

“EEN ONDERNEMER WIL TRANSPARANTIE, SNELHEID ÉN PERSOONLIJK CONTACT”

In een markt die zich langzaam ontwikkelt en waar consolidatie en digitaliseringsachterstand de boventoon voeren, is het verfrissend wanneer een ondernemer van buiten de sector opstaat en besluit het anders te doen. Willem Schats – afkomstig uit de horeca en bouwsector – is zo iemand. Met zijn platform Zakelijkeverzekering.nl brengt hij een nieuwe benadering van verzekeringsadvies, waarin technologie, transparantie en klantgerichtheid samenkomen.

Willem Schats begon zijn ondernemerscarrière op jonge leeftijd tijdens zijn studie commerciële economie, specialisatie small business. Hij richtte 24/7horecapersoneel.nl op, waarmee hij horecapersoneel detacheerde bij evenementen en voetbalclubs. “Op het hoogtepunt werkten er standaard 750 mensen per week via ons platform. Veel was ad hoc. Klanten konden op maandag bellen en op zaterdag vijftig mensen verwachten. Dat legde veel druk op de organisatie,” vertelt Schats.

Die intensieve werkwijze bracht hem veel ondernemersvaardigheden bij, maar leidde ook tot de realisatie dat hij op zoek wilde naar meer structuur en strategische waarde. Die vond hij in de bouwsector, waar hij als medeoprichter van BouwBuddy jonge mensen aan banen hielp in de bouw door hen te detacheren bij bouwbedrijven. 24/7horecapersoneel.nl verkocht hij in 2022. Vervolgens nam hij bewust een periode van zes maanden om zich te oriënteren op nieuwe markten: hij zoomde in op de zorgsector, vastgoed en verzekeringen.

Eyeopener

Zijn uiteindelijke keuze voor de verzekeringsmarkt kwam voort uit een persoonlijke ervaring. Tijdens een schadegeval binnen zijn bouwdetacheringsbedrijf ontdekte hij dat zijn ogenschijnlijk ‘volledige dekking’ niet voldeed. De communicatie met zijn adviseur was traag/slecht en inadequaat. “Jarenlang kwam de adviseur jaarlijks langs voor een update. Dat voelde goed. Maar tijdens de schade viel de dienstverlening tegen. Toen dacht ik: hoe kan dit zo gaan in een sector waar vertrouwen de kern is?”

Zijn frustratie groeide na gesprekken met andere ondernemers die vergelijkbare ervaringen hadden. Ook viel het hem op dat veel advieskantoren inmiddels zijn opgekocht door grotere partijen. “De overnames zorgen vaak voor afstand tussen klant en adviseur, en de dienstverlening verliest aan kwaliteit.” Bovendien zag hij dat er nauwelijks geïnvesteerd werd in online marketing of digitale innovatie.

Online marketing als onbenutte kans

Uit interviews met tientallen

adviseurs bleek dat velen bang zijn dat online acquisitie alleen ‘slechte risico’s’ aantrekt. Schats herkent die zorg, maar vindt die achterhaald: “Het gaat erom dat je online goed segmenteert. Ondernemers zijn juist op zoek naar digitale oriëntatie, maar willen wél persoonlijk advies. Dat kun je perfect combineren.”

“De sleutel ligt in het hybride model, waarin digitalisering én persoonlijk advies elkaar versterken”

Hij besloot zich te verdiepen in de markt en nam de domeinen zakelijkeverzekering.nl en particuliereverzekering.nl over van een oud-adviseur. Met de juiste vergunningen op zak begon hij zijn eerste klanten te werven. “Binnen korte tijd had ik veertig particuliere klanten, maar al



René Teuwen is partner bij BrainsLab

snel merkte ik dat ondernemers veel meer behoefte hebben aan persoonlijk contact. Dáár zit de advieswaarde.”

Hybride adviesmodel in opkomst

Inmiddels telt zakelijkeverzekering.nl vier adviseurs die in verschillende regio’s werkzaam zijn met de focus op het mkb en zzp’ers. Jaarlijks werft Schats 200 klanten per adviseur per regio. Het platform biedt ondernemers de mogelijkheid om online te vergelijken, maar koppelt dat aan persoonlijk advies via telefoon of op locatie. “We combineren snelheid en overzicht met maatwerk. Dat is waar ondernemers echt op zitten te wachten.”

Het platform zet in op persoonlijk contact en regionale betrokkenheid. Ondernemers starten hun oriëntatie online, maar worden daarna actief benaderd door een adviseur uit hun eigen regio. Deze servicegerichte 360 graden aanpak – telefonisch of via een fysiek bezoek – zorgt ervoor dat iedere ondernemer begeleiding op maat krijgt. Zo wordt niet alleen gekeken naar de premie, maar vooral naar wat echt nodig is voor een passende dekking. “We willen dat ondernemers snappen wat ze afsluiten. Geen kleine lettertjes, geen verwarring. Transparantie is essentieel voor vertrouwen.”

Wat traditioneel advies hiervan kan leren

De opkomst van platforms als dat van Schats laat zien dat het adviesvak juist kan profiteren van digitalisering, mits adviseurs bereid zijn om technologie actief in te zetten. In de praktijk blijven veel kantoren echter vasthouden aan het oude model, terwijl automatisering juist kansen biedt om efficiënter en klantgerichter te werken. “Wat ik vaak zie, is dat men liever alles bij het oude laat. Maar de sleutel ligt in het hybride model, waarin digitalisering én persoonlijk advies elkaar versterken.”

Volgens Schats vraagt de zakelijke klant om snelheid en gemak, maar verwacht hij nog steeds een betrokken adviseur bij complexe keuzes. “Je moet bereikbaar zijn, deskundig advies geven en het proces inzichtelijk maken. Technologie helpt daarbij, maar vervangt het persoonlijke contact niet.”

Zijn platform is daarmee niet alleen een nieuw kanaal voor klanten, maar ook een visie op hoe financieel advies eruit kan zien in de toekomst.

De succesformule

Wat verklaart het succes van Zakelijkeverzekering.nl? Volgens Schats zelf is het een combinatie van factoren:

- 1. Kennis van de doelgroep** – begrijpen wat ondernemers nodig hebben.
- 2. Gebruik van technologie** – tools inzetten om te vereenvoudigen, niet te compliceren.
- 3. Heldere communicatie** – geen jargon, maar begrijpelijke uitleg.
- 4. Persoonlijk contact** – adviseurs blijven cruciaal.
- 5. Innovatief denken** – durven af te wijken van traditionele processen.

6. Lange adem – online strategie vraagt tijd en optimalisatie.

7. Klantgerichte visie – altijd denken vanuit de eindgebruiker.

De toekomst: kansen voor jong adviesbloed

Wat hem het meest opvalt in de branche, is het gebrek aan jong talent. “De gemiddelde eigenaar van een advieskantoor is 50-plus en denkt vaak traditioneel. Er is te weinig vernieuwing, terwijl de klant wél verandert.” Daarin ziet Schats niet alleen een uitdaging, maar ook een kans: voor nieuwe toetreders die technologie omarmen, klantgericht denken en de adviesrol opnieuw willen definiëren. “Ik geloof dat het adviesvak toekomst heeft, juist door mens en technologie te combineren.” **IF**



Het team van Zakelijkeverzekering.nl