

am: VERZEKERINGSMONITOR 2020

Medio 2020 werkten **am:** en **Ipsos** samen aan een onderzoek om de stand van zaken binnen de Nederlandse verzekeringswereld op te halen. Deze **am:Verzekeringsmonitor** werd verspreid over 3 artikelen gepubliceerd (in september, oktober en november). Deze artikelen zijn in dit rapport gebundeld.

Theo van Vugt (**am:**)
Patrick van den Bos (**Ipsos**)

December 2020



am:



ZEKER WETEN

DE AM VERZEKERINGSMONITOR 2020

INTERMEDIAR EN VERZEKERAAR ZIJN TROTS OP HUN WERK; CORONA HEEFT NIET ZOVEEL EFFECT

AM en Ipsos deden een groot onderzoek onder verzekeraars en het intermediair over alle thema's die op dit moment spelen. Dit is het eerste verhaal daarover. Over corona maken ze zich niet zoveel zorgen. Maar wel over digitalisering en consolidatie.

Door: Patrick van den Bos (Ipsos) en Theo van Vugt

Om te weten wat er speelt binnen de verzekeringswereld hebben AM en onderzoeksbureau Ipsos de handen ineen geslagen. Medio 2020 hebben we gezamenlijk een grootschalig onderzoek gehouden onder intermediairs, verzekeraars en andere spelers in de sector, met de bedoeling dit jaarlijks te herhalen. Zo kunnen we de bewegingen volgen die onze sector maakt en nieuwe trends ontdekken.

In juni en juli hebben ruim vijfhonderd insiders uit de branche meegewerkt aan de AM verzekeringsmonitor 2020, waarbij op een groot aantal gebieden mooie, opvallende, maar ook zeker geruststellende inzichten naar voren zijn gekomen. De meest interessante resultaten delen wij de komende periode in drie artikelen. In dit eerste artikel gaan we vooral in op het algemene beeld van medewerkers in de sector. Hoe ervaren zij het werken binnen de verzekeringsbranche en wat zijn hun meningen op het gebied van relevante thema's zoals consolidatie? Het tweede artikel zoomt meer in op de overeenkomsten en de verschillen in opvattingen tussen intermediairs en verzekeraars. Tot slot laten we in het derde artikel meer zien over de waardering van individuele verzekeraars, door het intermediair.

Werknemers in de sector zijn tevreden en positief gestemd. Het gemiddelde rapportcijfer dat men geeft wanneer men overall het werken in de verzekeringsbranche moet beoordelen, is een 7,7. Hierbij geven de meeste medewerkers een 8 of hoger. Daarnaast geeft twee derde van alle res-

MIJN BEDRIJF NA DE CORONACRISIS

	Totaal	verzekeraars	intermediairs
Sterker uit de crisis	38%	51%	30%
Verwacht geen verandering	37%	27%	47%
Zwakker uit de crisis	20%	19%	20%

STELLINGEN

	Mee eens	Mee oneens
Buitenlandse techgiganten vormen een bedreiging voor de Nederlandse verzekeringsindustrie	40%	25%
Grote premiedifferentiatie op basis van big data zet de solidariteit in verzekeringen onder druk	57%	14%
Ik verwacht dat de werkgelegenheid in de verzekeringsbranche door digitalisering afneemt	71%	14%
Het is goed dat de overheid werk maakt van provisie transparantie	47%	36%
Consolidatie onder verzekeraars is goed geweest voor de markt	20%	50%
Consolidatie onder intermediairs is goed voor de markt	30%	39%
Voor zzp'ers in Nederland zou een AOV verplicht moeten zijn	37%	40%
Er moet duidelijker onderscheid komen tussen onafhankelijk advies en gebonden verkoop	77%	6%

pondenten aan trots te zijn op het werken in de verzekeringsbranche. Hierin zit geen verschil tussen werknemers bij een verzekeringsmaatschappij en intermediairs.

Trots op eigen bedrijf

Als het gaat om het werken bij het huidige bedrijf, dan ligt de trots nog hoger. Meer dan 8 op de 10 branchegenoten is er trots op werkzaam te zijn bij zijn of haar huidige bedrijf (83 procent). Hierin zit een redelijk groot verschil tussen de binnendienst (67 procent) en de buitendienst (85 procent).

Opvallend is dat de impact van de coronacrisis invloed heeft op de manier waarop verzekeraars en intermediairs naar hun huidige werk kijken. Zo zijn medewerkers die verwachten dat hun bedrijf (veel) zwakker uit de coronacrisis komt iets negatiever over het werken in de branche. Op de mate van trots voor het eigen bedrijf, is dit verschil nog veel groter: 64 procent van de ondervraagden die verwachten dat hun organisatie niet goed uit de crisis komt is trots op het bedrijf waar zij werken, tegenover 82 procent van de medewerkers die geen veranderingen verwachten; en zelfs 94 procent van de medewerkers die denken dat de coronacrisis uiteindelijk positieve impact heeft op de bedrijfsvoering.

Dit is niet gek: ontegenzeggelijk heeft de coronacrisis op de gehele maatschappij een enorme impact. Kijk naar bijvoorbeeld sectoren als de horeca, de reiswereld of de automobiellindustrie.

Impact corona valtmee

Terug naar de verzekeringswereld. Wanneer respondenten recht op de man af wordt gevraagd naar de impact van de coronacrisis op de branche, zijn zij hier redelijk positief over. Vooral intermediairs geven aan dat zij denken dat het best wel meevalt; 53 procent is het oneens met de stelling dat de impact extreem groot is. Slechts 13 procent vermoedt dat de crisissituatie wel van redelijke impact zal zijn op de verzekeringswereld. Opvallend daarbij is weer, gelet op de verschillende functiegroepen, dat met name de buitendienst en het management negatiever gestemd zijn dan bijvoorbeeld het ondersteunend personeel.

De groep respondenten die verwachten dat het eigen bedrijf sterker uit de coronacrisis komt (38 procent), is groter dan de groep die verwacht dat het bedrijf er zwakker uitkomt (20 procent). Daarbij zijn medewerkers van verzekeraars positiever dan medewerkers van intermediairs. Ook verwacht gemiddeld een derde van de respondenten niet dat er voor zijn of haar bedrijf iets verandert.



Hoewel het merendeel van medewerkers van verzekeraars verwacht dat het eigen bedrijf sterker uit de coronacrisis komt, is toch 13 procent van hen bang om als gevolg van de coronacrisis zijn of haar baan te verliezen. Ditaandeel ligt bij intermediairs een stuk lager (4 procent), terwijl intermediairs wel minder vaak het gevoel hebben dat hun bedrijf sterker uit de crisis komt (30 procent tegen 51 procent).

Verzekeringen opzeggen wordt niet verwacht

Anders dan bij de laatste financiële crisis, toen met name de consumenten gingen besparen op de doorlopende reisverzekering en de rechtsbijstandverzekering, verwacht men nu niet dat consumenten verzekeringen gaan opzeggen. Van alle respondenten denkt 55 procent dat dit niet gaat gebeuren, 18 procent denkt van wel. Sterker nog, de bovenstaande twee producten laten nu hun waarde meer en meer zien. Juist nu met onzekerheid over boekingen, vouchers, terugkeren van oranje/rode gebieden, is het hebben van een goede reisverzekering en het kunnen terugvallen op juridische bijstand van groot belang gebleken voor veel consumenten.

In het licht van de coronacrisis hebben we branchegenoten ook de volgende stelling voorgelegd: er zouden speciale verzekeringen moeten komen, die ook uitkeren bij schade als gevolg van een pandemie. De groep die deze speciale verzekering zou wensen is even groot als de groep die dit niet nodig vindt (35 procent). Ook antwoordt een kwart van de respondenten neutraal.

Toekomstige ontwikkelingen baren nog niet echt zorgen

Aan de hand van een aantal stellingen, die zowel een blik in het recente verleden als in het heden en in de toekomst werpen, hebben we achterhaald hoe de respondenten tegen een aantal wat grotere bewegingen in de verzekeringsbranche aankijken.

Afgezien van de werkgelegenheid, waarvan 71 procent verwacht dat deze door automatisering afneemt, voorziet men weinig grote veranderingen. Verregaande premiedifferentiatie zet de solidariteit onder druk en een duidelijker onderscheid tussen onafhankelijk advies en gebonden verkoop zijn de twee ontwikkelingen waar de respondenten het meest uitgesproken over zijn. Wat we in ieder geval kunnen constateren, is dat de consolidatie die we hebben gekend afgelopen decennia tot de beperkte groep grootverzekeraars die we nu kennen, niet als 'goed' wordt getypeerd door de respondenten.

In het volgende artikel zoomen we verder in op de verschillende belevingen van verzekeraars en intermediairs, waar enkele zeer interessante tegenstellingen ontstaan. ●

DE AM VERZEKERINGSMONITOR 2020

SAMENWERKING VERZEKERAARS EN INTERMEDIAR KAN ECHT BETER

AM en Ipsos deden een groot onderzoek onder verzekeraars en het intermediair over alle thema's die op dit moment spelen. Vorige maand werd uiteengezet dat beide groepen trots zijn op hun werk en dat corona weinig effect heeft. In dit tweede artikel aandacht voor de samenwerking die nog wel beter kan.

Door: Patrick van den Bos (Ipsos) en Theo van Vugt

Wanneer we kijken naar de samenwerking tussen intermediairs en verzekeraars, dan is er nog behoorlijk wat winst te behalen. Beide groepen hebben behoorlijk uiteenlopende ideeën over welke aspecten belangrijk zijn in het werk van de andere partij. Tevens is men aan beide kanten matig tevreden over de prestaties op deze aspecten, getuige de 5,8 en 5,7 die het gemiddelde rapportcijfer weergeven op een aantal dienstverleningsaspecten.

Opvallend is dat verzekeraars verschillende taken in hun dienstverlening een stuk belangrijker lijken te vinden dan intermediairs. Zo vindt 93 procent van de verzekeraars het zeer belangrijk dat de solvabiliteit van de verzekeringsmaatschappij op orde is tegenover 85 procent van de intermediairs. Maar ook op het gebied van klimaatmaatregelen (67 procent verzekeraars versus 35 procent intermediairs) of het aanbieden van extra services (56 procent verzekeraars versus 33 procent intermediairs) vinden de verzekeraars hun eigen dienstverlening een stuk belangrijker dan dat de intermediairs die zien.

Weinig voldoende

Wanneer gevraagd wordt naar de prestatie van verzekeringsmaatschappijen op dezelfde aspecten, zijn verzekeraars ook een stuk positiever over zichzelf dan dat intermediairs dit zijn. Gelukkig scoren de verzekeraars in de ogen van de intermediairs wel een voldoende op drie van de vier belangrijkste onderdelen (solvabiliteit op orde, preventie en digitalisering dienstverlening). Het nieuwe productaanbod laat duidelijk te wensen over met een lage score van 5,5.

Preventie zien intermediairs als hun belangrijkste taak; 87 procent geeft aan dat dit (zeer) belangrijk is. Ook verzekeraars geven aan dat dit de belangrijkste taak is van intermediairs (82 procent), evenveel als de digitalisering van de dienstverlening. Grootste verschil van mening zit hem in het aanbieden van een nieuw productaanbod. Daar waar 73 procent van de intermediairs aangeeft dat dat een (zeer) belangrijke taak is van intermediairs, vindt iets meer dan de helft (53 procent) van de verzekeraars dat ook. Zij vinden dat toch meer een taak van de verzekeraar zelf (77 procent).

Preventie is belangrijk

Terwijl intermediairs menen dat zij preventie best aardig vormgeven –ze geven zichzelf een rapportcijfer 6,1 –geven verzekeraars de intermediairs daarvoor een magere 5,7. Gezien het gezamenlijke belang misschien voor verzekeraars wel de prioriteit om verbeteringen te gaan realiseren. Bijkomend voordeel daarvan is dat het intermediair dan echt toegevoegde waarde richting klanten kan tonen, die via de online kanalen niet of nauwelijks realiseerbaar is. Is de samenwerking tussen intermediairs en verzekeraars nu wel of niet verbeterd afgelopen jaar? Over het algemeen zien we dat bij de verzekeraars een zekere vorm van overschatting niet vreemd is. Zo geven zij zichzelf hogere rapportcijfers over hun aanbod (gemiddeld over alle facetten een 6,2) en dienstverlening dan zij van intermediairs krijgen (gemiddeld over alle facetten een 5,8).

Samenwerking tussen intermediairs en verzekeraars is afgelopen jaar verbeterd		
	Verzekeraars	Intermediairs
(helemaal) mee eens	35%	19%
(helemaal) mee oneens	11%	47%



‘OVER HET ALGEMEEN ZIEN WE DAT BIJ VERZEKERAARS EEN ZEKERE VORM VAN OVERSCHATTING NIET VREEMD IS’

Provisietransparantie

Een van de grootste tegenstellingen die uit het onderzoek naar voren kwam, is de vraag of de overheid zich moet inzetten om de provisie nog transparanter te maken. Begrijpelijk is het wellicht wel, maar de mate waarin verzekeraars massaal achter deze stelling gaan staan is toch wel opmerkelijk: 66 procent is het daar mee eens. Het raakt hen veel minder direct dan dat het intermediairs raakt, die dan ook vooral aangeven het niet met deze stelling eens te zijn; 55 procent is het oneens.

Het is goed dat de overheid werk maakt van provisietransparantie		
	Verzekeraars	Intermediairs
(helemaal) mee eens	66%	27%
(helemaal) mee oneens	17%	55%

ENNO WIERTSEMA, DIRECTEUR ADFIZ

“Ja, ook ik zie dat er nog wel winst te behalen valt op het gebied van de samenwerking. Maar waar er voorheen met name onenigheid was over de strategie, is dat nu vooral op het vlak van de operationele processen. Ik denk dan aan het gebrek aan maatwerk. Je kunt je als recyclingbedrijf nog zo goed houden aan alle preventie- en veiligheidseisen, je bedrijf krijg je haast niet verzekerd. Verzekeraars hebben nog maar weinig risk appetite en als ze er al toe besluiten is dat tegen exorbitante premies en veranderende eisen. Wat ook niet helpt is het schrijnende gebrek aan acceptanten. Hele afdelingen zijn vervangen door robottechnologieën die prima overweg kunnen met standaardrisico's, maar de nieuwe preventie- en veiligheidsmaatregelen van dat ene recyclingbedrijf niet op waarde kunnen schatten. En dan hoor ik wel eens van verzekeraars dat acceptanten mandaat hebben om goede risico's wél te accepteren; het gebeurt niet. Dus ergens gaat er toch iets mis. Als alle benodigde ingrediënten (een klant die alles op orde heeft, een adviseur die zijn vak verstaat en een verzekeraar met kennis die zijn rol wil pakken) aanwezig zijn, dan moet maatwerk toch mogelijk zijn.”

**TJEERD BOSKLOPPER, CEO
NETHERLANDS NON-LIFE,
BANKING & TECHNOLOGY EN
BESTUURSLID NN GROUP**

"Ik ben onder de indruk hoe adviseurs klanten bijstaan tijdens Covid-19. Hier is veel energie in gestopt en als verzekeraar hebben we geprobeerd te helpen waar het mogelijk was en is. Zo hebben wij geluisterd naar onze adviseurs, welke verzekeringsmaatregelen nodig waren, welke services wij konden opschalen. Niet alleen met Covid-19, maar alle signalen van de businesspartners neemt NN zeer serieus. Dit onderzoek maakt duidelijk dat er werk aan de winkel is, maar ook dat de samenwerking in de branche op veel punten goed loopt. We zijn gecommiteerd aan de continue verbetering van samenwerking en dienstverlening. En dat doen we ook door de samenwerking te blijven zoeken met brancheorganisaties als Adfiz. Samen bespreken we niet alleen bepaalde stagnaties die bij de aangesloten leden zijn ontstaan en hoe we dit met elkaar kunnen oplossen, maar we hebben het ook over de langere termijn. Of over onze executive involved aanpak, waar we kijken naar het samenwerkingsperspectief met onze business partners vanuit NN breed. Deze gesprekken zijn meer strategisch van aard en wordt door hen goed gewaardeerd. En ook dit behoort tot het continuproces."



**'EIGENLIJK IS DE GEHELE
VERZEKERINGSMARKT NIET ECHT
GECHARMEERD VAN CONSOLIDATIE'**

Consolidatie niet altijd positief

Eigenlijk is de gehele verzekeringsmarkt niet echt gecharmeerd van consolidatie. In totaal geeft 20 procent aan dat het goed is dat verzekeraars samengaan, waarbij de helft aangeeft dat dat niet goed is. In grote lijnen kan gesteld worden dat verzekeraars minder negatief zijn over het samengaan van partijen in de markt dan intermediairs.

Opvallend is dat verzekeraars vrij gelijkmatig zijn in hun meningen over consolidatie. Of het nu gaat om consolidatie van verzekeraars of van intermediairs, telkens is 30 tot 34 procent het daarmee eens of oneens. Kijken we naar intermediairs, dan zijn die veel uitgesprokener daarin: 61 procent vindt het samengaan van verzekeraars niet goed en 44 procent vindt het samengaan van intermediairs niet goed. In het derde verhaal over het onderzoek, dat eind november verschijnt, wordt dieper ingegaan op de waardering van individuele verzekeraars door het intermediair. ●

Consolidatie van verzekeraars in de markt is goed

	Verzekeraars	Intermediairs	Totaal
(helemaal) mee eens	32%	9%	20%
(helemaal) mee oneens	34%	61%	50%

Consolidatie van intermediairs in de markt is goed

	Verzekeraars	Intermediairs	Totaal
(helemaal) mee eens	34%	28%	30%
(helemaal) mee oneens	30%	44%	39%

HET ONDERZOEK

De samenwerking tussen intermediairs en verzekeraars kan echt een stuk beter, zo blijkt uit onderzoek van Ipsos en AM onder 500 verzekeraars en adviseurs. Ze geven elkaar vrij lage rapportcijfers. Opmerkelijk is vooral dat verzekeraars vinden dat de samenwerking met het intermediair het afgelopen jaar is verbeterd en het intermediair juist vindt dat het slechter gaat. Om nog maar niet te spreken over het verschil in opvatting over actieve transparantie. Er zit een kloof tussen de twee businesspartners.

DE AM VERZEKERINGSMONITOR 2020

WIE IS DE BELANGRIJKSTE EN BESTE VERZEKERAAR?

Wat vindt het intermediair in Nederland eigenlijk van verzekeraars? Wie zijn de belangrijkste en beste verzekeraars? In dit laatste deel van het onderzoek van AM en Ipsos onder intermediairs en verzekeraars komt daar een antwoord op. En: wat zijn volgens de twee businesspartners nu de grootste uitdagingen en kansen voor het verzekeringsvak? Verzekeraars én intermediair zien digitalisering als een grote kans. Maar ook als een grote bedreiging.

Door: Patrick van den Bos (Ipsos) en Theo van Vugt

Wie zijn de drie belangrijkste verzekeraars waar men mee heeft samengewerkt in de afgelopen twaalf maanden? Dat was onze eerste vraag. Het is snel duidelijk dat NN het qua mentale en fysieke schapposities goed voor elkaar heeft in de Nederlandse intermediaire markt. Maar liefst 69 procent geeft aan dat NN een van de drie belangrijkste verzekeraars is. Verder is het toch redelijk versnipperd, waarbij een redelijk percentage van de respondenten echte nichespelers noemen als een van de drie belangrijkste verzekeraars. Bij rechtsbijstand zijn dat Arag en DAS, bij uitvaart Ardanta en Dela en bij pensioen Scildon. Opvallend is daarbij tegelijkertijd dat in deze lijst geen zorgverzekeraar voorkomt.

BELANGRIJKSTE VERZEKERAARS

Nationale-Nederlanden	69%
Allianz	25%
Reaal	22%
ASR	21%
Aegon	20%
NH1816 Verzekeren	18%
De Goudse	18%
Klaverblad	16%
Turien & Co	7%
ARAG	5%
DAS	3%
De Zeeuwse	3%
ANWB/Unigarant	2%
Ardanta	2%
Unive	1%
Scildon	1%
DELA	1%
Monuta	1%

In rapportcijfers scoort Nh1816 het hoogst

De vraag welk rapportcijfer men overheeft voor de verzekeraars waar men de afgelopen twaalf maanden mee heeft samengewerkt, levert de volgende rangschikking op, waarbij alleen de verzekeraars meegenomen zijn die voldoende waarnemingen hebben om een betrouwbaar beeld te geven. Nh1816 scoort de hoogste waardering, met op een behoorlijke afstand De Goudse, Turien&Co, Klaverblad, Arag en ASR. In welertermen gesproken, zien we één koploper (Nh1816), een groepje achtervolgers en een peloton dat dicht bij elkaar zit.

Top 8 verzekeraars naar tevredenheid	
Nh1816	8,6
De Goudse	7,9
Turien & Co	7,9
Klaverblad	7,8
ARAG	7,4
ASR	7,4
Aegon	7,0
NN	6,6

Wie vindt men de beste?

Uiteraard werken de meeste intermediairs samen met meer maatschappijen en kunnen ze op basis daarvan ook prima aangeven wie zij de beste vinden, los van de rapportcijfers. Dat ziet er, gecorrigeerd naar aantal samenwerkingen, als volgt uit. Ook hier krijgt Nh1816 de hoogste waardering van de intermediairs. Maar liefst 72 procent van de intermedi-

Top 8 beste verzekeraars	
Nh1816	72 %
ASR	54 %
Turien & Co	40 %
De Goudse	36 %
Aegon	31 %
Arag	30 %
NN	30 %
Klaverblad	20 %

airs die met Nh1816 samenwerkten, gaf aan dat dit de beste verzekeraar is. ASR is goede tweede met 54%. Opvallend is dat Klaverblad hoog scoort (7,8), maar dat toch maar een vijfde van de intermediairs aangeeft dat dit volgens hun de beste is. Daarentegen een knappe prestatie van Arag, die als specialistische verzekeraar tussen de generalisten, door 30 procent als beste wordt verkozen.

Maar, het kan zeker nog veel beter...

Wanneer we kijken naar de samenwerking tussen intermediair en verzekeraars, is er nog winst te behalen. Beide groepen hebben uiteenlopende ideeën over welke aspecten belangrijk zijn in het werk van de andere partij. Tevens is men aan beide kanten matig tevreden over de prestaties, getuige de 5,8 en 5,7, wat het gemiddelde rapportcijfer is voor diverse dienstverleningsaspecten.

Opvallend is dat verzekeraars diverse taken in hun dienstverlening belangrijker lijken te vinden dan intermediairs. Zo vindt 93 procent van de verzekeraars het zeer belangrijk dat de solvabiliteit op orde is tegenover 85 procent van de intermediairs. Maar ook op het gebied van klimaatmaatregelen (67 versus 35 procent) of het aanbieden van extra services (56 versus 33) vinden de verzekeraars hun eigen dienstverlening veel belangrijker dan dat de intermediairs dit zien.

Wanneer gevraagd wordt naar de prestatie van verzekeraars op dezelfde aspecten, zijn verzekeraars veel positiever over zichzelf dan dat intermediairs dit zijn. Verzekeraars scoren in de ogen van de intermediairs wel een voldoende op drie van de vier belangrijkste onderdelen (solvabiliteit op orde, preventie en digitalisering dienstverlening). Het nieuwe productaanbod laat duidelijk te wensen over met een lage score van 5,5.

Doorkijkje naar de toekomst

Daarnaast is alle respondenten een open vraag gesteld: wat zien jullie als belangrijkste kansen en bedreigingen voor de verzekeringsbranche in de komende vijf jaar. Bijna iedereen heeft hier een helder beeld bij. Zorgelijk is dat men meer bedreigingen ziet dan kansen (502 om 472) en dat die bedreigingen voor de komende vijf jaar zich op een aantal dimensies afspelen. De vrees bestaat dat doorontwikkeling van de digitalisering, big data, kunstmatige intelligentie (AI) een ondermijning gaat vormen voor persoonlijk advies, maatwerk, aandacht voor de klant en de solidariteit. Ook is men geducht voor buitenlandse grote toetreders van buiten de branche (Google, Amazon, Alibaba) en voor de invloed van de overheid die door regelgeving voor steeds wisselende en strengere spelregels zorgt.



TOP 5 BEDREIGINGEN

Volgens de intermediairs	Volgens de verzekeraars
1. Consolidatie verzekeraars	1. Digitalisering
2. Digitalisering	2. Buitenlandse aanbieders
3. Overheidsmaatregelen	3. Overheidsmaatregelen
4. Online als kanaal	4. Klimaatrisico's
5. Onverzekerbaarheid	5. Onverzekerbaarheid

TOP 5 KANSEN

Intermediairs	Verzekeraars
1. Persoonlijk advies geven	1. Digitalisering
2. Innovatie, nieuwe producten	2. Persoonlijk advies geven
3. Digitalisering	3. Innovatie, nieuwe producten
4. Service verlenen	4. Big data
5. Maatwerk leveren	5. Service verlenen

Niet alleen zorgt de technologische vooruitgang voor bedreigingen voor de verzekeringssector, er komen ook veel kansen uit naar voren. Zo worden digitalisering, big data en AI ook hier het vaakst genoemd. Snel, op maat, efficiënt, slim zijn daarbij de meest gebruikte voordelen. Toch is er ook een grote groep die juist kansen ziet voor het persoonlijke, weer aandacht voor de klant hebben, inleven in zijn/haar situatie en behoeftes, en op maat oplossingen bieden. Waarbij ook wel wordt ingezien dat het door de automatisering zeer toegankelijk is geworden om samen te werken met partners, efficiënt en effectief nieuwe productoplossingen in de markt te zetten. Kansen dus om nieuwe markten en nieuwe doelgroepen gericht te kunnen bedienen. **o**

HET ONDERZOEK

Om te weten wat speelt binnen de verzekeringswereld hebben AM en Ipsos de handen ineen geslagen. Medio 2020 deden ze gezamenlijk een grootschalig onderzoek onder intermediairs, verzekeraars en andere spelers in de sector. Vijfhonderd insiders uit de branche deden mee aan de AM verzekeringsmonitor 2020, waarbij op een groot aantal gebieden opvallende inzichten naar voren zijn gekomen. In de eerste twee artikelen kwamen het algemene beeld van de branche en de verschillen in opvattingen en waarderingen tussen intermediairs en verzekeraars aan bod.

ZEKER WETEN. IN VERZEKERINGEN.

Interesse in meer?
Neem contact op met
patrick.vandenbos@ipsos.com