

Rationeel is niet effectief!

De AFM wil voorkomen dat consumenten aan het eind van de looptijd van hun ‘aflossingsvrije’ hypotheek problemen krijgen. Omdat ze niet kunnen aflossen, de lening niet passend kan worden verlengd of het inkomen op dat moment de – wellicht gestegen - rente niet meer kan dragen. Aanbieders en adviseurs moeten deze consumenten pro actief en effectief benaderen.

De AFM doet suggesties voor zo’n aanpak: segmentatie van klanten, proactieve benadering, maatwerk en een centraal informatiepunt. Op zich logische en nuttige elementen. Maar die zijn puur op de ratio gericht. Informatie over de (individuele) financiële situatie en de technische oplossing staan centraal. De vergelijking met het activeren van consumenten met woekerpolissen dringt zich op. Ook daar werden consumenten vooral feitelijk geïnformeerd, waardoor het activeren onvoldoende lukte.

Wat ontbreekt in de voorgestelde aanpak is de benadering vanuit de emotie en de onbewuste afwegingen die de consument maakt. Het gaat namelijk om gedragsverandering: van zorgeloos rente betalen naar een herziening van het financiële plan en het uitvoeren van acties. Bij het begeleiden van die transitie moet gekeken worden naar de pains, de gains, de anxiety en de habits die de consument daarbij ervaart. Kennis van de onbewuste besluitvormingsprocessen die daarbij spelen is de sleutel.

Dáárop moet een gedegen communicatie- en begeleidingstraject worden gebaseerd. Een enkel briefje – “U heeft een probleem; kom langs voor een gesprek.” – heeft niet het beoogde effect. Integendeel.

De AFM weet ook dat rationele argumenten niet altijd het beoogde effect hebben. Daarom stimuleert zij de inzet van gedragswetenschappelijke inzichten voor ‘effectieve interventies’.

Breng uw advies en communicatie dus naar het volgende level! Communiceer niet alleen financiële feiten en rationele oplossingen. Maar *begeleid* uw relaties naar de juiste beslissing. Met kennis van hun emoties; van wat ze écht drijft en stuurt. Alleen dan bent u een succesvolle financiële coach!



Paul de Heer is managing consultant van [Delphis Marketing](#) en mede-initiatiefnemer van [Guideology](#); richting geven aan klantgedrag. Dit artikel verscheen als column in InFinance december 2017.