

A portrait of Natasja Naron, a woman with long, wavy brown hair, smiling. She is wearing a dark blue blazer and a black and white patterned scarf. She is leaning on a wooden railing. The background is a blurred outdoor setting with a building and a sky.

Natasja Naron:
'Maak het als
adviseur leuker
en makkelijker
voor jezelf'

'Als adviseur wil ik mensen gelukkiger maken'

Naron ging op haar 21ste vanuit haar studentenkamer van start als financieel adviseur. Ze deed toen twee studies: Sport, Economie en Communicatie aan de Heao en de opleiding Economische psychologie aan de Universiteit van Tilburg. Als bijbaantje werkte ze bij een financieel dienstverlener en daar ontstond het idee om een eigen adviesbedrijf te starten. "Ik ben altijd al goed geweest in cijfertjes en het maken van analyses. Belangrijker: je kunt als financieel dienstverlener mensen helpen gelukkiger te worden, waarbij geld het middel is en nooit het doel. In die tijd verdienden financieel adviseurs nog behoorlijk. Voor mij is geld verdienen nooit een drijfveer geweest. Genoeg is voor mij genoeg. Als financieel adviseur was ik goed in staat om een deel van de inkomsten te doneren aan goede doelen. Dat past bij mij. Er zijn genoeg mensen in de wereld die het harder nodig hebben dan ik."

Een koperen jubileum op je 33ste. Dat zul je niet vaak tegenkomen. Naron is een zelfbewuste en succesvolle ondernemer die graag iedereen om haar heen gelukkiger ziet worden. Ze verhuisde in 2005 van Tilburg naar Amersfoort en opende in 2009 haar huidige kantoor, waar inmiddels in totaal veertien mensen werkzaam zijn, waarvan twaalf in vaste dienst. Ze heeft zo'n 4.000

NATASJA NARON (33) VIERDE RECENT HET 12,5 JARIG JUBILEUM VAN HAAR BEDRIJF GABRIËL FINANCIËLE BESCHERMING. AL DIE JAREN BLEEF ZIJ TROUW AAN HAAR OORSPRONKELIJKE MISSIE: EEN BIJDRAGE LEVEREN AAN HET GELUK VAN MENSEN OP BASIS VAN CHRISTELIJKE NORMEN EN WAARDEN, WAARBIJ DE WINST VOLLEDIG WORDT GEDONEERD AAN GOEDE DOELEN. ONDER WINST VERSTAAT HET BEDRIJF ALLE INKOMSTEN MINUS DE KOSTEN EN RESERVES DIE NOODZAKELIJK ZIJN VOOR EEN GEZONDE BEDRIJFSVOERING. HAAR KLANTEN WAARDEREN DE DIENSTVERLENING MET EEN 9,4 EN HAAR MEDEWERKERS – IN FEITE MEDE-ONDERNEMERS – ZIJN GELUKKIG OP HET WERK. "DOOR MENSEN BEWUST TE MAKEN VAN WAT ZE IN HET LEVEN WILLEN, KUN JE ZE HELPEN GELUKKIGER TE WORDEN."

TEKST WILLEM VREESWIJK | BEELD PETER BEEMSTERBOER

klanten in de boeken staan, het merendeel particulieren. De afgelopen jaren heeft ze bewust afscheid genomen van een aantal klanten. Niet iedereen is immers gebaat bij de dienstverlening van haar bedrijf. "Som-

'Klantgerichtheid begint bij het **geluk** van je medewerkers'

mige klanten hebben geen behoefte om gesprekken te voeren over levensdoelen of bedrijfsmissies maar willen puur een product afsluiten. Daar is niets mis mee. Het enige wat ik kan doen, is klanten omarmen die wel passen bij mijn missie. Ikzelf respecteer mensen zoals ze zijn en iedereen is welkom als klant, mits je natuurlijk past bij onze visie. Neemt niet weg dat veel klanten onze christelijke normen en waarden belangrijk vinden."

MISSIE

De missie van het advieskantoor is recent aangescherpt en luidt: 'Het financieel welzijn van onze klanten staat centraal, hierin vervullen wij een essentiële rol door vanuit christelijke normen en waarden financieel inzicht en daarop aansluitend advies aan te bieden.' De vijf kernwaarden om de missie waar te maken: afhankelijk van God, zuiver, naastenliefde, betrouwbaar en professioneel.

Naron gelooft hierbij in integraal adviseren. "Je kunt klanten pas goed helpen als je een totaalbeeld kunt maken van de financiën en wensen van een klant. Daarbij hoort ook dat iedere klant een persoonlijk aanspreekpunt heeft. In het begin waren onze medewerkers specialisten op verschillende vakgebieden. Dit betekende dat klanten met verschillende deskundigen van doen kreeg. Een persoonlijke band is echter van groot belang om met elkaar een langdurige en bestendige relatie op te bouwen. Dit betekent wel dat je medewerkers van alle markten thuis moeten zijn."

Naron heeft een eigen kijk op ondernemerschap, waarbij ze onder meer is geïnspireerd door het gedachtegoed van Ricardo Semler. "Iedereen bepaalt samen met collega's hoe lang hij of zij op vakantie gaat, hoe hoog het salaris is, hoe de begroting er uit ziet en hoe hoog de winst dus zal zijn, die volledig aan goede doelen wordt gedoneerd. Zo worden je medewerkers mede-ondernemers. Ze voelen zich vrij, voelen zich verantwoordelijk en zijn heel bewust met hun werk bezig, dat ze zinvol vinden. Ik zou iedereen in de financiële sector wel

zoveel vrijheid gunnen. Je ziet nu dat goed opgeleide mensen aan banden worden gelegd door opgelegde wet- en regelgeving, die vaak rigide wordt toegepast uit angst voor mogelijke represailles. Zo haal je het ondernemerschap uit de financiële sector. Geef je mensen vrijheid en verantwoordelijkheid, dan voelen ze zich betrokken en gerespecteerd en zullen ze met een blij gezicht op het werk verschijnen en de klant willen bedienen. Daar heeft de klant alleen maar baat bij. Klantgerichtheid begint bij het geluk van je medewerkers."

Die betrokkenheid ziet Naron ook terug bij het goede-doelenbeleid. "Hier vinden we het vanzelfsprekend dat we een deel van onze verdiensten aan goede doelen geven. Sterker nog, de medewerkers bepalen het zelf. En ze weten dat een hoger salaris ten koste gaat van de hoogte van de donatie aan goede doelen. Het mooie is echter dat deze balans helemaal niet wordt verstoord. In het begin bepaalde ik zelf de hoogte van de donaties en aan welk goed doel gegeven werd. Dat ging puur op intuïtie. Hier ben ik van teruggekomen. Nu kunnen onze klanten goede doelen aandragen. Ieder jaar komen zo'n veertig tot vijftig ideeën binnen. Een Stichtingsbestuur met onder meer Andries Knevel bestudeert de inzendingen en kiest uiteindelijk weloverwogen de doelen."

LESSEN

Ook Gabriël Financiële Bescherming heeft lessen geleerd uit de crisis. "We hebben ook onze moeilijke jaren gekend, zeker met de aankondiging van het provisieverbod. En toch durf ik achteraf te zeggen dat dit een zegen is geweest. Het heeft ons gedwongen diep na te denken over ons business model. Ook tijdens het provisietijdperk zagen we producten al als een middel en geen doel op zich. Veel kantoren waren puur ingericht op de verkoop van producten. Bij ons niet. Maar na het provisiemodel veranderde vanzelfsprekend ook onze inkomstenstromen. We hebben toen het Gabriël 3 Stapenplan geïntroduceerd. Voor bijna iedereen is dit een grote toegevoegde waarde."

Eerste stap van het Plan is de inventarisatie van de wensen en prioriteiten. Dan gaat het om dromen, wensen en doelen. "We proberen mensen bewuster te maken van hun uitgavenpatroon. Mensen zijn vaak op zoek naar zekerheid, veiligheid, zingeving, waardering en respect. Je wordt niet gelukkiger door de aanschaf van steeds meer producten. We helpen ze terug te keren bij hun ware zelf. Het geloof kan daarbij een gespreks-onderwerp zijn, maar dit hoeft vanzelfsprekend niet. Het zijn vaak mooie gesprekken die over echte zaken gaan."



Tweede stap is de inventarisatie van producten en wat de verbanden zijn. “We nemen hierin alles mee. Ook uitkeringsmogelijkheden vanuit de overheid, ouderdomspensioen, nabestaandenpensioen, arbeidsongeschiktheidspensioen en/of WIA-hiaatverzekering, eventuele eigen voorzieningen, zorg- en/of huurtoeslag, belastingen. Als laatste stap adviseren we hoe de financiën beter ingezet kunnen worden om de wensen uit stap 1 succesvoller te realiseren. Daarin nemen we bijvoorbeeld ook mee of er geen dubbele dekkingen zijn en of de prijs die voor producten wordt betaald wel fair is.”

‘Je wordt niet
gelukkiger door de
aanschaf van steeds
meer producten’

Aansluitend biedt het bedrijf Mijn Gabriël Service aan, een update van de dromen en wensen en de financiële situatie. "Ook dit zijn waardevolle gesprekken. Je brengt in kaart of dromen en wensen nog wel helder zijn, of er aanpassing nodig is, waar mensen onderweg tegenaan lopen. En soms hebben we een menselijke 'apk' nodig. Bijkomstig voordeel van deze nieuwe diensten is dat we inmiddels heel helder zijn over onze tarieven. Na een intake van een uur bepaalt de klant of hij met ons verder gaat of niet, of onze wijze van werken meerwaarde heeft of niet. Als hij ja zegt, weet hij ook dat hij voor onze dienstverlening gaat betalen en hoeveel dat precies is. Sinds deze keuze is het alleen maar crescendo gegaan in ons bedrijf."

ADVIESSCTOR

Naron ziet veel adviseurs worstelen met hun bedrijfsmodel. "Zelf ben ik de uitdaging ook aangegaan. Mijn tip: durf te kiezen, maak het voor jezelf leuker en makkelijker door klanten te zoeken of te behouden die bij jouw missie of visie passen. Dat is niet alleen goed voor je bedrijf, maar vooral ook goed voor de klant. Ikzelf heb gekozen voor integraal advies. Dat is een bewuste keuze geweest, die past bij mijn model. Maar doe niet alles voor alle klanten uit angst om anders niet te overleven. Andere tip: investeer in je medewerkers, maak ze mede-ondernemers."

Bij grote financiële instellingen zou Naron graag meer diversiteit terugzien, met name in de Raad van Bestuur. "Zorg voor een betere balans in leeftijd, geslacht en achtergrond. Zorg er ook voor dat er mensen van buiten de sector in het bestuur komen te zitten. Ikzelf spar al jaren met iemand die niets weet van de financiële sector. Heel verhelderend. Meer diversiteit zal ook zorgen voor een andere focus op de werkvloer. Een focus meer gericht op het geluk van medewerkers en klanten. Daar heeft het bedrijf zelf ook het meeste baat bij.

"Ook belangrijk vind ik de balans tussen werk en privé. Wie meer dan tachtig uur per week werkt, kan nooit



'Wie meer dan tachtig
uur per week werkt,
kan nooit de **goede**
beslissingen nemen'

altijd de juiste beslissingen nemen. Rust is cruciaal. En onder rust versta ik geen vakantie van een week waarbij op het strand voortdurend de e-mail wordt gecheckt. De zondag hoeft niet per se een heilige dag te zijn. Wel geloof ik dat God het zo heeft bedoeld dat een mens rust behoort te nemen. Om in balans te blijven, inspiratie op te doen en weer op krachten te komen." ■