellen dat hij de meest gereede basis is voor een vruchtbare langetermijnrelatie met de klant."

Een van de parameters in het dashboard is: de stamboom. In de vorige versie kwam dat niet voor als afzonderlijk aandachtspunt.

Wim Meuleman: "Dat klopt. We leven met z'n allen langer, waardoor de kans vergroot dat iemand niet alleen kinderen en kleinkinderen heeft, maar eveneens het geluk kent dat een of beide ouders of schoonouders nog in leven zijn. Vele klanten houden eraan een duidelijk idee te hebben van wat ze later aan hun nageslacht kunnen nalaten, of te weten wat ze zelf als erfgenaam mogen verwachten; eventueel zelfs van een derde. Ook dat gegeven beïnvloedt de haalbaarheid van hun wensen en dromen. De wettelijke bepalingen ter zake veranderen evenwel geregeld door overheidsbeslissingen, waardoor het onbegonnen

werk is de wijzigingen zelf op te volgen. Daarom is in Comfortplan een erfenissimulator ingebouwd. Dat externe programma volgt de ontwikkelingen op erfenisvlak minutieus op. Om diezelfde reden bevat Comfortplan eveneens een rekenmodule voor schenkingen, met een link naar de website www.notaris.be.”

Eveneens nieuw is het levenswiel, nietwaar? Wat is de opzet daarvan?

Wim Meuleman: “Ik ben in mijn bijna 35 jaar als bank- en verzekeringskantoorhouder nooit een gesprek met klanten begonnen met over producten te praten. Wel met te vragen hoe het met hen en hun gezin ging, met hun familie, met hun werk en studies, en dergelijke. Op die manier kom je veel beter te weten wat hen bezighoudt en drijft, en hoe je daarop gevat en gepast kunt inspelen met verzekeringspolis zus en belegging zo. Die aanpak was al in de Financiële Spiegel verwerkt, maar heeft in Comfortplan een nog belangrijkere rol gekregen in een aparte module. Het levenswiel dus. Het loont wel degelijk de klanten zelf te laten invullen welke score op 100 ze zichzelf momenteel geven op het vlak van vrije tijd, wonen, financiën, vakantie, gezondheid, werk en carrière, familie en vrienden, en persoonlijke groei. Je krijgt dan onmiddellijk niet alleen een beeld van de mogelijke verschillen tussen beide partners, maar eveneens van de gelijkenissen waarmee je aan de slag kan. In een eerste gesprek ligt de score doorgaans hoog en blijken



Wim Meuleman

Comfortplan

Comfortplan helpt de makelaars om aan de klant visueel toe te lichten welke financiële marges ze hebben om hun wensen en doelen te realiseren en hoe verzekeringen daartoe kunnen bijdragen

De klant ziet op het dashboard in één oogopslag welke aandachtspunten in Comfortplan aan bod komen

ze dus best tevreden met hun huidige situatie. Tijdens een tweede gesprek komen meestal andere zaken naar boven: ze dromen van een nieuwe keuken, ze willen een comfortabelere wagen, zoon of dochter gaat alleen wonen en kan een financieel ruggensteuntje gebruiken ... Door de tijd te nemen om het levenswiel te bespreken, leg je bij beide partners verwachtingen bloot die voordien weinig of niet in huiselijke kring besproken werden.”

Zijn alle klanten te winnen voor zo’n diepgaand gesprek?

Wim Meuleman: “Het is veeleer een drempel die je als makelaar of financieel adviseur zelf over moet. Zelfs jonge kop-

pels die voor het eerst bij mij terechtkwamen, bleken aangenaam verrast dat ik voorstelde om hun financiële situatie in zo’n breed perspectief te bekijken vooraleer het over productoplossingen te hebben. Het ideale scenario dat ik voor ogen heb, gaat zelfs nog verder. Daarin verzamelt de makelaar of financieel adviseur specialisten uit zijn vrienden- en kennissenkring rond zich die zijn klanten kunnen helpen bij alle genoemde aspecten. Denk aan een dokter, een reisagent, een fitnessinstructeur, een loopbaanbegeleider, een diëtiste, en dies meer. Door die experts in hun vakgebied achter de hand te hebben, kun je je klanten voor heel specifieke vragen gepast doorverwijzen. Je kunt die experts betrekken in je klantencommuni-

catie op je website of in gerichte e-mails, met niet-specifiek productgerichte informatie. Die zal sneller en meer gelezen worden, waardoor je band met de klant verstevigt.”

Door het levenswiel als uitgangspunt te gebruiken, is het allicht makkelijker om in te gaan op de doelen die de klant zich stelt?

Wim Meuleman: “Dat spreekt voor zich. Maar voor doelen geldt hetzelfde als voor de voornemens die men zich maakt bij het begin van een nieuw jaar: ze zijn makkelijk gezegd, maar dikwijls blijft het daarbij. Daarom voorziet Comfortplan in de mogelijkheid om bij elk doel de naam van een buddy te vermelden. Dat kan iemand van de familie zijn, maar evengoed een collega of vriend.

kan eveneens een voorrangsscore aan gegeven worden: prioritair, nodig, wenselijk, en bijkomstig. De huidige spaarproducten die al aan een doel gekoppeld zijn, worden op dit scherm getoond. Ze zijn opgedeeld in risicocategorieën van 1 tot en met 7. Bovendien geeft dit overzicht aan ‘wat de klant heeft’ en ‘wat de klant wil’, waardoor het coherent is met zijn of haar MiFID-profiel.”

Worden die doelen net als in de vorige versie uitgezet op een familiale tijdlijn?

Wim Meuleman: “Jazeker. Twintigers en dertigers kijken anders tegen het leven aan dan wie al enkele decennia meer op de teller heeft staan. Als er kinderen zijn, verandert hun focus nogmaals. Willen ze er tijdig rekening mee

gen zelfs 100 jaar of daaromtrent. Daarom gaat achter de recentste versie van Comfortplan een actieve database schuil die de leeftijdsgrens voor het derde kantelmoment voortdurend aanpast. De klant kan trouwens altijd vragen om de leeftijdsgrens van de overige twee kantelmomenten te wijzigen. In feite komt het erop neer dat Comfortplan de klant uitnodigt om zelf drie periodes in zijn bestaan financieel mee in te kleuren: goed leven nu, goed leven later, en goed leven tot de overdracht. Met dien verstande dat een en ander kan en soms moet bijgeschaafd worden in de tijd. Daarom is het noodzakelijk om het persoonlijk Comfortplan jaarlijks of tweejaarlijks opnieuw te evalueren en desgevallend aan te passen.”

Akkoord dat de gezinssamenstelling een voorname impact heeft op de doelen en wensen van de klant. Maar dat geldt toch evengoed voor de levensstijl, op de korte en op de lange termijn?

Wim Meuleman: “Uiteraard. Daarom wordt in het Comfortplan gevraagd naar de ‘ideale buffer’ die ze nodig achten om hun levensstandaard te kunnen aanhouden. Dat bedrag kan sterk uiteenlopen van persoon tot persoon. In beginsel is het raadzaam dat de klant altijd een bedrag achter de hand heeft dat gelijk is aan de gemiddelde gezinsuitgaven gedurende ten minste drie maanden. Maar die periode kan eenvoudig aangepast worden. In tijden van slechtere economische conjunctuur of voor klanten die door hun leeftijd niet meer of minder gegeerd zijn op de arbeidsmarkt, kan het aangewezen zijn voor een langere periode en dus een grotere buffer te opteren.”

Waarom is het voor de makelaar belangrijk om aandacht te besteden aan die ideale buffer voor de klant?

Wim Meuleman: “Het is algemeen geweten dat de Belg graag spaart, zelfs al staat de rente daarop nu al maanden bijna op nul. Het verschil tussen de ideale buffer en het bedrag op de spaarrekening kan de makelaar gebruiken om de

“Iedere adviseur heeft baat bij een makkelijk te actualiseren draaiboek”

“Dat anderen weten wat de klant zich als doel stelt, is een stimulans om er wel degelijk werk van te maken”

Dat anderen weten wat de klant zich als doel stelt, is meer dan eens de stimulans om er wel degelijk werk van te maken.”

Doelen stellen is één, maar ze moeten financieel haalbaar zijn. Hoe vangt Comfortplan dat op?

Wim Meuleman: “Ik begrijp je vraag. Vele koppels denken eraan kleiner te gaan wonen als de kinderen het huis uit zijn. Maar dan blijkt het bedrag dat ze voor hun woning krijgen, amper of niet te volstaan om een kleiner huis of een appartement te kopen. Zo zijn er nog meer voorbeelden aan te halen: de wagen van hun dromen, een nieuwe keuken, een gerenoveerde badkamer ... Naargelang het bedrag dat de klant per doel vooropstelt, berekent Comfortplan welke maandelijkse spaarinspanning daarvoor nodig is en vanaf welk jaar. Er

houden dat hun nageslacht straks misschien op kot gaat? Willen ze hun zoon of dochter, al dan niet in het meervoud, een financieel steuntje in de rug geven als ze het huis uitgaan? Ik geef maar enkele voorbeelden. Wie met pensioen gaat, heeft vandaag trouwens een ander leven in het vooruitzicht dan vroegere generaties. Oorspronkelijk voorzagt Comfortplan daartoe in drie kantelmomenten: als ze stoppen met werken, als ze 77 worden, en als ze 85 of ouder worden. De reden is duidelijk, senioren zijn actiever dan ooit. 77 jaar lijkt dan weer de leeftijd waarop velen overwegen om naar een woonzorgcentrum of serviceflat te verhuizen. Wie 85 is, en nog helder van geest, ziet graag de overdracht van de spaarpot geregeld. Maar volgens de gangbare prognoses zullen de 40-jarigen van vandaag gemiddeld 90 jaar worden, en de 20-jari-

klanten gepast te adviseren over hoe ze hun doelen kunnen bereiken. Als je dat visueel aanschouwelijk brengt, zoals met Comfortplan, dan staat de klant minder afkerig tegenover beleggingen. Ik heb me er in dat verband altijd voor gehouden onrealistische rendementen voor te spiegelen. De verplichting om een risicoprofiel op te stellen, vind ik absoluut een goede zaak. Het is eveneens raadzaam de klanten erop te wijzen dat ze het best de vervaldagen van hun beleggingen spreiden. Zodoende verkleint de impact van onvermijdelijke rendementsschommelingen. Vele klanten staan daar uit zichzelf weinig of niet bij stil. Comfortplan geeft daarnaast de verwachte evolutie van de portefeuille per producttype, over een periode van 10 jaar en op basis van het huidige spaarbedrag.”

Is er wat veranderd aan het luik verzekeringen, tegenover de vorige versie?

Wim Meuleman: “Wat zijn waarde al bewezen heeft, verander je niet. De meeste makelaars werken met een beheerpakket. Van daaruit kan eenvoudigweg een link gelegd worden naar het Comfortplan. Maar de insteek verschilt wezenlijk. Comfortplan toont de klanten niet alleen welke dekkingen ze al genieten, maar geeft hen ook aan welke ze desgevallend nog kunnen onderschrijven. De makelaars kunnen zich daarvan in geen tijd vergewissen voordat ze met de klanten praten. Comfortplan kan dus quick wins opleveren in de ware zin van het woord. Bijkomend voordeel is dat de klanten de makelaar nooit kunnen aanwrijven dat deze of gene dekking niet ter sprake werd gebracht.”

Werd het beeld van de emmer met de drie kranen behouden?

Wim Meuleman: “Jawel, omdat het de klanten in één oogopslag duidelijk maakt hoeveel inkomsten en hoeveel uitgaven ze hebben, en bijgevolg over welke financiële marge ze beschikken om hun wensen en doelen te realiseren. Sommige inkomsten – denk aan een bonus van de werkgever, bijvoorbeeld - zijn van tijdelijke aard, net als sommige uit-

Comfortplan

Beleggingsprofiel

Lager risico Potentieel lagere opbrengst | 1 2 3 4 5 6 7 | Hoger risico Potentieel hogere opbrengst

Het beleggersprofiel, het resultaat van de antwoorden op de MiFID-vragenlijst, toont de klanten tot welke risicoklasse ze kunnen gaan

De grafische voorstelling van de verhouding tussen de inkomsten (blauw) en uitgaven (rood) is per definitie variabel en wijst de klanten erop dat ze best tijdig voorzorgsmaatregelen nemen

gaven – de studiekosten van de kinderen, een autolening en dies meer. De makelaar moet daarbij uiteraard voortgaan op wat de klanten hem meedelen. Voor hun inkomsten later, nadat ze het actieve beroepsleven vaarwel hebben gezegd, bevat Comfortplan een link naar MyPension. Dat helpt een exactere berekening te maken. Helemaal sluitend is het natuurlijk niet. Want het bedrag van iemands groepsverzekering zal doorgaans metertijd nog stijgen, net zoals dat van het pensioensparen bijvoorbeeld. Evengoed valt niet te voorspellen hoelang men zal leven. Maar zonder Comfortplan heeft noch de klant noch de makelaar een stevig houvast.”

Voorzie je in opleidings- en trainingssessies?

Wim Meuleman: “Comfortplan houdt meer in dan het gelijknamige softwarepakket, waarvoor de makelaar vanzelfsprekend op gepaste gebruiksopleiding en op verdere ondersteuning kan rekenen. Het is eveneens de naam waaronder ik coachingprogramma’s aanbiedt – uitsluitend aan makelaars en hun

eventuele medewerkers – rond de thema’s verkoop, klantgerichtheid, kantoormanagement en dienstverlening voor, tijdens en na een schadegeval. Elk trainingsprogramma wordt op maat gemaakt om aan te sluiten op de diensten van het kantoor. Concreet wordt altijd gestart met een gesprek waarbij de doelen van de makelaar geanalyseerd worden. Die vormen de basis voor de opleiding. Zodra de opleiding is uitgetekend, wordt aangeleerd hoe die doelen bereikt kunnen worden. En eenmaal ze gehaald zijn, worden samen met de makelaar nieuwe doelen bepaald. De makelaar heeft daarbij de keuze tussen een basistraject van drie coachingssessies gespreid over twee maanden, een uitgebreid traject van zes sessies gespreid over drie maanden, en een intens traject van twaalf sessies gespreid over vier kwartalen. Elke sessie duurt drie uur. Sinds de coronacrisis begeleiden we de makelaars ook via videoconferenties.”

Jan De Raeymaecker

Info: www.comfortplan.be,
team@comfortplan.be