



PrivateWealthSupport



Randvoorwaarden en tips bij 'Interactief Financieel Plannen'

Interactief financieel plannen betekent dat u uw klant **actief** betreft bij het doornemen van de uitkomsten van zijn financieel plan. U toont de uitkomsten direct vanuit de Private Wealth Navigator (cijfermatig maar vooral grafisch) en neemt de klant op deze wijze mee in de (on)mogelijkheden om zijn wensen en doelstellingen financieel haalbaar te maken. Deze wijze van communiceren met de klant heeft als groot voordeel dat u de klant op een meer dynamische wijze betreft bij zijn financieel plan. Het plan gaat als het ware meer 'leven' dan een rapportage op papier. Daarnaast opereert u effectiever omdat een 'dik' rapport achterwege kan blijven. U kunt na de interactieve planningssessie de klant een 'adviesamenvatting' met een beperkt aantal pagina's sturen. Hierin staat kort samengevat wat tijdens de interactieve planningssessie is besproken en wat de vervolgstappen zijn.

Om de interactieve planningssessie effectief te laten verlopen hebben wij onderstaand de randvoorwaarden en tips voor u op een rijtje gezet:

Randvoorwaarden en tips:

1. **Zorg voor een groot TV scherm waarop u de uitkomsten kunt projecteren (zit u bij de klant thuis, dan kan een tweede scherm [1] uitkomst bieden).**
[1] <https://www.asus.com/nl/Commercial-Monitors/MB168BPlus/>
2. **Geef eerst een korte (PowerPoint) presentatie waarin u uitlegt wat de sessie inhoudt en wat de klant kan verwachten (waarom Financiële Planning relevant is bijvoorbeeld).**
3. **Neem vervolgens stap voor stap de ingevulde onderwerpen in de planning door. Hierdoor beseft de klant welke onderwerpen een rol spelen in zijn planning en u kunt direct doornemen of de aannames juist zijn.**
4. **Maak vooraf een selectie van de zaken die u vooral aan bod wilt laten komen tijdens de interactieve planningssessie. Zet deze in chronologische volgorde. Dit zorgt voor structuur en focus tijdens de sessie.**
5. **Reken direct effecten door die relevant zijn en die de klant doet beseffen dat geuite wensen en doelen wel of niet en waarom wel of niet haalbaar zijn. Bijvoorbeeld wat is het effect van de gewenste aankoop van de vakantiewoning in Frankrijk? Dit zorgt ervoor dat de klant zich beter realiseert waarom dit soort wensen wel of niet haalbaar zijn en wat de neveneffecten zijn.**
6. **Focus vooral op de grafieken en leg de klant uit wat daarin zichtbaar is. Onderbouw de grafische uitkomsten eventueel met een toelichting op de cijfermatige uitkomsten (bijvoorbeeld het huidige inkomen versus het pensioeninkomen).**
7. **Geef aan wanneer en waarom het niet zinvol is om bepaalde zaken door te rekenen. Dit voorkomt dat de klant (veelal uit enthousiasme) vraagt om tal van scenario's door te rekenen die niet wezenlijk bijdragen aan het gewenste inzicht.**
8. **Maak na afloop een samenvatting van de sessie die u de klant ter beschikking stelt. Deze samenvatting kan beperkt van omvang zijn omdat u planning van de immers al tijdens de interactieve planningssessie integraal heeft doorgenomen.**