

# Franchi's

MAGAZINE VOOR ONDERNEMENDE  
FINANCIËLE PROFESSIONALS

EDITIE # FEB23

04 JOEP HUISKES

**MOOIER  
DAN  
VERWACHT**

10

ANGELA EIJLANDER  
'Volg je hart'

22

MENNO SELLES 'Mensen moeten  
bij je willen werken.'



**SNS**

**EERST DE MENS  
DAN HET GELD**



# INHOUD

3

## EEN GOED GESPREK BEGINT BIJ AANDACHT

Voorwoord door Ronald Pieters, directeur SNS Retail & Advies.

4

## NOG MOOIER DAN VERWACHT

Joep Huiskes, franchisenemer SNS Winkels Doetinchem en Winterswijk, over zijn ervaringen met de franchiseformule.

6

## JE WINKEL SUCCESVOL MAKEN DOE JE NIET ALLEEN

Interview met Hans Vijverberg, directeur klantteams.

8

## EEN DAG UIT HET LEVEN VAN....

Volg franchisenemer Ivar Dirkmaat van uur tot uur.

10

## VOLG JE HART

Interview met Angela Eijlander, CEO SNS.

13

## ONS MANIFEST

14

## ONDERNEMEN ALS DUO

16 franchisenemers over hun nauwe samenwerking als duo-ondernemer.

16

## SAMEN GROEIEN

Interview met Stijn den Hartog, lead Retail en Franchiseformule

18

## FRANCHISENEMER WORDEN

Peter Kuindersma en Marc Vaessen, onze franchisespecialisten, over de stappen naar ondernemerschap.

20

## EEN WINKEL OVERNEMEN

Interview met Lucien Braat, franchisenemer SNS Winkels Waalwijk en Drunen en Daniel de Grood, franchisenemer SNS Winkels Duiven, Dieren, Velp en Zevenaar.

22

## MENSEN MOETEN BIJ JE WILLEN WERKEN

Op zoek naar het geheim van Menno Selles, franchisenemer SNS Winkels Harderwijk en Dronten.

24

## MET SNS FRANCHISE DE ZAKELIJKE MARKT OP

Charlotte Bosch, product owner ondernemen.

27

## COLOFON



Hier is hij weer: de nieuwste editie van Franchi's. Een bijzonder magazine in onze nieuwe frisse huisstijl. Want fris dat zijn we én blijven we. We varen onze succesvolle koers en zijn dagelijks in de weer met het vernieuwen van onze formule. Na 12 jaar zijn we uitgegroeid tot een prachtige franchiseformule met op dit moment meer dan 200 winkels. Hiervoor zoeken we nog een aantal nieuwe franchisenemers. Is dit iets voor jou? Lees in dit magazine hoe onze franchisenemers de formule ervaren en wat er achter de schermen gebeurt. We willen de verwachtingen van onze franchisenemers en onze klanten overtreffen. En inmiddels hebben we voldoende bewijs dat ons dat lukt.

Daar waar andere banken filialen sluiten, kiezen wij bewust voor een winkelnetwerk met laagdrempelige huiselijke winkels, dicht bij onze klanten. We zijn méér dan een servicekantoor, geldverstrekker of spaarpot. Die services bieden ook wij online aan. Waar het wel om draait, is elkaar leren kennen. Je eigen adviseur bij jou in de buurt die je eerlijk, onbevooroordeeld en onafhankelijk kan adviseren. Want voor de belangrijke zaken in het leven, zoekt iedereen een maatje. Als je privé of zakelijk stappen overweegt waar geld een rol speelt, dan wil je kunnen sparren met iemand die jouw situatie begrijpt en je helpt de juiste keuze te maken. Voor nu en voor de toekomst. Tegen alle verwachtingen in wijst onderzoek uit, dat juist bij jongvolwassenen de behoefte aan een echt gesprek toeneemt. De wereld om hen heen wordt steeds complexer. Het is onze uitdaging om deze doelgroep naar ons toe te trekken en te ontzorgen met een nog breder pallet aan diensten toegesneden op hun situatie.

Als franchisenemer ben je samen met jouw team die waardevolle gesprekspartner voor onze klanten. Je zet de kernwaarden van ons merk in de markt. Eerst de mens, dan het geld. Op basis van vertrouwen breid je jouw



## EEN GOED GESPREK BEGINT BIJ AANDACHT

netwerk uit. Geen poespas, gewoon menselijk én deskundig. Op de zakelijke markt zijn we weliswaar een nieuwkomer, maar we ervaren nu al dat onze franchisenemers een streepje voor hebben, omdat ze zelf ondernemer zijn. We zijn een serieuze partner voor vele klein- en midden zakelijke bedrijven, net als we dat al jarenlang zijn voor onze particuliere klanten. Onze franchisenemers en hun adviseurs werken hier elke dag keihard voor. Lees de bijzondere artikelen in dit magazine! Veel leesplezier!

Ronald Pieters  
Directeur SNS Retail & Advies



# NOG MOOIER DAN VERWACHT.

JOEP HUISKES, FRANCHISENEMER SNS WINKELS  
DOETINCHEM EN WINTERSWIJK

Na een lange carrière in loondienst bij een andere bank startte Joep Huiskes eind 2020 als franchise-nemer. Een spannende overstap waar hij nog geen moment spijt van heeft. Hij begon met een winkel in Doetinchem en in februari 2023 opent hij zijn tweede winkel in Winterswijk. Een mooi moment voor Franchi's om met hem in gesprek te gaan over zijn ervaringen met de franchiseformule. Hoe heeft hij het traject ervaren om franchise-nemer te worden? Zijn de verwachtingen die hij had ook uitgekomen?

## HET BEGON MET EEN KOPJE KOFFIE

"In mijn werk in loondienst miste ik de laatste jaren het persoonlijke contact en de aandacht voor de klant. Door de komst van de callcenters en digitalisering kwam ik op steeds grotere afstand van de klant te staan. Omdat ik naast mijn werk al geruime tijd PE-SEH en FFP-trainingen gaf, kwam ik in contact met een aantal ondernemers. Daar zag ik dat het nog steeds anders kon en dat werkte aanstekelijk. Ik besloot

om samen met SNS het traject aan te gaan om franchise-nemer te worden. Dat was niet niks! Het aanloopproces duurde best lang, maar dat komt vooral omdat ze zeer zorgvuldig te werk gaan. Je maakt grondig kennis met de SNS Franchise formule en gaandeweg ontdek je of SNS bij jou past en andersom. Je wordt gescreend, je neemt deel aan een persoonlijk assessment met toetsen en rollenspellen, je leert de organisatie kennen door gesprekken met andere franchise-nemers en specialisten bij SNS en vervolgens ga je aan de slag met een businessplan. Wat begon met een kopje koffie bij Van der Valk eindigt met een presentatie voor het directieteam. Dat was best spannend, want het voelde toch een beetje als afzwemmen voor je zwemdiploma. Maar achteraf bezien was het eerder leuk met een feestelijke afronding van het traject. En dan ga je aan de slag!"



## EEN PIEKPERIODE

“Bij de winkelopening in december 2020 hebben mijn kinderen het lint doorgeknipt. Dit hebben we gefilmd, zodat mijn vader -die er door zijn gezondheid niet bij kon zijn- dit toch nog heeft kunnen meebeleven. Helaas ging het daarna steeds slechter met hem en overleed hij in januari. Net op de dag dat mijn nieuwe adviseur in dienst kwam. In deze situatie heb ik persoonlijk ervaren dat SNS de mens centraal stelt. SNS en andere franchisenemers zijn ingesprongen om ervoor te zorgen dat alles bleef draaien. Voor die steun ben ik ze enorm dankbaar, want dit was een hele belangrijke en moeilijke privéperiode voor mij. Toen ik weer terugkwam, had ik wel een kleine achterstand, maar die heb ik ruimschoots kunnen inlopen in de maanden die erop volgden. Dat was echt een piekperiode. Het regende aanvragen voor hypotheek door de gunstige marktomstandigheden. Dus mijn agenda pulde uit. En alles was natuurlijk nog nieuw voor mij. Voor het eerst was ik leidinggevende van een geweldig team. Een pittige periode, waarin je echt moet uitzoeken hoe je ervoor zorgt dat ook thuis de winkel blijft draaien.”

## KIM, STORM EN BO

“Als franchisenemer heb je geen 9 tot 5 baan. Ook in de avonden ben ik zeker twee keer per week op pad. Ik ga dan naar de ondernemersvereniging, netwerkbijeenkomsten, een bijeenkomst van de franchisevereniging en ik heb regelmatig een adviesgesprek met een klant die overdag werkt. Gelukkig heb ik met Kim, mijn vrouw, hele goede afspraken gemaakt. Zij is parttime HR-manager in een ander bedrijf. Waar mogelijk helpt ze mee in de zaak. Vooral op personeelsgebied. Ze maakt aanbiedingen en contracten, houdt de verzuim- en salarisadministratie bij, zit bij de sollicitatiegesprekken en helpt met de

boekhouding en de marketing. Allemaal zaken die ze vanuit huis kan doen. Waarschijnlijk gaat ze binnenkort ook de WFT-opleiding volgen, zodat ze in geval van nood ook kan inspringen in de winkel. En heel belangrijk, als ik 's avonds thuiskom kan ik met haar sparren over zaken die mij bezighouden. Door samen de uren in te delen zijn we niet in de spagaat gekomen! Wat we ook hebben gemerkt is dat het belangrijk is om af en toe even echt vrij te nemen. Op die dagen hebben mijn zoon Storm (12 jaar) en dochter Bo (10 jaar) het meestal voor het zeggen. We gaan dan naar een pretpark waar ze al heel lang heen willen of een middagje shoppen.”

## ‘Werk maken van de zakelijke markt.’

### NOG ENERGIE OVER

“Na twee jaar merk ik dat ik in iets rustiger vaarwater terecht ben gekomen, maar het zit niet in me om stil te zitten. Waar ik nu werk van moet maken is de zakelijke markt. Om daar ook genoeg aandacht voor te hebben, zoek ik specifiek voor deze markt een nieuwe financieel adviseur. Dit doe ik samen met een collega-franchisenemer, Ralph Driezen van de winkels in Enschede en Hengelo. Vooralsnog blijkt het lastig om zo'n specialist te vinden, maar tegen de tijd dat dit magazine uitkomt hopen we er een te hebben gevonden! Daarnaast vind ik nog steeds de tijd om trainingen te geven. Ik vind dat heerlijk om te doen en ik leer zelf ook steeds bij en neem de laatste inzichten mee terug. En als ik echt helemaal wil losgaan, dan ga ik de survivalbaan op. Lekker rennen, klimmen en klauteren in de buitenlucht. Dat geeft een hoop energie, zodat ik er de volgende dag weer fris tegenaan kan. Nu, na twee jaar, weet ik zeker dat ik nooit meer een baan in loondienst wil. Voor mij is deze hard-franchiseformule ideaal. Het concept is bijna 'plug & play', zodat ik mij kan richten op de klanten en mijn team. Mijn verwachtingen zijn overtroffen en ik heb geen moment spijt van mijn keuze om franchisenemer bij SNS te worden.”



# JE WINKEL SUCCESVOL MAKEN DOE JE NIET ALLEEN.

FOTO: HANS VIJVERBERG,  
DIRECTEUR KLANTTEAMS

Mijn naam is Hans Vijverberg. Als directeur klantteams ben ik verantwoordelijk voor ongeveer 1/5e van de klantgebieden. Een prachtbaan! Met de regionale teams werk ik dagelijks aan het waarmaken van de strategie van SNS. Ik geloof er heilig in dat samenwerken én plezier hebben in je werk de beste weg is naar succes. Af en toe stilstaan bij en genieten van wat je hebt bereikt is belangrijk, maar helaas schiet dat er soms bij in. Ik ben veel op pad, maar zorg er wel voor dat ik genoeg tijd reserveer voor mijn vrouw en kinderen. Met deze baan en 3 voetballende zoons is het af en toe best een uitdaging om alle ballen in de lucht te houden.

## VAN GEDACHTEN WISSELEN

“Het grootste deel van de winkels in mijn gebied vallen onder de franchiseformule. Voor de franchisenemers ben ik het aanspreekpunt vanuit de franchisegever SNS. We spreken elkaar regelmatig over de doelstellingen van de franchiseformule en hoe we invulling willen geven aan de strategische speerpunten uit de jaarplannen. Ik heb hierin vooral een verbindende rol, want we staan met zijn allen voor dezelfde opdracht. Hoe zorgen we voor een onderscheidende formule en hoe zetten we onze acties om in groei? Daarom spar ik regelmatig met de franchisenemers in mijn gebied over tal van onderwerpen: van HR-gerelateerde zaken, de maatschappelijke rol van SNS, nieuwe proposities tot procesverbetering en marktbewerking.”

## DELEN IS VERSNELLEN

“Inmiddels werk ik al bijna vijftien jaar bij SNS. Mijn eigen ervaring en de feedback uit de dagelijkse praktijk van de franchisenemers neem ik mee in mijn gesprekken. Als franchisenemer sta je er niet alleen voor, want je collega's hebben grotendeels dezelfde uitdagingen. Je hoeft het wiel dus niet opnieuw uit te vinden. Thema's die de laatste tijd veel aan bod komen zijn de krappe arbeidsmarkt



en hoe invulling te geven aan de strategie, waarin we ons nog meer richten op het geven van persoonlijke aandacht aan onze klanten. Een ander belangrijk thema in mijn gesprekken met franchisenemers is het bereiken van een nieuwe doelgroep: de jongvolwassenen. Dat laatste vloeit voort uit de strategie van SNS. We willen ook graag jongeren in de leeftijd van 18 tot 35 jaar aan ons binden. Als we eerder de klantrelatie aangaan, wordt het op termijn makkelijker om de voorkeursbank te worden voor andere financiële zaken, zoals bij de aankoop van een eerste huis. Maar hoe benader je die jongeren? Waar vind je ze? Doordat we succesvolle werkwijzen met elkaar uitwisselen, kunnen we samen versnellen. Andersom zorg ik er ook voor dat ideeën en verbetervoorstellen vanuit het land een plaats krijgen in het overleg met het hoofdkantoor. Dit kunnen procesverbeteringen zijn, maar ook nieuwe proposities. Momenteel werken we onder andere ook aan de verbreding van de propositie voor zakelijke klanten.”

## ‘Als ondernemer heb je een streepje voor.’

### EEN LANGETERMIJNHORIZON

“Het opbouwen van een klantenbestand vergt tijd. En die tijd is er. Franchisenemer worden doe je immers niet voor de korte termijn. Gelukkig zien we dat de meeste franchisenemers een langetermijnhorizon voor ogen hebben. We zijn er trots op dat veel van de eerste franchisenemers, nu tien jaar later, nog steeds in de formule werken. Dat illustreert dat we een betrouwbare partij zijn en dat het werk afwisselend en uitdagend blijft. De meeste franchisenemers werken zelf ook nog steeds als financieel adviseur en hebben veel kennis van de lokale markt. Actief bouwen aan het lokale netwerk is belangrijk. We merken dat onze franchisenemers met de nieuwe zakelijke propositie veelal een streepje voor hebben in het bewerken van de midden- en klein zakelijke markt. Als gesprekspartner zijn ze geloofwaardig, want ze zijn immers zelf ook ondernemer.”

### TROEVEN VAN FORMAAT

“Daarnaast is het natuurlijk van groot belang dat je een kwalitatief goed team hebt.

Soms is het mogelijk om personeel over te nemen dat ervoor in een loondienstwinkel werkte. Dat kan handig zijn, want zij kennen de bedrijfsprocessen en de bestaande klanten. Is dat niet zo, dan helpen we franchisenemers op weg met het werven van eigen nieuwe adviseurs. Als franchisenemer van SNS maak je deel uit van een grote organisatie. Dat is een groot voordeel.

## ‘Veel onderling contact.’

Hierdoor kun je beroep doen op een groot palet aan opleidingen waarmee de medewerkers doorlopend hun vaardigheden kunnen trainen en productkennis bijhouden. Voor nieuwe medewerkers zijn er uitstekende programma's om de werkwijzen en systemen onder de knie te krijgen. Met het oog op personele bezetting zien we dat franchisenemers elkaar ook kunnen helpen. Is het bij jou even wat rustiger en heeft een collega te maken met tijdelijke onderbezetting door ziekte of zwangerschap? Dan is het mogelijk om over en weer medewerkers te detacheren. Er is sowieso veel contact tussen de franchisenemers. Niet alleen binnen, maar ook buiten werktijd weten ze elkaar te vinden. Ook met klantteammanagers van de loondienstwinkels wordt gespard, want er zijn natuurlijk veel raakvlakken. Om de onderlinge samenwerking te faciliteren hebben we eenmaal per kwartaal een regio-overleg. Wat aan bod komt? Nieuwe ideeën, proposities, compliance zaken, nieuwe producten van externe aanbieders en allerlei andere zaken waar we tegen aanlopen. Dat uitwisselen van kennis is een enorme troef. Je start je nieuwe winkel dus echt niet alleen.”



Ivar Dirkmaat is bijna 10 jaar franchisenemer bij SNS. Hij is verantwoordelijk voor de winkels in Almere Stad, Almere Buiten en Almere Haven. Op het moment dat Franchi's met Ivar spreekt, is hij druk bezig met de overname van een vierde winkel in Bussum, de Gooise meren. De vrouw van Ivar heet Danitsja. Zij werkt al vanaf dag 1 mee in de zaak. Ze wonen in Almere Haven en hebben een prachtige dochter van 13 jaar.

# EEN DAG UIT HET LEVEN VAN IVAR DIRKMAAT.

## 6.30

Het is berevroeg als de wekker rinkelt in huize Dirkmaat. Meestal ontbijt ik samen met mijn dochter Daimy, maar op dinsdag en woensdag spring ik snel de auto in, want om 7.30 uur moet ik **padellen**. Na een uurtje spelen ben ik weer als nieuw en ontbijt ik met de



Business Club van Almere City FC. Een gezellige en sportieve start van de ochtend.

## 8.45

Ik ga naar de zaak, waar ik begin met een **dagstart**. Samen met het team overleg ik welke lopende dossiers er zijn en we delen met elkaar wat we vandaag kunnen verwachten.



## 9.30

Ik spreek de eerste **klant** van deze dag. Een echtpaar dat een hypotheek nodig heeft voor een nieuw huis dat ze op het oog hebben in Almere Buiten. Het gesprek vindt plaats in de winkel. De meeste klanten hebben echt behoefte aan een face-to-face gesprek, want een huis kopen is toch best spannend. De gezellige winkel is hiervoor een prima locatie en heeft bijgedragen aan de getekende opdracht tot dienstverlening. De dag begint al goed!

## 10.30

Tijd om even wat mails te beantwoorden en de hypotheekaanvraag voor te bereiden. Leuk! Ik heb het filmpje binnengekregen dat ik ga gebruiken voor de directiepresentatie voor de **overname** van de SNS Winkel in Bussum. Verder komen er nog wat telefoontjes binnen en heb ik tijd om mijn medewerkers te spreken voordat mijn volgende afspraak begint. Ik blijf graag op de hoogte van zaken waar ze tegenaan lopen en ook wat er in hen omgaat. Als we goed in ons vel zitten, dan straalt dat ook af op anderen.



## 12.00

Ik heb een afspraak met een zelfstandige ondernemer die geïnteresseerd is in het **zakelijke productaanbod** van SNS. Ik sprak hem voor het eerst bij de DinerClub. Dit is een netwerkclub waarbij eten en elkaar leren kennen de basis vormt van een goede relatie. Netwerken helpt enorm om in contact te komen met potentiële klanten. Mensen leren kennen is echt niet moeilijk. Dat moet je gewoon doen! Maar zorg dat je je contacten ook onderhoudt. Door aandacht kan immers alles groeien. Na het gesprek kan ik al meteen een SNS ZZP Betaalrekening voor hem openen. Dus het begin is er.

## 13.15

Voor de rest van de dag staan er geen klantafspraken ingepland, want ik heb genoeg te doen rondom de overname. Ik eet even een broodje en praat ondertussen bij met de **financieel adviseur**. Ook maak ik een eerste aanzet voor de speech tijdens het jaarlijkse kerstdiner. Ook de medewerkers van de winkel in Bussum zijn alvast uitgenodigd. Het leek mij goed dat ze in een informele setting kennismaken met hun toekomstige collega's en natuurlijk met **Danitsja**. Zij zorgt ervoor dat alles in de winkels reilt en zeilt. Ze regelt de bezetting, de functioneringsgesprekken, de opleidingen en is op de werkvloer aanwezig.



## 16.00

Ik heb een online vergadering met de gemeente over het SNS Sportgala in Almere. Als hoofdsponsor zijn we nauw betrokken bij de voorbereidingen. Tijdens het gala worden onder meer de sportman, sportvrouw, paralympische sporter en sportploeg van het jaar bekend gemaakt. **Sponsoring** is goed voor de zichtbaarheid en hoeft niet direct gekoppeld te zijn aan commercieel gewin. Ik doneer jaarlijks circa 2% van de omzet. Bijvoorbeeld aan sport, schoolpleinverbetering of het voedselloket. Soms hebben we een actievare rol, zoals bij de financiële educatie in het kader van Eurowijs.



## 17.15

Ik rij naar huis en kleed me daar snel om, want ik geef **voetbaltraining** aan het team van Daimy. Ik heb hier echt plezier in. Ik laat ze even goed rennen en zorg ervoor dat iedereen een sportieve en gezellige training heeft. Plezier en gezelligheid in het team staan, net zoals bij mijn eigen SNS team, aan de basis van het succes.



## 19.30

We zijn weer thuis en gaan met zijn drieën even wat eten en **bijkletsen**. Vandaag eten we een snelle en gezonde AGV, want we zijn niet zulke kookfanaten. We eten eigenlijk het liefst buiten de deur en zijn dol op shared dining. Lekker gerechtjes die je kunt delen met anderen. Een gezellige vorm van dineren, vooral als er vrienden bij aanschuiven. Echt genieten, maar het is en blijft oppassen met de kilo's.

## 21.00

Ik werk nog even aan de presentatie voor de SNS-directie en kan nu rustig het **filmpje** bekijken. Ook Danitsja heeft het nog niet gezien. Hoewel het altijd gek is om jezelf terug te zien op film, zijn we er zeer tevreden over. Dit gaat helemaal goedkomen.

## 22.30

We kijken nog even tv. We zijn begonnen aan de serie 'Het Gouden Uur' op NPO. Enorm spannend! Daarna gaan we naar bed zodat we morgen weer **fris en fruitig** aan de nieuwe dag kunnen beginnen.



# VOLG JE HART.

Een jaar geleden kwam Angela Eijlander als CEO binnen bij SNS. Ze zette de nieuwe koers uit waar SNS de komende jaren de vruchten van gaat plukken. Een strategische richting waarin zij de mens en niet het geld op de eerste plek zet. Ze wil haar ambities realiseren met oprechte aandacht voor de 1,6 miljoen bestaande klanten en speciale aandacht voor de jongvolwassenen. Met een stralend gezicht legt ze Franchi's uit hoe zij dat voor SNS wil realiseren en welke belangrijke rol zij hierin ziet voor de franchisenemers.

## EEN SPOT-ON MATCH

“Wat mij persoonlijk dreef om te starten bij SNS? Ik ben natuurlijk niet over 1 nacht ijs gegaan, maar de match tussen mij en SNS was spot-on. Mijn drie belangrijkste drijfveren komen naadloos overeen met de ambities van SNS: groei, impact maken, en zorg voor mens en maatschappij. Daarnaast wilde ik graag in de financiële sector blijven werken en dicht bij de klant staan. Niet alleen op de winkel passen, maar me verdiepen in complexe vraagstukken en waar nodig verbouwen en transformeren om resultaat te behalen. Resultaat voor de klant, de maatschappij en het bedrijf. Afgelopen jaar is er hard gewerkt aan de implementatie van de vernieuwde strategie. We zitten nu midden in de verbouwing en na deze transitiefase gaan we de eerste resultaten van onze nieuwe koers zien.”

## OPRECHTE AANDACHT

“Ik geloof heilig in een aanpak waar oprechte aandacht voor klanten centraal staat. Eerst de mens, dan het geld. Eigenlijk helemaal niet nieuw, want dat doet SNS al 200 jaar. Het eerste SNS-filiaal stond letterlijk tussen haven en café. Als de havenarbeiders klaar waren met het werk, kwamen ze langs de bank waar ze het geld konden storten voordat ze het uitgaven. Ze kregen daar advies om te sparen voor de toekomst. Als bank wilden we mensen vooruithelpen én we waren dichtbij. Ook nu hebben we een sterke identiteit nodig om ons te



onderscheiden van de andere banken. Wij willen dicht bij de klant staan, terwijl andere banken de afstand tot de klant vergroten door digitalisering en filiaalsluiting. Als je je enkel richt op product- en serviceaspecten, dan begrijp ik die keuze wel.

## ‘Wij willen van service naar advies.’

Wat je digitaal kan, wil je digitaal aanbieden. Maar wij willen van service naar advies. Klanten willen graag met iemand in gesprek over belangrijke beslissingen in het leven. Of dat ook rendabel gemaakt kan worden? Voor toegevoegde waarde zijn klanten bereid te betalen. Dat doen ze nu al voor onafhankelijk financieel advies. In de toekomst willen we aanvullend nog veel meer diensten leveren die de klant ontzorgen.”

### ONMISBARE SCHAKEL

“Maar voordat je mensen vooruit kunt helpen in het leven, moet je weten wat er speelt. Onze retailorganisatie is hierin de onmisbare schakel. In het klantgebied Emmeloord hebben we als test maar liefst 100 klanten uitgenodigd voor een gesprek over hun leven. De doelstelling was 100% aandacht, zonder commerciële bijbedoeling. Het aantal klanten dat gelijk positief reageerde op de uitnodiging was boven verwachting. Na de gesprekken was de waardering direct zichtbaar in de NPS score van het gebied en als onbedoelde bijvangst heeft deze actie ook nog veel leads opgeleverd. Aandacht werkt dus.”

### ZAAKWAARNEMER VOOR DE JONGVOLWASSENEN

“Of dit ook voor jongeren geldt? Hoewel je zou denken dat jongvolwassenen een voorkeur hebben voor een digitale aanpak, wijst ons onderzoek uit dat de 20'ers en 30'ers juist graag in gesprek gaan. Ze hebben hun uitdagingen. Ze ondervinden problemen bij het vinden van een woning, hoppen van contract naar contract, hebben een studieschuld en maken zich zorgen over de

toekomst. Ze willen geen nummer zijn, maar zoeken een financieel maatje. Daar gaan we werk van maken. We zorgen in onze winkels voor een huiselijke sfeer met een zitje en een koffiecórner. Ook hebben we een speciale jongerenboard, omdat we niet óver, maar mét jongeren willen praten over de thema's die ze bezighouden. Een belangrijk onderwerp van gesprek is de gelijke toegang tot financiële kennis. Het komt te vaak voor dat jongvolwassenen brieven van banken en overheidsinstanties niet begrijpen. Dat levert onnodig financiële risico's op. Daarom hebben we sinds kort een meldpunt geopend: [ditbegrijpkniet@sns.nl](mailto:ditbegrijpkniet@sns.nl) waar ze aan kunnen geven wat ze niet begrijpen of een vraag kunnen stellen. Een ander thema is de gelijke waardering. Als maatschappij stoppen we mensen te snel in hokjes, bijvoorbeeld op basis van opleidingsniveau. Dan denken we te weten wat goed voor ze is, maar niet iedereen heeft dezelfde doelen. We hebben allemaal recht op onze eigen dromen en willen daarin worden gesteund. Tenslotte is de mentale prestatiedruk waar de jongere doelgroep

LEES VERDER>>



### 2 PODCAST TIPS

De podcast *De Communicado's*. In deze wekelijkse podcast praten Victor Vlam en Lars Duursma over wat hen opvalt in de media. Een echte podcast voor communicatieliefhebbers!

Ook volgt Angela marketingexpert Steven van Belleghem en zijn visie op Customer Experience. Naast boeken en YouTube filmpjes heeft hij de maandelijkse *CX Podcast*. Steven van Belleghem heeft een sterke visie op hoe je de klant centraal stelt in de dynamische digitale wereld van vandaag. Een must voor ondernemers.



**'Echt contact  
maken, zit in ons  
DNA.'**

**VERVOLG ANGELA EIJLANDER:  
VOLG JE HART.**

mee te maken heeft een belangrijk gespreksthema. Jongvolwassenen staan in een Instagrammable leven. Ze hebben het gevoel dat ze op alle fronten moeten presteren. Dat deze druk kan leiden tot psychische problemen is zorgwekkend, want de 20'ers en 30'ers zijn de toekomst van ons allemaal. Daarom organiseerden we in november 2022 het Groeikansendebat. Jongeren gingen in gesprek met overheidsinstanties, maatschappelijke organisaties en het bedrijfsleven. Ik wil deze krachten bundelen en in gesprek gaan met derden om te zien op welke wijze SNS een bijdrage kan leveren om deze problematiek aan te pakken. We willen de zaakwaarnemer zijn voor de jongvolwassenen."

### **DEZELFDE WAARDEN DELEN**

"Onze franchisenemers hebben hierin een hele belangrijke rol. Zij kennen de behoeftes en frustraties van hun klanten, van jong tot oud. Schouder aan schouder werken we aan het uitwerken en in de praktijk brengen van onze nieuwe strategie en merkbeloofte. Het werken met een franchiseformule is nieuw voor mij, maar ik merk dat de samenwerking tussen SNS en de franchisenemers supergoed gaat. Dat komt omdat we dezelfde waarden delen. Je wordt niet zomaar franchisenemer bij SNS. Dat moet je willen en voelen. We zijn echt anders dan andere

banken. We houden van echt contact maken. Dat zit in ons DNA. Met deze passie en door onze lokale aanwezigheid kunnen we groeien. Dat merken we direct in de gebieden waar andere banken vertrekken. Door de transitie van service naar advies samen aan te gaan, zullen we in de toekomst blijven groeien. Dat is goed voor de franchisenemers, SNS én natuurlijk onze klanten."

### **PASSIE WINT VAN TALENT**

De weg naar succes begint bij een uitmuntende klantrelatiescore. Dit is een uitgebreidere variant van de NPS. Hierin nemen we ook de liefde voor ons merk en het vertrouwen in de bank mee. Dit zijn voor de langere termijn belangrijkere graadmeters dan de aanbevelingsscore. En we moeten ontdekken hoe we onze klanten nog verder kunnen ontzorgen en wat de waarde is van ons advies. Kunnen we hiervoor nieuwe diensten ontwikkelen? Ik heb er enorm veel zin in om dat samen met onze ondernemers in het land te ontdekken! De recent geïntroduceerde zakelijke propositie voor zzp'ers en kleinzakelijke markt is hier een mooi voorbeeld van. Tenslotte is het belangrijk dat iedereen die voor SNS werkt onze gemeenschappelijke waarden uitdraagt. Dat kan alleen als je plezier hebt in je werk. Ik vind het belangrijk dat iedereen zijn hart volgt. Passie wint het volgens mij van talent!



# ONS MANIFEST.

Geld. Wat is dat eigenlijk? Het is papier.  
Of plastic. Het zijn cijfers op een scherm.  
Geld wordt pas leuk als je er iets mee doet.  
Als je er **mensen** bij haalt.  
'Money talks', zeggen ze. Maar met geld  
kun je geen goed gesprek hebben.  
Met mensen wel.  
Want mensen hebben **ideeën**.  
Mensen kunnen iets maken.  
Met mensen kan geld een tomatenkwekerij worden.  
Een bakkerij. Een start-up. Of een huis.  
Dus komen mensen bij ons op de **eerste plaats**.  
En pas daarna het geld.

## **Alle mensen.**

We geloven niet in een ondergrens.  
200 jaar geleden niet, en nog steeds niet.  
Je hoeft geen enorm vermogen te hebben om  
onze **aandacht** te krijgen.  
Als alle Nederlanders sterker worden,  
wordt **Nederland sterker**.

We geloven ook niet dat kleine ondernemers  
kleiner denken dan grote.  
En heel veel kleine ondernemers samen,  
maken een **bedrijvig** Nederland.  
We geloven niet in te jong.  
Jonge mensen brengen **vernieuwing**.  
En nieuwe ideeën vernieuwen Nederland.  
Dus we geloven niet in te weinig.  
Niet in te klein.  
Niet in te jong.  
Maar waarin geloven we dan wél?  
We geloven in de **kracht van mensen**.  
Samen ruimen we uit de weg wat ons in de weg zit.  
Om jou te laten **groeien** tot wie je wil zijn.  
We geloven dat als we mensen voorop stellen,  
dat iedereen daar beter van wordt.  
We geloven in:

# ONDERNEMEN ALS DUO.

**'Samen ondernemen is leuker!'**



**Robert Vink en Rienk van der Ley**

**WINKELS ELST, HUISSEN, ARNHEM ZUID EN ARNHEM CENTRUM**

Een samenwerking die al bestond toen wij beiden voor SNS in loondienst werkten, voortgezet als ondernemersduo. Wij zijn al sinds 2010 trotse franchisenemers van SNS waarbij we elkaar door onze verschillende karakters en competenties nog steeds dagelijks aanvullen en versterken.

**'We vullen elkaar aan en houden elkaar scherp.'**

**Gael Geron en Johan Bujan Rodriguez**

**WINKELS AMSTELVEEN, DIEMEN, HOOFDORP, LISSE  
EN MIJDRECHT**

Het is waardevol om dagelijks te kunnen sparren hoe je samen het team en de organisatie kunt ontwikkelen en laten groeien. Je houdt elkaar scherp en het succes van de één pusht de ander weer naar het volgende succes!



**'We vullen elkaar prachtig aan!'**



**Eric Jongerius en Edgar Versteeg**

**WINKELS UTRECHT CENTRUM, UTRECHT NOORD  
EN UTRECHT OOST**

We helpen elkaar en onze klanten vooruit en omringen ons met mensen op wie we kunnen bouwen. Dat werkt en het is ook nog eens beregezellig!

**'Elke dag is een feest.'**

**John Rotteveel en Mark Kost**

**WINKELS PURMEREND, AMSTERDAM NOORD, AMSTERDAM  
MOSVELD, ZAANDAM EN ASSENDELFT.**

Al 30 jaar vrienden en 12 jaar samen franchisenemers bij SNS. Wij maken er elke dag weer een feestje van!



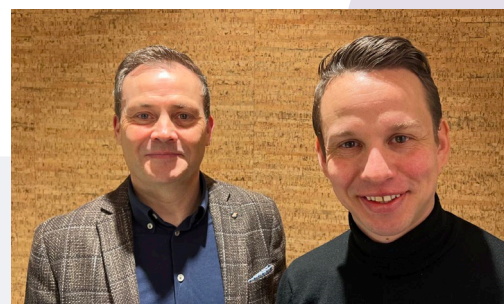


## 'Samen bereiken we meer!'

### Vincent Hendrikse en Melle Blekman

WINKELS BEUNINGEN, DRUTEN, WIJCHEN EN ZALTBOMMEL

Vanuit ons eigen perspectief vullen we elkaar al jaren aan. We zijn blij met wat we de afgelopen jaren hiermee samen hebben bereikt.



## 'Together we're strong!'



### Marc Bootsma en Wytse van Steinvoren

WINKELS LEEUWARDEN, DOKKUM, FRANEKER EN SNEEK

We hebben gezamenlijke ambitie, commerciële slagkracht, creativiteit, competitiedrang en steken energie in het klantbelang. Hiermee adviseren we samen met ons team op een klantgerichte manier. Dat is onze kracht.

## 'Alleen ben je sneller, samen kom je verder.'

### Bert Everts en Jan Wigchers

WINKELS HAREN EN RODEN

Als collega's sparren we en werken we al jaren heel goed samen op het gebied van bijvoorbeeld trainingen en bijeenkomsten voor onze collega's in de andere winkels die we afzonderlijk managen. Dus dat we dit als duo ondernemers ook doen om onze gezamenlijke winkels te laten groeien, is een hele logische stap!



## 'In persoonlijke sfeer samen professioneel succes.'



### Nagima Akhlifi en Leon Pluijmen

WINKELS SITTARD EN GELEEN

De keuze voor SNS Franchise was voor ons een logische stap. Wij vinden dat het vertrouwen en saamhorigheid als ondernemingskoppel de troeven voor succes zijn. Op deze manier combineren wij het beste van 2 werelden.

## Wist je dat je ook gezamenlijk de stap kunt maken om franchisenemer te worden?

Bij SNS zijn inmiddels al meerdere duo's actief die samen hebben besloten meerdere winkels te runnen. Ze houden elkaar scherp en vullen elkaar aan. Een bijzondere manier van samenwerken!



# SAMEN GROEIEN.

Stijn den Hartog werkt sinds 2014 bij SNS en de laatste 4 jaar als lead Retail en Franchiseformule binnen de franchiseorganisatie. Hij woont in Breda met zijn vrouw en drie dochters. In zijn vrije tijd vindt hij het heerlijk om een rondje te hardlopen of te fietsen. Het liefst met een goede podcast op de oren, die hij daarnaast graag beluistert in de auto op weg naar Utrecht. Op werkdagen blijft hij ook graag fysiek in beweging. Telefoongesprekken doet hij als het kan tijdens een korte wandeling. Zo ook met Franchi's. We vroegen hem naar de rol van zijn team, de winkelconcepten, het locatiebeleid en de samenwerking met de franchiseraad.

## DE WIFI VAN DE FORMULE

"Mijn team is hoofdzakelijk verantwoordelijk voor allerlei ondersteunende werkzaamheden voor de franchiseorganisatie. De teamleden zijn meestal werkzaam op de achtergrond, maar enorm belangrijk. Zie ons als je wifi in je huis, als de wifi wegvalt dan komt iedereen bij je aankloppen. Die moet het gewoon altijd goed doen. Het is onze taak om alles perfect te laten draaien. We zorgen ervoor dat franchisenemers altijd toegang

## STIJN DEN HARTOG, LEAD RETAIL EN FRANCHISEFORMULE

hebben tot de systemen zodat zij de klant goed te woord kunnen staan. Daarnaast betalen we iedere maand de vergoedingen uit die voortvloeien uit de franchiseovereenkomsten met de franchisenemers. Gedurende het jaar begeleiden de franchisespecialisten de franchiset teams bij het realiseren van de jaarplannen. Dit met ondersteuning van onze dataspecialisten. In de jaarplannen leggen we de doelstellingen voor het jaar vast, zoals bijvoorbeeld de groei in klanten en hypotheek en natuurlijk hoe ze als klantteam maatschappelijke impact maken. Gedurende het jaar zijn de plannen een leidraad voor de evaluatie van de samenwerking. We werken hierbij nauw samen met de directeurs klantteams."

## SAMENWERKEN MET DE FRANCHISERAAD

"Een ander belangrijk aandachtsgebied is de franchiseovereenkomst en de samenwerking met de franchiseraad. Afgelopen jaar moesten we de nieuwe franchisewet implementeren in onze franchiseovereenkomsten. Daarin staat onder meer dat wijzigingen die van invloed zijn op vergoedingen of kosten altijd moeten worden voorgelegd aan de franchisenemers. De franchiseraad is als afvaardiging daarvan een belangrijk aanspreekpunt. Pure logica wat mij betreft, want belangrijke zaken afstemmen dat



deden we al lang. Om samen te groeien, moet je goed met elkaar omgaan. Dit betekent dat we nauw samenwerken met de franchisenemers die via de franchisevereniging de leden van de franchiseraad verkiezen. Samen evalueren we periodiek het vergoedingenmodel.

## ‘De juiste aspecten stimuleren.’

Het vergoedingenmodel moet werken voor zowel de franchisenemer als de franchisegever en aansluiten bij de strategie. De kernpijlers van de huidige strategie zijn te zorgen voor de hoogste klantrelatiescore, maatschappelijke impact en een financieel gezonde bank. Samen willen we groeien door aandacht te geven aan onze klanten en dat heeft gevolgen voor de inrichting van de formule en de accenten in het vergoedingenmodel. In een passend vergoedingenmodel stimuleer je de juiste aspecten en dat vergt overleg. Zo ga je niet sturen op het aantal winkelbezoeken als je de kwaliteit van de contacten of de uitkomst ervan belangrijker vindt. We bespreken daarom met elkaar wat wel en wat niet werkt en hoe het model van de toekomst kan aansluiten op de ambities van alle partijen.”

### VAN SERVICE NAAR ADVIES

“Een andere belangrijk thema in de gesprekken met de franchisenemers en de Franchiseraad is hoe ons winkelnetwerk er over pakweg 5 jaar uit moet zien. Waar hebben we op termijn onze winkels en hoe zien die eruit? SNS vindt een brede fysieke aanwezigheid een grote troef voor de bank. Cruciaal binnen onze strategie en onderscheidend in de markt. We willen winkels met een huiselijke warme uitstraling, maar niet op alle locaties hoeven identieke winkels te staan met dezelfde dienstverlening. Er zijn grote lokale verschillen in aantallen klanten en potentiële klantengroei voor bepaalde producten. Je moet zorgen dat de dienstverlening hierop aansluit. Niet alleen met het oog op rendement, maar ook om kwalitatief hoogstaande dienstverlening te kunnen garanderen. Daarom is er nu een test met een adviespunt. Dit zijn kleinere winkels waar de klant

op afspraak terecht kan voor financieel advies. Want voor servicevragen over betaalpasjes of het rekeningssaldo kan de klant natuurlijk ook de website van SNS bezoeken en de app gebruiken. De fysieke aanwezigheid is hierbij van minder groot belang. Maar als je een hypotheek wilt afsluiten, dan is het toch wel heel fijn dat je jouw adviseur in de ogen kunt kijken.”

### BEWEGEN ZIT IN ONZE GENEN

“Naast de pilot met het adviespunt hebben we in Groningen en Maastricht het SNS Expertisecentrum. Hier bieden we naast het reguliere productaanbod, inspirerende en maatschappelijke events en werken we samen met diverse partners met diverse partners die aanvullende diensten en producten leveren die wij niet op het schap hebben liggen. Denk hierbij aan makelaars of bedrijven die goed zijn in het verduurzamen van woningen. Alles onder één dak. Is dat niet handig? Stilstaan zit dus niet in onze genen. Dat merk ik ook bij de franchisenemers. Samen zijn we in beweging en versterken we elkaar.”



### 2 PODCAST TIPS

In de podcast van **Bokestijn en De Wijk**, Oekraïne update, krijg je dagelijks een update over de oorlog in Oekraïne en de crisis met Rusland. Enorm interessant om te luisteren. In de podcast **Geschiedenis voor herbeginners** helpen Jonas Goossenaerts & Filip Vekemans je om de losse eindjes die je je nog herinnert uit de belangrijke geschiedenislessen op school weer aan elkaar te rijgen tot een logisch geheel. En dat met de nodige humor en passende geluids- en hoorspelfragmenten zodat het verleden nog meer gaat leven. Geweldig!



# FRANCHISENEMER WORDEN.

Peter Kuindersma en Marc Vaessen zijn de franchisespecialisten van SNS. Ze hebben allebei hun sporen verdiend in diverse adviserende en specialistische (management)functies. Met hun kennis en ervaring weten ze hoe het voelt om als franchisenemer midden in de samenleving te staan. Peter vind je vooral in het noorden en westen van het land, Marc vooral in het oosten en zuiden.

MARC VAESSEN EN PETER KUINDERSMA,  
ONZE FRANCHISE SPECIALISTEN

we als geen ander wat er nodig is om nieuwe franchisenemers succesvol te laten starten. Ook na de start laten we niemand zwemmen. We blijven betrokken en zijn beschikbaar voor advies en als klankbord.”

## BETROKKEN VAN A TOT Z

“Als franchisespecialisten zijn we de regisseurs in het gehele proces van franchisenemer worden tot franchisenemer zijn en een eventueel afscheid als franchisenemer. Vanaf het moment dat SNS op zoek is naar een franchisenemer worden we betrokken.

**‘We laten niemand  
zwemmen.’**

Daarna ondersteunen we de aspirant franchisenemer in alle stappen tot de winkel geopend kan worden. Met onze expertise weten

## NIET OVER EEN NACHT IJS

“Bij het contracteren van nieuwe franchisenemers gaat SNS niet over één nacht ijs. Voor zowel de betrokken kandidaat als voor de bank is dit best een spannend proces. Je gaat immers samen een nauwe relatie aan. Daar komt bij dat de meeste kandidaten een achtergrond in loondienst hebben. Ze zijn blij met onze hulp om weloverwogen de voordelen en de risico's van de stap naar ondernemerschap af te wegen. We spiegelen zaken niet mooier voor dan ze zijn, want daar is op termijn niemand bij gebaat.”

## EEN DEGELIJK EN REALISTISCH PLAN

“Na de nodige checks en het assessment is het de bedoeling dat er een businessplan wordt geschreven. Belangrijk onderdeel is hoe je als



toekomstig ondernemer samen met je team lokaal zichtbaar en actief wordt. Hoe ga je het verschil maken en zorg je ervoor dat de relatie met je (nieuwe) klanten centraal staat. Ook het maatschappelijke thema is een belangrijk onderdeel. Als franchisespecialisten ondersteunen we bij het maken van een degelijk en realistisch plan. Het hele traject wordt uiteindelijk afgesloten met een presentatie van de businesscase aan de directie. Als het hele traject succesvol is afgerond, starten de nieuwe franchisenemers meestal met een tijdelijk contract. Zo kunnen ze SNS alvast goed leren kennen en zich voorbereiden op de start als zelfstandig ondernemer met hun eigen winkel en team.”

### SPARREN EN SAMENWERKEN

“Naast begeleiding van nieuwe franchisenemers zijn we ook regisseur in, soms complexe, trajecten.

Dit kan een verlenging of beëindiging van een franchiseovereenkomst zijn of de overname van klantgebieden. Daarnaast leveren we onze

## ‘De formule is van ons allemaal.’

bijdrage aan verschillende projecten, zoals het locatiebeleid en de optimalisering van het winkelnetwerk. Hierin werken we samen met franchisenemers en collega's van SNS. De formule is van ons allemaal, dus samen realiseren we de ambities en strategie van SNS. We treden op verzoek ook op als coach en sparringpartner voor onze (nieuwe) franchisenemers. Zo zorgen we er met elkaar voor dat onze formule in beweging blijft en we continu verbeteren. Dat maakt onze rol afwisselend en uitdagend!”

## STAPPENPLAN FRANCHISENEMER WORDEN



Daniel de Grood is sinds augustus 2022 franchisenemer van maar liefst vier winkels. Net als zijn collega Lucien Braat, die al langer in de formule werkt, nam hij zijn winkels over van een bestaande franchisenemer. Hoe zijn ze hiertoe gekomen en hoe verliep het overnameproces? Welke dromen en ambities hebben ze en wat is hun geheim voor succes? We vroegen het Daniël en Lucien.

### WAAROM DE STAP NAAR ONDERNEMERSCHAP?

Zowel Daniel als Lucien werkten bij een andere financieel dienstverlener, voordat ze de stap zetten om franchisenemer te worden. Dat ze ooit ondernemer wilden worden, wisten ze allebei al heel lang. Daniel: "Ik had bedacht om na mijn afstuderen in Small Business en Retailmanagement voor mijzelf te beginnen. Daar is het toen niet van gekomen, maar het bleef een wens. In mijn laatste baan zat ik voor mijn doen te veel uren achter de computer. Daar moest verandering in komen. Ineens werd ik benaderd met de vraag of ik interesse had om franchisenemers te worden. Dat was precies het goede moment en dat het om SNS ging, maakte mij echt enthousiast." Lucien: Eigenlijk had ik dit al vijf jaar eerder moeten doen. Van alle takken van

sport in de financiële dienstverlening geeft het mij de meeste voldoening om klanten te helpen. Variatie in mijn werk is belangrijk, dat miste ik de laatste jaren in loondienst. Als franchisenemer kan ik weer mijn klanten blij maken, en nu met mijn eigen sausje erover."

### HOE VERLIEP HET OVERNAME PROCES?

Daniel: "Als je wilt overnemen van een bestaande franchisenemer dan investeer je in de werkmaatschappij en een stuk goodwill. Je neemt het marktgebied en het personeelsbestand over en de goodwill is een investering in de winstcapaciteit. In totaal is dat best een fors bedrag, waarvoor ik financiering nodig had. In mijn geval is dat opgelost via een andere bank." Lucien: "Als je met de verkopende franchisenemer een akkoord hebt bereikt over het bod, dan ben je er nog niet. Ook SNS moet het zien zitten om met jou in zee te gaan. Dat betekent dat je net als franchisenemers die rechtstreeks en zonder overname in de SNS Franchise formule stappen, een assessment doet, een businessplan maakt en een presentatie houdt voor de directie." Daniel: "Ik dacht in eerste instantie dat het businessplan een redelijk simpele invul-exercitie zou zijn, want ik had alle financiële gegevens op een rijtje. Toch daagde SNS mij flink uit. Ze willen echt jouw verhaal zien en niet dat van de vorige



# EEN WINKEL OVERNEMEN.

### DANIEL DE GROOD

**FRANCHISENEMER** sinds augustus 2022

**SNS WINKELS** Duiven, Dieren, Velp en Zevenaar

### DROMEN & AMBITIES

Met de klanttevredenheidsscore in de top 3 van SNS te eindigen en de zakelijke propositie in de regio op de kaart zetten.



## LUCIEN BRAAT

**FRANCHISENEMER** sinds augustus 2019

**SNS WINKELS** Waalwijk en Drunen

## DROMEN & AMBITIES

Grotere winkelruimtes en een extra financieel adviseur zodat ik meer tijd en plaats heb voor het on-the-job begeleiden van mijn team.



franchisenemer.” Lucien: “De franchise specialist van SNS heeft mij hierbij heel goed begeleid. Ik heb de tijd gekregen om goed kennis te maken met wat me te wachten stond als franchisenemer. We hebben meerdere toekomstscenario's gemaakt en toen ook het worst-case scenario niet slecht uitpakte, besloot ik de uitdaging aan te gaan. Ondertussen moest ik ook nog een aantal Wft-diploma's halen. Het was een spannende periode met een goede afloop.”

## EEN PITTIGE EN LEERZAME STARTPERIODE

Lucien: “Bij de start had ik plots te maken met personeelsverloop. Dat viel even tegen. Gelukkig ging het ondernemen mij direct goed af, ook al vind ik mijzelf geen geboren ondernemer. Misschien atypisch voor een franchisenemer, maar ik ben wel goed in het leiden van de operatie en heb veel commerciële ervaring.” Daniel: “De afgelopen maanden heb ik enorm veel geleerd. Ik heb kennism gemaakt met de 16 medewerkers die al in de winkels werkten. Ook ik had te maken met verloop én ziekteverzuim. Daarnaast moest ik de werkwijzen en systemen van SNS onder de knie krijgen. Een pittige start met lange dagen! Samen met mijn team ben ik de hei opgegaan. We hebben DISC persoonlijkheidsprofielen ingevuld en letterlijk een brug gebouwd. Door de COVID-periode was het team wat uit elkaar gegroeid. Deze dag heeft echt geholpen.”

## SFEER EN GROENTJESOEPE

Wat zijn de succesfactoren volgens jullie? Daniel: “Zichtbaar worden in een breed netwerk en samen met netwerkclubs evenementen opzetten. Ook wil ik de sfeer in het team en de uitstraling naar buiten verbeteren, onder meer door opleidingen.

Binnenkort starten we met de verbetering van vaardigheden in het telefonisch klantcontact.” Lucien: “Ik geloof in een actieve benadering van de markt. Nu, na drie jaar, sta ik met mijn team in de top 3 van SNS. Hoe dat komt? Geen spreadsheetmanagement, maar echte aandacht en actie. We pakken de relatiekansen uit de SNS-systemen echt allemaal op en verzinnen onze eigen nabelacties. Daarnaast sponsor ik met kleine bedragen dit jaar het judotoernooi en de handbalvereniging. We brengen hier ook onze flyers over de Jongerenrekening in beeld. En we zijn heel aanwezig op social media. Je vindt ons zelfs op TikTok. Daarnaast vind ik het belangrijk dat we ons maatschappelijk inzetten. Binnenkort gaan we met Eurowijs in 6 klassen lesgeven. Ook hebben we een heel bijzondere band met het speciaal basisonderwijs. We leveren beleg en broodjes voor het kamp en waren sponsor van het Groentjesoepe programma. Echt heel bijzonder om te doen.”



MENNO SELLES, FRANCHISENEMER  
SNS WINKELS HARDERWIJK EN DRONTEN

# MENSEN MOETEN BIJ JE WILLEN WERKEN.

Menno Selles is nu twee jaar franchise­nemer van de SNS Winkels in Harderwijk en Dronten. Daarvoor heeft hij zes jaar gewerkt als franchise­nemer in een andere formule. Het ontbreken van warmte en betrokkenheid daar was voor hem het belangrijkste argument om naar SNS over te stappen. Menno woont vlakbij zijn marktgebied in het landelijke Oldebroek. Lekker rustig? Met een vrouw die werkt in de zorg, drie kinderen en een hele dierentuin met kippen, honden, poezen, schapen, een paard en honderden vogeltjes is er altijd genoeg reuring in de tent. Inmiddels is hij erin geslaagd het naar eigen zeggen gezelligste team van Nederland neer te zetten en groeit hij harder dan zijn meest ambitieuze scenario. Hoe hij dat doet? Franchi's ging op zoek naar zijn geheim.

## EEN WARME BAND

"Ik heb het bij SNS Franchise nog meer naar mijn zin dan ik had verwacht. Hoe dat komt? Al vanaf dag één voel ik dat er in de formule echt wordt samengewerkt. Er is een warme band. Ook tussen het hoofdkantoor in Utrecht en de franchise­nemers. Een mentaliteit van 'Utrecht tegen ons' bestaat hier niet. We delen in elkaars succes. Wat goed is voor ons, is goed voor SNS en andersom. Zo met elkaar omgaan is heel mooi. Wat voor mij ook een verademing is, is de breedte van het dienstenpakket. Dit is echt een

formule voor mensen die houden van ondernemen en commercieel bezig zijn. In tegenstelling tot andere formules waar je alleen hypothe­ken hebt of verzekeringen, zijn wij een relatiegedreven bank met aan de basis de betaal- en spaarrekeningen. Bij SNS zien we de klant na het afsluiten van een hypotheek ook voor andere financiële behoeften terug. Hierdoor krijg je een veel nauwere band met je klanten en dat vind ik heel belangrijk. Ook voor mezelf. Want ik krijg energie van menselijk contact."



## HET GEZELLIGSTE TEAM

“Voor mij is het dan ook een echt pluspunt dat ik hier werk in een team. In de vorige formule werkte ik alleen, wat toch minder bij mij past. Momenteel werken in mijn winkels zeven adviseurs. Ik ben supertrots op mijn team. Voor mij is het pure logica dat je eerst zorgt dat je het gezelligste team hebt, om daarna samen ook het beste team te worden. Mensen moeten bij je willen werken. Dat zei mijn moeder vroeger al, toen we met ons familiebedrijf actief waren in de autobranche. Tegenwoordig is dat dubbel zo belangrijk. Het vinden van goed personeel is lastig en het inwerken tijdrovend. Die energie kun je beter steken in het behouden van je medewerkers. Daar kun je creatief mee omgaan.”

## ‘Creativiteit is de crux.’

## DE KLANT EN DE PORTEMONNEE

“Medewerkers moeten, behalve het naar hun zin hebben, ook kunnen delen in het succes. Daarom heb ik een creatieve bonusregeling bedacht die berust op twee simpele principes: de klant en de portemonnee. Scoren we boven target op klanttevredenheid en verdienen we meer, dan deelt iedereen maandelijks mee in de winst. Boter bij de vis dus. En als we een heel jaar lang boven onze doelstellingen hebben gewerkt, dan gaan we er met zijn allen een weekend tussenuit. Het eerste jaar naar Brussel, vervolgens naar Dublin, en als alles goed gaat zitten we binnenkort in Edinburgh in Schotland! Zo leren we elkaar nog beter kennen. Ook het probleem van het werken op zaterdag heb ik grotendeels opgelost door twee studenten van de hogeschool in te schakelen. Zij werken naast hun studie maar wat graag op zaterdag in de zaak en ze mogen hier ook hun stage doen. Ik heb slecht één voorwaarde. Als ze na het afstuderen de grote wereld ingaan, dan regelen ze voor mij een opvolger. Dat werkt. Onlangs stuurde een van

de vorige studentmedewerkers een kaartje vanuit Mexico met daarop: aan het gezelligste team van SNS!”

## OVER GROEI EN NIEUWE KUNSTJES

“Mijn team is enorm betrokken bij de zaak en dat zien we terug in de resultaten. De groei die we realiseren is echt boven verwachting hoog. Nu hebben we door de rentedalingen wel een hectische periode achter de rug. Mijn meest ambitieuze begroting kon de prullenbak in, want die overschreden we met 200%. Momenteel draaien we weer op een normaal schema en gaan we binnenkort werk maken van de zakelijke propositie. Nieuwe producten voor een nieuwe markt betekent weer nieuwe kansen. Maar eerst moeten we het kunstje onder de knie krijgen. Dat is leuk. Ik besteed sowieso veel aandacht aan de kennis van mijn medewerkers. Ik geef zelf hypotheekles aan mijn persoonlijk adviseurs. Ze kunnen mij heel goed ondersteunen bij de lopende dossiers, maar dan moeten ze er wel kaas van hebben gegeten. Ze zijn echt enthousiast. Eén van hen gaat binnenkort zelfs de opleiding Wft-hypotheek afronden. De ander toont interesse in de zakelijke markt. We zijn nu dus lekker op weg om ook het beste team te worden!”





# MET SNS FRANCHISE DE ZAKELIJKE MARKT OP.

CHARLOTTE BOSCH, PRODUCT OWNER  
ONDERNEMEN

Vanaf 2008 werkt Charlotte Bosch bij de Volksbank. Ze startte als managementtrainee en was vanaf 2019 als directeur Retail West verantwoordelijk voor een groot aantal SNS Winkels. Nu is ze product owner ondernemen van SNS. In deze functie kan ze haar kennis van de markt en de organisatie enorm goed kwijt. Waar houden zij en haar team zich dagelijks mee bezig? Wat zijn de uitdagingen? Hoe werken ze samen met de franchiseorganisatie? Franchi's ging met haar in gesprek.

## EEN NIEUWE PROPOSITIE

“Dat we in ontwikkeling zijn én blijven is voor mij een belangrijke drijfveer om voor SNS te werken. We staan nooit stil en dat is boeiend. De zakelijke propositie is hiervan een mooi voorbeeld. Toen ik zelf verantwoordelijk was voor de aansturing van SNS Winkels, stond het zakelijke aanbod helemaal niet op de agenda. Nu, een paar jaar later, ben ik met mijn team druk bezig ons marktaandeel in die markt te vergroten. Wij willen dat het merk SNS top-of-mind wordt bij zzp'ers en de klein zakelijke markt. Wij zetten de producten die de Volksbank voor de merken ontwikkelt in de markt en gaan met de SNS retailorganisatie in gesprek over de wijze waarop we ondernemend Nederland kunnen bereiken.”



## 'Het merk SNS top-of-mind bij zzp'ers en de klein zakelijke markt.'

### TOTAALPAKKET VOOR ONDERNEMERS

"SNS heeft een grote troef. We zijn lokaal nog steeds fysiek aanwezig en dan ook nog met eigen ondernemers, onze franchisenemers. Met deze toegevoegde waarde kunnen we letterlijk deuren openen. Daar waar de klein zakelijke ondernemers bij andere banken zijn overgeheveld naar telefonisch of online contact, kunnen ze bij ons nog steeds terecht voor een waardevol adviesgesprek met een adviseur die zelf begrijpt hoe het is om ondernemer te zijn. Onze dienstverlening en het productaanbod voor het MKB worden steeds breder. We gaan de ondernemers met een totaalpakket ontzorgen. We hebben onze eigen hypotheek-, krediet-, betaal-, spaar- en verzekeringsproducten en vullen dit aanbod aan met producten en diensten van derden. Denk hierbij aan het leveren van betaalautomaten, een financieringsproduct voor starters of een leaseconcept dat we ontwikkelen met een externe partij. Uiteindelijk kan de ondernemer met al zijn financieel gerelateerde vragen en behoeften bij ons terecht. We bouwen aan een totaalrelatie met onze klanten, zodat ze geen andere bank meer nodig hebben."

### LOKALE MARKTBEWERKING

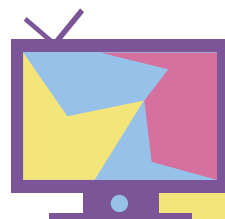
"Hoe we de zakelijke markt het beste kunnen veroveren, bespreken we dagelijks met onze franchisenemers. We helpen ze met de lokale marktbewerking. We adviseren ze hoe ze een netwerk kunnen opbouwen met lokale accountantskantoren en makelaars. We zorgen onder meer voor ondersteunend informatiemateriaal, advertenties voor lokale kranten en lanceren landelijke campagnes op de radio om de bekendheid met en interesse voor onze zakelijke propositie aan te wakkeren. Ook gaan we soms zelf het land in om te helpen bij

ondernemersavonden. Dit zijn informatieve sessies met bestaande en potentiële klanten waarin we verschillende onderwerpen aansnijden, zoals het omgaan met cybercriminaliteit. Daarnaast is het belangrijk om de klantteams in het land te helpen het nieuwe dienstenpakket onder de knie te krijgen. Nieuwe klanten met nieuwe producten benaderen is immers spannend. Met kennissessies, e-learning, opleidingen en vragenuurtjes maken we de adviseurs en franchisenemers vertrouwd met de nieuwe producten."

### ELKAAR VERRIJKEN

"Ik merk dat de franchisenemers zelf ook blij zijn met deze nieuwe zakelijke uitdaging. Momenteel komt de particuliere hypotheekmarkt wat tot

LEES VERDER>>



### TV-TIP

Over de vraag of Charlotte een leuke tip heeft, hoefde ze niet lang na te denken. Hunted! Daar zou ze best zelf aan mee willen doen. Gaat het je als voortvluchtige lukken om met alle camera's om je heen en verregaande digitale opsporingsmethoden uit handen te blijven van de rechercheurs? Het geeft een aardige inkijk op de gevoelige informatie om ons heen. Het programma speelt in op de discussie rondom privacy. Het zet je aan het denken.



VERVOLG CHARLOTTE BOSCH:  
MET SNS FRANCHISE  
DE ZAKELIJKE MARKT OP.

stilstand door de hogere rentes, waardoor ze meer tijd hebben om een netwerk op te bouwen. We sparren regelmatig over de aanpak en vragen om hun input. Door deze samenwerking verrijken we elkaar. De franchisenemers zitten dagelijks om tafel met de klant en mijn team, met inmiddels 10 medewerkers. Ze helpen op de achtergrond met campagnes en nieuw materiaal. Onlangs vroeg een franchisenemer of we een nieuwsbrief voor ondernemers kunnen maken om ze op de hoogte te houden van de actualiteit. Een ander vroeg om een actiegerichte aanpak voor de bestaande klantenportefeuille. Met deze acties zijn we nu aan de slag.”

## ‘Het franchisemodel van SNS is bijzonder.’

### SCHAAP MET DE 5 POTEN

“Ik geloof echt in de strategie van SNS en de franchiseformule, want ik ben ervan overtuigd dat persoonlijk advies het verschil gaat maken met de andere banken. Sowieso vind ik franchiseformules als businessmodel interessant. Ik zit in het bestuur van de Nederlandse Franchise Vereniging waarin de franchisegevers samenkomen. Ik zie dat er steeds meer formules bijkomen in sectoren waar je ze niet direct zou verwachten, bijvoorbeeld voor klusvrouwen, zonnepanelen of in de zorg. Het franchisemodel van SNS is best wel bijzonder, want als franchisenemer in onze formule moet je een *schaap met 5 poten* zijn. Je moet beschikken over alle Wft-diploma’s, adviseren, een team kunnen aansturen én ondernemer zijn. De lat ligt dus iets hoger. Maar die uitdaging en de breedte van het dienstenpakket maakt dat volgens mij nog meer de moeite waard!”





# EERST DE MENS. DAN HET GELD.

JIJ KRIJGT BIJ ONS  
PERSOONLIJKE AANDACHT

HET DRAAIT OM JOUW BELANG

ONS PARTNERNETWERK  
STAAT VOOR JOU KLAAR

JOUW ONTWIKKELING  
IS ONS DOEL



## COLOFON

Dit is een uitgave van SNS Franchise. Het magazine is bestemd voor (toekomstige) franchisenemers van SNS.

**TEKST EN REDACTIE** Floor Otten en Marc Vaessen

### UITGEVER

SNS, onderdeel van de Volksbank N.V.  
Croeselaan 1  
3503 RK Utrecht

**DRUK** Kampert-Nauta B.V.

**FOTOGRAFIE** vakfoto Van der Beek (pag. 1, 2, 4, 6, 8, 9, 16, 18, 20, 22, 23, 24, 26, 27)

**TEKST EN VORMGEVING** Krekwerk

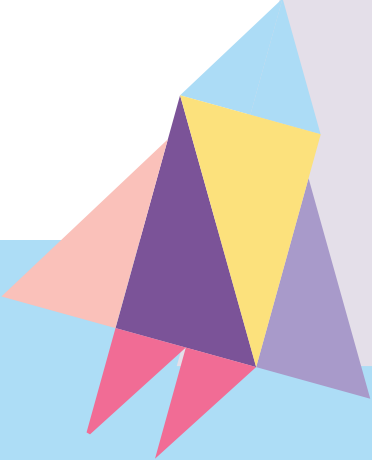
### INFORMATIE

Opmerking, suggestie, exemplaar ontvangen of interesse om als franchisenemer bij ons aan de slag te gaan?

Mail naar: [floortje.otten@devolksbank.nl](mailto:floortje.otten@devolksbank.nl).

### RECHTEN

SNS aanvaardt geen enkele verantwoordelijkheid over gepubliceerde uitspraken en/of meningen. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd of openbaar worden gemaakt, op welke wijze dan ook, zonder schriftelijke toestemming van SNS.



# WORD JIJ ONZE VOLGENDE FRANCHISENEMER?

**MAAK JE  
GROEIAMBITIES WAAR.**

Start als ondernemer binnen  
onze formule.

Kijk voor meer informatie op:  
[snsfranchise.nl](https://snsfranchise.nl)



**SNS**

**EERST DE MENS  
DAN HET GELD**