

EyeOpen, de financiële vriend van de consument



Spelier (Senior Marketeer ABN AMRO) | @spelier
Bedrijven en personen,



eyeopen

Neem een beetje kredietcrisis, doe er een vleugje woekerpolis bij, top het af met wat graaiende bankiers en je hebt de ideale cocktail voor een vertrouwensbreuk tussen consumenten en de financiële sector. De financiële sector doet momenteel oprecht haar best om die vertrouwensbreuk te herstellen

en strooit met kreten als de *klant centraal stellen* en *transparantie*. Ondertussen keren steeds meer consumenten zich af van het advies van banken ('die adviseur krijgt toch een bonus als hij mij iets verkoopt?') en van vermeend, onafhankelijke tussenpersonen ('krijg ik wel echt een onafhankelijk advies?'). De consument verlaat zich voor een goed financieel advies meer en meer op de ervaringen en advies van vrienden en familie (vrienden- en familiemarketing). Sinds juni jongstleden is eyeOpen al voor zo'n 500 bèta-testers de nieuwe financiële vriend. In september volgt de landelijke lancering voor de Nederlandse consument. Dat vertelde Diederick van Thiel en Rosali Waleson mij in een interview dat ik met hen had.

eyeopen

over eyeOpen Contact Veiligheid Ingeleid

Home Huis & Geld Werk & Geld Familie & Geld Vermogen

Home » Huis & Geld

Stel hieronder je vraag aan Tom

Stel hier je vraag...

Stel je vraag



"Alles over hypotheek: de grootste vraagbaak van Nederland, hypotheek vergelijken en direct contact met experts."

Tom van den Akker, team klantenservice



Hypotheek vergelijken

EyeOpen vergelijkt, 100% onafhankelijk, alle hypotheekaanbieders in Nederland voor je. Maak je eigen vergelijking met jouw wensen.

Vergelijk hier >

Direct naar een hypotheek

- [Bankspaarhypotheek](#)
- [Aflossingsvrije hypotheek](#)
- [Spaarhypotheek](#)
- [Lineaire hypotheek](#)
- [Annuliteiten hypotheek](#)

Meer hypotheek >

Veelgestelde vragen

- [Wat gebeurt er als de hypotheekrenteafrek verdwijnt?](#)
- [Wat houdt een bankspaarhypotheek in?](#)
- [Wat is een voorlopig koopcontract?](#)

Rosali Waleson
Welkom bij eyeOpen, Rosali
Uitloggen

Contact met eyeOpen?

Vraag het aan:
Renee of een andere eyeOpen expert

Nieuwsbrief ontvangen?
Registreer hier.

Voordelen eyeOpen
Waarom eyeOpen? Alle voordelen op een rij.

Help ons

"Dit is de betaverale 0.3 van eyeOpen. Wil je ons helpen? Klik op de feedback button."

Geef jouw feedback >

Je vindt het overzicht van de enkele site hieronder

Zowel Diederick als Rosali hebben, gelet op hun achtergrond in marketing en commercie, een scherp oog voor de ontwikkelingen in de financiële sector. Diederick was marketingdirecteur particulieren bij ING en Rosali commercieel directeur bij Alex

Beleggersbank. Een aantal door hen gesignaleerde ontwikkelingen en trends vormen de rationale achter hun startup eyeOpen.

Diederick haalt o.a. een artikel in [Time Magazine](#) aan, waarin gewezen wordt op de New Frugality: "The Great Recession is transforming how we spend, whom we trust, where we save and what we really value". Volgens Diederick leidt de crisis tot een gedragsverandering. Consumenten zijn kritischer geworden als het gaat om hun uitgaven, ook daar waar het financiële producten betreft.

Beperkte toegang tot professioneel advies

Rosali en Diederick constateren ook dat de financiële sector ver beneden de maat presteert als het gaat om customer experience. Ze onderbouwen dit met een recent vastgestelde Net Promotor Score ([NPS](#)) voor de financiële sector. De financial services sector scoort slechts een 5,2 op een schaal van 10. Al eerder refereerde ik in een [artikel](#) op Finno over het toepassen van NPS bij de ING. De ING onderzocht hoe klanten tegen banken aan kijken. Nu volgt er een rijtje reacties, waarop de financiële sector niet trots hoeft te zijn: financiële instellingen zijn niet transparant, afstandelijk, arrogant, compliceren zaken, hebben geen belangstelling voor klanten en handelen met geld alsof het van hun is. De stemming van klanten is al niet veel beter: 73% is bezorgd, 55% boos en 46% meent geen controle over de toekomst te hebben. Ook stelde ING aan klanten de vraag van wie ze financieel advies krijgen. Het is schokkend te vernemen dat 47% van de klanten in de beleving is dat ze geen advies krijgt. Van de respondenten vertrouwt 22% op het advies van familie en vrienden. Slechts 16% gaat naar zijn bank voor advies. Met andere woorden, 67% van de klanten heeft geen toegang tot professioneel advies.

Wisdom of crowds

"Consumenten die op internet op zoek gaan een goed advies, raken al snel de weg kwijt", aldus Diederick. "[Independer](#) is onvoldoende transparant, de financiële sector pusht haar producten en de zoekresultaten van Google zijn verwarrend". Volgens Diederick wil de consument een betrouwbaar advies, gebaseerd op de persoonlijke situatie en levensstijl, advies van haar peers. Het inwinnen van advies bij vrienden en familie of andere consumenten is overigens een ontwikkeling die je ook terugziet in andere sectoren. Een aantal jaar geleden constateerde [McKinsey](#) al dat tweederde

van alle economische activiteit beïnvloed wordt door mond-tot-mond reclame over een product, dienst of merk: "people go where their peers tell them to go". Het antwoord van Diederick en Rosali op de hierboven geschetste ontwikkelingen is eyeOpen, de nationale financiële vriend. EyeOpen is geen allemansvriend. Ze richt zich vooral op consumenten tussen de 30 en 45 jaar. "In deze levensfase worden de meeste financiële beslissingen genomen", zegt Rosali. "We kunnen overigens bestaande financiële producten niet simpeler maken, maar wel duidelijker uitleggen aan de consumenten", voegt ze daaraan toe. Dat roept meteen de vraag op, hoe doet eyeOpen dat?

Vijf pijlers

EyeOpen kent 5 pijlers:

- *Vragen.* eyeOpen streeft ernaar eenvoudige antwoorden te kunnen geven op alle vragen m.b.t. financiële producten. Inmiddels hebben ze al een database met antwoorden op ruim 1.000 vragen. Dit aantal zal snel toenemen.
- *Vergelijken.* Hierin verschilt eyeOpen niet zozeer van andere vergelijkers. Consumenten kunnen op basis van hun wensen keuzes maken tussen verschillende producten en vervolgens vergelijken op prijs en voorwaarden. eyeOpen gebruikt net als [Independer](#) en [Verzekeringssite](#) de data van [MoneyView](#).
- *Verdiepen.* Als de Q&A-database van eyeOpen geen antwoord geeft op je vragen dan kan je luisteren naar radiopodcasts van experts en ook deze experts vragen stellen. Ook kan je met je vragen terecht bij de eyeOpen community, met andere woorden andere gebruikers. De gebruikers worden op basis van 11 profieltypen binnen de community gegroepeerd, zodat ze elkaar beter kunnen vinden als ze kennis en ervaringen willen uitwisselen.
- *Matchen.* eyeOpen zoekt voor jou naar de beste match tussen jouw persoonlijke situatie en een financieel product. Op basis van persoonlijke profielgegevens ontvangt de consument het beste aanbod. EyeOpen positioneert zich als 's-werelds eerste financiële matcher. De gebruikte algoritmes zijn zelflerend en worden dus beter naarmate er meer gematched wordt
- *Kopen.* Nadat je met behulp van eyeOpen het beste financiële advies en de beste deal hebt gevonden, dan kan je voor het betreffende financiële product direct een offerte aanvragen.

Investeerders gezocht

EyeOpen heeft internationale ambities. Na de grote Nederlandse lancering in september, wil eyeOpen in de tweede helft van 2012 ook een eerste stap maken naar het buitenland. Grote markten zoals Duitsland en Groot-Brittannië staan op het verlanglijstje. Grote ambities kosten veel geld. EyeOpen is dan ook nog steeds op zoek naar investeerders voor het realiseren van die ambities. Niet alleen met haar dienstverlening is eyeOpen vernieuwend. Ook in haar zoektocht naar investeerders is eyeOpen onconventioneel. Via hun internetsite gingen ze op zoek naar investeerders die obligaties van 500 euro wilde kopen. Met een jurist en de [AFM Innovation Room](#) zetten ze deze crowdfunding-constructie op. Het beleggingsklimaat werkte echter niet mee en de constructie leverde te weinig investeerders op. Dit staat echter de lancering van eyeOpen niet in de weg, zij het dat voor de internationale uitrol nu additionele investeerders worden gezocht.

Van beta naar lancering

In september gaat eyeOpen van start met het thema huis & geld. Volgens eyeOpen is de markt voor hypotheek en sparen nog steeds een groeimarkt. In toenemende mate gebruiken consumenten internet om op zoek te gaan naar een passende spaar- of hypotheekproduct. Uit onderzoek blijkt dat momenteel 12% van de consumenten internet gebruikt voor de oriëntatie op een hypotheek. Slechts 1% regelt ook daadwerkelijk de hypotheek via internet. Het is de verwachting dat dit de komende paar jaar groeit naar 5%. Voor de oriëntatie op spaarproducten gebruikt 28% van de consumenten internet, 15% schaft het passende spaarproduct via internet aan. Dit zal de komende paar jaar groeien naar 20%. Tot aan september test een groep van 500 mensen de bèta-versie van eyeOpen. Circa 100 testers zijn afkomstig uit de groep van launching partners, zoals de Consumentenbond, Centiq en partijen uit de financiële sector. De rest bestaat uit leden van een expertpanel van financiële experts dat eyeOpen samen met onderzoeksbureau [Blauw](#) is gestart. In januari wordt het eerdergenoemde matches aan de internetsite toegevoegd en volgt het thema vermogensopbouw & pensioen. De maanden daarna volgen nog de thema's werk & geld en familie & geld.

Verdiene met 100% onafhankelijkheid

Tijdens het interview benadrukken Diederick en Rosalie meerdere malen dat

eyeOpen 100% onafhankelijk is en blijft. Er worden ook geen investeerders vanuit de financiële sector geaccepteerd. Menig prijsvergelijker en intermediair – eyeOpen is meer dan dat – verdienen aan provisies op aangevraagde offertes. Daardoor zijn sommige prijsvergelijkers en intermediairs minder onafhankelijk dan je denkt. Hoe kun je 100% onafhankelijk zijn en toch geld verdienen? EyeOpen zal in de toekomst drie inkomstenbronnen hebben: consumer fees, business fees en [SaaS](#) fees. Consumenten betalen voor het matchen en voor eventuele premium diensten en tools, bedrijven (denk aan de financiële sector) betalen voor (gesponsord) onderzoek of voor gesponsorde content of reclame. Ook kunnen derden white label gebruikmaken van de matchingtechnologie en andere door eyeOpen ontwikkelde functionaliteiten.

Tipje van de sluier

Tot slot aan mijn bezoek aan eyeOpen kreeg ik de internetsite te zien zoals deze nu getest wordt. EyeOpen oogt overzichtelijk en fris. De fictieve medewerker Tom is regelmatig te zien op eyeOpen en maakt de internetsite persoonlijk. Afgaand op het enthousiaste verhaal van Diederick en Rosali, de sneak preview en de ontwikkelingen in de markt, voorzie ik voor eyeOpen een mooie toekomst. Vooral als eyeOpen er in slaagt financiële producten begrijpelijk te maken voor de consument en daadwerkelijk 100% onafhankelijk is. Je bent gewaarschuwd, vanaf september heb je er een nieuwe vriend bij, een financiële vriend wel te verstaan. Maar gaat geld en vriendschap wel goed samen? Volgens de Engelse schrijfster Jane Austen niet: "Business, you know, may bring you money, but friendship hardly ever does". P.S. Wil je ook bèta-tester van eyeOpen worden? Stuur dan een [mail](#) naar eyeOpen.