

Onderzoek Teuwen Direct Marketing naar merkbeleving

Merkcampagne vaak gericht op verkeerde waarden

Financiële dienstverleners investeren enorm veel geld in het positioneren van hun merk bij de consument. Onderzoek door Bart Ruisch van Teuwen Direct Marketing (TDM) leert echter dat financiële bedrijven hun pijlen richten op de verkeerde waarden. Op grond van onderzoek onder 200 consumenten naar hun beleving van de bankmerken ABN Amro, ING, Postbank, Rabobank en SNS Bank concludeert TDM dat de waarden die deze bedrijven in hun merkstrategie hanteren - met name de waarden betrouwbaar, veilig en deskundig - niet of onvoldoende refereren aan de waarden die de consument belangrijk vindt. "Waarden als betrouwbaar en kennis van zaken zijn waar-

den die de consument sowieso mag verwachten van zijn financiële dienstverlener. Zij leveren dus niet speciaal toegevoegde waarde. Terwijl dat juist het doel van een merk zou moeten zijn: het leveren van toegevoegde waarde aan de consument", aldus TDM. Volgens René Teuwen, directeur-eigenaar van TDM, zijn de uitkomsten van het onderzoek naar de beleving van bankmerken door te trekken naar verzekeringsmaatschappijen. "Want ook bij verzekeraars is te zien dat veel bedrijven feitelijk een imago voor hun branche neerzetten in plaats van voor zichzelf." Wat financiële dienstverleners eigenlijk zouden moeten doen, aldus Teuwen, is hun

merk koppelen aan hun propositie. "Eigenlijk is het eenvoudig: laat gewoon zien wat je doet en wat je verkoopt." Teuwen noemt de nieuwste televisiecommercial van Fortis een goed voorbeeld van hoe het volgens hem niet moet. In deze commercial krijgt Ruud Gullit allerlei tegenslag te verwerken onderweg naar zijn (nieuwe) werk als trainer van Feyenoord. Maar Gullit blijft glimlachen want hij weet dat hij de juiste keuze heeft gemaakt (de payoff waarmee Fortis sinds enige tijd werkt). Teuwen: "Waarom laat Fortis Gullit niet eenvoudigweg vertellen hoe goed het bedrijf is? Zoals FBTO dat vroeger liet doen door actrice Monique van de Ven. Dat was een schoolvoor-

beeld van hoe het volgens mij zou moeten." Een voorbeeld van een geslaagde campagne is volgens Teuwen de campagne 'Glashelder' van Interpolis. Het Tilburgse concern schetst hierin steeds de situatie voor het incident, het incident zelf en de situatie na het incident. De laatste is precies dezelfde als de situatie voor het incident en dat is natuurlijk ook de clou: wie zich verzekert bij Interpolis, wordt doeltreffend geholpen. Essentieel is wel dat de aanbieder ook waarmaakt wat hij belooft. Want het afbreukrisico is natuurlijk groot wanneer een financiële dienstverlener bijvoorbeeld zegt altijd bereikbaar te zijn en de praktijk anders leert. ■

VVP
Weekblad voor financiële dienstverleners

CVB Bank is de eerste gemeentelijke internetaankoopbank van Nederland.

Groei met ons mee!

In bedrijfsactiviteit en omzet: Bel no 075 482 35 54 of kijk op www.dnb.nl/mediasite/bank.nl

CVB Bank. De internetaankoopbank van Nederland.

NVA en NBVA reageren op uitdagingen Zalm over toekomst provisiestructuur

"Provisie moet inspanning volgen"

NVA en NBVA zouden het onwenselijk vinden als afsluitprovisie verboden is. In antwoord op vragen van VVP schrijft de NVA "niet te geloven in een verbod op afsluitprovisie maar wel in een gerechtvaardigde beleving voor vertaalcantoren op het moment dat deze worden verboden". De NBVA wijst erop dat onduidelijkheid en slechte wijziging van belevingsstructuren tot ongewenste effecten kan leiden. "De NBVA pleit daarom voor een zorgvuldige discussie tussen het door de overheid zelf aangegoven kader."

Afsluitprovisie zal nadrukkelijk worden ingezet om in de politieke discussie later dit jaar naar aanleiding van het in opdracht van Financieel gemakke en door hypotheek en overname-intermediair zwaar aangevochten rapport "Marketing op de markt voor hypothecaire kredietverlening". Naar aanleiding van dit eind met gepubliceerd rapport onderzoekt Financieel onder meer of het wenselijk is te komen tot verplichte maximumtarieven over de provisieplicht. "Verplichte mag worden dat de afsluiting van het onderzoek, maar Financieel overtuigen wel de branches bij het bereiden, zich zal afzetten op het behoud van andere financiële producten zoals verzekeringen. Tegen deze achtergrond moeten zich nu

problemen bij levens- of beleggingsverzekeringen. Daarbij gaat het om inzicht in de vraag op welke wijze kosten in de loop van de tijd aan een verzekeringstransact worden toegevoegd. De werkgroep Overstapkosten heeft een algemeen afwegingskader ontwikkeld om te bepalen wanneer overheidsovername nodig is om problematische overstapkosten te wijzigen of te elimineren. Als de overheid niet de discussie naar de markt raakt worden gevoerd, dan zou naar de mening van de NBVA de discussie ook met betrekking van dat afwegingskader moeten plaatsvinden.

"Daarbij stellen we vast dat al een aantal jaren geleden een aantal levensverzekeraars is overgegaan van een systeem van afsluit naar doorlopende provisie. De NBVA heeft die initiatieven ondersteund met als argument dat levensproducten per definitie een langere looptijd hebben met automatisch daaraan gekoppeld een langdurig adreessoort. Naast dat geprojecteerd een meer geprojecteerd bijdrage levert. Tevens stellen we toe dat een systeem van doorlopende provisie de tijd te run kan worden de wild uit de zelden zou moeten. De overheid heeft de vrees uitgesproken dat verlaagde allocatie van verzekeringsovername in levens- of beleggingsproducten niet zonder risico gaat dan hetgeen correspondent met de directe initiële kosten van de verzekeringsovername.



Bouwfonds heeft het oude - naar eigen zeggen 'verouderde' - dienstpunt Hypotheek verlaten en een geweldig vernieuwde aanblik. Onder het motto 'Dit is nieuw' wilde de ABN Amro dochter in een dienstpunt twee nieuwe dienstpunten aanbieden en 1000 medewerkers. Het aantal Hypotheekverzekering is door Bouwfonds teruggebracht van vijf naar twee. Daarnaast zijn nu in partner alle onderzochten en onderzoeken met elkaar te verbinden. Tijdens een van de presentaties in dit gebouw (zie foto) werd aangekondigd dat Bouwfonds (nog) geen erfpacht kan afzet naar doorlopende provisie. Slechts drie van de ongeveer 25 aangekondigde zaken van de overheid hebben te maken met de keuze voor doorlopende provisie.

DEZE WEEK 37 8 september 2004			
THEMA NUMMER ZORG			
Met de all-care verzekering van Talis kan de werkgroep alle zaken regelen rond ziekte, verzuim en inkomen.	8	Zorg van plannen rond WAO en bijdragen nog niet overzicht zijn maken werkgevers een pas op de plaats.	20
Rijmond (het intermediaal) van Huisman voorziet sterke toename omzet inkomenverzekeringen.	24	Volgens Hugo Keuserekamp is de markt het voordeel van het aangezien nog nooit zo hoog geweest.	26