



UIT HET 'WAARDEN ONDERZOEK VERZEKERINGSBRANCHE NEDERLAND', DAT OP DE DAG VAN HET TOPADVIES WERD GEPRESENTEERD, BLIJKT DAT ADVISEURS EN VERZEKERAARS HET BELANG INZIEN VAN MENSGERICHTE WAARDEN ZOALS BETROKKENHEID, AANPASSINGSVERMOGEN, LANGE-TERMIJNPERSPECTIEF EN INNOVATIE.

TEKST PASCAL SPELIER, CONSULTANT CAPGEMINI

Dat zijn prima mensgerichte waarden, die indien door u toegepast, van u een topadviseur maken. Maar pas op, want u krijgt concurrentie van de 'tussenpersoon in de broekzak' of populairder geformuleerd: de 'robo-adviseur'. Deze robo-adviseur heeft alles in zich om de genoemde waarden waar te maken.

In Nederland is deze robo-adviseur in de vorm van een app nog niet gesignaleerd, maar op het internationale Insurtech-toneel zijn ze al gesignaleerd. Vooral in Duitsland. Al wat langer timmert daar het Zwitserse Knip aan de weg. Knip biedt klanten de mogelijkheid om bestaande verzekeringspolissen te importeren in de app. Vervolgens wordt met slimme algoritmen bepaald of je nog goed verzekerd bent en of je elders misschien goedkoper terecht kunt. Knip fungeert daarbij als ma-

De topadviseur maakt het verschil

kelaar en kan van de klant het mandaat krijgen om wijzigingen aan te brengen in de verzekeringsportefeuille.

Knip, maar ook vergelijkbare initiatieven als Clark en GetSafe – ook allen afkomstig uit Duitsland – kunnen de tussenpersoon in de toekomst vervangen. Ze doen wat de tussenpersoon ook doet, de klant helpen de juiste keuze te maken ten aanzien van de verzekeringen. De klant registreert zich éénmalig en geeft met zijn digitale handtekening de machtiging af om de verzekeringsgegevens op te halen bij zijn verzekeraar(s). Een belangrijk pluspunt van deze Insurtechs is dat ze de klant vertellen of ze goed verzekerd zijn en proactief wijzen op te realiseren verbeteringen in de verzekeringsportefeuille.

Maar hoe mensgericht is de robo-adviseur? Voor veel consumenten blijft het persoonlijke en menselijke aspect belangrijk. Het is niet voor niets dat Independer vooral heel veel verzekeringen 'verkoopt' door tussenkomst van hun 'agents' aan de telefoon. Consumenten zijn prima in staat online hun eerste oriëntatie op passende verzekering te doen, maar zoeken vaak – alvorens een definitieve keuze te maken – nog de bevestiging van een deskundig persoon. De medewerker aan de telefoon kan keuzestress voorkomen.

Ook de robo-adviseurs Knip, Clark en GetSafe hebben medewerkers beschikbaar. Ze combineren persoonlijk contact met een door technologie gedreven oplossing. Via chat kan je een beroep doen op experts van vlees en bloed. Ook kan je via chat een schade melden. Ze gebruiken vooralsnog geen intelligente *chat bots* zoals bij de onlangs gelanceerde Amerikaanse Insurtech Lemonade. Een chat bot is een computerprogramma dat ontworpen is om een intelligent gesprek te voeren met een mens. Bij Lemonade zorgt *machine learning* voor die intelligentie.

Welk tegenwicht kunnen tussenpersonen bieden tegen dit robo-geweld? Vooral veel toegevoegde waarde bieden in de zin van de klant proactief wijzen op betere en goedkopere verzekeringen en de klant vooral ontzorgen. Wellicht houdt dat de consument nog even weg van online initiatieven zoals Knip.

Ook kunnen tussenpersonen, eventueel vanuit een samenwerkingsverband, een vergelijkbare app ontwikkelen. Misschien kan het te lanceren Mijnverzekeringenopeenrij.nl daar een handje bij helpen. Hoewel de realtime gegevens in deze portal enkel voor consumenten beschikbaar komen en niet voor verzekeraars, gevolmachtigden en verzekeringsadviseurs, zou men

'Gevolmachtigden en adviseurs kunnen **inspiratie opdoen** bij de casus van Afas Personal'

inspiratie kunnen opdoen bij de casus van Afas Personal en de bankkoppeling (Google hier maar eens op). Met de opkomst van bedrijven zoals Knip, Clark en GetSafe zal een grotere groep consumenten in de toekomst verzekeringen online – lees: mobiel – beheren en kopen. Tussenpersonen die niet het vermogen hebben om zich aan te passen aan deze ontwikkelingen zullen moeite hebben om te overleven. Verzekeraars en adviseurs zien volgens het onderzoek het belang in van de mensgerichte waarden, zoals betrokkenheid, aanpassingsvermogen en lange-termijnperspectief, innovatie, maar u moet daar als adviseur wel naar acteren. Doet u het niet, dan doet de robo-adviseur het wel. ■

COLUMN