



**Veiledning praktisk prøve**  
**Personforsikring Næringsliv**  
V.1 2023

# Innhold

## 1. Målsettingen med veiledningen og sensorskjemaet

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Målsettingen med veiledningen   | 3 |
| Målsettingen med sensorskjemaet | 3 |
| Måleområder                     | 3 |

## 2. Kompetansekrav, forberedelse og gjennomføring

|                                        |   |
|----------------------------------------|---|
| 2.1 Læringsmål og kompetansekrav       | 4 |
| Læringsmål                             | 4 |
| Kompetansekrav                         | 4 |
| Hva skal kandidaten prøves i?          | 4 |
| 2.2. Forberedelse og gjennomføring     | 5 |
| Hver praktisk prøve må forberedes nøye | 5 |
| Tidsdisponering                        | 5 |
| Oppstart av praktisk prøve             | 5 |
| Gjennomføring                          | 6 |

## 3. Veiledning til sensorskjema

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 3.1 Behovsavdekkingen                                      | 6  |
| Innledning                                                 | 6  |
| Behovsanalyse/behovsavklaring                              | 7  |
| Oppsummering                                               | 9  |
| 3.2 Presentasjon av løsningsforslag og refleksjonssamtalen | 10 |
| Løsningsforslag                                            | 10 |

## 4. God skikk – andre regler

|                      |    |
|----------------------|----|
| 6. Interessekonflikt | 13 |
| 8. Fraråding         | 13 |

# 1. Målsettingen med veiledningen og sensorskjemaet

## Målsettingen med veiledningen

Denne veiledningen skal være en støtte for sensorer og kandidater i forberedelse og gjennomføring av praktisk prøve. Den inneholder forslag og tips til sensorer og kandidater med tanke på planlegging, forberedelse, innledning og gjennomføring av den praktiske prøven. I tillegg tar den for seg hvert av MÅ-punktene i sensorskjemaet og gir mer informasjon om hensikten med MÅ-punktene.

Veiledningen er et hjelpemiddel som utdyper sensorskjemaet. Selv om det er angitt forklaringer og tips, må dette IKKE tolkes som nye krav eller underkrav. Kandidater kan (og bør) vektlegge innhold i samtalene ulikt, da de presenteres for ulike kunder og case.

## Målsettingen med sensorskjemaet

Kandidaten må dekke alle MÅ-punktene i sensorskjemaet. Skjemaet bygger i hovedsak på God skikk ved rådgivning og annen kundebehandling (God skikk) og kravene i Forsikringsavtaleloven og Forsikringsformidlingsloven. Hvis ett av disse punktene ikke tilfredsstilles, vil kandidaten ikke bestå praktisk prøve.

Sensorskjemaet har til hensikt å:

- sørge for felles måleområder i bransjen
- fungere som et notatskjema for sensor under samtalen
- danne grunnlag for tilbakemelding etter samtalen

## Måleområder

Måleområdene er selve rådgivningssamtalen og kundeopplevelsen. Inkludert i rådgivningssamtalen er også en test av punktene i God skikk.

Både kandidatene selv og sensorer har et ansvar for at kandidatene er kjent med innholdet i regelverk, rammeverk, sensorskjema og veiledning.

## 2. Kompetansekrav, forberedelse og gjennomføring

### 2.1 Læringsmål og kompetansekrav

#### Læringsmål

##### Rådgiveren skal

- ha meget god kompetanse mht. å utøve profesjonell og etisk god rådgivning til kundens beste
- ha meget god kompetanse mht. utøvelse av kundebehandling og trygghet i rådgivningsprosessen
- være bevisst sin egen rolle, ha evne til å avdekke kundens behov, belyse konsekvenser ved valg av ulike forsikringsprodukter og presentere løsningsforslag
- føle seg trygg på situasjonsanalyse, behovsanalyse, utarbeidelse og presentasjon av ulike forsikringsløsninger tilpasset kundens behov
- være i stand til å etablere tillit hos kunden.

#### Kompetansekrav

##### Kandidaten skal kunne

###### 1) Rådgivningsprosessen:

- avdekke og vurdere kundens behov, herunder kundens evne/vilje til å bære risiko og vilje til å forsikre de ansatte, økonomiske situasjon, skadehistorikk, planer og eksisterende forsikringer
- undersøke kundens forståelse for konsekvenser ved valg av ulike forsikringsprodukter og dekningsgrader
- kommunisere med kunden på en respektfull og lettfattelig måte, tilpasset kundens beslutningsprosess og kunnskapsnivå
- vurdere og presentere ulike løsninger for kunden, begrunnet i kundens uttrykte behov
- beskrive og begrunne aktuell fremdrift og oppfølging tilpasset kunden.

#### Hva skal kandidaten prøves i?

##### Rådgivningsprosessen:

###### Felles stoff

- God skikk ved rådgivning og annen kundebehandling (God skikk)

###### Bedriftsinternt stoff

- Rådgivningsverktøy
- Bedriftens rutiner for dokumentasjon og arkivering
- Bedriftens egne produktspesifikke løsninger

###### Pensum

- 1) Bransjenormen God skikk
- 2) Fagplan

3) Relevant bedriftsinternt stoff som den enkelte virksomhet selv velger ut

## 2.2. Forberedelse og gjennomføring

### Hver praktisk prøve må forberedes nøye

Kandidatens prestasjoner er avhengig av gode forberedelser fra sensorenes side. Sensor må gjøre en grundig gjennomgang av caset og del 2 med tanke på

- hvordan håndtere opplysningene sensor har fått utdelt i del 2 og 3 av casebeskrivelsen
- hvordan sensor skal spille rollen som kunde, for eksempel hvordan sensor skal ordlegge seg for å være en lite kompetent/kompetent kunde
- hvordan sensor skal tilpasse sin rolle, for eksempel ved å komme med innvendinger eller faglige spørsmål til kandidaten, slik at sensor får et godt grunnlag til å vurdere kandidatens kompetanse
- hvordan sensor skal stille spørsmål og få kandidaten til å reflektere over de valg som er lagt til grunn for løsningsforslaget for å få et godt grunnlag til å vurdere kandidatens kompetanse

### Tidsdisponering

Del 1 (behovsavdekkingen) må gjennomføres som et rollespill hvor sensor spiller kunden. Bedriften bestemmer om del 3 (presentasjon av løsningsforslag) også skal gjennomføres som et rollespill med påfølgende refleksjonssamtale eller om den gjennomføres som en ren refleksjonssamtale. Før praktisk prøve gjennomføres skal det være avklart hvilken form som benyttes.

Rammeverket setter krav til gjennomføring innenfor en total ramme på 3,5 timer. Det er sensors oppgave å gi råd til kandidaten om hvordan denne tiden bør fordeles selv om kandidaten er ansvarlig for tidsdisponeringen, og det kan være forskjellig avhengig av saksbehandlingssystem og rutiner. En generell anbefaling for oppdeling er:

Praktisk prøve (behovsavdekkingen) del 1: Varighet: 1 – 1 ¼ time

Praktisk prøve del 2 (utarbeidelse av løsningsforslag): Varighet: 1 - 1 ¼ time

Praktisk prøve del 3 (presentasjon av løsningsforslag): Varighet: ½ – 1 time

I gjennomføringen av rådgivningssamtalen er det kandidaten som har ansvar for at tiden disponeres i tråd med det som er avtalt og innenfor total ramme. Sensor har likevel ansvaret for at tiden disponeres sånn at det vil være tid for refleksjonssamtale til slutt i den praktiske prøven. Det avklares om kandidaten ønsker at sensor gir melding om tidsbruk underveis, for eksempel når det er 10 minutter igjen. Sensor avgjør når total tid er benyttet.

### Oppstart av praktisk prøve

NB! Før praktisk prøve starter, er det viktig at sensor legger vekt på å skape en god atmosfære, forklarer rollefordeling mellom sensorene (hvis bedriften velger å ha flere sensorer under prøven) og tydeliggjøring av sensors rolle, innhold og gjennomføring av praktisk prøve.

Huskeliste for hva som skal gjennomgås:

- rammeverk og regler for gjennomføring
- praktisk informasjon om plassering, roller, pauser med mer
- forslag til tidsdisponering innenfor den totale tidsramme
- taushetsplikt vedrørende innhold i cases (brudd behandles som juks)

## Gjennomføring

Sensor må notere underveis og bruke sensorskjemaet og evt. egne notater for å sikre at alle MÅ-kravene er med i kandidatens prestasjon samt for å kunne være konkret med tanke på en helhetsvurdering og i tilbakemeldingene til kandidaten.

Sensor går i etterkant gjennom alle MÅ-kravene i prøven og vurderer kandidatens prestasjon.

# 3. Veiledning til sensorskjema

## 3.1 Behovsavdekkingen

### Innledning

#### Hvorfor disse MÅ-kravene?

*God Skikk nr. 2 – Profesjonalitet*

Kundebehandlingen skal være redelig og profesjonell. Rammene skal være tydelige for kunden. Når kundens valg ikke er basert på rådgivning, skal dette klart fremgå overfor kunden.

Når kunden setter ord på sine forventninger, vil det være lettere for rådgiver å gi en god kundeopplevelse, og det er nødvendig for å sette felles agenda. Felles agenda skal sikre et strukturert møte i kundens interesse, gi gode kundeopplevelser og oppfylle kravene i Forsikringsformidlingsloven/Forsikringsavtaleloven.

### Rolleavklaring

Rolleavklaring er av vesentlig betydning for alle samtaler mellom en profesjonell part og en kunde. Den profesjonelle part må alltid være seg bevisst sin rolle og sitt ansvar. Det må klargjøres hva som ligger i «kontrakten» mellom kunde og rådgiver, og avklaringen må tilpasses den kompetansen kunden har. Kunden må ha tillit til at bedriften ikke bruker sin kompetanse til ugunst for kunden.

### Tips til kandidaten

- Presenter deg selv, bedriften din og rammene som gjelder for kundesamtalen.
- Avklar kundens forventninger.
- Sørg for at det ikke feilaktig skapes inntrykk av at rådene som gis er uavhengige eller nøytrale.

Der kunden er kjent fra før (etablert kunde), er det ikke nødvendig å vektlegge presentasjonen av egen bedrift.

Rammene for kundesamtalen henger sammen med og må avstemmes mot kundens forventninger slik at man blir enige om en felles agenda for møtet. Kundens forventninger bør eventuelt justeres dersom de ikke kan oppfylles. Et eksempel er at kunden må være innforstått med at et løsningsforslag kun inneholder produkter innenfor bedriftens produktspekter, dersom dette er tilfellet. Hovedpoenget er at premissene for kundesamtalen og rådgivningen er tydeliggjort og at det ikke oppstår unødvendige misforståelser. Bedriften skal gjøre det klart at det ikke er snakk om nøytral rådgivning, men rådgivning basert på det produktspekteret den aktuelle bedriften tilbyr. Mange benevner dette som rådgivningsbasert salg. Vanligvis forstår nok kundene at en forsikringsrådgiver i en bedrift velger å presentere løsninger basert på egen bedrifts produkter.

Like fullt bør rådgiveren sørge for at dette kommer eksplisitt frem, for eksempel når løsningsforslaget presenteres for kunden. Hvis bedriften ikke tilbyr den produkttypen som er beste løsning for kunden, bør

kunden gjøres oppmerksom på dette. Derimot kan det ikke forventes at rådgiveren gir informasjon eller knytter rådgivning til andre bedrifters produkter.

### Sette felles agenda

I felles agenda ligger det at sensor og rådgiver har en samstemt forståelse av hva den praktiske prøven skal inneholde og hvordan den skal gjennomføres.

### Tips til kandidaten

Gjennom å stille åpne spørsmål kan du finne ut hva kunden ønsker å få ut av møtet. Ha gjerne klar en agenda, men spør kunden om denne er i tråd med forventningene og om det er andre saker kunden ønsker å ha med. Sørg for å få aksept før du går videre i møtet.

## Behovsanalyse/behovsavklaring

### Hvorfor disse MÅ-kravene?

*God Skikk nr. 4 – Grunnlag og behovsanalyse:*

Kundebehandlingen skal være basert på et fullgodt grunnlag. Ved rådgivning skal det gjennomføres en fullgod behovsanalyse.

### Tips til kandidaten for behovsanalysen

**Før** analysen, forklar hvorfor du gjør denne utspørringen rundt kundens behov, herunder kundens evne/vilje til å bære risiko og vilje til å forsikre de ansatte, økonomiske situasjon, skadehistorikk, planer, eksisterende forsikringer og forståelse av konsekvens ved ulike forsikringsprodukter. Det er for å finne den **beste løsningen** for kunden.

Rekkefølgen punktene står i trenger ikke å følges. Tren på den rekkefølgen som passer din organisasjons rutiner og din egen naturlige oppbygging av møtet/samtalen.

### Kundens situasjon

*Organisasjonsform og eierskap*

Avdekke hvordan de nå er organisert (mor/datter/innkjøpsfelleskap etc) og evt. planer om fusjon/fisjon.

### Tips til kandidaten

Viktige punkter kan være:

- Organisasjonsform, eierskap, konsernmodell osv har betydning for kundens behov for forsikringsløsninger. God oversikt over hva virksomheten gjør
  - Sikrer riktig bruk av næringskoder og dekninger
- God oversikt over hva virksomheten utfører av arbeidsoppgaver.
- Informasjon relatert til Compliance og hvitvasking

*Kundens økonomiske nåsituasjon*

### Tips til kandidaten

Du bør trene på å tørre å spørre kunden/sensor om alt. Avklaring av kundens økonomiske situasjon kan være:

- Finansiell situasjon/likviditet
- Hva kan påvirke økonomien i nærmeste fremtid

### *Forventet utvikling og planer*

Her bør kandidaten stille spørsmål til kunden om det er hendelser frem i tid som vil påvirke den økonomiske situasjonen.

Avklaring av planer kan være:

- Nyinvesteringer
- Bemanningsendringer
- Virksomhetsendring
- Kommende oppdrag/prosjekter
- Ta høyde for endringer i virksomhetens arbeidsoppgaver
- Endringer i tariffavtaler

### **Tips til kandidaten**

- Still åpne spørsmål.

### *Kundens personalpolitikk*

Ved å få en oversikt over kundens ansattepolitikk får kandidaten informasjon som kan påvirke forsikringsløsningen.

### **Tips til kandidaten**

Viktige punkter kan være:

- Arbeidsmarkedet i bransjen
  - Gode forsikringsløsninger gjør virksomheten mer attraktiv som arbeidsgiver
- Ansattepolitikk
  - Kundens investeringsvilje ovenfor de ansatte

### **Kundens eksisterende forsikringer**

Kandidaten skal sørge for å avdekke hvilke forsikringer kunden har fra før.

### **Tips til kandidaten**

- Kandidaten skal vurdere om eksisterende forsikringer er dekkende og riktige i forhold til kundens uttalte ønske, eller om det skal gis tilbud på nye forsikringer, evt. endrede forsikringssummer.
- En vanlig innvending er at kunden tror eksisterende forsikringer er gode og dekkende. Det kan være lurt å trene på hvordan man kan takle denne innvendingen på en god måte.

### **Kundens totale forsikringsbehov**

Kandidaten skal skaffe seg god oversikt over kundens behov. Det er fundamentalt i rådgivningen og avgjørende for at løsningsforslaget blir behovstilpasset. Kandidaten skal få frem alle relevante forsikringer og belyse de valg som er gjort.

### **Tips til kandidaten**

- Ta utgangspunkt i kundens evne/vilje til å bære risiko, økonomiske situasjon, planer og eksisterende forsikringer.
- Gå systematisk til verks for å avdekke hvilke forsikringsbehov den aktuelle kunden har og stille åpne spørsmål om kundens ønsker.

### **Eksempler på gode spørsmål kan være:**

- Hva er det verste som kan skje bedriften din?
- Hva vil de økonomiske konsekvensene bli hvis det skjer?
- Er dere bundet av noen tariffavtaler?
- Hvor sterkt er ønsket om samme økonomisk trygghet hvis det verste skulle skje?

- Hvordan er sykefraværet?
- Har du ansatte du ikke har råd til å miste? Kritisk kompetanse?
- Hvilke forventninger har du til oss som forsikringsselskap, og hvordan ønsker du at forsikringsselskapet skal hjelpe deg?
- Hvis det viser seg at bedriften må gjøre en prioritering i løsningsforslaget, hva vil være det viktigste å ivareta.
- Er det andre forsikringsbehov vi ikke har snakket om?  
Bruk f.eks. konkrete skadeeksempler og spør hvilke konsekvenser det vil ha

### Kundens forståelse av konsekvens ved ulike dekningsgrader (risiko)

Mange kunder har ikke tilstrekkelig erfaring og kompetanse til å bedømme egne risikoforhold. Derfor bør rådgiveren aktivt avdekke forhold som er avgjørende i valget mellom ulike forsikringer og dekningsgrader. De fleste kunder er opptatt av «den lille skriften», altså hva som ikke dekkes. Forsikringsavtaleloven pålegger å gi informasjon om «vesentlige begrensninger».

#### Tips til kandidaten

- Kandidaten bør kunne gi kunden eksempler på hendelser og hvilke økonomiske konsekvenser dette kan få. Videre må kandidaten kunne belyse nytten kunden kan ha av ulike løsninger i disse tilfellene.
- Kandidaten må vurdere hvilke eksempler som kan være aktuelle og i hvilken grad informasjonen er vesentlig for kunden.

Husk: Å avdekke og omtale konsekvenser av ulike valg vil bidra til å bevisstgjøre kunden om sammenhengen mellom pris og dekningsgrader, slik at kunden kan gjøre bevisste valg.

## Oppsummering

### Oppsummering av behovsanalysen

Oppsummering sikrer at kandidaten husker alt. Her bør kandidaten gjengi hovedpunktene fra gjennomgangen ovenfor.

#### Tips til kandidaten

- Gjør oppsummeringen enkel, se punktene over.

### Sikre felles forståelse av kundens behov og mål

For å oppnå en best mulig kundeopplevelse er det nødvendig å sjekke ut at kunden er inneforstått med alt som er gjennomgått og er enig i at dette gir et riktig bilde av bedriftens situasjon slik at grunnlaget for et løsningsforslag er riktigst mulig.

#### Tips til kandidaten

- Her bør du sjekke med kunden at hovedpunktene som er oppsummert stemmer overens med kundens egen oppfatning, eventuell justering ved behov.

### Avtale videre fremdrift

For at kunden og du skal ha samstemte forventninger til videre arbeid er det viktig at deres sammen avtaler hvordan arbeide videre best kan passe i hverdagen. Forventningsavklaring er nødvendig slik at den totale kundeopplevelsen blir god og forventningene gjenspeiler faktisk handling.

#### Tips til kandidaten

- Spør kunden når og hvordan de forventer presentasjon av løsningen, tid og sted kan gjerne avtales direkte.

## 3.2 Presentasjon av løsningsforslag og refleksjonssamtalen

### Løsningsforslag

**Presentere løsningsforslag for sensor med utgangspunkt i kundens behov**

**Hvorfor er dette et MÅ-krav?**

*God skikk nr. 5 - Informasjon:*

Informasjonen skal være korrekt, fullstendig og ikke misvisende.

I presentasjonen av løsningsforslaget bør rådgiveren i sin gjennomgang ta utgangspunkt i kundens uttalte ønske om sikring, hvilke produkter som er foreslått og avklare at dette er i tråd med kundens forsikringsbehov. Ved flere forsikringsdeknninger bør hvert produkt bli presentert for seg.

#### Tips til kandidaten

- Fokuser på kundenytte ved å benytte kundens utsagn. Eks. "kunden sa... Derfor har jeg lagt inn i løsningene"
- Løsningsforslaget bør presenteres per produkt og informere om:
  - Nytte for kunden (belyse hvilken situasjon kunden ønsker å unngå)
  - Kostnader
- Hvis du benytter deg av produktbeskrivelser av de ulike produktene gir det en økt trygghet for kunden hvis du på forhånd har satt deg inn i hva som står i beskrivelsen og kan forklare hva som står der.

#### Informere om:

**Hvorfor er dette et MÅ-krav?**

*God skikk nr 5 – Informasjon:*

Kandidaten må gi kunden korrekt, fullstendig og ikke misvisende informasjon sånn at kunden skal forstå innholdet i avtalen og viktige konsekvenser av denne.

- nytte for kunden
- regler for utbetaling, inkludert utbetalingstidspunkt
- kostnader (i beløp per måned og år)
- forebyggende tiltak / HMS
- viktigheten for kunden å sette seg inn i forsikringsavtalen /bevis
- kundens opplysningsplikt
- kundens plikt til å ta kontakt dersom risikobildet endrer seg

**Hvordan vil kandidaten sjekke at kunden har forstått løsningsforslaget og sammenhengen mellom dette og det avdekkede forsikringsbehovet?**

**Hvorfor er dette et MÅ-krav?**

*God skikk nr.7 – Anbefaling og avtale:*

Rådgiveren skal gjøre sitt ytterste for at kunden skal forstå innholdet i avtalen og viktige konsekvenser av denne. Kunden skal gis nødvendig tid til å områ seg før avtalen inngås. Ved rådgivning skal anbefalingen bygge på behovsanalysen.

**Tips til kandidaten – ved refleksjon.**

- Argumenter for at kundens behov er dekket, gjerne ved å gjenta det kunden har fortalt i behovsanalysen.
- Ansvarlig gjør kunden for løsningen – er løsning i henhold til kundens uttrykte behov?
- Presiser økonomiske konsekvensene der kunden er forelagt forskjellige alternativer å velge mellom.

#### **Tips til kandidaten – ved rollespill**

- Oppnår kunden det som ønskes?
- Ansvarlig gjør kunden for løsningen – er dette i henhold til kundens uttrykte behov?
- Involver kunden gjennom samtale om det økonomiske konsekvensene der kunden er forelagt forskjellige alternativer å velge mellom.
- Få kunden til å gjenfortelle den foreslåtte løsningen
- Avslutt med å spørre om kundens forventninger til møtet ble innfridd.

#### **Oppsummeringen skal følge interne rutiner**

Bedriftene har egne rutiner for hvordan en oppsummering til kunden skal gjennomføres. Denne oppsummeringen må følge de interne rutinene.

#### **Dokumentasjonen må være i henhold til bedriftens rutiner, skriftlig og levert til sensor**

##### **Hvorfor er dette et MÅ-krav?**

*God Skikk nr. 10 - Dokumentasjon:*

Løsningsforslaget og grunnlaget for denne skal dokumenteres og lagres.

Det kan være ulike rutiner i bedriftene, men sensorene må kunne innestå for at rutiner er fulgt og sikre at kunden får et korrekt tilbud. Enten det er ved dokumentasjon fra kundesamtalen, gjennomgang av utskrevne forsikringstilbud/- avtale, gjennomgang av kandidatens skjermbilder o.l. I hver bedrift må det være avklart hva som er kravene til å bestå praktisk prøve på dette punktet, og dette må være tydelig både for kandidatene og for sensorene i forkant.

##### **Merk:**

Utskrift og klargjøring av endelig dokumentasjon gjøres utenfor tidsrammen på 3,5 timer.

#### **Avtale videre fremdrift og oppfølging med kunden**

##### **Hvorfor er dette et MÅ-krav?**

*God Skikk nr. 9 - Oppfølging:*

Eventuell oppfølging fra bedriftens og kundens side skal avtales.

Mange kunder har ikke erfaring eller kunnskap om forsikring fra før. God veiledning om hva som forventes av kunden og hva kunden kan forvente av forsikringsselskapet er derfor viktig.

Har kunden en forsikring fra før og ønsker at denne skal utgå når ny forsikring blir etablert, må kunden få informasjon om hvilke regler som gjelder ved flytting, når skal avtalen sies opp, hva som skjer med betaling osv.

Kandidaten bør avklare med kunden hvordan videre saksgang vil være:

- Fra når gjelder forsikringen
- Hvem som sier opp forsikringen for kunden i annet selskap
- Fra når skal forsikringen betales
- Om det er avtalt midlertidig forsikringsavtale (og hva denne inneholder)

Videre bør kandidaten informere kunden om

- viktigheten av å sette seg inn i forsikringsavtalen
- kundens opplysningsplikt

- kundens plikt til å ta kontakt dersom risikobildet endrer seg

#### **Tips til kandidaten**

- Husk at du ikke bør avtale oppfølging som din bedrift ikke har rutiner for å følge opp. Dette er for å unngå at kunden feilaktig tror at du som rådgiver følger med på kundens vegne.

### **Kundeopplevelse**

Kunden må ha en god kundeopplevelse gjennom behovsanalysen og presentasjon av løsningsforslag

#### **Refleksjoner som sensor kan gjøre seg:**

- Hvordan ble du mottatt av rådgiver og ivaretatt som kunde?
- Var rådgiver tillitsvekkende og trygg i sin rolle?
- Hvordan føler du at rådgiver viste interesse for deg som kunde? (Lyttest rådgiver? Stilte rådgiver oppfølgingsspørsmål? Hvordan var samtalebalansen?)
- Hvordan stemmer løsningsforslaget overens med kundens behov? Er det sammenheng mellom behovsanalysen og løsningsforslaget?
- Ga rådgiver informasjon på en forståelig måte? Kan du gjengi løsningsforslaget?
- Hvordan taklet rådgiver dine eventuelle innvendinger?
- Hvordan svarte rådgiver på dine spørsmål?
- Hvordan ble kundens antatte forventninger innfridd?

#### **Samlet gjelder:**

- Kundeopplevelsen må være god

#### **Tips til kandidaten**

- En god kontaktfase er hvor du som kandidat viser interesse for kunden og kundens hverdag, kundens forventninger og fremtidsplaner.
- Åpne spørsmål, følgespørsmål og aktiv lytting er stikkord. Vis respekt for kunden. Felles agenda avtales.
- Det er viktig å trene på å få en god flyt i møtet eller refleksjonssamtalen og gi kunden/sensor større oppmerksomhet enn rekkefølge i sensorskjema eller bedriftens verktøy

## 4. God skikk – andre regler

Under beskrivelsen av de ulike MÅ-kravene er det to punkter fra reglene til God Skikk som ikke er omtalt. Dette skyldes at de i utgangpunktet ikke hører hjemme under noe spesifikt MÅ-krav, men du som kandidat må likevel forberede deg på at du kan bli testet i om du behersker disse reglene. I dine forberedelser bør du også tenke ut hvor i prøven det vil være naturlig at du blir testet.

### Reglene det gjelder er:

- 6. Interessekonflikt
- 8. Frarådingsplikt

### 6. Interessekonflikt

*Kundens interesser skal gå foran bedriftens og ansattes interesser. Interessekonflikter skal identifiseres og motvirkes. Dersom dette ikke er mulig, skal kunden informeres tydelig om interessekonflikten før avtale inngås.* Finansbedriftens og/eller rådgiverens egne interesser skal ikke ligge til grunn for anbefalingen som gis. Finanstilsynet og Forbrukerrådet har, særlig i forhold til finansielle spareprodukter, reist berettiget kritikk til selskaper som lar bedriftens interesser gå foran kundens. Det er fullt mulig å håndtere potensielle interessekonflikter og samtidig sikre lønnsomhet for bedriften. Bevissthet om når man står overfor interessekonflikter og etiske dilemmaer gjør at man lettere kan håndtere disse, og være ærlig overfor kunden. Mange produkter kan oppleves som komplekse og vanskelig å trenge igjennom, og det skaper behov for ekstra varsomhet slik at rådgiveren ikke utnytter kundens kunnskapsmangel. Å ivareta kundens interesser skaper tillit og kan gi langsiktige relasjoner mellom kunde og bedrift. Det er lønnsomt for bedriften! Åpenhet om forhold som kan ha påvirket løsningsforslaget skal gjøre kunden bedre i stand til å vurdere grunnlaget for rådet. Ett relevant eksempel kan være at bedriften tjener mer ved salg av ett produkt fremfor et annet. Et annet eksempel er produktkampanjer som skal løfte salget av bestemte produkter, noe som i større eller mindre grad vil kunne påvirke rådgiveren, særlig hvis kampanjen inneholder insentiver eller premier. Det er ikke alltid slik at ett eller to bestemte produkter er de eneste rette. Det kan være flere likeverdige alternativer. Svært ofte vil det være samsvar mellom hva som er best for bedriften og hva som er best for kunden.

### 8. Fraråding

*Løsninger som ikke er forenlige med kundens behov og interesser skal frarådes.*

Fraråding er aktuelt der kunden selv ønsker et produkt og rådgiver ser at kunden ikke bør kjøpe produktet. Hensikten med regelen er at rådgiveren med sin kompetanse skal fraråde kunden til å gjøre ugunstige valg, eksempelvis ved at forsikringen ikke ville antas å kunne gi erstatning eller samsvarer med kundens behov.

En kunde kan ha ønske om et bestemt produkt av ulike årsaker: de kan eksempelvis ha fått det anbefalt av andre eller har produktet fra før uten at kunden har forstått innholdet i forsikringen. Fraråding er ikke det samme som å nekte kunden å kjøpe produktet – naturlig nok er det kunden som bestemmer om frarådingen skal følges. Det er viktig at rådgiveren sørger for dokumentasjon av det som er sagt.



#### Finansnæringens Autorisasjonsordninger

**Post** PB 2572 Solli, 0202 Oslo **Besøk** Hanteens gt. 2, Oslo  
**Telefon** +47 23 28 42 00 **Web** [www.finaut.no](http://www.finaut.no) **E-post** [post@finaut.no](mailto:post@finaut.no)