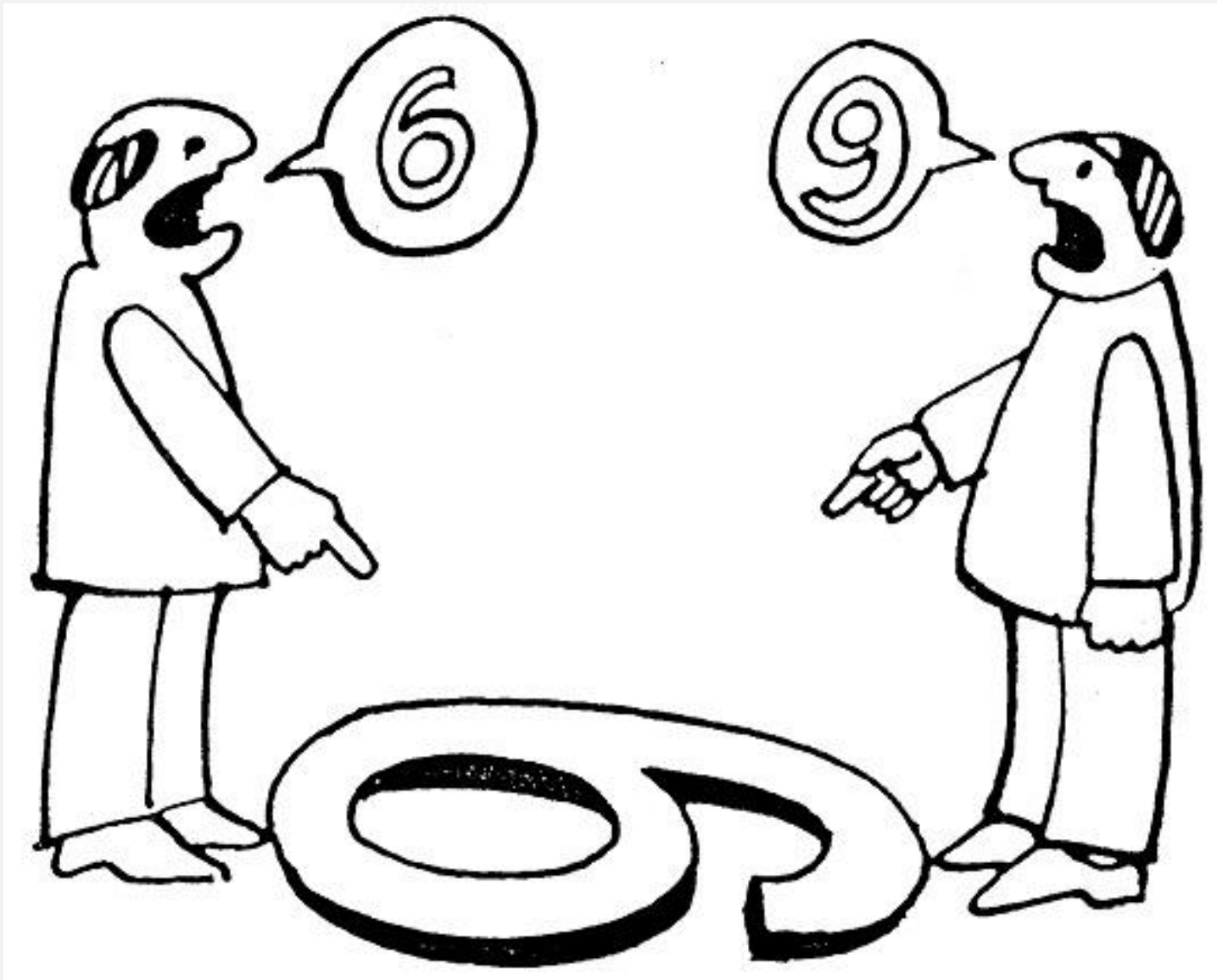


Toezicht op de toekomst: de AFM in de nieuwe werkelijkheid

Karina Raaijmakers
Rudy van Leeuwen

22 november 2016



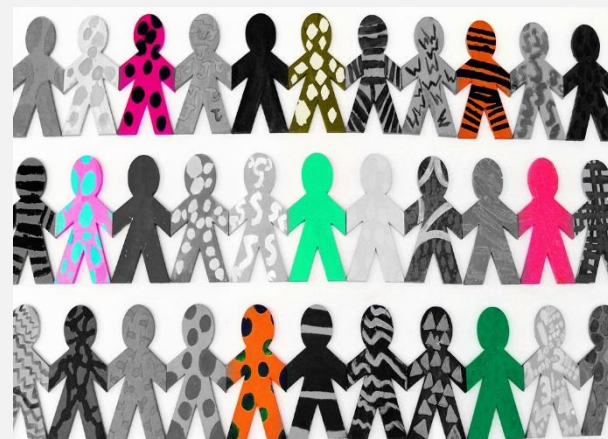
Achtergrond

- De retailwereld verandert, zowel aan de marktkant als aan de klantkant
- De klant is kritischer over financiële dienstverlening in termen van kosten, toegankelijkheid en gemak
- Innovatie is daarom noodzakelijk en biedt kansen
- AFM wil deze innovatie accommoderen, prioriteit agenda 2016-2018



Dienstverlening op maat (2013)

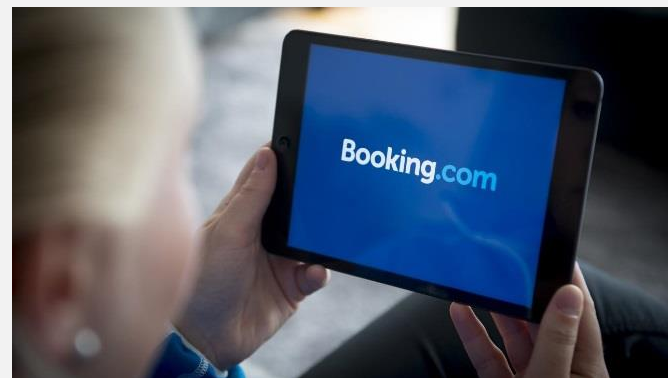
- Uitgangspunt: niet elk advies hoeft even diepgaand te zijn
- Inventarisatie kan afgestemd worden op de situatie van de klant



Stellingen

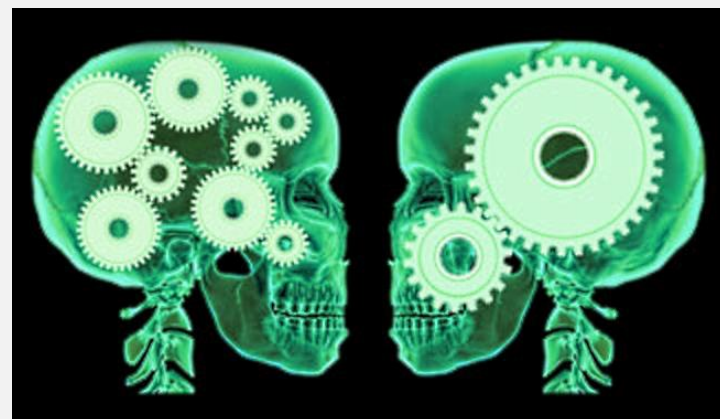
Stelling 1

De verzekeringswereld zal eenzelfde ontwikkeling als de reiswereld doormaken: een paar platforms à la Booking.com en daarnaast een aantal gespecialiseerde reiswinkels.



Stelling 2

Stel de financiële wereld ontwikkelt zich net als de reiswereld, wat wordt uw rol? Die van specialist (A) of van generalist (B)?



Stelling 3

Goed financieel advies zonder face-to-face contact is mogelijk



Als financiële dienstverlening meer digitaliseert, hoe zorgt u er voor dat klanten u weten te vinden?



**Zorgvuldig gebruik van
klantdata**

**Beoordelen nieuwe
concepten**

**Toegankelijkheid van
financieel advies**

En wat betekent deze veranderende wereld voor de rol van de toezichthouder?

Datagedreven toezicht

Toekomstanalyse

**Leren van wat er over
de grens gebeurt**

**Signaleren van beperkingen
wettelijk kader**



Ter afsluiting

- AFM staat welwillend tegenover innovatie, mits in belang klant
- Binnen het huidige wettelijke kader kan er vaak meer dan men denkt (denk aan Dienstverlening op Maat)
- Met betrekking tot de toekomst: welke ontwikkelingen er ook gaan plaatsvinden, hoe gaat u zich onderscheiden?

