



Psychologie van financiële planning			
	Leerdoelen	Begripsniveau	Specificatie en voorbeelden toepasbare theorieën
1.	Houding, waarden en vooroordelen van klant en planner		
1.1	Analyseer de risicotolerantie en verliesaversie van een klant en zorg ervoor dat aanbevelingen c.q. het advies overeenkomen met de houding, risicobereidheid, stressbestendigheid, vaardigheden, kennis en behoeften van de klant.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	<p>De sociale omgeving beïnvloedt in grote mate de individuele overtuigingen en behoeften van de klant (en ook de planner!) met betrekking tot geld. Culturele achtergrond, generatie, sociale klasse en de gemeenschap waarin mensen geboren worden, opgroeien en leven, spelen hierin een belangrijke rol. Daarnaast hebben de unieke persoonlijkheid en ervaringen uit het verleden (Financial Flashpoints) grote invloed op de houding, de risicotolerantie en de verliesaversie van de klant.</p> <p>Overige onderwerpen zijn:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Neiging tot risico's nemen.2. Risicoperceptie.3. Kalmte bij risico's nemen.4. Risicodragend vermogen.5. Risicohouding.6. Risicokennis.7. Emoties bij bijvoorbeeld het in waarde stijgen of dalen van beleggingen.8. De angst om iets te missen.9. Risicotolerantie.10. Verliesaversie.



1.2	<p>Een van de doelen van de financieel planner is het opbouwen van financiële zelfstandigheid van de klant, in plaats van het uitsluitend aandragen van adviezen en oplossen door de financieel planner.</p> <p>Leg uit hoe de psychologie van de klant, persoonlijke achtergrond, voorkeursleerstijl en waarden van een klant invloed hebben op het financiële planningsproces.</p>	<p>Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten</p>	<p>Levensloop psychologie: de psychologische kenmerken van de levensloop van mensen en de verschillende life-events die op hun pad kunnen komen.</p> <p>Ontwikkelingspsychologie: mensen leren en ontwikkelen zich continue, iedereen op diens eigen niveau en in eigen tempo. Financiële planning is daardoor geen momentopname maar een continu proces.</p> <p>Voorkeursleerstijlen van de klant, bijvoorbeeld visueel leren, auditief leren, verbaal leren, fysiek leren, logisch leren, sociaal leren en solitair leren.</p>
1.3	<p>Leg uit hoe de waarden van een klant, waaronder culturele en religieuze waarden en gewoonten, zijn of haar doelen en het financiële planningsproces kunnen beïnvloeden.</p>	<p>Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten</p>	<p>Elke klant heeft unieke normen, waarden, gewoonten, overtuigingen en leefstijl met daaruit voortvloeiende wensen, doelen, behoeften en gedrag. Ontwikkelen van een multiculturele mentaliteit bij de financieel planner nodig om de unieke persoonlijkheid van de klant centraal te stellen. De planner herkent de eigen biases en heuristieken (reflectie), staat open voor feedback is bereid om te leren en zich te ontwikkelen, handelt vanuit openheid en respect en probeert het wereldbeeld van de klant te begrijpen.</p>
2.	Behavioral finance (gedragseconomie)		
2.1	<p>Financiële planning gaat over het behalen van de doelen van de klant. Beschrijf de achterliggende theorie rondom het behalen van doelstellingen voor de klant.</p>	<p>Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Waarden en doelen van klanten. 2. Behoeftepiramide van Maslow. 3. Zelf Determinatie Theorie: drie universele en fundamentele menselijke behoeften (autonomie, competentie en verbondenheid). 4. Menselijke doelen/behoeften en zelfdestructief financieel gedrag.



			<ol style="list-style-type: none"> 5. Financieel planner richt zicht op behoeften in plaats van te reageren op gedrag van de klant (onbevooroordeeld en oplossingsgericht werken). 6. Zelfcontrole en hoge mate van zelfeffectiviteit (internal locus of control and high self-efficacy/geloofd de klant zelf dat hij/zij de doelen kan bereiken?); 7. Congruentie in de doelstellingen (Goal Incongruence).
2.2	De planner past verschillende stappen toe om de klant te helpen zijn of haar doelen te bereiken.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	<p>De planner helpt de klant om diens doelen te behalen door:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Maak de klant bewust van diens doelen. 2. Moedig de klant aan om meer doelen te stellen. 3. Moedig de klant ook aan om een aantal niet-materiële doelen te stellen. "Wat zou de klant willen als er geen enkele belemmering zou zijn?" 4. Help de klant om de doelen specifiek te maken. 5. Laat de klant een concrete rekening of spaarpotje maken voor elk specifiek doel. 6. 6)Automatiseer betalingen/acties om de doelen gemakkelijker te bereiken. 7. Informeer regelmatig naar de voortgang m.b.t. de doelen. 8. Anticipeer op obstakels en maak een plan om er overheen te komen. 9. Monitor regelmatig de doelen en haalbaarheid ervan.
2.3	Beschrijf hoe de psychologie van een klant, zoals diens financiële comfortzone, relaties met andere mensen, geldovertuigingen en eerdere financiële ervaringen en gedragingen, hun doelstellingen, doelen,	Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten	<p>Psychologie van de klant, beslissingen worden genomen op basis van een combinatie van:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Emoties. 2. Denken/cognitie. 3. Gedrag. 4. Persoonlijkheid.



	<p>begrip, besluitvorming en acties beïnvloeden.</p>		<ol style="list-style-type: none"> 5. Meervoudige intelligentie. 6. Generatie en levensfasen. 7. Groepsdynamica. <p>Financiële comfortzone: sociaaleconomische klasse waarin iemand zich comfortabel voelt. Als iemand rijker of armer wordt, en daardoor te maken krijgt met mensen in andere sociaaleconomische klassen, dan kan dit ongemakkelijke gevoelens geven waardoor klanten hun eigen financiële doelen kunnen saboteren.</p> <p>Relaties/interacties met andere mensen/groepsdynamica: kan zowel sociale steun als remmende factor zijn voor een individu bij het realiseren van eigen wensen en doelen.</p> <p>Geldovertuigingen: normen en waarden en gewoonten m.b.t. geld die hun oorsprong vinden in de culturele afkomst en sociaal-maatschappelijke omgeving.</p> <p>Financiële flashpoints: (goede en slechte) ervaringen met financiën in het verleden die iemands huidige kijk op geld en diens gedrag heeft gevormd. Intrinsieke en extrinsieke motivatie bij doelstelling, doelen, besluitvorming en uitvoering acties.</p>
2.4	<p>Identificeer hoe cognitieve denkfouten (biases) en probleemoplossend vermogen (heuristiek) financiële besluitvorming kunnen beïnvloeden.</p>	<p>Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties</p>	<p>Instinctief gedrag en het risico van oversimplificatie waardoor mensen slechte financiële beslissingen maken.</p> <p>Biases en heuristieken:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ankerheuristiek of verankerings-effect. 2. Affiniteitsbias. 3. Beschikbaarheidsbias. 4. Meeloop-effect.



			<ol style="list-style-type: none">5. Bevestigingsbias.6. Cognitieve dissonantie.7. Dispositie-effect.8. Eigendomseffect of bezitseffect.9. Vertrouwdheidsbias.10. Vasttariefbias.11. Gokkersmisvatting.12. Wet van de kleine getallen.13. Verliesaversie.14. Mentaal boekhouden.15. Overmoed of zelfoverschatting.16. Overtuigingsbias.17. Recentheidseffect.18. Spijtaversie.19. Representativiteitsheuristiek.20. Saillantebias21. Status-quo-bias.22. Verzonken-kostenvalkuil.
--	--	--	--



2.5	Identificeer problematisch geldgedrag dat bij een klant zou kunnen bestaan en welke psychische problemen kunnen ontstaan door geldzorgen.	Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten	Problematisch geldgedrag: <ol style="list-style-type: none">1. Te veel geld uitgeven en te weinig sparen.2. Negeren van de financiële situatie.3. Financiële verlamming.4. 4)Ruziemaken over geld.5. Liegen over geld.6. Geld gebruiken als machtsmiddel.7. Financiële (belangen)verstremgeling.8. Financiële afhankelijkheid.9. Andermans financiële problemen telkens oplossen of verwachten dat iemand anders jouw financiële problemen wel weer oplost.
2.6	Identificeer welke psychische problemen kunnen ontstaan door geldzorgen.	Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten	Psychische problemen door geldzorgen: <ol style="list-style-type: none">1. Stress.2. Angst.3. Wantrouwen.4. Schaamte.5. Depressie, verslavingen (bijvoorbeeld gokverslaving, koopverslaving, extreme verzamelwoede).
2.7	De Financieel Planner kent de wetenschap rondom positieve psychologie	Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten	Wetenschap van de positieve psychologie: <ol style="list-style-type: none">1. Persoonlijk welzijn.2. Geluk.3. Doelstellen.4. Zoektocht naar betekenis.5. Gezonde relaties met andere mensen.



3. Bronnen van geldconflicten			
3.1	Identificeer de motivatie van een klant om diens financiële doelen te bereiken.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	Doelen van de klant kunnen bijvoorbeeld concreet gemaakt worden met bijvoorbeeld de SMART-methode (specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden). Open vragen stellen die de klant helpen om eigen motivaties te ontdekken en te articuleren (drijfveren van de klant). Observeren van klantgedrag en het analyseren van hun interacties met financiële producten en diensten. Intrinsieke motivatie is krachtiger dan extrinsieke motivatie.
3.2	Leg de klant uit wat de gevolgen zijn van een gebrek aan onderlinge transparantie met partner of nabije sociale omgeving bij het nemen van financiële beslissingen.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	Situaties: <ol style="list-style-type: none">1. Conflicterende overtuigingen m.b.t. financiën.2. Te weinig financiële transparantie.3. Conflicterende financiële doelen.4. Machtsverschillen tussen partners.5. Financieel misbruik.6. Deelinstinct/natuurlijk neiging om middelen of ervaringen met anderen te delen.7. Iemand financieel onwetend houden.8. Financiële afhankelijkheid (vanuit gever en ontvanger bezien);9. Anderen (bijvoorbeeld kinderen) ongewenst belasten met financiële problemen.10. Misbruik maken van het geld van kinderen.11. Financieel misbruik maken van de ouders.12. Geld lenen aan/van vrienden of familie.13. Financiële conflicten met businesspartners of bijvoorbeeld medewerkers.



3.3	Identificeer categorieën van potentieel financieel conflict tussen klant en diens partner en/of klant en diens nabije sociale omgeving.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	<p>Vier soorten conflicten:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Innerlijk conflict2. Conflict met partner.3. Conflict met familie.4. Conflict met anderen, zoals bijvoorbeeld vrienden, kennissen, werkgever, collega's of businesspartners. <p>Innerlijke conflicten:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ideale zelfbeeld versus werkelijke zelf;2. Verschil in doelen en handelen van de klant (incongruentie).3. Intrinsieke en extrinsieke motivatie. <p>Conflict met partner:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Conflicterende overtuigingen met betrekking tot geld.2. Onvoldoende transparantie over de geldzaken.3. Conflicterende financiële doelen.4. Machtspositie binnen de relatie.5. Financieel misbruik. <p>Conflicten met familie:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Instinctieve drang om te delen.2. Financiële afhankelijkheid (bezien vanuit geveer en ontvanger).3. Financiële (belangen)verstremgeling.4. Financieel misbruik van ouders.5. Financieel misbruik van het geld van kinderen. <p>Conflicten met anderen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Zakelijke conflicten met businesspartners.
-----	---	--	---



			<ol style="list-style-type: none">2. Zakelijke conflicten met werknemers over bijvoorbeeld het salaris.3. Conflicten met vrienden over bijvoorbeeld het lenen en (terug)betalen van geld.
3.4	Communiceer het belang dat financiële doelen en doelstellingen overeenkomen met die van de partner of nabije sociale omgeving.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	<p>Werken met stellen is complexer dan het financieel plannen van individuen. Een financieel planner heeft niet alleen te maken met de huidige situatie van de klant maar ook met de invloeden uit het verleden en de eventuele relaties in de toekomst van de partner en/of de nabije sociale omgeving van de klant. Voorop staat dat de financieel planner in dit gesprek zelfbewust handelt, de eigen grenzen en de grenzen van het beroepsprofiel bewaakt en de neutraliteit bewaart.</p> <p>Overdracht (Transference): psychologische verschijnsel waarbij in de setting met een financieel planner de klant onbewust emoties, verlangens en verwachtingen projecteert op de planner.</p> <p>Tegenoverdracht (Countertransference): onbewuste reacties, gevoelens of projecties van de planner richting de klant, als antwoord op de overdracht van de klant. De planner kan behulpzaam zijn bij het oplossen van financiële conflicten tussen klanten door het verschil in overtuigingen en doelen van de gesprekspartners helder te krijgen en daarover de dialoog aan te gaan. Dit kan klanten helpen om financieel welzijn te bereiken voor zichzelf en voor elkaar. Klanten kunnen gescheiden en/of</p>



			gecombineerde financiën hebben. Een geschikte communicatietechniek: Motiverende Gespreksvoering (MVG).
3.5	Herken situaties waarin geld gebruikt kan worden als middel voor ongepaste beïnvloeding, controle of misbruik in relaties (bijvoorbeeld machtsonevenwichtigheden, financieel misbruik en financiële ondersteuning).	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	Aandacht voor subtiele signalen en gedragspatronen: <ol style="list-style-type: none">1. Volledige controle nemen over financiën, zonder met de ander te overleggen.2. Het beperken van toegang tot geld of andere middelen.3. Het niet verantwoorden van uitgaven aan de ander.4. Alleen bepalen hoe het geld wordt uitgegeven.5. Controleren van uitgaven van de ander.6. Het dwingen van de ander om een lening af te sluiten.7. Het stelen van geld van de ander.8. Financiële afhankelijkheid waardoor de ander zich gedwongen voelt om in de relatie te blijven, zelfs als deze schadelijk is. Het kan beginnen met kleine, schijnbaar onschuldige handelingen maar kan escaleren naar meer beklemmende vormen van controle. Betrokken personen zijn vaak partners, kinderen of ouders.



4.	Principes van de theorie rondom klantgericht adviseren in de praktijk van financiële planning		
4.1	Leg uit hoe de principes van de theorie rondom klantgericht adviseren effectief kunnen worden ingezet in de praktijk van financiële planning.	Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten	<p>Een geschikte theorie hierbij is de klantgerichte theorie van Carl Rogers. Deze theorie komt uit de therapiepraktijk en is goed te vertalen naar de praktijk van de Financieel Planner. Later door andere wetenschappers uitgebreid tot de volgende zeven hoofdthema's</p> <ol style="list-style-type: none">1. Congruentie.2. Onvoorwaardelijke positieve benadering.3. Empathie.4. Confrontatie.5. Concreetheid.6. Selfdisclosure.7. Immediacy. <p>Uitgangspunt: de financieel planner is de deskundige over het financieel planningsproces, de klant is deskundig over diens eigen leven.</p> <p>Focus op oplossingen, niet de problemen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. De wondervraag 'what if...'2. Helpen met het formuleren van korte- en lange termijn doelstellingen.3. Gebruik schaalvragen voor het kwantificeren van subjectieve ervaringen.4. Geef (welgemeende) complimenten.



			<p>5. Wees nieuwsgierig (oordeel niet, doe geen aannames en stel open vragen).</p> <p>Praat met de klant over:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De situatie. 2. Automatische gedachten daarbij. 3. Emotionele reacties hierop, en 4. Daaruit voortvloeiend gedrag. <p>Help de klant om niet-helpende overtuigingen m.b.t. financiën te identificeren:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De gedachten te identificeren die niet-helpend zijn en mogelijk tot problemen leiden. 2. Inzicht te verkrijgen in de motivatie van de klant en diens gedrag, of het gedrag en de motivatie van anderen rondom de klant. 3. Gebruik probleemoplossende vaardigheden. 4. Versterk het zelfvertrouwen van de klant.
4.2	Laat zien hoe een planner een relatie van eerlijkheid en vertrouwen kan ontwikkelen in de interactie met een klant.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	De financieel planner is oprecht en doet zich niet anders voor dan de planner is. Vooral de onvoorwaardelijke positieve benadering is essentieel in het kader van deze toetsterm, maar kan niet los gezien worden van de andere hoofdthema's.
4.3	Kies geschikte advies- en communicatietechnieken voor gebruik bij individuele klanten.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	<p>Handelen binnen de essentie van het beroep van financieel planner zoals gedefinieerd in het Beroepsprofiel Gecertificeerd Financieel planner FFP.</p> <p>Een geschikte adviesmethode: klantgerichte theorie van Carl Rogers (deze uiteraard vertaalt naar de praktijk van de financieel planner).</p>



			<p>Een geschikte communicatietechniek: Motiverende gespreksvoering (Miller & Rollnick) met de volgende vier basisprocessen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Relatie bouwen en onderhouden.2. Focussen - richting kiezen.3. Ontlokken.4. Planning. <p>De systematiek van Motiverende gespreksvoering geeft op praktische wijze uitvoering aan de principes van de adviesmethode. Het is voldoende om de basisprincipes van de adviesmethode te kennen en dit vervolgens te kunnen toepassen d.m.v. bijvoorbeeld de methode van Motiverende gespreksvoering (MVG).</p>
5.	Algemene uitgangspunten van effectieve communicatie		
5.1	Herken de diverse bestanddelen van communicatie, waaronder verbale en non-verbale communicatie.	Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten	<p>Vijf grondbeginselen van communicatie (Paul Watzlawick):</p> <ol style="list-style-type: none">1. Je kunt niet niet communiceren;2. Communicatie bestaat uit een inhoudelijk en een relationeel aspect;3. De interpunctie van de communicatie (referentiekader c.q. bril waardoor men naar de wereld om zich heen kijkt);4. Onderscheid tussen digitale (=verbaal/inhoud) en analoge (=non-verbaal) communicatie;5. Elke uitwisseling van communicatie is ofwel symmetrisch ofwel complementair.



			<p>Inhoudelijke niveau van de communicatie (vragen stellen, concretiseren, parafraseren, samenvatten en verbaal reflecteren van gevoel).</p> <p>Relationele deel van de communicatie (gezichtsuitdrukking, oogcontact, lichaamshouding, interpersoonlijke afstand, intonatie, kleding en uiterlijk).</p> <p>Meta-communicatie (helicopterview, vlottrekken communicatie, doel-terugkoppeling, hardop denken, chunking, observatie).</p> <p>Observatie van de klant (bewust kijken en luisteren, observator-bias, observatiepunten, halo-effect, contrast effect, similar-to-me-bias, de neiging om iedereen met dezelfde maat te meten).</p> <p>Soorten interviews: ongestructureerd, gestructureerd, het gebruik van tests die geschikt zijn binnen de context van financiële planning.</p>
5.2	Pas actieve communicatievaardigheden, waaronder luisteren, toe bij het communiceren met klanten.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	<p>Communicatiemethode Motiverende gespreksvoering (MVG): kernvaardigheden</p> <ol style="list-style-type: none">1. Open vragen stellen.2. Reflectief luisteren.3. Bevestigen/bekrachten.4. Samenvatten.5. Informatie delen.



5.3	Kies geschikte advies- en communicatietechnieken voor gebruik bij individuele klanten.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	<p>Handelen binnen de essentie van het beroep van financieel planner zoals gedefinieerd in het Beroepsprofiel Gecertificeerd Financieel planner FFP.</p> <p>Een geschikte adviesmethode: klantgerichte theorie van Carl Rogers. Een geschikte communicatietechniek: Motiverende gespreksvoering (Miller & Rollnick) met de volgende vier basisprocessen:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Relatie bouwen en onderhouden.2. Focussen - richting kiezen.3. Ontlokken.4. Planning. <p>De systematiek van Motiverende gespreksvoering geeft op praktische wijze uitvoering aan de principes van de adviesmethode. Het is voldoende om de basisprincipes van de adviesmethode te kennen en dit te kunnen toepassen d.m.v. de methode van Motiverende gespreksvoering (MVG).</p>
6.	Crisisgebeurtenissen met ernstige gevolgen		
6.1	Breng mogelijke toekomstige crises in kaart, bereid de klant daarop voor, benoem voorzieningen en maak een plan om de klant te helpen door onvoorziene financiële noodsituaties te navigeren	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	Financiële instincten van mensen in relatie tot het stellen van financiële doelen en deze te realiseren.



6.2	Herken hoe verschillende soorten financiële of economische crises invloed hebben op klanten.	Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten	<p>Biases en heuristieken in relatie tot risico's en kenmerken vermogensopbouw/-verlies (cognitief).</p> <p>Collectief gedrag bij een financiële of economische crisis.</p> <p>Persoonlijke emoties zoals stress, angst, schaamte, wantrouwen en het ervaren van schaarste of verlies zorgt voor een focuseffect/tunnelvisie waardoor het denkvermogen van mensen wordt beperkt en de zelfeffectiviteit (self efficacy) vermindert.</p> <p>Behoeftenpiramide van Maslow. Rouwproces bij het verlies van vermogen, inkomen of maatschappelijke status. Life-events kunnen nieuwe levensfase inluiden waardoor angst/onzekerheid over de toekomst ontstaat. Bij een crisissituatie is de klant vooral gericht op korte-termijn-beslissingen waarbij de lange termijndoelen in gevaar kunnen komen.</p> <p>Ook de financieel planner heeft eigen biases en heuristieken, emoties en gedrag die van invloed zijn op de wijze waarop de planner op het gedrag van de klant reageert en handelt met betrekking tot de te nemen financiële beslissingen door de klant. Klant zal beroep doen op financieel planner in crisissituaties waarop planner adequaat dient te reageren.</p>
-----	--	--	---



6.3	<p>Beoordeel de potentiële impact van crisisgebeurtenissen op korte- en langetermijndoelstellingen, waaronder baan- en/of inkomensverlies en verminderde gezondheid.</p>	<p>Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties</p>	<p>Persoonlijke crises met grote consequenties voor de klant:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De dood van de klant, diens partner of iemand anders in de nabije omgeving. 2. Progressieve mentale of fysieke achteruitgang of een psychische ziekte van de klant, diens partner of iemand anders in de nabije omgeving. 3. De klant, diens partner of iemand anders in de nabije omgeving, heeft zojuist een stressvolle medische diagnose gehad. 4. Significante financiële verliezen, bijvoorbeeld het verlies van werk & inkomen, een huis, een onderneming, beleggingsverliezen, die kunnen leiden tot depressie of erger. 5. Significante conflicten in de partnerrelatie of directe familie. 6. Het verbreken van een partnerrelatie of scheiding. 7. Geconfronteerd worden met verlies van bezittingen en/of dierbaren door natuurgeweld of brand. 8. Stressvolle gebeurtenissen in het gezin, zoals de geboorte van een kind, het lege-nest-syndroom of het verzorgen van een ziek of hulpbehoevend familielid. 9. De zorg voor ouders die hulpbehoevend worden. 10. Verminderde capaciteiten van de klant, diens partner of iemand anders in de nabije omgeving. 11. Financiële problemen, betalingsachterstanden en ernstige geldzorgen. 12. Elk ander event dat door de klant als moeilijk, emotioneel of potentieel gevaarlijk wordt ervaren.
6.4	<p>Beschrijf de rol van de financieel planner bij het monitoren van cognitieve vooroordelen</p>	<p>Begrijpen: het uitleggen van ideeën of concepten</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planners kunnen op de volgende wijzen effectief bijdragen aan het verminderen van de impact van cognitieve vooroordelen



	in relatie tot mogelijke crisisgebeurtenissen.		<p>(biases en heuristieken) op het welzijn en de besluitvorming van klanten.</p> <ol style="list-style-type: none">2. Bewustwording creëren bij de klant van diens cognitieve vooroordelen door deze te identificeren en te bespreken.3. De klant vooraf onderwijzen over cognitieve vooroordelen en hoe deze hun beslissingen en percepties kunnen beïnvloeden zodat de klant diens vooroordelen eerder bij zichzelf herkent en corrigeert.4. Gestructureerde methoden en instrumenten gebruiken om bijvoorbeeld de overtuigingen van de klant met betrekking tot financiële besluitvorming te meten.5. Reflectieve technieken, bijvoorbeeld door het aanmoedigen van de klant tot zelfreflectie en kritische denkvaardigheden.6. Als planner rolmodel zijn voor de klant door zich bewust te zijn van de eigen vooroordelen van de planner en deze actief te bestrijden.7. Ondersteuning bieden door het scheppen van een goede relatie tussen planner en klant, waarin de klant zich veilig en vertrouwd voelt om gedachten en gevoelens te uiten bij het identificeren en aanpakken van cognitieve vooroordelen.
6.5	Toon empathie, vertrouwen en bekwaamheid om klanten te helpen de gevolgen van een crisis te overzien.	Toepassen: het gebruiken van informatie in praktijksituaties	Een geschikte adviesmethode: Zeven hoofdthema's klantgerichte theorie van Carl Rogers. Communicatiemethode: Motiverende Gespreksvoering (MVG).