



Martijn Brands - JIP Financieel

Werkgever betaalt graag voor financieel vitale werknemers

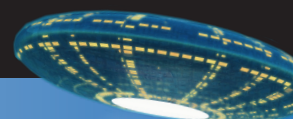


DIANA MATROOS

Wie treft zij op de bank?

NATHALIE VOORTMAN

Herken het gezamenlijk
belang



INFINANCE DAY
WAAR VISIE & PRAKTIJK SAMENSMELTEN

GRATIS INSCHRIJVEN
donderdag 29 maart 2018

**HARRIE-JAN VAN
NUNEN**

Bemiddelen op basis
van no cure, no pay



ALEX KLEIN

Wat kiest u op 29 maart?

MARTIJN BRANDS
Vennoot JIP financieel

Werkgever betaalt graag voor financieel vitale werknemers

Voor eigenaren Thom Dijkstra en Martijn Brands betekende de lancering van JIP financieel een verdere specialisatie op het gebied van collectief pensioen en financiële planning. Zij bieden werkgevers een concept waarin de financiële vitaliteit van de werknemer centraal staat. Eenvoudige financiële planning aangeboden door de werkgever aan zijn werknemers.

Wij geloven in een toekomst
waarbij werknemers een stukje
financiële planning krijgen
aangeboden via hun werkgever



T

ot 1 maart 2017 waren beide heren vennoten van de MKB-tak van Sibbing & Wateler uit Veenendaal. Daar adviseerden zij hun klanten ook op het gebied van verzekeringen. Om zich volledig te kunnen richten op de onderdelen pensioen en financiële planning hebben zij de verzekeringsportefeuille verkocht en zijn in afgeslankte vorm JIP financieel gestart. Martijn Brands, gecertificeerd financieel planner: “Collectief pensioen en financiële planning zie je steeds meer naar elkaar toegroeien. We zitten nu nog een beetje in de tijd dat de overheid voor je zorgt in pijler 1, de werkgever zorgt voor je in pijler 2 en in pijler 3 kun je zelf ook nog iets doen. De voorzieningen in Pijler 1 en 2 worden steeds minder en dus zal de werknemer steeds meer zaken zelf moeten regelen. Omdat de pensioenruimte steeds minder wordt, hebben werkgevers er alle belang bij dat de medewerkers financieel vitaal zijn. En dat is precies wat wij ze kunnen aanbieden. Een financieel vitale medewerker presteert beter, is minder vaak ziek en zal minder snel overstappen naar een andere werkgever.”

Waar financiële planning altijd was gericht op mensen die wat te besteden hebben en/of in complexere financiële situaties zitten, zie je volgens Brands nu dat ook de gewone burger met financiële dilemma's te maken krijgen waarbij ze geholpen willen worden, maar geen hoge adviesnota kunnen betalen. Dat is naast collectief pensioen en financiële planning dan ook de derde pijler waar JIP zich op richt. “Wij geloven in een toekomst waarbij werknemers een stukje financiële planning krijgen aangeboden via hun werkgever. De werkgever huurt ons in om zijn medewerkers financieel vitaal te houden.”

Financiële stress

Waarom zou een werkgever de portemonnee trekken om zijn werknemers te voorzien van een breed financieel advies? Brands: “Daar is een aantal redenen voor. Het tegenovergestelde van financieel vitaal is financiële stress. Onder andere het NIBUD heeft aangetoond dat die financiële stress van grote invloed is op de arbeidsproductiviteit. Een andere reden wordt ingegeven door de Wet pensioencommunicatie. Werkgevers worden steeds meer verantwoordelijk gehouden voor de communicatie rondom de pensioenopbouw van zijn medewerkers. Vragen die door veel HR-afdelingen niet te beantwoorden zijn. Die bedrijven zijn blij dat ze dit kunnen uitbesteden.

Wij hebben bijvoorbeeld ook een samenwerking met een bedrijf dat relatief veel oudere werknemers in dienst heeft. Bij oudere werknemers die relatief dicht tegen de pensi-

oendatum aanzitten, is het fysiek en mentaal soms lastiger om hun huidige werkzaamheden nog goed vol te houden. Mede door het steeds opschuiven van de pensioenleeftijd, is er veelal de behoefte om helder te krijgen wat de mogelijkheden en gevolgen zijn om minder dan wel korter te werken. Duurzame inzetbaarheid wordt voor deze groep werknemers en hun werkgevers belangrijker.”

Drie doelgroepen

JIP heeft voor het pensioendomein drie doelgroepen werkgevers geformuleerd. De eerste is de doelgroep kleine werkgevers die hun werknemers een alternatieve pensioenregeling willen aanbieden. “Die vinden pensioen ingewikkeld en de regelingen te complex en duur. In die gevallen kun je denken aan een salarisverhoging waarbij de werknemers in staat wordt gesteld om zelf zaken te regelen. Inclusief een professionele adviseur die de werknemer helpt de juiste keuzes te maken. Een soort van cafetaria-systeem. De een zal dit bedrag inzetten voor een lijfrente en een ander kiest misschien wel voor het versneld aflossen van de hypotheek. De adviseur helpt werknemers om het ‘gelabelde’ extra geld dat ze via de werkgever ontvangen hebben op een passende manier te besteden. De adviseur helpt de werknemer financieel overzicht te krijgen en vervolgens financieel inzicht om bepaalde keuzes te maken.”

Een tweede doelgroep waar JIP zich op focust, zijn de bedrijven die hun werknemers al een basispensioenregeling aanbieden en dit willen uitbreiden. Ook die bedrijven kunnen ervoor kiezen een adviseur in te huren die hun werknemers helpt om financieel overzicht te krijgen en vervolgens financieel inzicht om bepaalde keuzes te maken. Voor deze aanvullende pensioencommunicatie rondom de bestaande pensioenregeling biedt de werkgever zijn werknemers een x-aantal advies-uren per jaar aan.

De derde doelgroep tot slot zijn de grote bedrijven die aan specifieke groepen medewerkers hulp willen bieden om financieel

overzicht te krijgen en vervolgens financieel inzicht om bepaalde keuzes te maken.

Trends

JIP merkt een aantal trends op die ervoor zorgen dat financiële planning op de werkvloer steeds belangrijker wordt. Het inmiddels overbekende individuele pensioenpotje is er daar een van. Maar ook de trend van een krappere wordende arbeidsmarkt doet werkgevers volgens Brands besluiten oplossingen te zoeken om hun werknemers aan boord te houden. “Ook hiervoor is het toekennen van een aantal advies-uren per jaar een goede secundaire arbeidsvoorwaarde die ze hun werknemers kunnen aanbieden. Datzelfde geldt ook voor de trend om oudere werknemers duurzaam inzetbaar te houden nu de pensioenleeftijd stijgt en niet elke werknemer in staat zal zijn om de huidige werkzaamhe-

toepassing. Bij JIP maken we graag makkelijk wat moeilijk is. Financiële producten zijn vaak onnodig ingewikkeld. Wetten en regels blijven veranderen. Het is daardoor voor werkgevers niet gemakkelijk om een goed plan te maken voor de toekomst of die van zijn medewerkers. Dat raakt ons. Want wat echt telt, is inzicht. Voor iedereen. Dus adviseren wij in duidelijke taal, tegen een transparante prijs. Als het om financieel advies gaat, kunnen wij niet duidelijk genoeg zijn”, aldus Brands.

Softwarepakket

Naast BaseNet voor de kantoorautomatisering maakt JIP financieel gebruik van Figlo Advisor. Volgens Brands op financieel gebied het meest complete pakket. “In de keuze voor een softwarepakket is de betrouwbaarheid en eenduidigheid van de uitkomsten voor ons van cruciaal belang

Begrijpelijk communiceren is dé uitdaging voor software ontwikkelaars

den zo lang vol te houden.”

Activeren en interesseren

Het is een nobel streven vanuit de werkgever, maar werknemers staan er nu niet om bekend dat zij geïnteresseerd zijn in hun inkomen later. Hoe activeer je de werknemers om ook daadwerkelijk gebruik te maken van de adviseurs die zijn werkgever voor hem betaalt? “Een adviseur activeert en interesseert werknemers door naar ze te luisteren en in hun taal uit te leggen hoe ze ervoor staan. Wat dat betreft is de uitspraak van Albert Einstein ‘als je het niet eenvoudig kunt uitleggen, heb je het zelf niet begrepen’ zeker op onze branche van

geweest. Maar ook de complexiteit ervan. Er zijn softwarepakketten die er net zo gelikt uitzien en fantastisch zijn in het gebruik als Figlo Advisor, maar bijvoorbeeld geen mogelijkheid hebben om huur- en zorgtoeslagen te berekenen. Bij een vermogende klant zal ik dat niet missen, maar als ik bij een werknemer aan tafel zit die met pensioen gaat en in inkomen flink achteruit, dan wil ik toch graag weten of hij recht op deze toeslagen heeft.”

Tijd is geld

Een ander positief element in Figlo Advisor is voor Brands de alert-functie die hem als gebruiker activeert om actie te ondernemen richting

“Bij JIP maken we graag makkelijk wat moeilijk is. Financiële producten zijn vaak onnodig ingewikkeld. Wetten en regels blijven veranderen. Het is daardoor voor werkgevers niet gemakkelijk om een goed plan te maken voor de toekomst of die van de medewerkers. Dat raakt ons. Want wat echt telt, is inzicht. Voor iedereen. Dus adviseren wij in duidelijke taal, tegen een transparante prijs. Als het om financieel advies gaat, kunnen wij niet duidelijk genoeg zijn.”

de klant, bijvoorbeeld bij een renteherziening op de hypotheek. “Door de complexiteit kan het door gebruikers als ingewikkeld worden ervaren en ook de output is niet altijd begrijpelijk voor de werknemers die wij adviseren. In die vertaalslag ligt een belangrijke uitdaging voor de ontwikkelaars. Nu is die vertaalslag nog het punt waar techniek en mens elkaar ontmoeten. Het zou mij enorm helpen als de in Figlo gegenereerde rapportages er in JIP en Janneke taal uit komen rollen. Qua taalgebruik is die output vaak te complex voor de specifieke JIP-doelgroep en moet ik best wat tijd investeren om dit voor de klant inzichtelijk te maken.”

Visualiseren helpt

JIP financieel zit zelf ook niet stil op dat vlak en heeft het plan opgevat om de uitkomsten en conclusies van de rapportages om te zetten in beeld. Korte filmpjes van maximaal twee minuten die Brands zelf inspeekt. Een initiatief dat aansluit bij een trend die trendwatcher Mark Schipper eerder al signaleerde in aanloop naar zijn keynote op **InFinance Day**. In het nieuwe adviseren wordt beeldvorming en beleving belangrijker, voorspelt Schipper. Geen koele cijfers, maar het visualiseren van getallen en adviezen. Beeld verandert het dagelijks leven en het gebruik van beeldtaal wordt een belangrijk onderdeel van het advies, zegt Schipper.

Inventarisatie te traag

In de inventarisatiefase is volgens Brands ook de nodige tijd te winnen. Daar ligt de uitdaging, wat hem betreft, vooral in het zo efficiënt mogelijk verzamelen van de financiële klantdata in Figlo. “Op dat gebied hebben ze een samenwerking met Ockto, wat al een enorme verbetering is. Maar ik daag ze graag uit om een volgende stap te zetten. Er zijn nog meer initiatieven op dat vlak te bedenken, zoals de Stichting Financieel Paspoort, waar ik zelf ook in een adviserende rol bij betrokken ben. Voor ons heel belangrijk, want wij merken in de praktijk dat werkgevers voor de inventarisatiefase liever niet heel diep in de buidel willen tasten. We moeten er gezamenlijk voor zorgen dat het financieel advies in deze vorm – via werkgever naar werknemer – niet te duur wordt omdat de adviseur te lang bezig is met het invoeren van de juiste gegevens. Automatisering speelt een belangrijke, misschien wel de belangrijkste rol, om advies betaalbaar te houden.” **IF**