

Ondernemerschap KOMT VAN TWEE KANTEN

Obvion heeft het functieprofiel van de buitendienst langs de maatstaven van deze tijd gelegd en kwam tot de conclusie dat die niet toekomstbestendig was. In de nieuwe rol is de accountmanager een ondernemende sparringpartner voor het topsegment intermediairs, die op basis van een kwantitatieve en kwalitatieve wederzijdse samenwerking goed is voor het grootste gedeelte van de omzet die de geldverstrekker uit Heerlen voor ogen heeft.

Al enige tijd is bij Obvion een organisatorische verbouwing aan de gang, waarbij de geldverstrekker er naar streeft qua voorkeurspositie binnen de top 3 van geldverstrekkers te staan. Zo werd eerder al binnen het leidinggevende kader de focus verlegd naar verbinders met executiekracht. De geldverstrekker zet daarbij in op de kracht van eenvoud, met een veelvoud aan mogelijkheden. De vertaling hiervan zag men onder andere terug in het besluit om het aanbieden van drie verschillende hypotheekproducten te vervangen door één product: de Obvion Woon Hypotheek. "Een product zonder toeters en bellen, zonder fratsen" beschreef Peter Dijks, CCO Obvion, de nieuwe propositie bij de introductie in september 2019.

Sinds 17 februari jl. is het ook mogelijk de oude hypotheekvormen om te zetten naar de Obvion Woon Hypotheek.

Relaties verdiepen

Met 220 nieuwe adviseurs is het markt-bereik van Obvion in 2019 met 15% toegenomen tot 85%. CEO Carlo van Kemenade gaf in zijn focus op 2020 al aan dat na deze groeispurt de focus dit jaar zou verschuiven naar een verdere verdieping van de relatie met de 2.000 intermediairs

waarmee de geldverstrekker zaken doet. Wet- en regelgeving zorgt ervoor dat de hypotheekmarkt steeds transparanter wordt. Digitalisering zorgt voor self service en versnelling van processen tussen Obvion en adviseur en klant. Er komt dus steeds meer focus te liggen op de digitalisering van de processen tussen Obvion en de adviseur enerzijds en de klant anderzijds.

'Medewerkers bij Obvion tonen daadkracht. Geen lang 'misschien' dat de onzekerheid in stand houdt. Zo doen wij dat!'

Dijks: "Om uiteindelijk competitief te blijven hebben we ook naar de operationele kosten gekeken. We hebben daarom eind vorig jaar, na een zorgvuldige afweging, een nieuwe stip aan de horizon geplaatst voor de manier waarop de onafhankelijk adviseur bediend wordt. We zijn gestart met verschillende segmentatie- en service-modellen en hebben de kantoren ingedeeld in een 4-tal segmenten." Dat heeft ertoe geleid dat op 1 maart een nieuw team is gestart dat bestaat uit vijf accountmanagers

buitendienst en één deskaccountmanager. Nieuw binnen het team is de functie van Senior Businesspartner, speciaal voor de hypotheekketens en serviceproviders. "Vanuit dat segmentatiemodel willen wij onze relatie met de kantoren nog meer intensiveren", zegt Igor Driessen - sinds 1 november Manager Sales & Intermediaire Zaken bij Obvion.

Win-winsituatie

Minder accountmanagers en segmentatie binnen het intermediairbestand. Hoe past dat binnen het streven van Obvion om juist meer persoonlijk te willen zijn? Driessen: "Een goede samenwerking komt van twee kanten. Die wederkerigheid geeft een verdieping aan de relatie. Daarom gaan we met onze intermediaire relaties het gesprek aan, met als inzet een win-winsituatie waar zowel de

adviseur, de klant en wij van profiteren. Samenwerken wordt samen ondernemen. De komende maanden richten we het Service Center Wonen, waar de dossiers worden verwerkt, in volgens deze nieuwe manier van werken. Een van de zaken die we op dit moment onderzoeken is een mogelijkheid voor (een deel van) de adviseurs om dossiers vooraf te bespreken. We gaan persoonlijker en efficiënter samenwerken door te investeren in onze relatie. Voor de intermedi-

airs waarmee wij samenwerken wordt de relatie persoonlijker door een combinatie van digitale ondersteuning via het Team Digital en direct contact via het Service Center Wonen, waar acceptanten daadkracht tonen. Geen lang 'misschien' dat de onzekerheid in stand houdt. Zo doen wij dat!"

Klantbeheer

Naar de toekomst toe gaat klantbeheer steeds belangrijker worden. Die ontwikkeling heeft een belangrijke rol gespeeld bij de keuze om de serviceverlening aan de intermediaire relaties anders in te richten, zegt Dijks. "We hebben het zo ingericht dat de adviseur zijn rol kan pakken voor het invullen van het proactief beheer van zijn klanten. Dat is uniek, maar geeft ook andere verantwoordelijkheden. Als je dan bedenkt dat wij in het kader van de campagne 'aflosblij' 48% van de klanten zelf hebben moeten ontzorgen, dan is dat vanuit ons idee van een partnership een teleurstellend percentage. Vergelijk je het met de markt, dan kunnen wij heel tevreden zijn over de 52% die het wel zelf heeft gedaan." Volgens Dijks is de accountmanager van de toekomst een accountmanager die als sparringpartner optreedt voor de onderneming, maar ook thema's bespreekt zoals strategische vraagstukken, trends van de huizenmarkt en ontwikkelingen van nieuwe businessmodellen.

"Kortom: onderwerpen die het samen succesvol ondernemen bevorderen en daarmee een nog betere klantbediening realiseren".

Gelijkwaardig partnership

In de nieuwe versie is de accountmanager meer een ondernemende sparringpartner, vult Driessen aan. "Iemand die de onderneming kan doorgronden, strategische input geeft en die staat voor de belangen van zowel de adviseur als die van Obvion, in een gelijkwaardig partnership. Bij Obvion signaleren we ontwikkelingen en bedenken we ideeën, dat doet een advieskantoor ook. Daarom willen we ook graag de visie van de onafhankelijk adviseur betrekken bij onze besluitvorming. Niet iets opleggen, maar samen optrekken."

Leninggegevens

Het delen van de actuele leninggegevens is bij Obvion geen issue. Dat is volgens Dijks goed geregeld en gedocumenteerd in de samenwerkingsovereenkomst met de onafhankelijk adviseur, maar ook in het contract met de klant. "Actuele leninggegevens worden door ons al jaren gedeeld via het adviseursportaal. Naar de toekomst toe wordt dit portaal één geïntegreerde oplossing waarin de adviseur en zijn klant kunnen samenwerken. Dat portaal bevat veel informatie die voorheen nog via de

accountmanagers werd opgevraagd."

Dat brengt ons bij de adviseur in 2025. Driessen: "Techniek en productaanbod worden steeds meer een eenheid, met de mens als onderscheidende waarde. Met onze nieuwe Obvion Woon Hypotheek bedienen we 95% van de markt. Het is de adviseur die hieraan de menselijke vertaalslag geeft en het Obvion-gevoel aan zijn klant overdraagt. Met de Obvion Woon Hypotheek als basis bouwen we de komende jaren samen met de onafhankelijk adviseurs verder aan ons aanbod. Bijvoorbeeld door vanuit die basis meer specifieke doelgroepen te gaan bedienen, al naar gelang de wens van het adviseur."

'De mens is en blijft de onderscheidende factor'

We kunnen de adviseur helpen om in de toekomst keuzes te maken op het gebied van bv. specifieke doelgroepen of bedieningsmodellen, omdat je gewoonweg niet meer alles moet willen doen. Kantoren die hier nu al bewust voor kiezen, zie je doelgroepgerichte full-serviceconcepten ontwikkelen, waarmee ze zich onderscheiden en succesvol zijn."

Nieuwe proposities

Obvion lanceerde begin februari een nieuwe duurzaamheidspropositie in de vorm van een duurzaamheidskorting voor bestaande woningen met een Energie-Index van 0,6 of lager en voor nieuwbouwwoningen met een EPC-norm van 0,4 of lager. Deze maand volgde ook de introductie van een propositie voor expats. Hierbij wordt het acceptatiebeleid een op een opengesteld, omdat Obvion, in tegenstelling tot sommige andere marktpartijen, voor deze propositie geen additionele risico's ziet. Daarnaast onderzoekt Obvion de mogelijkheden voor proposities op het gebied van senioren en buy-to-let. **IF**



Igor Driessen en Peter Dijks