

PERSBERICHT

Diemen, 1 juli 2011

Aanbod gebaseerd op meer dan 25.000 reacties

Verzekeraar na twee maanden crowdsourcen van start met acht schadeverzekeringen

Internetverzekeraar De Nederlanden van Nu biedt sinds gisteren acht schadeverzekeringen aan.

De verzekeringen zijn gebaseerd op meer dan 25.000 reacties die de verzekeraar crowdsourcend online verzamelde na de oproep 'wat is flauwekul en wat niet als het gaat om verzekeren?'

De reacties worden door directeur Arjen Dijkstra geclassificeerd als "Vaak voor de hand liggend en soms verrassend."

De meeste reacties kwamen binnen op de gesloten vragen: bijna 25.000. Het aantal zelf geformuleerde reacties bedroeg ruim 300 en was verdeeld over de eigen website, NUjij, Facebook en Twitter.

Daarnaast ontving de verzekeraar spontane reacties via e-mail en telefoon.

Onderzoeksresultaten

De Nederlanden van Nu concludeert naar aanleiding van de reacties dat een grote groep consumenten behoefte heeft aan een verzekeraar die verzekeren terugbrengt tot de essentie. Door dekkingen en services te bieden zonder overbodige franje, door heel duidelijk te zijn over wat wel en niet verzekerd is en door af te zien van excessieve uitgaven voor zichzelf.

- 77% vindt het flauwekul om zijn verzekeraar te kunnen bellen met technische vragen over z'n auto.
- 78% vindt het prima om zijn auto met een kleine schade zelf af te leveren bij de garage.
- 94% vindt het belangrijk te weten waarvoor hij wel en waarvoor hij niet verzekerd is.
- 74% hoeft geen pakketkorting als dat betekent dat de basispremie hoger wordt.
- 68% wil wel een Bonusgarantie waarmee eenmaal per jaar een autoschade kan worden geclaimd zonder dat daardoor de no-claimkorting afneemt. Maar tegelijkertijd wil 79% daar niet een 15% hogere basispremie voor betalen.

De meest gemaakte zelf geformuleerde reacties vallen in de categorie niet graaien, niet speculeren en geen hoge kosten maken.

Vertaling naar verzekeringsaanbod

Bovenstaande resultaten konden direct worden vertaald naar het verzekeringsaanbod. Voor sommige andere resultaten was dat lastiger omdat de meningen verdeeld waren. Bijvoorbeeld over de wenselijkheid van Pechhulp bij een autoverzekering of Medische kosten bij een reisverzekering. In die gevallen is uiteindelijk vaak gekozen voor een optionele dekking. Dijkstra: "Al met al denk ik dat we op basis van de verzamelde meningen een mooi aanbod hebben ontwikkeld. Verzekeringen met dekkingen die er werkelijk toe doen, niet betalen voor flauwekul en een lage kostenstructuur leiden tot een prijs-prestatieverhouding die voor veel klanten aantrekkelijk is. Maar de toekomst moet dat natuurlijk gaan

uitwijzen.” Het aanbod bestaat uit een auto-, motor-, inboedel-, opstal-, aansprakelijkheids-, doorlopende reis-, ongevallen- en rechtsbijstandverzekering. Verzekeringen kunnen alleen worden afgesloten via de website van de verzekeraar.

Meer onderzoeksresultaten zijn te vinden op www.nederlandenvannu.nl/uw-mening/uitkomst-onderzoek.html, inclusief de vertaling naar het aanbod van De Nederlanden van Nu.

Verbeteren samen met de klant mede uit eigen belang

Ook in de toekomst blijft de verzekeraar nadrukkelijk luisteren naar de mening van de klant.

De nieuw gelanceerde website is zeker niet perfect. “Verbeteren samen met de klant kent bijna alleen maar voordelen. Het is sneller, goedkoper en leidt tot betere resultaten dan zelf heel lang nadenken over de perfecte site”, aldus Dijkstra. De verzekeraar vraagt klanten en bezoekers hun ervaringen en tips te delen. “Ook uit eigen belang. Want dichterbij de klant leidt tot betere inzichten die weer kunnen leiden tot een hogere klanttevredenheid. En alleen met tevreden klanten kun je een internetverzekeraar bouwen die ook op langere termijn succesvol is.”

...