



Klaas Arents
Mede-eigenaar van De Financiële Raadgever

Internet is 'core business' voor De Financiële Raadgever



In de snel veranderende verzekeringsmarkt kiezen sommige assurantiëtussenpersonen ervoor om al hun verzekeringen aan te bieden via internet. Klaas Arents – mede-eigenaar van De Financiële Raadgever – heeft daarvoor zelfs zes verschillende websites in het leven geroepen. Unigarant verzekeringen verkoopt hij sinds anderhalf jaar via zekerverzekeren.nl. Via deze site sluit De Financiële Raadgever BV gemiddeld zeven contracten per dag.

Samen met zijn compagnon is Klaas Arents Directeur/eigenaar van het verzekeringsbedrijf De Financiële Raadgever BV. Het bedrijf bestaat uit twee assurantiekantoren in Breda en Winschoten, een inkoopcombinatie voor assurantietussenpersonen en zes verschillende websites voor het verkopen van verzekeringen aan particulieren. Arents heeft er enkele jaren geleden bewust voor gekozen om zich vrijwel geheel te richten op de internetmarkt. "Steeds meer particulieren willen snel en simpel een verzekering afsluiten en hebben geen behoefte meer aan advies. Dat is de groep die wij met sites als zekerverzekeren.nl willen bedienen. Het gaat zeker niet meer alleen om jonge mensen; uit onderzoek blijkt dat ook de groep tussen 35 en 55 jaar steeds meer koopt via internet. Voor ons als bedrijf heeft internet ook een aantal duidelijke voordelen. De kosten zijn relatief laag en de klant kan zeven dagen per week en 24 uur per dag bij ons terecht. We kunnen precies meten welke acties en producten succesvol zijn en daar meteen op inspelen."

Zoekmachine

De Financiële Raadgever heeft er veel werk van gemaakt om hoog op de lijst te komen in de zoekmachine van Google. Wie bijvoorbeeld de woorden 'Unigarant' en 'verzekeringen' intypt, komt zekerverzekeren.nl al op de eerste pagina tegen. "Voor een vast bedrag per maand zorgt een internetmarketingbedrijf ervoor dat we telkens goed blijven scoren in Google. Onder meer door het gebruik van de juiste woorden op de site (metatags) en door het regelmatig vernieuwen van de site. Omdat we goed scoren in Google is zekerverzekeren.nl behoorlijk succesvol. We sluiten gemiddeld zeven contracten per dag. Dat is een aantal dat voorheen onze buitendienstmedewerkers niet haalden."

Webservice Unigarant

Unigarant streeft binnen webinitiatieven als zekerverzekeren.nl natuurlijk een zo professioneel en consequent mogelijke toepassing van haar huisstijl en merknaam na. Begin 2008 is daarvoor dan ook beleid ontwikkeld. Arents: "Wij hebben voorlopig toestemming om de website op deze manier in de lucht te hebben. We hebben 'm zelf laten bouwen, maar de SalesGarant module van

Unigarant is erin opgenomen. Dat is een verregaand geautomatiseerd systeem waarmee de klant zelf zijn verzekeringen kan afsluiten. Het enige werk dat wij er nog aan hebben, is het verwerken van de polis. Het systeem functioneert uitstekend, ik wou dat meer maatschappijen zo'n systeem hadden."

Instream

Arents ziet voor zichzelf eigenlijk geen nadelen aan het verkopen van verzekeringen via internet. "Als assurantietussenpersoon moest ik er in het begin wel aan wennen dat de binding met de klant grotendeels is weggefallen. Voorheen was ik gewend een klant jarenlang in mijn portefeuille te hebben en steeds verder uit te breiden, nu kan een klant morgen weer vertrokken zijn. Op zich maakt dat niet uit, als je er maar voor zorgt dat je instroom continu groter is dan je uitstroom. Ons beleid is dat we ons niet druk maken over de mensen die weggaan, over een aantal maanden kan iemand gewoon weer terug komen voor een ander product.

Persoonlijk advies is voor ons helemaal niet belangrijk meer, internet is onze 'core business'. Als iemand toch een keer advies wil, verwijzen we hem door naar een lokale tussenpersoon. Wij mikken op de klant die achter zijn computer zit en een verzekering wil regelen. Als wij zo iemand goed bedienen, kunnen we daar meer uithalen dan uit persoonlijk contact. Klanten zijn zelf ook steeds minder bereid om tijd vrij te maken voor adviesgesprekken."

E-mailmarketing

Het is de verwachting van De Financiële Raadgever dat de verkoop van verzekeringen via internet de komende jaren alleen maar verder zal toenemen. "Aan de ene kant is dat gunstig, aan de andere kant zie je dat het aantal bedrijven dat actief is op internet enorm toeneemt. We zullen er dus hard aan moeten trekken om bovenin te blijven staan bij Google. Daarnaast starten we half januari met e-mailmarketing. We hebben meer dan tienduizend e-mailadressen van mensen die onze sites bezocht hebben en die willen we elke veertien dagen een digitale nieuwsbrief sturen. Op die manier hopen we nog betere resultaten te halen uit de verkoop via internet."

"Klanten zijn steeds minder bereid om tijd vrij te maken voor adviesgesprekken"