

WAAROM ZIJN BANKEN

niet zo zeker van bankverzekeringen?

Nog maar weinig Nederlandse banken werken met verzekeraars samen om hun klanten verzekeringen (of verzekeringsvoordelen) aan te bieden. Bankverzekeringen maken meestal zelfs niet meer dan een paar procent deel uit van hun portfolio. Waarom die terughoudendheid?

De relatief lage Europese penetratiegraad van 37% in levensverzekeringen en 8% in schadeverzekeringen suggereert dat er wél voldoende ruimte is voor de verkoop van bankverzekeringen. Het succes van de Zwitserse *Basellandschaftlichen Kantonalbank* (BLKB) bevestigt dit. Dan rijst de vraag waarom onze banken dan toch niet zo zeker zijn van bankverzekeringen.

Wereldwijde toename

Tussen 2011 en 2017 groeide de omzet van bankverzekeringen wereldwijd, maar vooral in Latijns-Amerika. De premies stegen in dat continent gemiddeld met 12%. Ook de omzet in Azië-Pacific groeide enorm (ruim 9%), waarbij China twee derde van de groei voor haar rekening nam. Zelfs dichterbij huis domineren bankverzekeringen in verschillende grote verzekeringsmarkten, zoals in Frankrijk en Italië. Wereldwijd wordt bovendien verwacht dat het marktaandeel van bankverzekeringen alleen maar verder zal toenemen, mede door deregulering in verschillende Aziatische landen en in het



Auteur
René Teuwen
Innovatieve Interimmanager
en marketing effectiveness
consultant

Verenigd Koninkrijk. Waarom wil het in Nederland dan toch niet van de grond komen?

Wat houdt banken tegen?

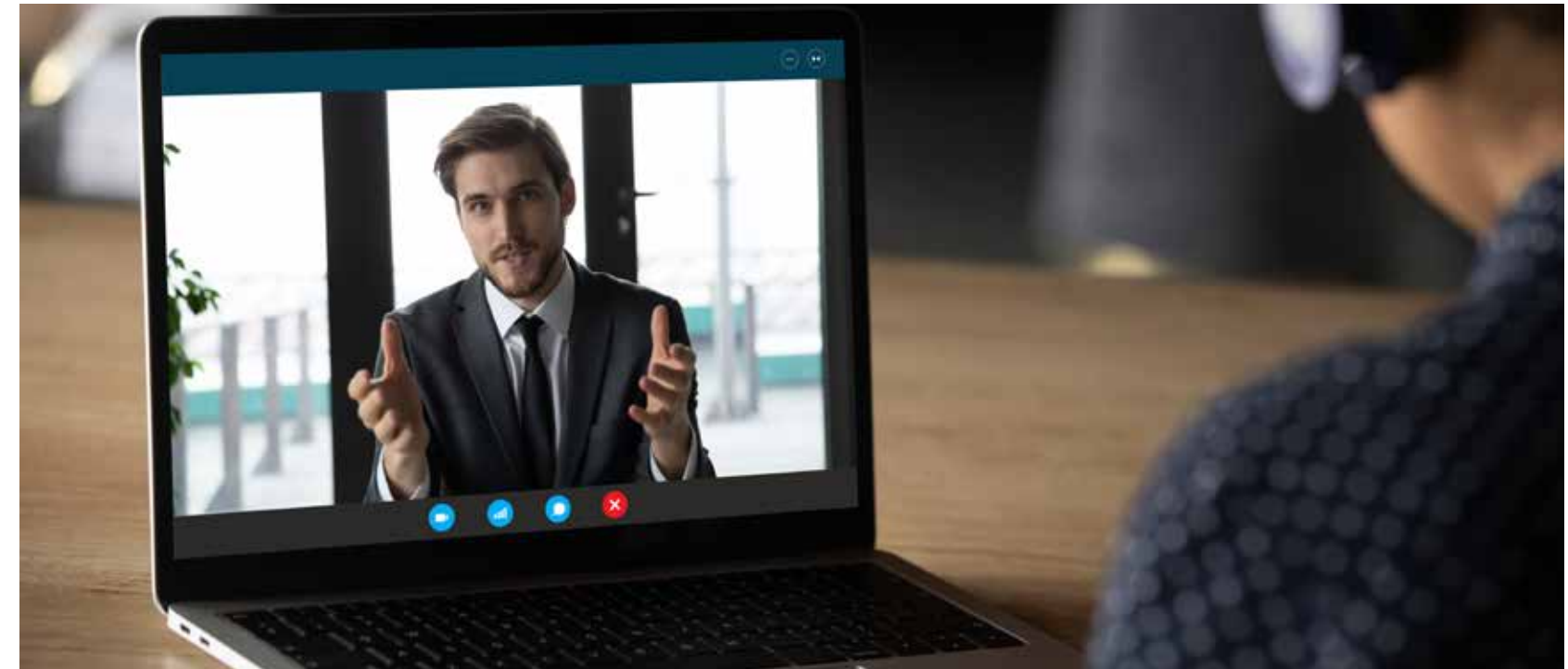
De ineenstorting van Fortis in België en de terugtrekking van andere spelers uit de bankverzekeringmarkt sinds de vorige financiële crisis hebben geleid tot minder activiteit. Veel banken zien de potentie van niet-rentebaten wel, maar zijn te traag of te groot om zich aan te passen aan de markt. Daarnaast speelt wetgeving ze parten.

Verzekeringsproducten vragen complexe verkoop- en adviestrajecten die bovendien steeds vaker digitaal moeten plaatsvinden. Want dat is wat de klant nu wil. De winnende formule voor een duurzame groei van bankverzekeringen bestaat uit een combinatie

van personalisatie, een superieure klantervaring en omnichannel dienstverlening. Voor veel banken is dat een brug te ver.

Digitale hulpmiddelen

Of banken nu de verkoop van schade- of levensverzekeringen willen verhogen, het gebruik van digitale hulpmiddelen is er essentieel bij. Helaas hebben nog maar weinig banken dat spel onder de knie. De meeste banken ontwikkelen digitale strategieën gericht op tactiek. Op deeltjes van het proces. Gevolg daarvan is dat banken de neiging hebben verzekeringen toe te voegen aan hun totaalaanbod, op de manier die ze gewend zijn. Misschien met hier en daar een Skype-gesprek. Of een polis die wordt verzonden per e-mail. Bankverzekeringen verdienen echter een totaalaanpak. Een strategische visie op digitalisering en omnichannel dienstverlening.



Succes in Zwitserland

De Zwitserse BLKB biedt haar klanten sinds 2018 een volledige bankverzekeringsportefeuille aan. Dat doet het bedrijf via haar dochteronderneming Servicehub AG én via een volledig digitaal systeem. Na contact met hun relatiebeheerder van de bank hebben drie op de vier klanten interesse om via een online verbinding over risico's te praten en een adviesgesprek aan te gaan. Ongeveer 60% sluit vervolgens een verzekering af; en ook dat gebeurt online. Klanten worden dus niet meer

een (digitaal) aanbod van bankverzekeringen te richten: de techniek. Inmiddels zijn er kant-en-klare oplossingen op de markt waarmee iedere bank in korte tijd en zonder al te veel moeite een online platform kan aanbieden. Alle soorten verzekeringen, van schade tot leven en zorg, kunnen met zo'n platform binnen een paar maanden op de markt worden gezet.

De Zwitserse BLKB gebruikte hiervoor bijvoorbeeld het 'Core' platform van Anivo. Offertes en voorwaarden

De Zwitserse BLKB gebruikte hiervoor bijvoorbeeld het 'Core' platform van Anivo. Offertes en voorwaarden staan standaard in het platform en de polisadministratie wordt via e-mail, telefoon, chat en videochat verzorgd door het 'brokerage service center' van Anivo. Verder kan het platform naar wens worden uitgebreid met modules voor bijvoorbeeld premie-incasso en schade-uitkeringen. De voordelen zijn legio. Bankadviseurs hebben geen verzekeringskennis nodig. Ze raadplegen tijdens een videogesprek simpelweg live een verzekeringsconsulent.

videogesprekfunctie voldoet aan alle richtlijnen voor gegevensbescherming. En alles wordt digitaal geregeld. Van advies tot afsluiten en het toesturen van de polis.

Dwingt de coronacrisis banken tot verandering?

Door de coronacrisis staat traditioneel verzekeringsadvies wereldwijd voor een probleem. Verzekeraars zijn druk bezig met het vinden van oplossingen om hun klanten financieel te helpen, maar de meeste verzekeringsadviseurs én hun klanten werken nu thuis. Bestaande digitale oplossingen en kanalen (zoals Skype) voldoen niet aan de veiligheidsnormen en bieden geen volledige vervanging voor het traditionele persoonlijke advies.

Bestaande klanten kunnen nog wel telefonisch of via e-mail worden ondersteund, maar het verkrijgen van nieuwe business is beperkt of zelfs volledig tot stilstand gekomen. Een digitaal platform speciaal voor bankverzekeringen biedt uitkomst, omdat het klanten op afstand helpt verzekeringen te kiezen en af te sluiten. Tijdens de coronacrisis, maar ook erna. **IF**

“Bankadviseurs hebben geen verzekeringskennis nodig”

geadviseerd in de bankkantoren, maar thuis. Sinds 2018 hebben zo al 3.000 klanten een polis afgesloten. Relatiebeheerders van de bank beoordelen de kwaliteit van het advies dat ze op deze manier kunnen geven bovendien met een 8,8.

Gebruik van bestaande platformen

Eén argument kunnen banken in ieder geval niet gebruiken om zich niet op

staan standaard in het platform en de polisadministratie wordt via e-mail, telefoon, chat en videochat verzorgd door het 'brokerage service center' van Anivo. Verder kan het platform naar wens worden uitgebreid met modules voor bijvoorbeeld premie-incasso en schade-uitkeringen. De voordelen zijn legio. Bankadviseurs hebben geen verzekeringskennis nodig. Ze raadplegen tijdens een videogesprek simpelweg live een verzekeringsconsulent. De