

Welke doelgroepen passen bij het intermediair?

Internet is hot, maar zijn online verzekeraars werkelijk een bedreiging voor het intermediair?

Verzekeringen worden voor een groot deel (meer dan 50 procent) nog steeds door (on)afhankelijke tussenpersonen verkocht. Sinds de opkomst van direct mail zijn verzekeraars ook rechtstreeks aan de consument gaan verkopen. Banken verkopen hun producten via de traditionele filialen, adviseurs en online. Nu hebben de intermediairs de laatste decennia behoorlijk wat bedreigingen onder ogen gehad maar telkens na verloop van tijd zich hier tegen gewapend. Het marktaandeel is redelijk stabiel gebleven. Hoe kan dit nu na al die bedreigingen?

Nederland heeft zich ontwikkeld tot een 24-uurs economie op het gebied van financiële dienstverlening. Hierdoor en door een groter wordende informatiedichtheid en -beschikbaarheid, moeten ook financiële instellingen van deze nieuwe situatie gebruik maken. Iedereen kan snel en 'goed' online vergelijken. Maar gaat iedereen dat ook doen.

FINANCIËLE ANALFABEET

Voor de consument is een financieel product of dienst een noodzakelijk kwaad, nodig om wat hij eigenlijk wil te kunnen betalen of te behouden. De consument ervaart de dienstverlening van banken en

verzekeraars als ondersteunend, dus als facilititeit en niet als prioriteit; de financiële instellingen moeten faciliteren dat de consument van een onbezorgde oude dag kan genieten, kan wonen in zijn huis of dat hij een andere auto kan kopen als hij een ongeluk krijgt. Het Nibud stelt zelfs dat de consument een financiële analfabeet is. Maar over welke consument heeft het Nibud nu? Er zijn doelgroepen die duidelijk behoefte aan een adviseur hebben. Het intermediair staat op dit moment sterk onder druk maar kan de functie als adviseur zeker een nieuwe invulling gaan geven. Nu zijn de consumenten grofweg in drie doelgroepcategorieën in te delen: comfortzoekers, financiële analfabeten en prijszoekers. Waar vinden deze categorieën op dit moment hun informatie en/of financiële producten en op welke groep moet het intermediair zich richten? Door de prijszoekers wordt het internet veelvuldig gebruikt om financiële informatie te vergaren. Consumenten uit deze groep kan je omschrijven als financiële opportunisten. Ze leven bij de dag, lenen op de toekomst en houden zich al helemaal niet bezig met financiële voorzieningen. De prijszoekers vinden hun weg op internet. Duidelijk mag zijn dat dit geen

groep is waar het intermediair zich op moet richten.

De comfortzoekers hebben interesse in financiële zaken en vergaren de benodigde informatie via diverse mediakanalen. De comfortzoekers sluit bijvoorbeeld een verzekering af via zowel een bank als intermediair. Ze hebben aanvullend pensioen, opstalverzekering, levensverzekering, enz.. Vaak sparen zij om bijvoorbeeld eerder te kunnen stoppen met werken. Ongelukkig hun goede financiële situatie hebben ze weinig vrije tijd en laten daarom graag de financiële zaken aan vertrouwde persoon over. Financiële analfabeten hebben weinig actieve belangstelling voor financiële producten. Behalve op de momenten dat het nodig is, bijvoorbeeld omdat zij gaan verhuizen. Wanneer zij eenmaal een product afsluiten verslapt de aandacht voor deze onderwerpen. Voor Financiële analfabeten bestaat er niet zoiets als een financiële toekomst. Aangezien zij niet echt grip hebben op hun eigen financiële toekomst. Zij interesseren zich dan ook niet voor hun persoonlijke financiën maar willen wel graag dat het voor hen geregeld wordt.

KANS

De doelgroep die het best bij het intermediair past zijn de klanten die geen zin hebben om zelf de zaken te doen of degene die het niet kunnen (Comfortzoekers en Financiële analfabeten). Deze doelgroepen gaan zeker niet voor het sluiten van een verzeke-



RENÉ TEUWEN:
“Marktaandeel intermediair opvallend stabiel.”

ring naar online aanbieders maar gaan naar het intermediair. Wel zullen deze doelgroepen misschien naar internet gaan om te vergelijken. Dat is ook de reden dat het voor een intermediair, meer dan in het verleden, belangrijk is dat ze een goed beeld van de markt hebben. Nu kunt u als intermediair de vergelijkingssites gebruiken voor uw eigen vergelijking maar dan kan het zijn dat er een maatschappij uitkomt die u niet in de boeken hebt. Een mogelijk goede oplossing voor u als adviseur kan zijn; aansluiten bij een serviceprovider met een goed extranet, zodat u goed kunt vergelijken, offreren en sluiten met minder werk en minder administratie. Met name de comfortzoekers zijn goede klanten voor het intermediair, maar hen moet je wel van goed advies dienen. ■