

'Buitenlanders lopen warm aan zijlijn verzekeringsmarkt'

Buitenlandse verzekeraars zijn langs de zijlijn aan het warmlopen om spoedig de Nederlandse verzekeringsmarkt te betreden. "Toetreding wordt steeds makkelijker", zegt Olav Cuiper.

Hij is samen met Gerrit Vos aandeelhouder van het nieuwe managementadviesbureau Amvox (onderdeel van ITDS), dat Nederlandse en buitenlandse verzekeraar wil begeleiden naar nieuwe markten. Een voorbeeld daarvan is het Britse eUcover, dat via Independer in ons land autoverzekeringen

Ditzo wint prijs met internetsite

Internetverzekeraar Ditzo (ASR) heeft de WebExcellence Award gewonnen, een prijs die door adviesbureau DCE Consultants wordt uitgereikt aan de beste schadeverzekeringswebsite. Levenmaatschappijen hebben volgens DCE nog veel werk te verzetten.

DCE heeft voor de derde keer de websites van verzekeraars onder de loep genomen. Volgens het bureau scoort Ditzo van de schadeverzekeraars het beste op interactie en transactie, vóór Rabobank en Postbank.

Avéro Achmea, Interpolis en DBV komen als beste uit de bus bij de levensverzekeraars, al blijven zij op internet ver achter bij hun schadecollega's, vindt DCE. "Op het gebied van interactie en transactie wordt zeer laag gescoord. Er zijn enorm veel mogelijkheden om klanten direct in contact te brengen met de levensverzekeraar en zodoende via internet een product te sluiten. Dat is bij andere verzekeringsproducten ook mogelijk en zou goed toepasbaar zijn op de levensverzekeringsbranche."

Volgens DCE is DBV het verst in het bieden van transactiemogelijkheden, al bestaan die uitsluitend uit hulp om via een tussenpersoon een polis te sluiten.

gaat verkopen (zie elders in dit nummer).

Vergelijkingsites

Volgens Cuiper moeten verzekeraars zich gaan voorbereiden op een verdere opkomst van vergelijkingssites. "Nederlandse partijen moeten zich afvragen of ze klaar zijn voor wat op hun afkomt. Als dat wat in Engeland gebeurt, ook hierheen komt, moet je daarop voorbereid zijn."

Hij constateert dat partijen als Ditzo (Fortis) en Allsecur (Allianz) veel geld pompen in hun naamsbekendheid. "Overigens is het Allsecur-model redelijk simpel. Ik denk dat ze daar een behoorlijk volume mee binnenhalen. Bij Ditzo is gekozen voor een uitgebreider productmodel. Verder zie je nog wat kleinere initiatieven als iZio en Onna-onna."

Affinity

Volgens Cuiper ontstaat er op internet een soort driedeling. Grote partijen die veel geld te besteden hebben, kleinere partijen die vooral op prijs concurreren en partijen die achter een merk gaan zitten, ook wel *affinity business*. "Zoals Fortis in Engeland doet met bijvoorbeeld

beeld Kwik Fit Insurance, maar ook met Age Concern, een grote community voor vijftigplussers."

Cuiper denkt dat de Hema een van de snelst groeiende internetportalen is. "Ze willen de beste verzekering voor de beste prijs aanbieden en daarbij maken ze gebruik van een sterk merk (Aon, red.)."

Internetverzekeraars

Cuiper en Vos hebben vele jaren ervaring in de verzekeringsbranche en werkten onder meer met elkaar samen bij Delta Lloyd, waar Cuiper toen directeur was. Gerrit Vos



Olav Cuiper: "Nederlandse partijen moeten zich afvragen of ze klaar zijn voor de opkomst van vergelijkingssites."

Personeelsafdelingen financiële sector vaak 'ondermaats'

Bijna een derde van de medewerkers in de financiële sector voelt zich niet of onvoldoende ondersteund door de personeelsafdeling van het bedrijf en acht deze ondersteuning dan ook ondermaats. Dat blijkt uit onderzoek van Integron onder 4.400 managers en medewerkers in de zakelijke dienstverlening.

De financiële dienstverlening kan een belangrijke slag maken in de ondersteuning van medewerkers door het personeelsbeleid verder te professionaliseren en beter af te stemmen op hun verwachtingen, concluderen de onderzoekers van Integron, een bureau dat is

gespecialiseerd in medewerker- en klanttevredenheidsonderzoeken.

Toch is de loyaliteit van werknemers in de financiële dienstverlening, ondanks de kredietcrisis relatief groot. Slechts een op de acht werknemers verwacht de sector de

werkt al jaren bij ITDS in Naarden. Cuiper werkte na Delta Lloyd een aantal jaren als algemeen directeur bij Fortis Insurance International (FII). "Ik heb toen onder meer in Frankrijk, Polen en Rusland internetverzekeraars opgezet."

Wanbetalers beter in beeld bij verzekeraars

Friss Fraudebestrijding en Experian hebben een koppeling tot stand gebracht tussen het fraudedetectiesysteem van Friss en de consumentendatabase van Experian.

Verzekeraars kunnen klanten hierdoor beter controleren op bijvoorbeeld hun betalingshistorie. "Experian is gespecialiseerd in de aanpak van woonfraude bij woningcorporaties en wij zijn marktleider in fraudebestrijding bij verzekeraars", aldus directeur Leon Brunenberg van Friss.

Verzekeraars kunnen de gegevens over consumenten die in de database van Experian zijn opgeslagen zowel bij de acceptatie van nieuwe klanten als bij de afhandeling van schadeclaims gebruiken. Hierdoor krijgen ze het debiteurenrisico beter in beeld. "Met gegevens over kredietwaardigheid en betalingshistorie van consumenten kunnen ze de notoire wanbetalers er gemakkelijk uithalen", aldus Friss.

komende twee jaar te verlaten, tegen een op de zes landelijk. Daarentegen is het percentage werknemers dat binnen de sector solliciteert, met 23% hoger dan gemiddeld.

"Op de krappe arbeidsmarkt zouden bedrijven hun achterdeur beter dicht kunnen houden door meer aandacht te besteden aan opleiding en ontwikkeling, loopbaanplanning en het proactief oplossen van problemen", aldus de onderzoekers. Medewerkers verwachten daarbij van hun zogenoemde HR-afdeling ook meer maatwerkondersteuning.