

TJIP

WONEN



“Slechts 8% van Nederland is bebouwd, toch hebben we een enorm huizen-tekort. Financiële markt en overheid, doorbreek de negatieve spiraal!”

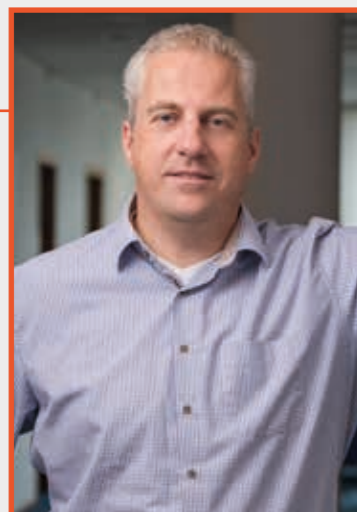
Prof. Dr. Peter Boelhouwer van TU Delft

Onderzoek wijst uit: **68% van de Nederlanders is bereid gegevens te delen om financieel inzicht en advies te krijgen**

Hybride aanvraagstraat (Stater)

Alles staat of valt met laagdrempelig financieel inzicht (ABN AMRO)

Lees de column van **Nienke Bloem, Customer Experience Expert**, op pagina 13



IGOR GAVIC,
CEO TJIP THE PLATFORM ENGINEER

Natuurlijk kunnen we niet zomaar 'alle problemen' op de woonmarkt oplossen. Er zijn morgen niet opeens een miljoen nieuwe woningen beschikbaar. Maar met meer ambitie kunnen we zeker stappen zetten. Louwe Post van ABN AMRO en Arjan Hessels van Stater leggen in dit magazine uit hoe het inzetten van technologie een goede stap is om betere financiële beslissingen te kunnen nemen. Een betere en meer overzichtelijke financiële planning helpt consumenten sneller hun financiële klantreis te doorlopen en stelt hen in staat om betere keuzes te maken.

Uiteindelijk is een positieve klantbeleving doorslaggevend voor elke partij. Voor consumenten, intermediairs, aanbieders en ook voor ons als TJIP. Niet voor niets stelt Nienke Bloem in haar column dat we die klanten moeten zoeken en de rode loper voor hen moeten uitrollen.

Tot slot wil ik iedereen die zijn of haar medewerking heeft verleend aan de totstandkoming van dit magazine hartelijk bedanken. Zonder die kennis en kunde was het niet gelukt. Ik hoop dat de inhoud van het magazine jou als lezer nieuwe inzichten biedt, of misschien een fris perspectief op bestaande inzichten. Als je het niet eens bent met wat wij in ons magazine schrijven of als je vragen hebt, vernemen wij dat graag om hierover van gedachten te wisselen. Wij hebben in elk geval de ambitie om een verbindende rol te spelen in het aangaan van de uitdagingen die voor ons liggen. Veel leesplezier!

Igor Gavic

Samen woonwensen waarmaken!

Voor je ligt het eerste TJIP-magazine, dit keer met het thema 'wonen'. Met dit magazine willen wij bijdragen aan een progressievere woonmarkt in Nederland. Als we beter luisteren naar de woonwensen van consumenten en het makkelijker maken om die wensen te realiseren, dan heeft iedereen daar baat bij.

Uit onderzoek, speciaal uitgevoerd voor dit magazine, blijkt dat consumenten bereid zijn om hun persoonlijke data te delen als dit bijdraagt aan beter inzicht in hun toekomstige financiën, en daarmee aan het waarmaken van hun woonwensen. Het belang hiervan wordt ook geschetst door hoogleraar Peter Boelhouwer op de volgende pagina's. Hij is van mening dat goede financiële planning hierin een cruciale rol gaat spelen.

INHOUD

- 02 Samen woonwensen waarmaken!
- 03 Woningtekort neemt de komende jaren toe
- 06 Woonalert, nieuws vanuit de markt
- 08 Uit onderzoek blijkt: consument wil de regie
- 10 Trends in financieel advies en planning
- 12 TJIP's Smart Journey Wonen
- 13 Column: De rode loper
- 14 Hybride aanvraagstraat voldoet aan eisen moderne consument



“Woningtekort neemt de komende jaren toe. Financiële markt en overheid, doorbreek de negatieve spiraal!”

Prof. Dr. Peter Boelhouwer houdt de ontwikkelingen op de woningmarkt in Nederland nauwlettend in de gaten en schetst een weinig rooskleurig beeld voor de komende jaren: “De krapte op de woningmarkt gaat verder oplopen want de woningproductie zal de komende twee jaar dalen. Het tekort treft zowel de koop- als de huursector. Dit komt doordat het aantal bouwvergunningen is afgenomen en bestaande projecten zijn stilgevallen. Gestegen bouwkosten, olopende rente en overheidsingrijpen in de huursector zorgen hiervoor. De daling in het aantal nieuwe plannen is ook al twee jaar aan de gang. Er komt dus minder aanbod aan nieuwbouwwoningen en tegelijkertijd groeit de bevolking door arbeidsmigratie harder dan zelfs in de meest radicale prognoses werd aangenomen.”

Prijzen gaan weer omhoog

En dat tekort heeft natuurlijk effect op prijzen van woningen: “Momenteel dalen de woningprijzen maar die zullen binnenkort stabiliseren en aan het eind van het jaar of begin volgend jaar stijgen ze weer. Tegelijkertijd vindt er in de vrije huursector een explosie van de huurprijzen plaats, omdat particuliere beleggers een deel van hun woningen verkopen in dit segment in verband met overheidsmaatregelen. Die woningen verdwijnen uit de huurmarkt, met het grootste effect op het middensegment.”

Negatieve spiraal doorbreken met vier oplossingen

Een somber beeld dus, maar volgens de hoogleraar kan er wel wat aan die negatieve spiraal gedaan worden. Hij geeft vier oplossingen: “Het is een open deur, maar meer woningen toevoegen is de beste oplossing. Dat moet wel strategisch gebeuren, en niet uitsluitend in de bestaande stedelijke gebieden, bijvoorbeeld aan de rand van de stad, en met woningen waar ook in de toekomst vraag naar is. Het wegnemen van juridische belemmeringen helpt hierbij echt. Tijdelijke woningen zijn weliswaar een zwaktebod maar voor de realisatie van een flexibele schil hard nodig.” →

Slechts 8 procent van Nederland is bebouwd en toch hebben we een enorm huizentekort. Hoe komt het dat we niet meer (duurzame) huizen bouwen en wat kunnen we daaraan doen?
Hoogleraar Housing Systems bij de faculteit Bouwkunde Peter Boelhouwer aan de TU Delft:
“Om duurzame huizen te bouwen voor de toekomst zullen we ook anders naar de financiering moeten gaan kijken. Financiële planning speelt daarin een cruciale rol.”

PROF. DR. PETER BOELHOUWER,
HOGLERAAR HOUSING SYSTEMS TU DELFT



*We hebben te weinig
nieuwe plannen ontwikkeld,
we dachten dat Nederland 'af' was.*

Effectiever gebruik maken van bestaande woningen

“Ten tweede kunnen bestaande woningen effectiever worden ingezet. Maak het weer mogelijk dat mensen woningen delen, zonder dat ze daarvoor gestraft worden. Er komen steeds meer kleine huishoudens, die kunnen prima samen in één grote woning. Daarnaast kun je door woningen te splitsen ook meer woonruimte realiseren. We moeten echt eens kritisch naar de splitsingsverboden kijken; nood breekt wet.”

Hij vervolgt: “Ook de toenemende vergrijzing speelt een rol. Daar moeten we echt op gaan anticiperen door toe te voegen wat er nog niet is. Geclusterde woonvormen voor ouderen bijvoorbeeld. Dat is de vierde oplossing. Buiten de bouwsector kan ook de financieringssector een extra impuls geven door meer naar explain hypotheek te kijken dan al die confectie hypotheek.”



Maatschappij moet investeren

De vraag is natuurlijk: waar en hoe gaan we bouwen? Boelhouwer: “Nederland heeft historisch gezien altijd goed gebouwd. Grondgebonden woningen gebouwd voor de lange termijn, in kernen met hoge dichtheid die goed bereikbaar zijn ook met openbaar vervoer. Maar we hebben te weinig nieuwe plannen ontwikkeld, we dachten dat Nederland 'af' was. Daardoor is de bouwproductie een aantal jaar geleden ingezakt. Als maatschappij moet je woningen bouwen die over tweehonderd jaar ook nog in trek zijn. Daar moet je in investeren. We moeten duurzame woningen gaan bouwen voor de toekomst.”

Duurzaam bouwen voor de toekomst

En dat doen we niet, aldus Boelhouwer: “We bouwen nu vooral kleine appartementen in hoogbouw, meestal binnenstedelijk. Maar dat is maar voor een kleine groep aantrekkelijk. De meeste mensen willen toch liever meer groen. Dat kan prima aan de randen van de stedelijke gebieden, als we die rafelranden beter exploiteren. Huizen met waterbergingen in de buurt en manieren om energie op te wekken in een groene omgeving. Dan krijg je energiepositieve, duurzame woningen. Voor nu en voor straks.”



*Om duurzame huizen te bouwen voor de toekomst
zullen we ook anders naar de financiering moeten gaan
kijken. Financiële planning speelt daarin
een cruciale rol.*

Financiering

Maar dan komt als altijd de hamvraag: Wie gaat dat betalen? In het verlagen van de bouwkosten ziet de hoogleraar geen heil: “Dan gaat alleen de kwaliteit van de bouw omlaag. We moeten als maatschappij kijken wie die kosten voor de kiezen krijgt. Alles komt nu op de schouders van de eerste bewoner terecht.” In het verleden gaf de overheid subsidies aan de eerste koper bij nieuwbouw, dit kan prima helpen. Boelhouwer denkt dat de beste oplossing is als alle marktpartijen en de samenleving daar een actieve rol in spelen: “Ik heb samen met collega Jos Feijtel een 36-puntenplan opgesteld om het verder stilvallen van woningbouw te voorkomen. Het belangrijkste punt is dat alle partijen tegelijk om tafel moeten en transparant zijn in hun handelen. En concrete afspraken moeten maken, in plaats van boterzachte en onrealistische plannen.”

Financiële planning

Volgens Boelhouwer kunnen hypotheekverstrekkers, in combinatie met AFM, NIBUD en NHG, ook een rol spelen: “Bijvoorbeeld door een hogere lening voor duurzame woningen toe te kennen. Het risico is wel dat dat de prijzen weer opdrijft. Daarnaast is de looptijd van een hypotheek bijna altijd 30 jaar. Langere looptijden zouden ook een oplossing kunnen zijn.” Maar meer nog moet de situatie van woningzoekenden worden gekeken: “Dat kan veel meer maatwerk worden. De achtergrond van mensen meenemen. Wat is hun potentie? Daarbij moet je niet alleen naar het huidige inkomen kijken, maar rekening houden met de perspectieven die ze hebben.” Hij besluit: “Daarin wordt financiële planning steeds belangrijker. Dat is de toekomst. Nu al kijken wat straks nodig of mogelijk is.” ●

WOONALERT

Recent nieuws uit de markt



DNB

De huizenprijzen dalen en de hypotheekrente stijgt

Sinds de zomer van 2022 koelt de markt af door een stijgende hypotheekrente en verminderde economische vooruitzichten, wat heeft geleid tot een lichte daling van de huizenprijzen. Starters hebben nog steeds moeite om een woning te kopen, aangezien woningen schaars en duur zijn. Voor de meeste huiseigenaren blijven de maandlasten voorlopig gelijk, maar een grote groep kan hogere maandlasten verwachten als hun rentevaste periode afloopt. Een daling van de huizenprijzen kan leiden tot onderwaterstaande hypotheeklen en restschulden, wat vooral voor starters een probleem kan zijn. ●

InFinance

Energielabelsprong geeft forse waardevermeerdering

Het effect van een verbeterd energielabel op de waarde van een woning is fors toegenomen. Gemiddeld gaat het om een waardevermeerdering van 7,2 procent in vergelijking met dezelfde woning met het oude label. Dit blijkt uit een analyse van NVM-dochter brainbay. ●



Pararius

Maatregelen huurwoningen werken averechts: steeds meer gegadigden voor een woning

Het aantal reacties op beschikbare huurwoningen in Nederland is de afgelopen jaren sterk toegenomen, vooral in de grote steden. Het aantal geïnteresseerden voor een beschikbare huurwoning in Amsterdam is sinds 2021 maar liefst zes keer zo hoog geworden. Het huidige coalitieakkoord stelt dat het voor verhuurders rendabel moet blijven om hun woningen te verhuren. Maar opeenvolgende maatregelen hebben een tegenovergesteld effect gehad, waardoor verhuurders in grote steden hun huurwoningen steeds vaker van de hand doen. Deze ontwikkeling baart internationale financiële instellingen en vastgoedexperts zorgen. Huurders reageren steeds massaler op vrijgekomen woningen, terwijl het totale aanbod van huurwoningen juist afneemt. ●



ING

Consument geen idee over energielasten nieuwe woning

Uit onderzoek van ING onder onafhankelijke hypotheekadviseurs in Nederland blijkt dat lang niet alle klanten weten wat de energielasten zijn van hun nieuwe huis. Maar liefst 42 procent van de ondervraagde intermediairs geeft aan dat hun klanten geen duidelijk inzicht hebben in de kosten voor energieverbruik. Tegelijkertijd haken veel klanten wel af als het energieverbruik van een huis te hoog uitvalt (73 procent). Ook blijkt uit het onderzoek dat het vertrouwen van adviseurs in de hypotheekmarkt sterk is gedaald. De Intermediair Index is voor het eerst sinds de introductie onder de 100 punten gekomen. ●

CBS

Huizenprijs daalt licht, verkoop nog steeds lager dan jaar geleden

In april 2023 waren bestaande koopwoningen gemiddeld 4,4 procent goedkoper dan een jaar eerder. De gemiddelde verkoopprijs van bestaande woningen bedraagt nu 401,4 duizend euro (in februari was dat nog 410,2). Over 2022 was de gemiddelde verkoopprijs van een koopwoning 432 duizend euro; in 2021 was dat nog 'slechts' 387 duizend euro. Toch ligt het aantal verkochte woningen ten opzichte van een jaar eerder aanzienlijk lager, een daling van 19,8 procent! ●



NOS

Geldzorgen onder jongeren nemen toe

Het aantal volwassenen dat zich zorgen maakt over hun financiële toekomst is flink gestegen. Vooral jongvolwassenen tussen 18 en 25 jaar zijn bezorgd, voornamelijk bij huishoudens met de laagste inkomens en alleenstaande ouders met kinderen. Jongeren en lage-inkomensgroepen ervaren de meeste problemen. Zorgen nemen af met leeftijd en hoger inkomen, en vrouwen maken zich vaker zorgen dan mannen. Maar liefst 40 procent van de mensen uit de laagste inkomensgroep maakt zich zorgen, vergeleken met 19,5 procent uit de hoogste inkomensgroep. ●



UIT ONDERZOEK BLIJKT: CONSUMENT WIL DE REGIE

Bij TJIP vinden we dat iedereen in Nederland in staat moet zijn om zijn eigen toekomst financieel vorm te geven. Dit onderzoek geeft inzicht in de verschillende vraagstukken rondom het thema wonen. Opvallend is dat driekwart van de Nederlanders er vertrouwen in heeft dat hun woonwensen ooit werkelijkheid zullen worden. Daarnaast is een grote meerderheid van de mensen bereid om gegevens te delen met hun financieel dienstverlener, maar houdt men wel graag zelf de regie in handen bij het onderzoeken en het afsluiten van financiële producten op woongebied.

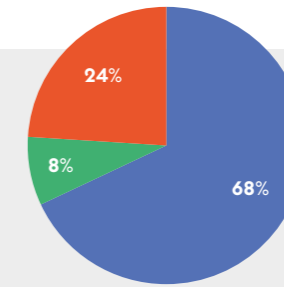
Woonwensen
 **92%** Weet wat zijn woonwensen zijn op de lange termijn

Consumenten zijn zeer overtuigd van hun eigen woonwensen. Tegelijkertijd maakt men zich zorgen over de ontwikkelingen op de huidige woningmarkt (45%) en de toekomst (54%) en de realisatie van hun woonwensen. Jongeren maken zich over het algemeen meer zorgen dan dertigplussers. Zowel over de huidige woningmarkt (64% vs. 43%) als over de nabije toekomst (67% vs. 52%).

Een groot deel van de respondenten is bereid om gegevens te delen met hun financieel dienstverlener. 43% is bereid om digitaal/online gegevens te delen. Meer dan de helft (56%) is bereid om die gegevens te geven via een persoonlijk gesprek.

Vier op de tien (41%) willen de optie hebben om zelfstandig vervolgacties te kunnen ondernemen op basis van een financieel inzicht, zonder hulp van een (hypotheek)adviseur. Eén derde zou graag altijd persoonlijke hulp van een hypotheekadviseur willen bij het kiezen van de juiste vervolgactie (33%).

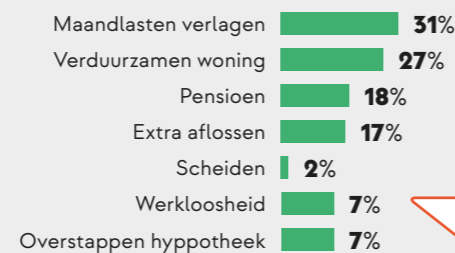
Bereidheid gegevens te delen om financieel inzicht te krijgen



Ruim tweederde (68%) van de Nederlanders is bereid om gegevens te delen met financiële dienstverleners. In ruil voor deze gegevens ontvangen zij het liefst financieel inzicht en advies (55%), gevolgd door informatie over bezittingen en investeringen (45%) zoals de woning, pensioen en beleggingen. Kort gevolgd door informatie over verzekeringen (44%). Over persoonlijke levensveranderingen zoals scheidingen, inkomstenverandering en kinderen wordt minder graag informatie gedeeld (31%). Minder dan een kwart van de ondervraagden (24%) wil helemaal geen gegevens delen.

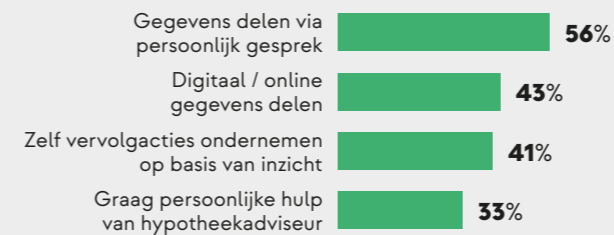
Driekwart (75%) van de Nederlanders is zeer positief over de eigen woonwensen en geeft aan: ik heb er vertrouwen in dat mijn woonwensen ooit werkelijkheid zullen worden. Ook is een grote groep (78%) ervan op de hoogte dat levensveranderingen (bijv. scheiden, arbeidsongeschiktheid etc.) het financieel waarmaken van de woonwensen kan beïnvloeden.

Proactief informatie ontvangen in verband met eigen woning



Consumenten ontvangen het liefst proactief informatie met betrekking tot manieren om hun maandlasten te verlagen. Niet geheel verrassend zijn berichten over (mogelijk) slecht nieuws zoals scheidingen of werkloosheid minder populair. Echter, anticiperen op deze gebeurtenissen een grote impact kan hebben.

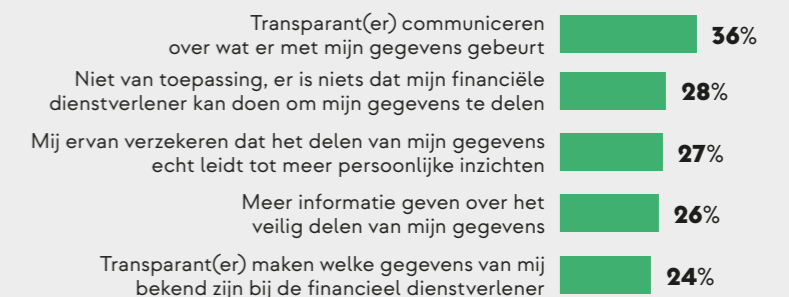
Bereidheid gegevens te delen



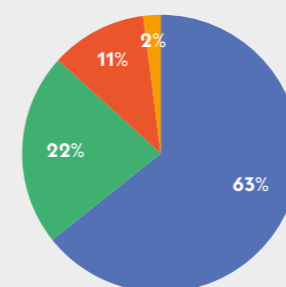
Hoewel advies van een adviseur wordt gewaardeerd, wil 63% van de respondenten tijdens het proces het gevoel hebben zelf de regie in handen te hebben. Bij jongeren (18 t/m 29-jarigen) ligt dat anders. Daar wil minder dan de helft (46%) zelf de regie in handen hebben, en kiest men op dat punt vaker voor de onafhankelijk adviseur (35% vs. 20% onder dertigplussers).

Ruim de helft (53%) van de ondervraagden heeft er geen probleem mee om proactief geïnformeerd te worden door zijn financiële dienstverlener op basis van externe informatie. Voor een kwart (23%) is het wel belangrijk om zelf te bepalen op basis van welke gegevens dit gebeurt.

Stimulatie tot delen van meer data



Regie nemen over proces naar financieel product wonen



■ Ikzelf of mijn partner
 ■ Onafhankelijk financieel adviseur
 ■ Hypotheek aanbieder
 ■ Extern online, bijvoorbeeld via Google

Positief over woonwensen

75% Heeft vertrouwen dat woonwensen ooit werkelijkheid worden

Men kiest vaker voor het verkrijgen van informatie via de online omgeving van een onafhankelijk financieel adviseur (42%) dan voor een persoonlijk (advies)gesprek (32%).

Persoonlijk gesprek

32% Kiest voor een persoonlijk adviesgesprek

Online

42% Kiest voor online advies

Verantwoording onderzoek

Het onderzoek werd in het tweede kwartaal van 2023 uitgevoerd door Kien PanelWizard, in opdracht van TJIP, onder ruim 1.200 Nederlanders van 18 jaar en ouder. Gemiddeld woont 60% van de ondervraagden in een koopwoning waarvan zij (mede)eigenaar zijn. Dit onderzoek is onderdeel van het TJIP Innovation Lab, de plek waar TJIP nieuwe kennis en inzichten opdoet en experimenteert met nieuwe technologie.

Trends in financieel advies en planning

In de snel evoluerende wereld van financieel advies en planning zijn er enkele trends gaande waar leveranciers, adviseurs en klanten vroeg of laat mee te maken krijgen. “We hebben het dan over het verstrekken van meer laagdrempelig financieel inzicht aan klanten, de verschuiving van documenten naar data en het efficiënter gebruiken van beschikbare data”, stelt Louwe Post van ABN AMRO.

LOUWE POST,
HEAD MORTGAGE SOLUTIONS & DELIVERY
BIJ ABN AMRO HYPOTHEKEN



De belangrijkste trend is het bieden van makkelijk toegankelijk, toegespitst en beter financieel inzicht aan klanten. Klanten hebben dat inzicht in hun financiële situatie nodig om op basis daarvan plannen te kunnen maken. Het geeft ze de mogelijkheid om meer zelfwerkzaam te kunnen opereren. Louwe Post, verantwoordelijk binnen de hypotheektak van ABN AMRO voor Solutions & Delivery, zegt over deze trend: “Er zijn steeds meer klanten die weten wat ze willen en die snel beslissingen willen kunnen nemen over bijvoorbeeld de aanvraag van een hypotheekverhoging. Daarom moet je snel duidelijkheid kunnen geven in zo’n aanvraagproces, in plaats van helemaal aan het eind. Of nog beter, de klant moet het simpel zelf kunnen achterhalen. Het integreren van financieel inzicht in de digitale klantreis wordt daarom steeds belangrijker om de beste beleving en uitkomst voor die klanten te realiseren.”

Van documenten naar data

Een andere trend, die al langer gaande is maar wel grote invloed heeft, is de verschuiving van documenten naar data. Het digitaliseren van informatie maakt het voor klanten gemakkelijker om gegevens aan te leveren en voor verstrekende instanties en adviseurs eenvoudiger om deze snel te vertalen naar de juiste inzichten. “Deze trend zal zich voorlopig blijven voortzetten”, aldus Post. “Want er zijn nog ontzettend veel documenten die niet gedigitaliseerd zijn. Organisaties zullen zich moeten gaan afvragen of ze hun beleid moeten aanpassen, dus of ze die gegevens eigenlijk überhaupt nog nodig hebben. En ze moeten verdere stappen ondernemen om hun digitalisering te verbeteren en te versnellen. De overgang van documenten naar gestructureerde data biedt talloze mogelijkheden om processen te stroomlijnen en de kans op fouten te verminderen.”

Efficiënter gebruik bestaande data

Ook is het beter beheeren en benutten van grote hoeveelheden klantdata een belangrijke trend. Post: “Organisaties in de financiële sector beschikken over enorme databanken met informatie over hun klanten. Het is nu de uitdaging om deze data te gebruiken om klanten proactief te ondersteunen en te informeren. Daarmee kun je bijvoorbeeld gepersonaliseerde ‘opties’ geautomatiseerd aan klanten tonen in een digitale omgeving, waardoor zij snel kunnen zien welke mogelijkheden er voor hen beschikbaar zijn. Klanten houden van het verkennen en het kennen van hun mogelijkheden. Het effectiever analyseren en inzetten van al deze data gaan zeker leiden tot een hogere klanttevredenheid en een efficiëntere communicatie.”

Vaker contact

Naast deze trends speelt een andere recente ontwikkeling in de financiële wereld een grote rol. Die heeft tot gevolg dat de bank nastreeft om nog beter in contact te zijn met haar klanten; in de eerste plaats omdat zij dat zelf belangrijk vindt en door groeiende eisen vanuit de toezichhouders. Dit om hun financiële situatie te analyseren en daarmee mogelijke risico’s aan het licht te brengen. En natuurlijk maatregelen te nemen. “Om dit persoonlijk te doen, dus door adviesgesprekken met alle individuele klanten, is door de grote hoeveelheid klanten ondoenlijk. Het gebruik van data kan

dan helpen om dit proces digitaal in goede banen te leiden, waarbij klanten proactief digitaal worden geïnformeerd in plaats van dat zij door bijvoorbeeld belteams moeten worden benaderd.” Voor klanten ook veel fijner dat zij zelf regie houden over waarmee ze wanneer aan de slag gaan.

Integrale adviesdiensten

Om op een goede manier met deze trends en vereisten om te kunnen gaan zijn nieuwe oplossingen noodzakelijk en moeten de verschillende partijen in de financiële sector beter samenwerken. Het ontwikkelen van integrale inzicht- en adviesdiensten, waarbij de klant centraal staat, is daarbij een must. “Daarom werken wij al jaren samen met TJIP en kijken we hoe wij niet alleen onszelf maar ook andere partijen van passende oplossingen kunnen voorzien om aan de veranderende behoeften van klanten en de markt te voldoen. Niet in de vorm van grote allesomvattende applicaties, maar met kleinere losse diensten die naar behoefte geïntegreerd kunnen worden in een slim platform waar iedereen gebruik van maakt. Zo koken we met kleine ingrediënten persoonlijke customer journeys”, zo legt Post zijn visie op de aanpak uit.

”

Alles staat of valt met laagdrempelig financieel inzicht, efficiënt databeheer en het proactief ondersteunen van klanten.

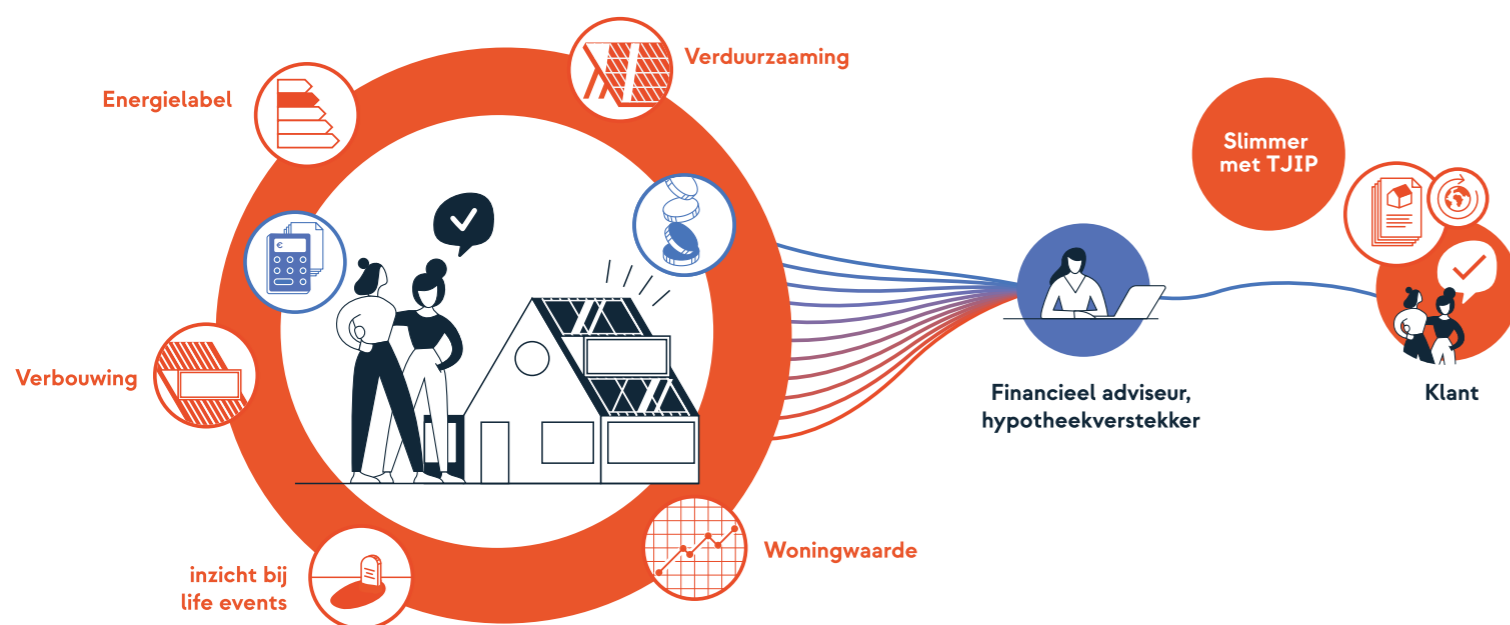
Uitdagingen

Er zijn ook enkele uitdagingen die moeten worden meegewogen. Privacywetgeving en ethische kwesties spelen een rol bij het gebruik van al die data. Er moet dus een evenwicht worden gevonden tussen gegevensanalyse en het waarborgen van de privacy van klanten. Bovendien moeten organisaties voorzichtig zijn bij het aanbieden van geautomatiseerde oplossingen, en zeker met kunstmatige intelligentie, om risico’s effectief en reproduceerbaar te beheersen.

Intermediairs blijven belangrijk

Hoewel digitale oplossingen en geautomatiseerde gegevensanalyse veel nieuwe mogelijkheden bieden en de zelfwerkzaamheid van klanten vergroten, blijft de rol van intermediairs relevant. Post: “Klanten die behoefte hebben aan persoonlijk contact en onafhankelijk advies zullen nog steeds intermediairs raadplegen. De financiële sector moet daarom zorgen voor een goede balans tussen directe dienstverlening en intermediaire kanalen.” Intermediairs zijn daarom een belangrijke partij om diensten voor te ontwikkelen. Door goed gebruik te maken van technologische ontwikkelingen, gegevensanalyse en een klantgerichte aanpak kunnen organisaties in de financiële sector een concurrentievoordeel behalen en tegelijkertijd voldoen aan de vereisten van toezichhouders en regelgevende instanties. Het bieden van financieel inzicht, het efficiënt beheeren van data en het proactief benaderen van klanten vormen de beste basis voor een succesvolle toekomst in de financiële sector. ●

TJIP's Smart Journey Wonen biedt inzicht, controle en betere klantbeleving



Voorbeeld Smart Journey Joost en Sabine

Het is weekend voor Joost en Sabine. Geen rustdag, want na een drukke werkweek moeten de kinderen nog naar sport worden gebracht en moeten er boodschappen worden gedaan. Op de mat ligt een folder over het verduurzamen van woningen, iets dat goed uitkomt gezien hun huidige energielabel. Maar hoe gaan ze dat betalen? Ze hebben geen overzicht van de mogelijkheden en eigenlijk geen tijd om dit uit te zoeken.

De hypotheekverstrekker van Sabine en Joost geeft een update aan zijn klanten over het benutten van kansen voor verduurzaming van hun koopwoning. Hun energielabel kan beter en er is financiële ruimte om de aanpassing te financieren.

Met één druk op de knop maakt de hypotheekverstrekker de berekening beschikbaar in het online klantportaal.

Direct krijgen ze een alert op hun mobiel en is het meteen duidelijk welke maatregelen ze kunnen treffen, wat het rendement is en hoe ze de verduurzaming kunnen financieren. Via de chatbot in hun digitale dossier stellen zij 's avonds nog enkele vragen en maken ze direct een online afspraak met een adviseur van de hypotheekverstrekker. Persoonlijk contact vinden ze toch ook belangrijk.

Sabine en Joost kunnen zelfstandiger opereren. Ze hebben de beleving dat ze in controle zijn over hun woonwens. Gericht op de toekomst. Relevant op basis van hun levensfase en levensstijl. Een vergelijking met soortgelijke huishoudens is ook mogelijk. Ze krijgen meteen duidelijkheid over de mogelijke financiering, in plaats van aan het eind van het traject. Deze slimme klantreis lijkt nog toekomstmuziek, maar met de modules van TJIP Smart Platform is het nu al mogelijk.

In de praktijk is een 'customer journey' vaak nog een statisch geheel. Het ontbreekt nog steeds aan een naadloze klantreis. Bij TJIP geloven we dat de klantreis veel beter kan. Door de stappen slimmer te maken – en daarmee de hele customer journey – ontstaat een 'Smart Journey'.

Klant als startpunt

TJIP neemt de klantwens als startpunt. De Smart Journey houdt rekening met de life events en persoonlijke wensen van de klant en daarnaast marktontwikkelingen en wetswijzigingen, maar ook met het feit dat de verschillende fases van het proces elkaar beïnvloeden. Dit ondersteunt de verdere digitalisering van de financiële sector en draagt bij aan het realiseren van een naadloze klantreis. Bovendien wordt er een koppeling gemaakt met het aanbod van de financieel dienstverlener en wordt er, indien gewenst, persoonlijk advies aan de klant gegeven. In de toekomst kunnen ook externe partijen, zoals een notaris, aanhaken.

Inzicht en overzicht

Bij elke stap maken we slim gebruik van data. Door op relevante momenten inzichten en voorspellingen te creëren met behulp van deze data, zijn zowel de dienstverlener als de klant in staat om met vertrouwen de juiste keuzes te maken. Daarnaast zorgt het voor een eenvoudiger en prettiger proces. Dit resulteert in snellere resultaten, een betere klantbeleving en hogere klanttevredenheid.

TJIP Smart Platform

Het TJIP Smart Platform maakt zulke slimme customer journeys mogelijk. Het is een modulair platform waarmee organisaties hun klantreizen gericht kunnen versterken. Deze efficiënte, modulaire aanpak (waarbij je een of meerdere services afneemt) biedt de mogelijkheid om snel te kunnen innoveren en te experimenteren met nieuwe customer journeys. ●



NIENKE BLOEM,
CUSTOMER EXPERIENCE EXPERT

DE RODE LOPER

We gaan even terug in de tijd. Ik denk dat het ergens in 1999 was. Ik werkte bij AMEV als inspecteur Leven en sloot mijn hypotheek over. Want als werknemer kreeg ik een mooie korting op de hypotheekrente en dat voordeeltje pakte ik graag mee. Een paar jaar later ging ik verbouwen en ook daarvoor kon ik goed bij AMEV terecht.

Er was binnen AMEV een speciaal kantoor voor medewerkers, waar echt alles uit handen genomen werd bij het aangaan van de hypotheek. Er stond koffie klaar, je kon altijd even binnenlopen als je vragen had en ook de communicatie over papieren en het notaristraject was goed verzorgd. Er lag nog net geen rode loper uitgerold, maar zo voelde het wel. Als werknemers werden we goed in de watten gelegd.

In mijn rol als inspecteur Leven was ik verantwoordelijk voor een uitgestrekt gebied van Utrecht tot aan de Duitse grens. Het was mijn taak om intermediairs te helpen bij het kiezen voor AMEV op het gebied van hypotheek en pensioenen. Er lopen nu vast wat tijdsperiodes door elkaar, maar ik weet nog wel dat mijn klanten - de intermediairs - onze afhandeling van hypotheek niet al te florisant vonden. De communicatie was onduidelijk. Hun klanten snapt niks van onze brieven. Het duurde lang voordat officiële offertes kwamen. Er gingen zaken mis bij het sturen van de notaristukken.

Ik begreep daar weinig van. Want wij hadden het toch zo goed geregeld? Ik wist echt niet beter dan dat wij als AMEV het rode-loper-gevoel gaven aan klanten. Want dat was mijn eigen ervaring. In Customer Experience noemen we dat de 'n=1 situatie'. Mijn eigen ervaring zou toch ook die van onze klanten en hun klanten zijn. Daarnaast besefte ik toen ook niet dat ik een inside-out-blik had en flink besmet was met de 'curse of knowledge'. De wat?! Ik had veel meer kennis van hypotheek, wetgeving, en processen dan de klant die een hypotheek afsloot. Dat noem je de 'curse of knowledge'. Ik kon me daardoor niet verplaatsen in de persoon zonder die kennis. Ik miste de outside-in-blik.

Ik ging met een adviseur mee naar één van zijn klanten en zag gelijk waar het bij ons mis ging. Ik zag dat het rode-loper-gevoel alleen voor werknemers gold. Maar ik zag ook meteen het verbeterpotentieel.

Om deze reden moedig ik iedereen in financiële organisaties aan om zelf op klantbezoek te gaan. Stap uit je eigen processen en bekijk die eens door de ogen van de klant. Zie waar behoeftes van klanten liggen. Bekijk hoe mensen hun administratie bewaren en hoe makkelijk ze inloggen in hun persoonlijke online omgeving. Hierdoor wordt het een stuk eenvoudiger om wél jullie rode-loper-gevoel aan klanten te geven! ●

Hybride aanvraagstraat voldoet aan eisen moderne consument



ARJAN HESSELS, MANAGING DIRECTOR
NEW BUSINESS & INNOVATION BIJ STATER

In onze moderne samenleving, waar vrijwel alle producten en diensten online slechts één klik verwijderd zijn en waar consumenten steeds meer zelf de touwtjes in handen hebben, bestaat het proces van de hypotheekaanvraag nog altijd uit veel fysieke documenten. Hoewel de verschillende stappen in het hypotheekproces in de loop der jaren gedigitaliseerd zijn en afzonderlijke innovaties zijn doorgevoerd, ontbreekt er nog steeds een naadloze klantreis. Dit kan en moet anders, aangezien de verwachtingen van consumenten steeds hoger worden. En daar heeft Stater, samen met TJIP, nu de oplossing voor ontwikkeld. TJIP heeft veel ervaring met het bouwen van online journeys in het financiële domein.

Digitale samenleving

Stater levert hypothecaire diensten en platforms voor externe geldverstrekkers, en beheert bijna 40 procent van alle hypotheek in Nederland. Om de klantreis bij het aanvragen van een hypotheek te verbeteren en slimmer te maken, heeft Stater de hybride hypotheekaanvraagstraat ontwikkeld. Hiervoor hebben Stater en TJIP samen een platform gebouwd dat in potentie alle betrokken partijen - consumenten, geldverstrekkers, intermediairs en notarissen - digitaal kan bedienen.

"We bieden geldverstrekkers de mogelijkheid om de consument zelf aan het roer te laten staan bij een complex financieel product," licht Arjan Hessels, Managing Director New Business & Innovation bij Stater, toe. "Indien gewenst, kan ook de adviseur bij dit proces betrokken worden, zodat ze gezamenlijk aan de hypotheek kunnen werken. Een hybride oplossing dus. Dat biedt iedereen een veel betere beleving van het product 'hypotheek'. De geldverstrekker bepaalt zelf welk bedieningsconcept hij zijn klanten wil aanbieden, full-service of 'execution only'."

Integratie van 'best of both worlds'

De hybride aanvraagstraat biedt flexibiliteit en integreert twee distributielijnen: het traject dat met 'execution only' wordt aangeduid, waarbij consumenten zelf rechtstreeks contact hebben met de geldverstrekker en het traditionele kanaal met intermediairs. De 'execution only'-straat is uniek in zijn soort omdat deze een veel bredere groep hypotheekklanten bedient dan tot nu toe aangeboden op de Nederlandse hypotheekmarkt. Zo kunnen niet alleen starters er terecht, maar ook doorstromers en oversluiters. Hierbij worden de nieuwste technieken gebruikt om sneller tot een complete hypotheekacceptatie te komen en de consument zekerheid van financiering te bieden. Zo is het volledige palet aan databronnen ontsloten en zijn e-authenticatie en digitale ondertekening geïntegreerd in het platform. De hybride aanvraagstraat geeft tegelijkertijd de regie aan de consument. Indien de consument onzeker is over de hypotheekaanvraag, kan er op elk gewenst moment overgeschakeld worden naar een hypotheekadviseur en kunnen de reeds verzamelde gegevens meegenomen worden. Het platform bestrijkt feitelijk het hele spectrum, van 'execution only' tot aan hypotheekadvies via de intermediair.

"Ons unieke en slimme platform stelt klanten in staat om stapsgewijs naar hun uiteindelijke hypotheek toe te werken via een naadloze klantreis. De klant houdt controle en overzicht, want alle elementen die voorheen alleen los beschikbaar waren, zijn nu samengebracht op één plek. WJe kunt zelf documenten uploaden, de voortgang volgen en je notaris kiezen en digitaal ondertekenen. Het platform integreert bovendien verschillende handige oplossingen, zoals het automatisch ophalen van brondata uit overheidsbronnen. Hierdoor wordt het proces sneller en efficiënter en het geeft een grote mate van vertrouwen bij de gebruikers. Iedereen kan de mate en soort begeleiding krijgen die nodig is", aldus Hessels.



Van snellere, krachtigere en vriendelijkere samenwerking tussen consument, adviseur én geldverstrekker wordt iedereen wijzer.

Plaats en ruimte voor adviseurs en geldverstrekkers

Het platform biedt ook voordelen voor adviseurs, aangezien hun rol een duidelijkere plek krijgt in de toenemende digitalisering van de markt. Igor Gavic, CEO van TJIP, licht toe: "Het platform stelt adviseurs in staat om minder tijd te besteden aan administratieve taken en zich meer te richten op alle aspecten van comfortabel wonen voor de klant. Dit omvat zaken als financiering, verduurzaming en risico's bij overliden."

Het hybride hypotheekaanvraagplatform van Stater biedt daarom een sterk verbeterde klantreis, meer controle voor consumenten, toegevoegde waarde voor adviseurs en onderscheidingsmogelijkheden voor geldverstrekkers. Het is daarmee een slimme en innovatieve stap die zowel inspeelt op de veranderende consumentenwereld, als de steeds verdere digitalisering van de financiële sector.

Neo Hypotheken als 'launching customer'

Neo Hypotheken is de eerste hypotheekverstrekker die gebruikmaakt van deze hybride aanvraagstraat. Neo Hypotheken is, als co-ontwikkelaar, vanaf de beginfase betrokken bij de ontwikkeling van de hybride aanvraagstraat en heeft haar acceptatiebeleid volledig ingericht op basis van databronnen en digitalisering. Neo Hypotheken gelooft sterk in het verminderen van de verwerkingstijd van een hypotheekaanvraag door gebruik te maken van alle beschikbare nieuwe technieken in de hypotheekmarkt. Hierdoor wordt de zekerheid van financiering sneller bereikt en is er veel minder rompslomp met papieren documenten. Neo Hypotheken maakt gebruik van zowel het 'execution only'-kanaal, de door Stater ontwikkelde aanvraagversneller, als het consumentenportaal. Tijdens elke klantreis kunnen consumenten gebruikmaken van deze aanvraagversneller, waarmee zij zelf hun hypotheekaanvraag kunnen volgen, documenten kunnen delen en hun aanbod digitaal kunnen ondertekenen. Nadat de hypotheek is gepasseerd, kan de consument deze raadplegen en beheren via het uitgebreide consumentenportaal. ●



Slimmer met

TJIP

The Platform
Engineer

Meer weten over onze **Smart Journeys** of **TJIP Smart Platform**?

Stuur dan een email naar sales@tjip.com of bel ons op **+31(0)15-7890789**.