

ACTIEF KLANTBEHEER

Volwassenheidsonderzoek
onder adviseurs: 2-meting

Blauw Research | Stichting Actief Klantbeheer



Hypotheken
vanuit het hart



AANPAK



WERVING



Gemiddelde
invulduur

Methode

Kwantitatief: Online survey

Veldwerkperiode

29 januari 2024 -
21 april 2024

Bron respondent

	Meting					
	2-meting		1-meting		0-meting	
Obvion	86	28%	190	37%	155	46%
ABN AMRO	121	44%	74	15%	115	34%
VVP	19	6%	50	11%	30	9%
Accelerate			77	19%		
NNEK Vermogensbeheer	8	4%	45	12%		
Flexfront	8	4%			20	6%
Figlo	5	3%	11	3%		
Adfiz	1	1%	4	1%	10	3%
Helder Beheerd					7	2%
InFinance	7	2%				
Rabobank	1	0%	5	1%		
BNP Paribas Cardif	2	1%	1	0%		
niet-deelnemers	20	8%	5	1%		
totaal	278	100%	462	100%	337	100%



De vragenlijst is gelijk aan die van de 1-meting.



De doelgroep van dit onderzoek is financieel adviseurs.



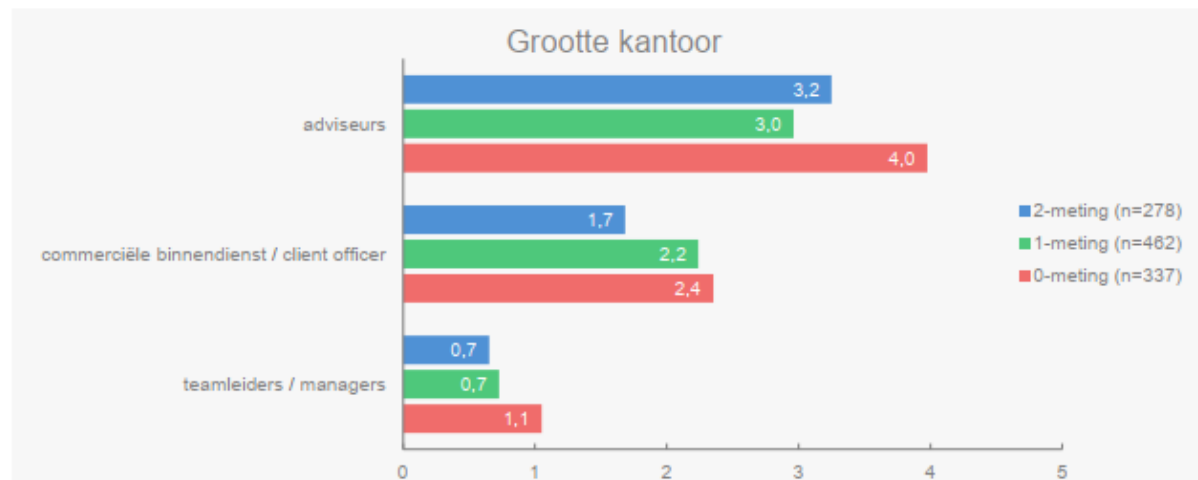
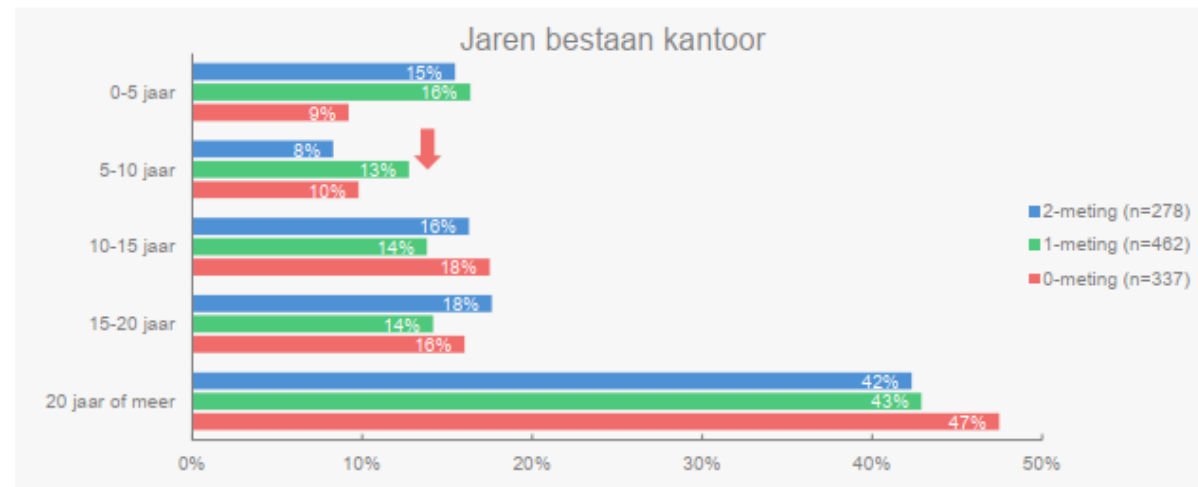
Als steekproefkader zijn de eigen kanalen van Actief Klantbeheer en haar verschillende 'kwartiermakers' gebruikt. Blauw Research onderschrijft de ESOMAR/ICC richtlijnen.



Bij start van het veldwerk is eerst een kleine batch verstuurd. De data van deze eerste groep is gecontroleerd op routing en consistentie. Bij de controle zijn geen bijzonderheden geconstateerd.



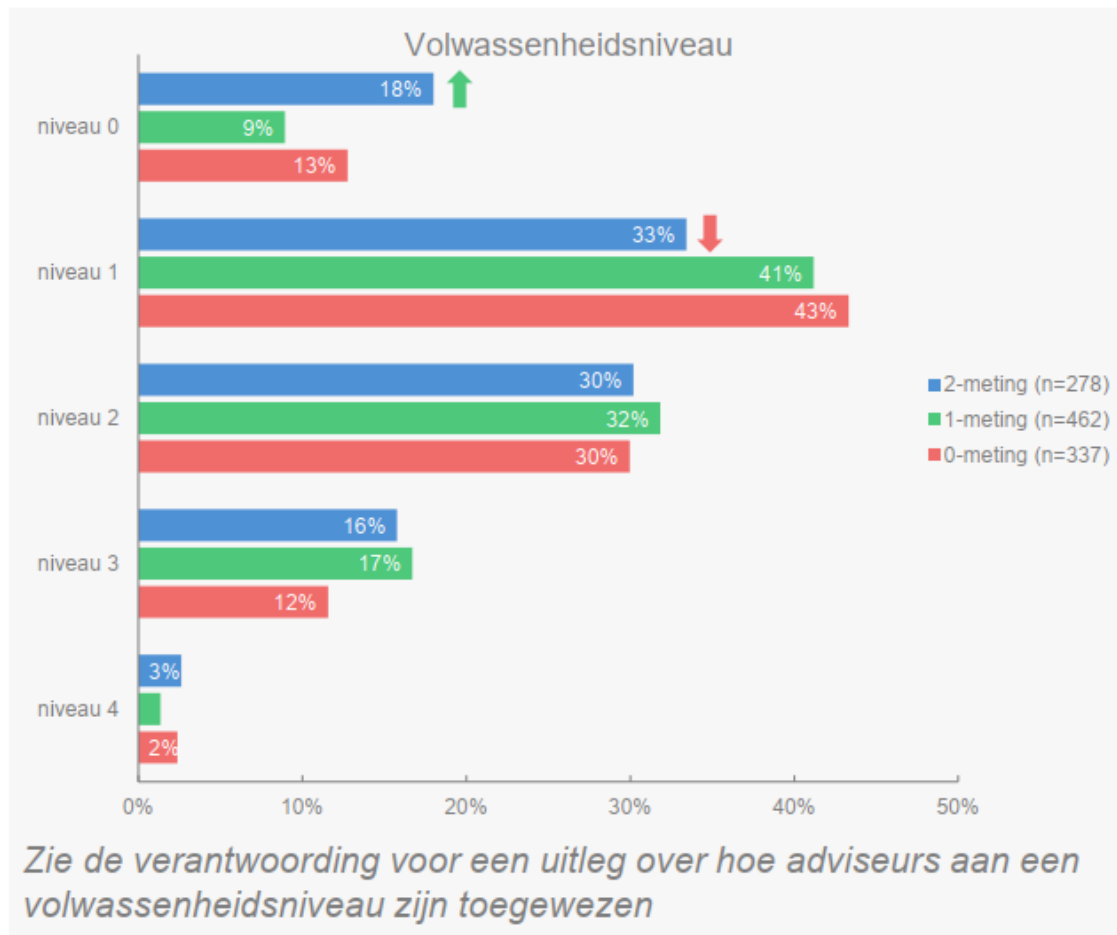
RESPONDENTEN



CONCLUSIES



HET VOLWASSENHEIDSNIVEAU IS GEDAALD



0. Ad hoc / reactief/alleen wettelijke nazorg:

Geen processen ontwikkeld; geen technische infra structuur ontwikkeld/aanwezig; mensen niet opgeleid/ geïnstrueerd; niet actueel (oude data); geen pro actief klantbeheer anders dan wettelijke nazorg

1. Beheerst/ontwikkeld:

Nog geen processen ontwikkeld; weinig/basale technische infra structuur ontwikkeld; mensen beperkt / niet opgeleid/ geïnstrueerd; niet actueel (oude data); wordt incidenteel/ op ad hoc basis ("tijd over"; "actie aflossingsvrij") uitgevoerd.

2. Gestandaardiseerd/gestructureerd:

Een/enkele processen ontwikkeld; basale technische infra structuur ontwikkeld/aanwezig; mensen opgeleid / geïnstrueerd en taken zijn toegewezen; data wordt ad hoc geactualiseerd/ worden bijgewerkt; wordt structureel (planmatig) uitgevoerd, opzet, bestaan en effectieve werking aantoonbaar

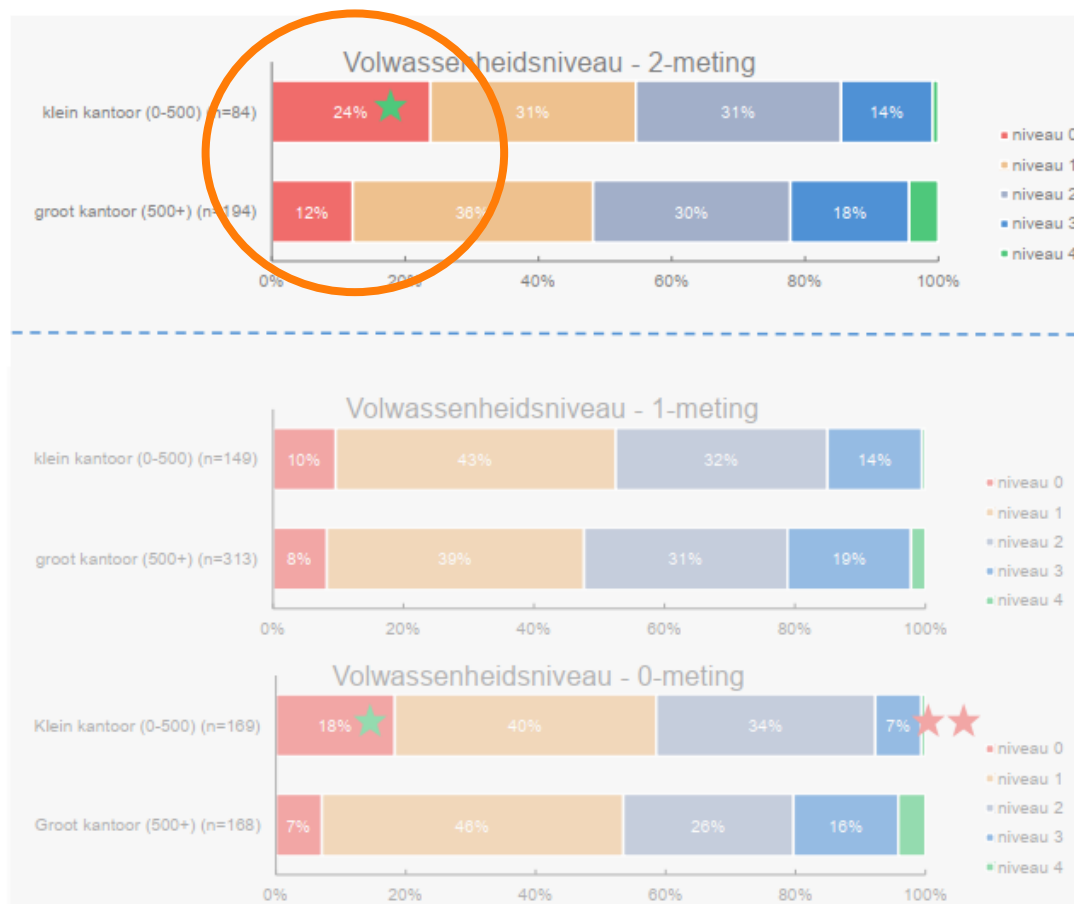
3. Gemanaged/geïntegreerd:

Meerdere processen ontwikkeld; technische infra structuur ontwikkeld/ aanwezig; mensen opgeleid / geïnstrueerd en taken zijn toegewezen; data actueel; wordt structureel planmatig uitgevoerd; rapportages van de resultaten zijn beschikbaar en geanalyseerd, maakt onderdeel uit van dagelijkse bedrijfsvoering

4. Geoptimaliseerd:

Processen ontwikkeld; technische infra structuur ontwikkeld/ aanwezig; mensen opgeleid / geïnstrueerd; data actueel / worden continu bijgewerkt; wordt structureel planmatig uitgevoerd; organisatie stuurt actief en continue (bij) op actief klantbeheer, essentieel onderdeel van dagelijkse bedrijfsvoering

DIT JAAR IS DE GROOTTE VAN HET KANTOOR JUIST WEL WEER BEPALENDER VOOR HET VOLWASSENHEIDSNIVEAU NET ZOALS TWEE JAAR GELEDEN



Kleine kantoren zakken terug van niveau 1 naar 0, een verdubbeling van het percentage in niveau 0 ten opzichte van de vorige meting (!)

Ook grotere kantoren bevinden zich iets vaker op het laagste niveau. Het totaal van niveau 0 en 1 is ten opzichte van de vorige meting gelijk gebleven.

- **Kleine kantoren** zakken terug van niveau 1 naar 0, een verdubbeling van het percentage in niveau 0 ten opzichte van de vorige meting (!)
- Duurzaamheid als reden voor contact is gelijk gebleven, **verbouwing** blijft licht stijgen. Ook topopslag is weer vaker aanleiding.
- In totaal worden er **meer verschillende momenten** aangegrepen voor contact
- Alleen de **beschikbaarheid van actuele data** blijft tot op bepaalde hoogte een bottleneck wanneer er een hoger volwassenheidsniveau is bereikt
- Er wordt vaker gekozen voor **1 vorm van verdienmodel** bij AKB
- De meeste respondenten hebben eens per **2-3 jaar contact**
- Contact via **WhatsApp** is stijgend, online nieuwsbrieven dalen
- Data wordt iets vaker **structureel bijgewerkt**
- Er wordt iets vaker aan **klanttevredenheidsonderzoek** gedaan.

WAT VINDEN WIJ HIER VAN?

Wat betekent dit voor ons als stichting?

NEXT STEPS

Hoe gaan we deze resultaten verder delen?

Passend bij de doelen van onze stichting: welke boodschap past daarbij?

- Welke boodschap willen we overbrengen?
- Wie is daarbij onze belangrijkste doelgroep?
- Hoe bereiken we die?
- Via welke kanalen willen we communiceren?
- Welke middelen zetten we in?
- Wat gaan we volgend jaar doen met dit onderzoek?

