

Online schadeverzekeraar biedt meer voordeel door minder keuze

Wijzigingen in het consumentengedrag, de inzet van internet en het vergroten van de efficiency waren voor het Jongbloed de belangrijkste redenen om te beginnen met het online aanbieden van verzekeringen. Sinds 2008 is de Amersfoortse tussenpersoon actief onder de naam VrijVerzekerd.nl

Jongbloed merkte dat veel tijd binnen haar bedrijf Du Chattel & Jongbloed Financieel Adviseurs, verloren ging met het overnemen van eenvoudige mutaties van klanten. Tijd die in haar ogen beter besteed kan worden aan de specialisatie van het Amersfoortse kantoor; Hypotheken en pensioenen. “Als ik kijk hoe mijn kinderen omgaan met internet en alles wat ze willen weten gewoon even ‘googlen’, dan ben ik er van overtuigd dat veel mensen simple risk producten beter zelf kunnen sluiten. Iedereen weet vast wel wat het kenteken van zijn auto is en kan dat ook prima zelf invullen.” Omdat er met uitzondering van de autoverzekering niet gekozen kan worden voor verschillende dekkingen is verder advies volgens Jongbloed overbodig. “We bieden alleen tópdekking aan. De klant hoeft dan niet te kiezen en weet dat bijna alle risico’s zijn afgedekt.” Jongbloed realiseert zich dat ze met zo’n uitgebreide dekking niet altijd de goedkoopste aanbieder is, maar door de besparing van de hoeveelheid werk en doordat de provisie er overal uitgesloopt is blijft de propositie toch

scherp. “Gemiddeld bespaart de klant bij ons 10 tot 49 procent op zijn premie.”

Een ander voordeel van de beperkte keuze is dat bezoekers minder snel afhaken wanneer er gekozen moet worden. “Uit onderzoek in supermarkten is gebleken dat wanneer er bijvoorbeeld te veel verschillende theesmaken zijn, de klant niet kan kiezen en dus maar geen thee koopt. Ik denk dat dit op internet zeker geldt.”

MOEIZAME TOCHT

Het idee voor VrijVerzekerd.nl ontstond in 2005. Na een tocht langs verschillende verzekeraars bleek vooral De Goudse wat te voelen voor het initiatief en gaf haar een volmacht zonder omzeteis. Een unicum volgens Jongbloed: “De meeste verzekeraars zijn gewend om traditioneel te denken. Ze willen minimaal een omzet van zoveel ton voordat ze met je willen praten, maar als je met iets nieuws begint zonder bestaande klanten start je met nul euro omzet. De meeste aanbieders toonden wel interesse, maar bleven toch voorzichtig toen ik mijn plannen presenteerde.” In 2008 ging de site online en nu de



HET JONGBLOED:
“Klant wordt beloond als hij eigen gegevens invult.”

zaken inmiddels goed beginnen te lopen, hebben steeds meer maatschappijen belangstelling. Jongbloed overweegt daarom op termijn een pool in te richten met eigen producten. Toch houdt ze zich voorlopig bij De Goudse. Die toonde immers vanaf het begin vertrouwen in haar idee en was bereid om mee te denken aan de uitvoering. Voor het overige heeft de verzekeraar overigens niets in te brengen in VrijVerzekerd.nl, benadrukt Jongbloed.

Ondanks dat VrijVerzekerd.nl zich profileert als online schadeverzekeraar biedt het in volmacht producten aan. Het meest in het oog springende verschil tussen VrijVerzekerd.nl en de gemiddelde online verzekeraar is de beloningstransparatie. De consument betaalt bij VrijVerzekerd.nl een vast bedrag aan bemiddelingskosten en die staan op de site vermeld. “Het verschil met aanbieders als Ohra is dat je ons aan de telefoon krijgt. Als intermediair hebben we meer inzicht in wat mensen willen. Ik denk dat we vanwege die kennis in de toekomst veel meer macht krijgen dan verzekeraars. Straks bepalen intermediairs wat verzekeraars op de markt brengen. Zo hoort het ook, want wij kennen de klant. Er is te lang vanuit het product gedacht. VrijVerzekerd.nl is ook geboren vanuit de praktijk. Wij zitten bij de mensen thuis, verzekeraars niet en wij merkten dat hier behoefte aan is.”

Dat bijna alle polissen via de Goudse lopen ziet Jongbloed niet als een bezwaar. De enige uitzondering vormt DAS die de rechtsbijstandverzekeringen levert. Dat de rest van De Goudse komt, staat duidelijk vermeld in de uitingen. Dat is in haar ogen een stuk eerlijker dan het aanbieden en vergelijken van producten van verschillende aanbieders, terwijl alleen van degenen die er voor betalen wordt getoond wie dat is, zoals Independer dat doet. “Independer

kost de klant te veel geld, die rekenen gewoon provisie. Daarnaast heb je daar het systeem met de sterretjes. Meer sterretjes zou staan voor meer kwaliteit; maar een klant wil en kan dat niet beoordelen. Als een aanbieder er niet voor betaalt, zullen ze zijn naam niet vermelden. Zo kan het dus zijn dat het product dat als beste uit de vergelijkingen komt, niet is af te sluiten. Geen toonbeeld van onafhankelijkheid wat mij betreft.”

ONRUST

De manier van werken van VrijVerzekerd.nl is volgens Jongbloed ook een reactie op het feit dat verzekeraars in haar ogen de afgelopen jaren steeds meer werk op het intermediair hebben afgeschoven zonder de provisie in dezelfde mate te verhogen. “Wij moesten steeds meer gaan invullen en daarover met de klant over en weer communiceren. Een oplossing is in mijn ogen dat je het de klant zelf laat invullen en dat wij hem daar op onze beurt wél voor belonen, door een premiekorting te geven. We hebben de software op maat laten maken om dit allemaal te verwezenlijken.”

Naast VrijVerzekerd is Jongbloed ook bezig met de ontwikkeling van een soortgelijke dienstverlening voor pensioenen: VrijPensioen.nl. “Er bestaat veel onrust rondom pensioenen op het moment, vanwege de dekking die afneemt en mogelijk niet meer voldoende is om de nominale pensioenen op peil te houden. Hierdoor realiseren steeds meer mensen zich dat ze misschien zelf iets moeten ondernemen. Daar willen we ook een oplossing voor bieden, maar voorlopig hebben we onze handen nog vol aan VrijVerzekerd.nl.”

Een van de laatste ontwikkelingen is het aanbieden van een kopie van de site aan bedrijven en deze te voorzien van hun eigen huisstijl. “Zo kunnen zij dezelfde producten

en onze service gebruiken om onder hun eigen naam het eigen personeel te bedienen. Een ideale manier van het aanbieden van employee benefits.”

Ondanks de grote voordelen op het gebied van efficiency kleeft er ook een aantal nadelen aan de inzet van internet. De anonimiteit bijvoorbeeld: minder persoonlijk contact scheelt tijd, maar daardoor is het winnen van vertrouwen een stuk moeilijker. Jongbloed ziet het als een uitdaging om internet persoonlijk te maken. Daarom is er veel moeite in gestoken om te laten zien dat er mensen achter de website zitten. E-mailadressen en telefoonnummers zijn makkelijk te vinden en informatie over het

bedrijf en de producten is ruim voorhanden. Omdat Jongbloed zich ook realiseert dat dit veel tekst met zich meebrengt, is onlangs besloten met filmpjes te gaan werken. Op de beelden die ook via Youtube worden verspreid is Jongbloed zelf te zien en legt ze uit hoe het werkt.

Daarnaast staan er spelletjes op de site en allerhande diensten die alleen indirect verband houden met financiële zaken. Het moet vooral leuk zijn om de site te bezoeken. “Ik heb dat niet allemaal zelf bedacht, maar als je als ondernemer in dit vak geen verstand hebt van internetmarketing, haal dan de mensen er bij die dat wel hebben!” ■

ADVERTENTIE