

Het optimaliseren van de risicoadvisering

Scriptie afstudeerstage

18-03-2019

Naam: Pepijn Bruil

Studentnummer: 2350963

Opleiding: Financial Services Management

Onderwijsinstelling: Fontys

Stage: Perrée & Partners B.V.

Begeleider kantoor: Jeroen van den Broek

Eerste lezer: Jeroen Rooijackers

Tweede lezer: Niet bekend

Status scriptie: openbaar



PERRÉE & PARTNERS

FINANCIËLE PLANNING | VERZEKERINGEN | VASTGOED | KREDIETEN



Contactgegevens

Stagebedrijf

Bedrijfsnaam: Perrée & Partners B.V.
Branche: Financiële instellingen
Werknemers: 51-200
Website: www.perreepartners.nl
Telefoon: 040 – 239 2050
Stagebegeleider: Jeroen van den Broek
Belangrijke nummers:
KiFid: 300.001455
AFM: 12003883
KvK: 20114543
Bezoekadres:
Bilderdijklaan 23
5611 NG Eindhoven.

Stagebegeleider

Naam: Jeroen van den Broek
Functie: Verzekeringsadviseur
Telefoon: 06-55 120 595
E-mail:
jeroen.vandenbroek@perreepartners.nl
Bezoekadres:
Elzentlaan 27
5611 LG Eindhoven.

Eigen gegevens

Naam: Pepijn Bruil
Telefoon: 06-46454664
E-mail Perrée & Partners:
stage@perreepartners.nl
E-mail Fontys: p.bruil@student.fontys.nl
Studentnummer: 2350963
Bereikbaarheid: maandag t/m vrijdag

Opleiding

Naam: Financial Services Management
Afdeling: FH MER
Instelling: Fontys Hogescholen
Locatie: R3 + R4
Website: www.fontys.nl
Bezoekadres:
Rachelsmolen 1
5612 MA Eindhoven

Begeleiders

Begeleider 1:
Naam: Jeroen Rooijakkers
E-mail: jeroen.rooijakkers@fontys.nl
Telefoon: 088 507 4983

Begeleider 2:
Naam: Niet bekend
E-mail:
Telefoon:

Afstudeercoördinator:
Naam: Ingrid Drenth
E-mail: i.drenth@fontys.nl
Telefoon: 088-507 1375

Onderzoek

Onderwerp: Het optimaliseren van de risicoadvisering
Afdeling: Zakelijke Verzekeringen
Vakgebied: Risicomanagement
Tijdvak: 05-02-2018 / 01-06-2018



Voorwoord

Beste lezer,

Na vier jaar de opleiding Financial Services Management gevolgd te hebben, is het einde van de opleiding in zicht. De afstudeerstage was het laatste onderdeel van de studie. Na het afronden van de stage zal ik tot mijn grote blijdschap in dienst blijven bij Perrée & Partners.

Voor u ligt mijn scriptie: het optimaliseren van de risicoadvisering. De afgelopen 17 weken hebben in het teken van dit onderzoek gestaan bij en voor Perrée & Partners.

Ik kijk met veel genoegen terug op deze periode. Door de goede sfeer op kantoor voelde het al snel als thuiskomen. Mijn speciale dank gaat uit naar Jeroen van den Broek, mijn stagebegeleider. Tevens wil ik de medewerkers van de afdeling Zakelijke Verzekeringen bedanken, zowel op de Elzentlaan als op de Bilderdijklaan. Op beide locaties ben ik goed ontvangen. Dit geldt voor zowel de adviseurs als de binnendienst. De adviseurs hebben mij meegenomen naar klantgesprekken en hebben ervoor gezorgd dat er response is gekomen op de enquête. Mede dankzij hen zal ik deze stage met een goed gevoel afsluiten.

Ook Alex Salden van De Goudse wil ik graag bedanken voor zijn bijdrage aan dit onderzoek. Alex Salden heeft mij kennis laten maken met De Goudse en hun tool. Daarnaast is hij meerdere malen langs kantoor gekomen om mij literatuur en artikelen te brengen die mij hebben geholpen met het onderzoek.

Pepijn Bruil

Eindhoven, 2018



Managementsamenvatting

Het onderzoek heeft betrekking gehad op de enkele jaren geleden door Perrée & Partners ingezette transitie van verzekeringsadvisering naar risicoadvisering. De aanleiding voor dit onderzoek is geweest dat Perrée & Partners niet weet in hoeverre deze transitie heeft geleid tot tevredenheid van de klant op het gebied van risicoadvisering. Daarnaast wil Perrée & Partners graag laten onderzoeken of het verder professionaliseren van de risicoadvisering, met behulp van het in gebruik nemen van een risicoanalyse tool door alle adviseurs, kan helpen met het optimaliseren van de dienstverlening en daarmee de klanttevredenheid positief beïnvloeden.

Om dit onderzoek uit te voeren is zowel gebruik gemaakt van deskresearch als van fieldresearch. Voor deskresearch is er gebruik gemaakt van de al bestaande gegevens en theorieën met betrekking tot het onderzoek. Voor fieldresearch is gebruik gemaakt van meerdere meetinstrumenten, zoals observaties van de adviseurs, een kort interview met de Directeur Financial Services en er is een enquête gehouden onder zakelijke klanten van Perrée & Partners.

Er waren voor Perrée & Partners meerdere redenen om de transitie te maken naar risicoadvisering, namelijk: het uniform vastleggen van de advisering, het helpt bij de professionalisering, het draagt bij aan de zorgplicht en er wordt voldaan aan de eisen die de toezichthouders stellen.

Om de kwaliteit van de dienstverlening van Perrée & Partners te onderzoeken zijn er observaties uitgevoerd. Uit de observaties is gebleken dat de adviseurs een score van 82 tot 87 punten hebben behaald op de variabelen uit de observatielijst. Hier konden in totaal 90 punten gescoord worden.

Dat de dienstverlening goed is, is ook te zien in de klanttevredenheid. De klanten van Perrée & Partners zijn erg tevreden. Zowel over het advies als over de adviseur. In beide gevallen is 85,72% van de klanten (zeer) tevreden. De transitie naar risicoadvisering wordt gewaardeerd door de klant, aangezien 76% van de klanten liever risicoadvies krijgt dan verzekeringsadvies.

Om de dienstverlening voor risicoadvisering verder te optimaliseren is een risicoanalyse tool een geschikt instrument. SUREbusiness en RAAT zijn de meest interessante opties voor Perrée & Partners om te gaan gebruiken, zo blijkt uit het onderzoek. Deze tools voldoen aan de eisen van Perrée & Partners en kosten de klant niet te veel tijd. Het voordeel dat SUREbusiness heeft ten opzichte van RAAT is dat er na de risico-inventarisatie direct offertes naar voren komen die passend zijn voor de klant.

De klanten zijn momenteel erg tevreden over de dienstverlening bij Perrée & Partners. Om dit zo te houden dient de risicoadvisering geoptimaliseerd te worden. Dit kan worden bereikt door gebruik te maken van een risicoanalyse tool.

Naar aanleiding van het onderzoek zijn enkele aanbevelingen gedaan. Het gaat hier bijvoorbeeld om de aanbeveling om met regelmaat een klanttevredenheidsonderzoek te houden, om zo ergernissen bij klanten tijdig te kunnen constateren en verhelpen. Daarnaast is er een aanbeveling gedaan ten aanzien van de risicoanalyse tools. Hierbij wordt aanbevolen om voor ZZP en MKB-klanten SUREbusiness in gebruik te nemen.



Inhoud

Contactgegevens	II
Voorwoord	III
Managementsamenvatting.....	IV
Figurenlijst	VII
Tabellenlijst.....	VIII
Afkortingen	VIII
Begrippen.....	VIII
1. Inleiding.....	1
1.1 Aanleiding.....	1
1.2 Onderzoeksdoelstelling.....	2
1.3 Hoofd- en deelvragen.....	2
1.3.1 Hoofdvraag.....	2
1.3.2 Deelvragen	2
1.4 Conceptueel model	4
1.5 Leeswijzer	5
2. De organisatie.....	5
2.1 Vestigingsplaats	5
2.2 Bedrijfsonderdelen.....	6
2.3 Overnames.....	6
2.4 Aantal zakelijke klanten.....	6
2.5 Betekenis zakelijke portefeuille voor Perrée & Partners	6
3. Theoretisch kader	7
3.1 Modellen	7
3.1.1 Basismodel	7
3.1.2 Marketingmix (7 P's).....	8
3.1.3 SFA model	9
3.2 Literatuuronderzoek	10
3.2.1 De transitie naar risicoadvisering	10
3.2.2 Dienstverlening voor risicoadvisering	11
3.2.3 De zakelijke klant van Perrée & Partners.....	12
3.2.4 Risicoanalyse tools	13
4. Onderzoeksmethoden	15
4.1 Onderzoeksopzet	15



4.2	Onderzoeksmethoden.....	16
4.2.1	Type onderzoek.....	16
4.2.2	Meetinstrumenten	17
4.3	Beperkingen, betrouwbaarheid & validiteit	18
	Beperkingen	18
	Betrouwbaarheid.....	18
	Validiteit.....	18
	Antwoorden enquête.....	19
	Verwachtingen	19
5.	Onderzoeksresultaten.....	20
5.1.1	De transitie naar risicoadvisering.....	20
5.2	Dienstverlening voor risicoadvisering	21
5.2.1	Scores adviseurs	22
5.2.2	Basismodel	24
5.3	De zakelijke klant van Perrée & Partners	25
5.3.1	Voorkeur en termijn uitbrengen advies	25
5.3.2	Meerwaarde voor de klant	26
5.3.3	Tevredenheid van de klanten.....	27
5.3.4	De klant over het gebruik van een risicoanalyse tool.....	27
5.3.5	Marketingmix	29
5.4	Risicoanalyse tools	30
5.4.1	Gebruik tools door risicoadviseurs.....	30
5.4.2	Onderzochte risicoanalyse tools	30
5.4.3	Belangrijkste voor- en nadelen	32
5.4.4	Eigenschappen volgens belanghebbenden.....	32
5.4.5	SFA model	34
6.	Conclusie	35
6.1	De transitie naar risicoadvisering	35
6.2	Dienstverlening afdeling Zakelijke Verzekeringen Perrée & Partners	35
6.3	De zakelijke klant van Perrée & Partners	36
6.4	Risicoanalyse tools.....	36
6.5	Hoofdvraag.....	38
7.	Aanbevelingen.....	39
7.1	Risicoanalyse tools	39
7.2	Klanttevredenheid	41
7.3	Spanningsveld	41



Nawoord door de Directeur Financial Services.....	42
Literatuurlijst.....	43
Bijlagen	47
Bijlage I. Organogram Perrée & Partners Financial Services.....	47
Bijlage II. Grootste risico's.....	48
Bijlage III. Interview Alex Salden en Denise Overbeek	49
Bijlage IV. Boris.....	51
Bijlage V. SRMS RAAT.....	52
Bijlage VI. Observatie Mike Sanders, 28-03-2018	53
Bijlage VII. Observatie Maarten Timmermans, 06-04-2018.....	53
Bijlage VIII. Observatie Jeroen van den Broek, 13-04-2018.....	54
Bijlage IX. Observatie Jasper Verdoes, 19-04-2018	55
Bijlage X. Observatielijst met scores.....	56
Bijlage XI. Antwoorden enquête	58
Bijlage XII. Marketingmix voor enquêtevragen.....	60

Figurenlijst

Figuur 1 Conceptueel model.....	4
Figuur 2 7P model	9
Figuur 2 De facetten van dienst verlenen.....	7
Figuur 3 Cirkel dienstverlening Perrée & Partners	21
Figuur 4 Scores observaties	22
Figuur 5 Totaalscore observaties	23
Figuur 7 Welk advies heeft de voorkeur van de klant?	25
Figuur 8 Termijn uitbrengen risicoadvies	26
Figuur 9 Tevredenheid klanten	27
Figuur 10 Bereidheid klanten voor het invullen van een risicoanalyse tool.....	28
Figuur 11 Bezwaar risicoanalysetool	28
Figuur 13 Organogram Perrée & Partners Financial Services	47
Figuur 14 Top 10 risico's van wereld naar Nederland	48
Figuur 15 Top 10 risico's per grootte bedrijf.....	48
Figuur 16 Voorbeeld rapportage RAAT.....	52



Tabellenlijst

Tabel 1 Waar wordt welk model gebruikt?	10
Tabel 2 Voor- en nadelen risicoanalyse tools	32
Tabel 3 belangrijkste eigenschappen volgens belanghebbenden.....	33
Tabel 4 Eigenschappen risicoanalyse tools.....	34
Tabel 5 Observatielijst met scores	57
Tabel 6 Reden (on)tevredenheid over adviseur.....	58
Tabel 7 Meerwaarde risicoadvies volgens de klant	59
Tabel 8 Marketingmix.....	61

Afkortingen

AFM: Autoriteit Financiële Markten

Am: Assurantie Magazine

AOV: Arbeidsongeschiktheidsverzekering

AVG: Algemene verordening gegevensbescherming

B.V.: Besloten Vennootschap

NEN: Nederlandse Norm

Begrippen

Marktstagnatie: het stoppen van de groei van de markt.

Onderverzekering: verzekerd bedrag van bijvoorbeeld inboedel ligt lager dan de werkelijke waarde.

Prospects: potentiële klanten.

Risico: een onzekere gebeurtenis met oorzaken, een kans dat die optreden en effect heeft op de doelstelling(en).

Risico gestuurd werken: Het toepassen van de zes generieke risicoprocesstappen in bestaande of nieuwe werkprocessen. Dit vanuit bestaande methoden voor risicomanagement, met waar nodig accentverschillen ten opzichte van het gangbare en vaak vooral instrumentele risicomanagement. Bij risico gestuurd werken staat de mens in de organisatie centraal en zijn methoden en hulpmiddelen daar aan ondersteunend

Risicoanalyse: het analyseren van de risico's.

Risicoanalyse tool: applicatie die ondersteuning biedt voor het uitbrengen van een advies.

Risico-inventarisatie: het in kaart brengen van alle risico's.



1. Inleiding

Deze afstudeeropdracht is met behulp van mijn persoonlijke netwerk tot stand gekomen. Via dit netwerk is contact gelegd met Jeroen van den Broek, werkzaam bij Perrée & Partners. Via Jeroen is contact geweest met de directie van Perrée & Partners, waarna duidelijk is geworden wat Perrée & Partners wil. In 2015 is Perrée & Partners heel bewust van verzekeringsadvisering op risicoadvisering overgestapt. Ondanks dat de transitie al is gemaakt wil Perrée & Partners deze omslag nog wel optimaliseren vanuit het perspectief van de klant.

1.1 Aanleiding

Waar er eind 2015 nog 2 adviseurs voor de zakelijke markt in dienst waren, zijn dit er nu inmiddels 6, waarvan 3 adviseurs zich vooral richten op het binnenhalen van nieuwe klanten. Perrée & Partners wil zich onderscheidend presenteren in de markt, onder andere door de focus meer te leggen op risicoadvies bij zakelijke relaties.

De transitie van verzekeringsadvies naar risicoadvies is momenteel een 'hot' thema binnen de advieswereld (Overbeek, Adviseurs zetten eerste stap naar risicoadvies, 2015). Perrée & Partners heeft de transitie gemaakt naar risicoadvisering. Er zijn ook diverse concurrenten zijn die deze stap gemaakt hebben of in de nabije toekomst zullen gaan maken. Perrée & Partners heeft als doel om een voorloper te worden op de markt in de zakelijke dienstverlening. Om dit te bereiken zullen zij telkens weer proberen om de dienstverlening te verbeteren. Hiermee willen ze ook de concurrentie voorblijven, maar vooral de klant zo optimaal mogelijk adviseren, leidend tot grote tevredenheid van de klant.

Op de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners wordt risicoadvisering, zoals aangegeven, al een paar jaar toegepast. Ondanks deze ervaring zijn er nog enkele zaken hierover niet duidelijk bij Perrée & Partners. Bijvoorbeeld: Zit de klant wel te wachten op deze relatief nieuwe vorm van adviseren en is hij er tevreden over? In het artikel: Zit het MKB wel te wachten op Riskmanagement? op de website van Assurantie Magazine is te lezen dat Luc IJsseldijk, Risk Consultant bij Risistent, denkt dat het MKB wel degelijk zit te wachten op Riskmanagement (IJsseldijk, 2015). Dit is een uitspraak die geldt voor het MKB in het algemeen. De vraag is of de klanten van Perrée & Partners er hetzelfde over denken.

Het probleem waar nu nog tegen aan wordt gelopen bij Perrée & Partners is de efficiëntie bij de risicoadvisering.

Een risicoadvies uitbrengen vergt meer tijd van de adviseurs dan een verzekeringsadvies uitbrengen. De adviseurs bij Perrée & Partners werken op locatie bij de klant nog veel met pen en papier. Dit moet later op kantoor in de systemen worden verwerkt en wordt er dus dubbel werk gedaan. Een risicoadvies bestaat naast een verslag ook een offerte voor de af te sluiten verzekeringen. Voor de offerte is een adviseur vaak afhankelijk van een maatschappij. De risico's van bedrijven worden niet door iedere maatschappij geaccepteerd. Daarnaast is een adviseur afhankelijk van de snelheid van een maatschappij bij het opmaken van een offerte.

In dit onderzoek zal worden onderzocht of er een systeem is welke geschikt is voor Perrée & Partners om ze de efficiëntie te verhogen.



1.2 Onderzoeksdoelstelling

Het onderzoek dat wordt opgeleverd aan Perrée & Partners zal een schriftelijk advies zijn voor Perrée & Partners waarin staat hoe zij de dienstverlening van de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners kunnen optimaliseren. Dit advies zal gebaseerd worden op zowel de klanttevredenheid met betrekking tot risicoadvisering die Perrée & Partners tot nu toe toepast als de conclusies over de toegevoegde waarde van het gebruik van een risicoanalyse tool bij de risicoadvisering.

1.3 Hoofd- en deelvragen

Op basis van de onderzoeksdoelstelling kunnen een hoofdvraag en daarvan afgeleide deelvragen geformuleerd worden. De deelvragen zullen de kapstok vormen voor het gestructureerd in kaart brengen en analyseren van de situatie, waarna via de beantwoording van de hoofdvraag duidelijk wordt hoe de doelstelling van dit onderzoek gerealiseerd kan worden.

1.3.1 Hoofdvraag

Hoe kan Perrée & Partners de transitie van verzekeringsadvies naar risicoadvisering dusdanig optimaliseren dat de klanten zeer tevreden zijn en blijven?

1.3.2 Deelvragen

De hoofdvraag zal beantwoord moeten kunnen worden aan de hand van deelvragen. Om de hoofdvraag te beantwoorden zijn de onderstaande deelvragen opgesteld. De deelvragen zijn opgesteld aan de hand van het IST SOLL GAP model. IST is de huidige situatie, SOLL is de gewenste situatie en GAP is het gat tussen de twee situaties.

De IST SOLL GAP van het onderzoek zal hieronder eerst worden opgemaakt. Daarna zal tevens bij iedere deelvraag een IST SOLL GAP model weergegeven. Enkel bij deelvraag 1 wordt geen model weergegeven. Dit is omdat dit een beschrijvende deelvraag is. Hier wordt niet naar een verbetering gezocht.

IST: De huidige situatie van Perrée & Partners is dat ze de omslag hebben gemaakt naar risicoadvisering, maar hierbij nog geen inzicht hebben in de mening van de eigen klanten hierover. Daarnaast heeft momenteel iedere adviseur heeft momenteel nog een eigen werkwijze.

SOLL: De gewenste situatie zal zijn dat Perrée & Partners een duidelijk inzicht heeft van de klanttevredenheid en wat de klanten vinden van de omslag naar risicoadvisering. Daarnaast is het in de gewenste situatie vanzelfsprekend dat er wordt gewerkt met een risicoanalyse tool om een uniforme werkwijze te creëren.

GAP: Het gat tussen de IST en SOLL is dat er nog geen inzicht is in de klanttevredenheid bij Perrée & Partners. Er wordt ook nog geen gebruik gemaakt van een risicoanalyse tool waardoor iedere adviseur nog werkt met een eigen en andere werkwijze.



1. Waarom heeft Perrée & Partners de transitie gemaakt van het verkopen van verzekeringen naar risicoadvisering?

Deze deelvraag is opgesteld om achter de redenen te komen waarom de zakelijke markt, maar in het bijzonder Perrée & Partners, de transitie heeft gemaakt van de verzekeringsadviesing naar de risicoadvisering. De antwoorden op deze deelvraag geven een beter inzicht in het recente verleden van Perrée & Partners ten aanzien van hun dienstverlening, waardoor er belangrijke informatie kan worden verkregen voor de toekomstige optimalisering van de risicoadvisering.

2. Hoe ziet de dienstverlening voor risicoadvisering er bij de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners momenteel uit?

Om de risicoadvisering te kunnen optimaliseren dient een beeld gevormd te worden van de huidige dienstverlening. Via een analyse van de huidige dienstverlening kan worden bepaald welke stappen ondernomen dienen te worden om de dienstverlening verder te kunnen optimaliseren, door de goede elementen te continueren, de ontbrekende elementen toe te voegen en de minder goede elementen te verbeteren.

Deelvraag 2 zal de IST situatie in kaart brengen voor dit onderzoek. Er zal worden onderzocht hoe de huidige situatie bij Perrée & Partners eruit ziet.

3. Hoe kijken de zakelijke klanten van Perrée & Partners aan tegen de risicoadvisering van Perrée & Partners?

Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is dit een belangrijke vraag die gesteld dient te worden. Een verzekeringsintermediair draait ten slotte op de inkomsten die het genereert uit de klanten. Afhankelijk van het antwoord op deze vraag zal bepaald worden of de transitie een goede zet is geweest, hoe tevreden de klanten zijn en wat dit betekent voor de invulling van de risicoadvisering.

Deelvraag 3 zal de SOLL van dit onderzoek in kaart brengen. Bij deze deelvraag zal worden onderzocht hoe de klanten van Perrée & Partners de ideale adviesing voor zich zien.

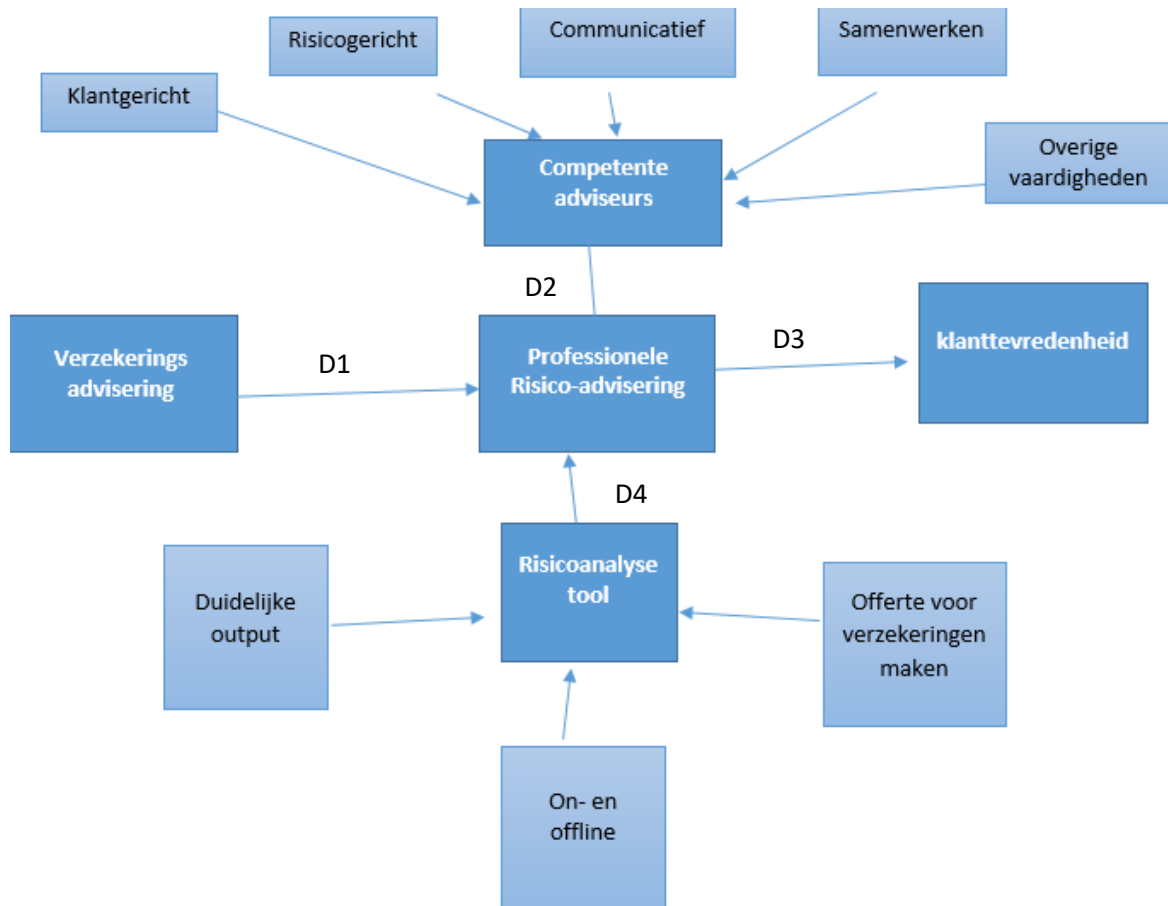
4. Welke risicoanalyse tool is het meest geschikt voor Perrée & Partners om de dienstverlening van de afdeling Zakelijke Verzekeringen beter vorm te geven?

De risicoanalyse tool lijkt een wezenlijke rol te kunnen spelen bij het optimaliseren van de risicoadvisering. Bij het beantwoorden van deze deelvraag wordt onderzocht of dat inderdaad zo is en zo ja, welke risicoanalyse tool het meest geschikt is.

Deelvraag 4 zal in kaart brengen hoe de GAP van dit onderzoek zal kunnen worden verkleind. Er zal naar de meest geschikte risicoanalyse tool worden gezocht om zo de GAP eventueel te kunnen verkleinen.

1.4 Conceptueel model

In figuur 1 wordt het conceptuele model gepresenteerd. Op de lijnen die de bouwstenen van het onderzoek weergeven staat D1 tot en met D4. Deze staan voor de deelvragen. Zo zal in deelvraag 1 de transitie van verzekeringsadvies naar professionele risicoadvisering worden onderzocht. In deelvraag 2 zal worden onderzocht of de adviseurs bij Perrée & Partners competent zijn als risicoadviseurs. Deelvraag 3 zal gaan over de klanttevredenheid over risicoadvisering bij Perrée & Partners en deelvraag 4 gaat over de risicoanalyse tools. De deelvragen zou je nog kunnen toevoegen aan het model. Elke lijn die naar het middelpunt wijst staat voor een deelvraag.



FIGUUR 1 CONCEPTUEEL MODEL



1.5 Leeswijzer

In deze leeswijzer zal een overzicht worden gegeven over de opbouw van het onderzoeksrapport.

In hoofdstuk 2 wordt een beschrijving gegeven van de organisatie Perrée & Partners. De organisatieomschrijving is inleidend voor de deelvraag 1. In hoofdstuk 2 zullen dan ook al de theorie en resultaten van deelvraag 1 Waarom heeft Perrée & Partners de transitie gemaakt van het verkopen van verzekeringen naar risicoadvisering? worden gepresenteerd.

Hoofdstuk 3 bevat zowel het theoretische kader als de resultaten van deelvraag 2 Hoe ziet de dienstverlening voor risicoadvisering er bij de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners momenteel uit?

Hoofdstuk 4 bevat dezelfde structuur als hoofdstuk 3, maar dan over deelvraag 3 Hoe kijken de zakelijke klanten van Perrée & Partners aan tegen de risicoadvisering van Perrée & Partners?

In hoofdstuk 5 worden de theorieën en resultaten gepresenteerd over deelvraag 4 Welke risicoanalyse tool is het meest geschikt voor Perrée & Partners om de dienstverlening van de afdeling Zakelijke Verzekeringen beter vorm te geven?

Hoofdstuk 6 bevat de conclusie. Hier worden de conclusies van de deelvragen gepresenteerd om zo tot een antwoord op de hoofdvraag Hoe kan Perrée & Partners de transitie van verzekeringsadvies naar risicoadvisering dusdanig optimaliseren dat de klanten zeer tevreden zijn en blijven? te komen.

In hoofdstuk 7 worden conclusies getrokken op basis van het gehouden onderzoek. Verder worden er door de onderzoeker aanbevelingen gedaan aan Perrée & Partners die betrekking hebben op het onderzoek.

2. De organisatie

Perrée & Partners is een organisatie waarvan de activiteiten onder zijn te verdelen in twee hoofdactiviteiten.

Perrée & Partners is enerzijds een onafhankelijk financieel dienstverlener. Anderzijds richt Perrée & Partners zich op de ontwikkeling en het beheer van vastgoed. Bij Perrée & Partners staat intensief contact met de klant voorop, de slogan is niet voor niets “we stay in touch” (Perrée & Partners, sd).

2.1 Vestigingsplaats

De stage en het onderzoek zullen worden uitgevoerd bij en voor Perrée & Partners. Het hoofdkantoor van Perrée & Partners is gevestigd aan de Bilderdijklaan in Eindhoven. Sinds 1 januari 2018 heeft Perrée & Partners nog een vestiging in Eindhoven geopend, aan de Elzentlaan. Deze vestiging ligt op loopafstand van de Bilderdijklaan. De Elzentlaan is de locatie waar het onderzoek verricht zal worden. Op de Elzentlaan zit momenteel (gedeeltelijk) de afdeling Zakelijke Verzekeringen, de Directeur Financial Services en Wedding & Marinussen, een extern bedrijf binnen Perrée & Partners. Naast de twee vestigingen in Eindhoven heeft Perrée & Partners een vestiging in Surhuisterveen en een vestiging in Maastricht.



2.2 Bedrijfsonderdelen

Perrée & Partners B.V. is een allround advieskantoor voor verschillende producten en diensten in de financiële dienstverlening. Het bedrijf bestaat inmiddels 15 jaar en 5 jaar geleden is men gestart met advies en bemiddeling op het gebied van verzekeringen. Aanvankelijk was dit vooral gericht op de particuliere markt, maar sinds 2015 ook op de zakelijke markt.

De hoofdactiviteit financiële dienstverlening is onderverdeeld in verschillende afdelingen:

- | | |
|-------------------------------|----------------------|
| - Zakelijke Verzekeringen; | - Kredieten; |
| - Particuliere Verzekeringen; | - Pensioenen; |
| - Hypotheken; | - Schenken en erven. |

Dit onderzoek wordt geschreven voor de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners. Op deze afdeling werken vijf adviseurs en zes ondersteuners in de binnendienst. In totaal (inclusief overgenomen bedrijven) werken er momenteel 59 personen bij Perrée & Partners Financial Services. Er is een organogram (bijlage II) waar de verdeling van Financial Services staat uitgebeeld.

2.3 Overnames

Perrée & Partners is een sterk groeiende onderneming. In de periode februari-juni 2018, waarin het onderzoek is uitgevoerd, zijn drie bedrijven overgenomen. De klanten en medewerkers van deze bedrijven komen over naar Perrée & Partners. Het klantenbestand is de afgelopen maanden daarmee sterk gegroeid. Het management van Perrée & Partners is bezig om de overnames op een goede manier te managen. De overgenomen bedrijven blijven nu nog voorlopig onder de eigen naam werken, zoals ASMI. Dit is ook te zien in het organogram uit bijlage II. Het is echter de bedoeling dat dit uiteindelijk Perrée & Partners wordt. De overgenomen kantoren vestigen zich allen in Eindhoven. De kantoren in Surhuisterveen en Maastricht werken onder de naam Van der Velde en Sprenger.

2.4 Aantal zakelijke klanten

Perrée & Partners beschikt momenteel over meerdere portefeuilles, dit komt door de overnames. Door de overnames wordt het klantenbestand steeds groter. De zakelijke portefeuille heeft nooit een vast aantal. De adviseurs zijn vaak onderweg om weer een nieuwe klant binnen te halen. Voor het onderzoek is toch een peildatum aangehouden om het aantal zakelijke klanten te meten. Perrée & Partners had op 20-06-2018 een zakelijke portefeuille van ruim 2.800 klanten. Ondanks dat niet iedere zakelijke klant één vaste adviseur heeft, is dit een enorm aantal, daarom worden de adviseurs ondersteund door medewerkers van de binnendienst. Zij helpen de adviseurs de klanten tevreden te houden.

2.5 Betekenis zakelijke portefeuille voor Perrée & Partners

De zakelijke klanten zorgen over het algemeen voor hogere provisie-inkomsten dan particuliere klanten. Er wordt veel tijd besteed aan de zakelijke klanten. De zakelijke klanten zorgen voor een belangrijk deel van de inkomsten bij Perrée & Partners. In gesprek met de directie is gebleken dat de zakelijke portefeuille als zeer belangrijk wordt beschouwd door Perrée & Partners. Zakelijke klanten wisselen minder vaak van tussenpersoon, dus kan dit structurele inkomsten betekenen. Er wordt bij Perrée & Partners dan ook gebouwd aan een grotere zakelijke afdeling, die meerdere zakelijke klanten van dienst kan zijn. Niet alleen het klantenbestand groeit, het hele bedrijf groeit mee.



3. Theoretisch kader

In het hoofdstuk Theoretisch Kader zullen eerst de theoretische modellen worden gepresenteerd en vervolgens het literatuuronderzoek.

3.1 Modellen

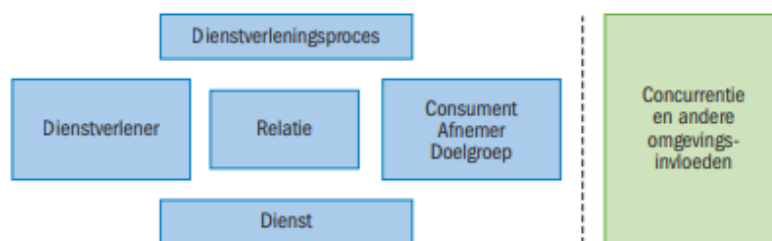
In deze paragraaf zullen drie modellen worden omschreven en wordt er duidelijk waarvoor de modellen gebruikt zullen worden gedurende het onderzoek.

3.1.1 Basismodel

Het basismodel is een model die als hulpmiddel gebruikt zal worden voor het onderzoek. Dit model zal betrekking hebben op deelvraag 2. Deze deelvraag betreft de huidige dienstverlening van Perrée & Partners. De aspecten uit het basismodel lijken het meest geschikt om de huidige dienstverlening te kunnen onderzoeken. De aspecten vormen de basis voor de dienstverlening. Dit model zal tevens worden gebruikt om de observatielijst op te stellen. Zo komen zo veel mogelijk aspecten uit het model voor in de observatielijst.

In het boek Essentie van dienstenmarketing management van Wouter de Vries jr. en Ton Borchert wordt voor de dienstverlening het basismodel beschreven. Het basismodel zal in dit onderzoek worden gebruikt om de dienstverlening van Perrée & Partners te beschrijven. Onderstaand zal de paragraaf uit dit boek worden geciteerd om zo de meest volledige beschrijving van het basismodel te kunnen weergeven.

De klant staat centraal. Alles is beter dan bij de concurrent. En dit alles moet je vertalen naar activiteiten in je eigen organisatie, rekening houdend met de eigen karakteristieke organisatiecultuur. Vanuit deze filosofie moet een organisatie ook nog rekening houden met een aantal belangrijke facetten die bij elk intern en extern transactie- c.q. dienstverleningsproces een rol (kunnen) spelen. Het basismodel van de facetten van dienst verlenen geeft inzicht in de gehele situatie. Zowel de afzonderlijke facetten als de samenhang tussen de onderdelen zijn van belang.



FIGUUR 2 DE FACETTEN VAN DIENST VERLENEN

Duidelijk is te zien dat bij een willekeurige vorm van dienst verlenen een organisatie bepaalde diensten en goederen aanbiedt aan (verschillende) consumenten, die een bepaalde rol spelen in het dienstverleningsproces. De diensten en goederen kunnen worden gezien als het wat, terwijl het dienstverleningsproces valt te karakteriseren als het hoe. Na het afsluiten van een eventuele eerste transactie kan dit vervolgens leiden tot een relatie tussen de klant en de dienstverlener. Het wordt dan belangrijk wie de dienst levert. Deze relatie wordt door beide partijen aangegaan om risico's te verlagen, onzekerheid te verminderen en/of sociale satisfactie te bevorderen. Elke analyse begint met het vaststellen van de uitgangssituatie. Om deze analyses overzichtelijk te kunnen weergeven, vul je het figuur in aan de hand van enkele basisvragen (Vries & Borchert, 2015).



3.1.2 Marketingmix (7 P's)

De marketingmix, ook wel het 7P model genoemd, zal worden gebruikt bij het onderzoek naar het antwoord op deelvraag 3. Er zijn namelijk 7 P's die in dit model worden behandeld.

De marketingmix zal voor dit onderzoek worden gebruikt om de klanttevredenheid te kunnen meten. De marketingmix zal namelijk gebruikt worden om de enquête op te stellen. Deze enquête zal worden verspreid onder de klanten van Perrée & Partners. Het doel van de enquête is om er achter te komen wat de klanten vinden van het risicoadvies.

Er wordt steeds meer geconcentreerd tussen bedrijven door zich te onderscheiden op het gebied van service en kwaliteit.

De Amerikaanse professor Jerome McCarthy heeft hiervoor de traditionele marketingmix bedacht, bestaande uit 4 P's.

- Plaats: Bij plaats gaat het om bijvoorbeeld de distributiekanaal en logistiek.
- Prijs: Bij prijs kan, naast de verkoopprijs, ook worden gedacht aan bijvoorbeeld de betaalmethoden of betaalvoorwaarden.
- Promotie: Hierbij kan worden gedacht aan alle factoren die van invloed zijn op het bereiken van de juiste doelgroep.
- Product: Alle factoren die van toepassing zijn op het uiteindelijke product.

De traditionele marketingmix is voornamelijk gericht op de bedrijven die ook daadwerkelijk producten verkopen.

In 1981 hebben Bernard Booms en Mary Jo Bitner de traditionele marketingmix doorontwikkeld tot een 7P model. Zij hebben er 3 P's aan toegevoegd.

- Personeel: Bij personeel kan worden gedacht aan de opleidingsmogelijkheden voor het personeel en de klantvriendelijkheid.
- Proces: Hier kan worden gedacht aan de procedures en protocollen binnen een organisatie.
- Physical evidence: Bij de laatste P gaat het voornamelijk om de omgeving. Denk hierbij aan de bedrijfskleding en de inrichting van een pand.

Door het toevoegen van deze 3 P's hebben Booms en Bitner is de marketingmix ook zeer geschikt voor het gebruik door dienstverleners (Vliet, sd).

Dit model zal worden gebruikt om de enquête voor dit onderzoek mee op te stellen. Verderop in het onderzoek zullen de 7 P's uitgebreider worden toegelicht.

Plaats: Bij plaats wordt al snel gedacht aan de vestigingsplaats van de onderneming, in dit geval Perrée & Partners. Plaats is echter veel meer dan dat. Er moet bij Plaats ook worden gedacht aan de distributiekanaal en logistiek, hoe komt een product bij de klant terecht? Bij Perrée & Partners gaat het in beginsel niet om een product maar om een dienst.

Prijs: De prijs is een meer voor de hand liggende P dan de Plaats. Er wordt bij Prijs gekeken naar de totstandkoming van een prijs van een product en in het geval van Perrée & Partners ook of de klanten bereid zijn meer te betalen voor een risicoadvies.

Product: Bij Product gaat het om kenmerken van het product zelf. Zoals al bij Plaats is benoemd gaat het bij Perrée & Partners meer om een dienst dan om een product.

Promotie: Bij Promotie moet worden gedacht aan manieren om een product of dienst onder de klanten te brengen. Een voorbeeld hiervan zou kunnen zijn om korting te geven op het eerste advies om zo de prospects over te kunnen halen. Bij Perrée & Partners wordt niet zo zeer promotie gemaakt in de vorm van een korting. De adviseurs zullen bij iedere prospect hun uiterste best doen om een risicoadvies uit te morgen brengen voor de klant.



Physical evidence: Bij Physical evidence kan worden gedacht aan de kleding die het personeel draagt en hoe een kantoorpand is ingericht. Bij Perrée & Partners dragen de adviseurs vaak een pak. Als ze weinig afspraken hebben en ze kennen de klant komen ze wel eens in een nette spijkerbroek met een blouse en colbert. De adviseurs kleden zich dus netjes voor de klanten. Daarnaast beschikt Perrée & Partners over twee monumentale panden welke er indrukwekkend uitzien van buitenaf. Van binnen is het kantoor strak en rustig ingericht met kunst aan de muur. Het is voor te stellen dat de kleding en het pand de klant een vertrouwd gevoel kunnen geven.

Personeel: Bij de P van personeel kan worden gedacht aan het personeel van de dienstverlener. Het gaat hier niet alleen over het personeel wat de klanten te zien krijgen, maar ook om de interne situatie van het personeel. Zo kan worden gedacht aan de kennis die wordt verwacht van het personeel en welke mogelijkheden er zijn voor het personeel wat betreft opleidingen. Bij Perrée & Partners is iedere medewerker voorzien van de benodigde Wft diploma's. Daarnaast worden er regelmatig cursussen en trainingen aangeboden voor het personeel. Voor het behalen van Wft en/of PE diploma's krijgt het personeel veel vrijheid om deze te halen. De directie stimuleert tevens het personeel om door te groeien binnen het bedrijf.

Proces: Bij proces wordt aandacht besteed aan het gehele proces dat de klanten doorlopen bij een aankoop. Dit is voor de klanten van Perrée & Partners vanaf het eerst contactmoment tot aan de nazorg. Alles draait om de procedures en activiteiten. Ook klantenservice speelt een rol in het proces.



FIGUUR 3 7P MODEL

3.1.3 SFA model

Het SFA model zal worden gebruikt bij deelvraag 4. Deelvraag 4 gaat over de risicoanalyse tools. Door middel van de aspecten uit het SFA model kan gezocht worden naar de meest geschikte risicoanalyse tool voor Perrée & Partners.

De SFA-matrix van Johnson en Scholes is een relatief onbekend model. Dit model kan worden gebruikt om op strategische opties te toetsen en met elkaar vergelijken. SFA is, net als SWOT, een Engelse afkorting die staat voor Suitability, Feasibility en Acceptability. Dit staat voor Geschiktheid, Haalbaarheid en Aanvaardbaarheid (Eelants, sd).

Dit model zal gebruikt worden om een keuze te kunnen maken voor een risicoanalyse tool. Door middel van dit model zal een weloverwogen aanbeveling kunnen worden gedaan aan Perrée & Partners omtrent de risicoanalyse tool.



Deelvraag	Model
Waarom heeft Perrée & Partners de transitie gemaakt van het verkopen van verzekeringen naar risicoadvisering?	Interview
Hoe ziet de dienstverlening voor risicoadvisering er bij de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners momenteel uit?	Basis model
Hoe kijken de zakelijke klanten van Perrée & Partners aan tegen de risicoadvisering van Perrée & Partners?	Marketingmix
Welke risicoanalyse tool is het meest geschikt voor Perrée & Partners om de dienstverlening van de afdeling Zakelijke Verzekeringen beter vorm te geven?	SFA-model

TABEL 1 WAAR WORDT WELK MODEL GEBRUIKT?

In bovenstaande tabel is een overzicht weergegeven van de deelvragen en welk van de in paragraaf 3.1 beschreven modellen hier bij horen. Deelvraag 1 zal geen model hebben die helpt om de deelvraag te beantwoorden. Deze deelvraag zal voornamelijk worden beantwoord door middel van een interview met de directie. Voor de overige deelvragen is wel gebruik gemaakt van een model.

3.2 Literatuuronderzoek

3.2.1 De transitie naar risicoadvisering

In deze paragraaf zal eerst theorie worden gepresenteerd over het feit dat er meer mogelijkheden zijn dan enkel verzekeringen afsluiten. Daarna wordt er aandacht besteed aan de twee risico's die in Nederland worden gezien als grootste zakelijke risico's. Deze theorie heeft betrekking op de transitie naar risicoadvisering. Op deze manier worden de grootste zakelijke risico's onderzocht. Deze paragraaf is in het theoretisch kader opgenomen om een beeld te krijgen van de belangrijkste zakelijke risico's waar de adviseurs van Perrée & Partners rekening mee dienen te houden in hun adviezen. Daarnaast is deze paragraaf van belang om de reden voor de transitie naar risicoadvisering te kunnen onderzoeken.

3.2.1.1 Meer dan verzekeren

Tegenwoordig is er voor ieder risico wel een verzekeringsoplossing te vinden. Voor de zeer complexe risico's zijn echter de premies dusdanig hoog dat MKB-ondernemers dit niet willen of niet kunnen betalen. Er zal dan een andere manier gevonden moeten worden om dit risico af te dekken. Samen met een risicoadviseur kan er een oplossing worden gevonden om het betreffende risico te voorkomen.

Risico's hoeven niet altijd verzekerd te worden. Wat van belang is bij het maken van de keuze om een risico niet te verzekeren is de te betalen premie, de mogelijke schade, het eigen risico en de verwachte kans op de schade (mkb servicedesk, 2018).

Een risicoadviseur zal niet alleen kijken naar de verzekeringen die hij of zij kan aanbieden, maar ook naar de risico's die een ondernemer beter op een andere manier kan voorkomen of afdekken in plaats van verzekeren. Dit betreft dus meer dan alleen verzekeren.



3.2.1.2 Grootste zakelijke risico's

Risicoadviesing is gebaseerd op het verlenen van advies op basis van de risico's die een onderneming loopt. In dit deel van het theoretisch kader wordt onderzoek gedaan naar de risico's die als grootste risico's worden beschouwd door de zakelijke markt in Nederland.

Allianz publiceert ieder jaar de Allianz Risk Barometer, zo ook in en voor 2018. Hierin staat dat bedrijfsonderbreking en cybercrime overall ter wereld als grootste risico's worden gezien. Door de vele natuurrampen van afgelopen jaren is risico 'natuurrampen' gestegen naar de derde plek (Accountant, 2018).

Perrée & Partners richt zich op de Nederlandse markt, voornamelijk op MKB-bedrijven, aangezien veel grote bedrijven over het algemeen een eigen verzekeringsafdeling in dienst hebben (Schuhmacher, MKB, verzekeringsbranche en adviseurs gebaat met Beroepsprofiel Erkend Risicoadviseur, 2013). Er zal dan ook uitgegaan worden van de top 10 risico's die deze bedrijven aangeven.

3.2.2 Dienstverlening voor risicoadviesing

In dit hoofdstuk zullen de theorie en resultaten van deelvraag 2 worden gepresenteerd. Het gaat hier om de deelvraag: Hoe ziet de dienstverlening voor risicoadviesing bij de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners er momenteel uit?

3.2.2.1 Competenties risicoadviseur

De adviseurs die het in zich hebben om een risicoadviseur te worden, hebben de competenties klantgerichtheid, risicogerichtheid, communicatieve vaardigheden, samenwerkingsvaardigheden en enkele andere vaardigheden nodig (Delden, 2015). In deze paragraaf zullen deze competenties worden toegelicht.

Klantgerichtheid:

Een risicoadviseur dient klantgericht te zijn. De adviseur moet het klantbelang voorop zetten, de klant moet zich gewaardeerd voelen door de adviseur. De adviseur dient in staat te zijn om de klanten te identificeren en de wensen van de klant in te willigen. De adviseur denkt in oplossingen voor de klant (Crommenacker E. v., NTA 8595 Beroepsprofiel Erkend Risicoadviseur, 2014).

Risicogerichtheid:

Naast klantgericht moet een risicoadviseur ook risicogericht zijn. De risicoadviseur dient risicogericht aan het werk te gaan en de risico's in een organisatie te (h)erkennen. Deze risico's bespreekt de adviseur met de klant, de adviseur geeft de mogelijke gevolgen hiervan aan en de adviseur ziet de mogelijke risico's als insteek van het gesprek, niet zozeer de verzekeringen (DNV, sd).

Communicatief vaardig:

De derde competentie waar een risicoadviseur over dient te beschikken is communicatieve vaardigheid. Zowel mondeling als schriftelijk moet een risicoadviseur zijn klanten professioneel te woord staan. De adviseur moet kunnen aanvoelen wat wel en niet gezegd kan worden tegen een klant. Bij communicatieve vaardigheden hoort ook de overtuigingskracht. De adviseur moet een klant kunnen overtuigen als een beslissing in het belang van de klant genomen dient te worden (Staveren, Innoveren? Begin met risicocommunicatie!, 2015).



Samenwerkingsvaardigheden:

Een andere competentie die de risicoadviseurs nodig hebben is samenwerkingsvaardigheden. Een risicoadviseur heeft meer partijen nodig om tot een zo goed mogelijk advies voor de klant te kunnen komen. Zo moet de klant gegevens en documenten aan de adviseur verstrekken zodat de adviseur alle nodige informatie bij de hand heeft voor een advies. Daarnaast is de binnendienst een erg belangrijke schakel in het adviestraject. Zij staan de adviseur te allen tijde bij als het gaat om het opmaken van offertes en adviesrapporten en zij geven de adviseur de nodige input (Vroom, Verzekeringsadviseur vs Risicoadviseur, 2016).

Andere belangrijke vaardigheden:

De vier bovengenoemde vaardigheden zijn erg belangrijk voor een risicoadviseur. Naast deze vaardigheden zijn er nog enkele vaardigheden waarover een risicoadviseur dient te beschikken. Deze vaardigheden worden gebundeld omdat deze minder specifiek voor de risicoadviseur zijn, maar een adviseur wel degelijk over dient te beschikken. Deze zijn voor het verdere onderzoek zeker van toepassing, dus vandaar dat deze ook bij de observaties worden onderzocht. Zo dient een risicoadviseur besluitvaardig te zijn. Een risicoadviseur dient tevens ondernemend te zijn. De adviseur moet proactief 'netwerken' om prospects te benaderen. Als de adviseur dit niet doet zal de concurrentie de klanten benaderen en zijn er geen inkomsten (Delden, 2015).

Het is voor de adviseurs van Perrée & Partners noodzakelijk om over bovenstaande competenties te beschikken. Wanneer zij over deze competenties beschikken, kunnen de klanten rekenen op een zo goed mogelijke dienstverlening.

3.2.3 De zakelijke klant van Perrée & Partners

In hoofdstuk 4 zal deelvraag 3 worden onderzocht: Hoe kijken de zakelijke klanten van Perrée & Partners aan tegen de risicoadvisering van Perrée & Partners? In dit hoofdstuk zal met name aandacht worden besteed aan de zakelijke klanten van Perrée & Partners. Na beantwoording van deelvraag 3 zou duidelijk moeten worden wat de zakelijke klanten vinden van de transitie naar risicoadvisering.

3.2.3.1 MKB over risicomanagement

Verzekeringen zijn steeds makkelijker te verkrijgen zonder advies. Er zijn steeds meer verzekeraars die rechtstreeks zaken proberen te doen met de klanten. Adviseurs moeten zich nu op een andere manier onderscheiden. Desondanks zien de zakelijke klanten steeds bewuster de toegevoegde waarde van een risicoadviseur (Bruijn, 2018).

De meeste MKB-bedrijven hebben, zo blijkt uit onderzoek dat De Goudse heeft uit laten voeren door TNS NIPO, nog nooit een professionele risicoanalyse laten opmaken. Voor het zakelijke intermediair is dit een kans. Liefst 600 MKB-ondernemers hebben deelgenomen aan het onderzoek van De Goudse. Deze MKB-ondernemers hadden maximaal 30 medewerkers in dienst.

Uit dat onderzoek is gebleken dat liefst 82% van de 600 onderzochte MKB-ondernemers geen professionele risicoanalyse laat uitvoeren op structurele basis. 69% heeft zelfs nog nooit een risicoanalyse uit laten voeren (InFinance, 2013). Uit het onderzoek wat door De Goudse is laten uitvoeren blijkt dat veruit de meerderheid van de deelnemers aan het onderzoek kiest voor de onafhankelijke adviseur als het gaat om een risicoadvies. Bij de ondernemers die al eens een risicoanalyse heeft laten uitvoeren blijkt zelfs dat 66% van de deelnemers aan het onderzoek kiest voor de verzekeringsadviseur (Walta).



De MKB-ondernemer heeft tegenwoordig meer behoefte aan een adviseur die meekijkt in de volle breedte van de organisatie. De ondernemer wil niet meer enkel advies over de verzekerbare risico's. De ondernemer wil tegenwoordig ook weten wat de risico's zijn die niet te verzekeren zijn of zaken die de ondernemer niet wil verzekeren, maar hoe hij deze risico's het beste kan beperken (Eufin, Congres De Goudse ziet grote markt voor professioneel risicoadvies aan MKb, 2013).

Er wordt naast het grootzakelijke segment ook steeds meer risicogericht gedacht door het MKB. In deze MKB-sector is vaak niet genoeg budget om een eigen risicospecialist aan te stellen. Daarom wenden zij zich vaak tot een risicoadviseur (Dukers & Baelemans, 2017).

NEN heeft ingespeeld op het toenemende aantal risicoadviseurs door het certificaat erkend risicoadviseur in het leven te roepen. Een erkend risicoadviseur dient aan de volgende competenties te voldoen:

- Het integraal inventariseren van de risico's van een organisatie en het inzicht geven in wat de mogelijke gevolgen zijn voor de bedrijfsdoelstellingen.
- Het geven van een onafhankelijk advies over beheersmaatregelen.
- Op basis van het onafhankelijke advies de ondernemer bewust maken bewuste keuzes te maken met als doel de continuïteit en duurzaamheid in de onderneming te waarborgen (DNV.GL, sd).

Volgens Miranda Schuhmacher, Sr. Marketeer Strategie & Klantbeleving van Nationale Nederlanden, komt de transitie van verzekeringsadvies naar risicoadvies doordat "bedrijven, organisaties en instellingen door incidenten de laatste jaren steeds bewuster met allerlei risico's omgaan" (Schuhmacher, MKB, verzekeringsbranche en adviseurs gebaat met Beroepsprofiel Erkend Risicoadviseur, 2013).

3.2.4 Risicoanalyse tools

In hoofdstuk 5 zal deelvraag 4 worden onderzocht: Welke risicoanalyse tool is het meest geschikt voor Perrée & Partners om de dienstverlening van de afdeling Zakelijke Verzekeringen beter vorm te geven? Hierbij zal worden onderzocht of er een risicoanalyse tool is die Perrée & Partners zou kunnen helpen om de transitie naar risicoadvisering te kunnen optimaliseren

3.2.4.1 Meest gebruikte risicoanalyse tools

Risicoadviseurs kunnen gebruik maken van een risicoanalyse tool. Een risicoanalyse tool is een hulpmiddel voor de risicoadviseurs om op een overzichtelijke wijze de risico's te inventariseren en om een adviesrapport uit te brengen voor de klanten. (Leisink, sd). In deze paragraaf wordt onderzocht welke risicoanalyse tools het meest worden gebruikt door risicoadviseurs.

Er is door Mensura onderzocht waar een goede risicoanalyse tool aan moet voldoen. Mensura heeft uitgezocht dat een tool bruikbaar is onder de volgende voorwaarden: de tool is overzichtelijk en beknopt, het is te gebruiken met zo min mogelijk handelingen, het moet tijdens het bedrijfsbezoek kunnen worden ingevuld en het moet actieplannen bevatten die snel en praktisch zijn en die pasklare preventiemaatregelen beschrijft.

Een tool is effectief volgens Mensura als deze gratis is, eenvoudig en gebruiksvriendelijk is, als het voorbeelden bevat, als het de risico's automatisch omzet in een actieplan, als het aangepast is aan de voorkomende risico's en als deze ook gebruikt kan worden met pen en papier (BeSWIC, 2015).



Uit onderzoek van AM in samenwerking met De Goudse blijkt dat er drie tools zijn die het meeste worden ingezet. Dit zijn het Dynamic Business Model van Lizanne Vroom, Risk Explorer van Branche Benefits en Boris van De Goudse. (VVP, 2015).

Denise Overbeek heeft een rapportage gemaakt van een onderzoek dat De Goudse heeft laten uitvoeren. Hieruit blijkt dat bijna 70% van de adviseurs die hebben aangegeven zichzelf als risicoadviseur te zien, geen risicoanalyse tool gebruikt (Overbeek, Adviseurs zetten eerste stap naar risicoadvies, 2015).

Naast de drie meest gebruikte tools zijn er RAAT en SUREbusiness. De directie van Perrée & Partners heeft de onderzoeker gevraagd om naast de drie meest gebruikte tools ook deze twee tools te onderzoeken. RAAT is een tool die door adviseur Zakelijke Verzekeringen Maarten Timmermans is aangedragen bij Perrée & Partners. Hij heeft er goede ervaringen mee gehad bij een vorige werkgever. Op dit moment gebruikt Perrée & Partners nog geen risicoanalysetool.



4. Onderzoeksmethoden

4.1 Onderzoeksopzet

In de onderzoeksopzet zal worden beschreven door middel van welke onderzoeksmethoden de vier deelvragen beantwoord zullen gaan worden. In deze paragraaf wordt beschreven hoe de onderzoeksmethoden toegepast gaan worden bij de deelvragen.

Waarom is op de zakelijke markt de transitie gemaakt van het verkopen van verzekeringen naar risicoadvisering?

In deze vraag zal worden onderzocht waarom Perrée & Partners de transitie naar risicoadvisering heeft gemaakt. Deze deelvraag zal worden beantwoord aan de hand van deskresearch en een interview. Voor deskresearch wordt gebruik gemaakt van de informatie die gehaald kan worden uit, onder andere, de onderzoeken van De Goudse die zij hebben uitgevoerd op het gebied van risicoadvies. Deze bevindingen staan in het theoretisch kader. Naast deskresearch zal er een interview met de Directeur Financial Services van Perrée & Partners gehouden worden. Hiermee wordt meer informatie verkregen over de redenen waarom Perrée & Partners de transitie naar risicoadvisering heeft gemaakt.

Hoe ziet de dienstverlening voor risicoadvisering bij de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners er momenteel uit?

In deze deelvraag zal worden onderzocht wat de dienstverlening op basis van de transitie naar risicoadvisering inhoudt. Deze deelvraag zal aan de hand van meerdere methoden beantwoord worden. Er zal zowel gebruik worden gemaakt van observaties als van een interview. In het interview met de Directeur Financial Services zal dit onderwerp naar voren komen. Naast het interview worden er observaties uitgevoerd om een beeld te krijgen hoe de adviseurs het werk op locatie bij de klanten uitvoeren. Door het uitvoeren van observaties zal in kaart gebracht worden hoe de dienstverlening eruit ziet voor de afdeling Zakelijke Verzekeringen. De dienstverlening zal gemeten worden aan de hand van een observatielijst die samen met de directie van Perrée & Partners is opgesteld. De observaties zullen uiteindelijk opleveren hoe de dienstverlening van de afdeling Zakelijke Verzekering bij Perrée & Partners eruit ziet. Deze resultaten zullen worden omgezet in punten. De verschillende adviseurs zullen hier ook met elkaar vergeleken worden.

Hoe kijken zakelijke klanten van Perrée & Partners aan tegen het risicoadvisering van Perrée & Partners?

In deze deelvraag zal onderzocht worden wat de klanten van Perrée & Partners van risicoadvisering vinden. Door middel van een enquête zal worden getoetst hoe de klant tegen de transitie van verzekeringsadvies naar risicoadvies aankijkt. Deze deelvraag zal worden beantwoord door middel van het verspreiden van een enquête onder van de zakelijke klanten van Perrée & Partners. In deze deelvraag zal ook onderzocht worden wat de meerwaarde is van risicoadvisering voor de klanten. Om dit te onderzoeken is met twee medewerkers van De Goudse gesproken over dit onderwerp. Eén van deze twee medewerkers, Denise Overbeek, is al van begin af aan dagelijks bezig met risicoadvisering en kent het vak als geen ander.



Welke risicoanalyse tool is het meest geschikt voor Perrée & Partners om de dienstverlening van de afdeling Zakelijke Verzekeringen beter vorm te geven?

In deze deelvraag wordt onderzocht welke analysetools er op de markt zijn die door de adviseurs op de afdeling Zakelijke Verzekeringen van Perrée & Partners kunnen worden ingezet om tot een risicoadvies te komen en dit advies/de gesprekken met de klanten vast te leggen. Deze vraag zal beantwoord worden door verschillende onderzoeksmethoden te gebruiken. Door gebruik te maken van deskresearch zal een overzicht gemaakt kunnen worden van de risicoanalyse tools die mogelijk gebruikt kunnen worden. Tevens zullen er gesprekken plaatsvinden met aanbieders van verschillende tools. Door middel van het beantwoorden van de eerder genoemde deelvragen zal informatie worden ingewonnen waarmee kan worden vastgesteld over welke eigenschappen de meest geschikte tool voor Perrée & Partners moet beschikken.

4.2 Onderzoeksmethoden

Voor het onderzoek zal er gebruik gemaakt worden van meerdere onderzoeksmethoden. Door middel van deskresearch worden bestaande theorieën onderzocht die betrekking hebben op het onderzoek. Naast deskresearch wordt gebruik gemaakt van fieldresearch. Er zullen gesprekken worden gevoerd met de klant op locatie, er zal een interview met de Directeur Financial Services gevoerd worden en er wordt een enquête bij de klanten uitgevoerd. Ook worden de adviseurs van Perrée & Partners geobserveerd tijdens een bezoek aan de klant. Door deze methoden zal er nuttige informatie worden ingewonnen die gebruikt kan worden voor onderbouwde uitspraken met betrekking tot de kwaliteit van de risico-advisering door de adviseurs, de tevredenheid van de zakelijke klanten van Perrée & Partners hierover en de toegevoegde waarde van een risicotool.

4.2.1 Type onderzoek

Er bestaan zeer veel vormen van onderzoek. Een scriptie schrijven kan via vele types van onderzoek. Het type onderzoek wat voor deze scriptie is gebruikt is het toegepast onderzoek. Dit onderzoek zal het doel hebben om informatie te verzamelen om uiteindelijk de meest geschikte risicoanalyse tool voor Perrée & Partners te kunnen aanbevelen. De aanbevelingen zullen direct toepasbaar zijn voor Perrée & Partners (Scribbr, sd).

Naast het toegepast onderzoek heeft het onderzoek ook wat weg van een adviserend onderzoek. Perrée & Partners wil gebruik gaan maken van een risicoanalyse tool en de onderzoeker is gevraagd om uit te zoeken welke risicoanalyse tool het beste bij de wensen van Perrée & Partners past (Sciptium, sd).

4.2.1.1 Kwalitatieve en kwantitatieve onderzoeksmethoden

Een kwalitatief onderzoek heeft niet als doel om theorieën te testen, maar om juist inzicht te krijgen in de verschillende interpretaties en opvattingen die personen hebben op een bepaalde gebeurtenis (Swaen, 2013).

Er zullen voor dit onderzoek meerdere kwalitatieve onderzoeksmethoden gebruikt worden, namelijk de observaties en het interview. Er zal ook gebruik gemaakt worden van een kwantitatieve methode voor het onderzoek, namelijk een enquête. Deze zal onder klanten van Perrée & Partners gehouden worden. Er wordt in grotere mate voor een kwalitatief onderzoek gekozen omdat dit onderzoek niet wordt uitgevoerd om cijfers en feiten te achterhalen, maar is meer gericht op interpretaties van de belanghebbenden van het onderzoek. De belanghebbenden zijn de klanten, de medewerkers en de directie.



4.2.2 Meetinstrumenten

Voor het onderzoek is gebruik gemaakt van de meetinstrumenten observaties, enquête en interview.

Bij de meetinstrumenten is het uiteindelijke doel om de meest belangrijke eigenschappen voor een door Perrée & Partners aan te schadden risicoanalyse tool per belanghebbende in beeld te krijgen.

In dit onderzoek is bewust gekozen voor een gesloten observatie. Het voordeel van een gesloten observatie, volgens van der Donk en van Lanen, is dat de observant doelgericht kan kijken naar de manier van adviseren van de risicoadviseur (Donk & Lanen, 2011). Door gebruik te maken van een observatieschema hoeft de observator alleen te kijken en te noteren naar in welke mate de adviseur de competentie toepast.

De observaties zijn uitgevoerd op basis van een observatielijst, welke is terug te vinden in bijlage X. Bijlage X geeft de competenties weer waarover een risicoadviseur over dient te beschikken. Elke competentie is onderverdeeld in eigenschappen die bij de observaties kunnen worden getoetst. Als voorbeeld is bij de competentie risicogerichtheid een aspect dat de risico's de insteek zijn van het gesprek en niet de verzekeringen. Bij een observatie is zo een formulier met kwalitatieve scores tot stand gekomen. De getotaliseerde scores geven weer hoe goed de adviseurs presteren tijdens de adviseringsgesprekken met klanten. Hierdoor kan geconcludeerd worden of de advisering voldoet en bijdraagt aan de tevredenheid van de klant.

Bij de observaties moest naar voren komen over welke eigenschappen een risicoanalyse tool moet voldoen volgens de adviseurs. Tijdens een gesprek tussen de adviseur en klant bleek het echter lastig om hier onderzoek naar te doen. Daarom is besloten om mondelinge, semigestructureerde interviews te houden met de directie over het nut en gebruik van risicotools. Bij het meetinstrument interview is de directie van Perrée & Partners geïnterviewd om er achter te komen welke eigenschappen zij het meest belangrijk vinden voor een risicoanalyse tool. Hiervoor is een interview het meest geschikt geacht door de onderzoeker, aangezien hiermee veel nuttige informatie kan worden verkregen inclusief informatie waarop de onderzoeker niet geanticipeerd heeft; bovendien kan er worden doorgevraagd. Zowel met de observaties van de adviseurs als met het interview met de directie zal het doel zijn om meer informatie te verkrijgen dan alleen de belangrijkste eigenschappen voor een risicoanalyse tool. Zo zal er ook aandacht worden besteed bij deze meetinstrumenten voor de huidige dienstverlening bij Perrée & Partners.

Om te achterhalen wat de klanten van Perrée & Partners de belangrijkste eigenschappen van een risicoanalyse tool vinden is gebruik gemaakt van het meetinstrument enquête.

Er is gekozen voor een enquête om hiermee een grote groep klanten te kunnen benaderen. Bij de eigenschappen volgens de klant is het aantal reacties belangrijker dan bij de andere belanghebbenden. Door het gebruik van een enquête kan de objectiviteit van de antwoorden gewaarborgd worden. De vragenlijst is online en wordt per mail verspreid onder de klanten. De resultaten staan vast en kunnen niet worden aangepast (Graauw, sd).

De antwoorden van de enquête zijn niet allemaal opgenomen in het onderzoek. Om privacy redenen is het niet mogelijk en gewenst om deze op te nemen in het onderzoek. De andere antwoorden zijn verspreid over het onderzoek gepresenteerd.



4.3 Beperkingen, betrouwbaarheid & validiteit

In deze paragraaf zullen enkele zaken besproken worden met betrekking tot de beperkingen van het onderzoek, de betrouwbaarheid en de validiteit van het onderzoek.

Beperkingen

Het onderzoek naar de meest geschikte tool zal een onderzoek worden naar een tool voor het MKB. In de conclusie en aanbevelingen zal dan ook terug te vinden zijn welke risicoanalyse tool het meest geschikt is voor het gebruik bij klanten van MKB-bedrijven.

Daarnaast is er nog een beperking met betrekking tot het klantonderzoek. Hiervoor is een enquête gehouden om aan de nodige informatie te komen. Er is gekozen voor een enquête omdat dit minder tijd in beslag neemt voor de klanten dan het houden van een interview. Hierdoor kon van meerdere klanten informatie verkregen worden. Er is een kleine selectie van het klantenbestand benaderd voor de enquête.

De adviseurs hebben ieder een aantal klanten benaderd waarvan zij wisten dat de klant de enquête zou invullen. Op deze wijze was de kans het grootst op response.

Toch blijft het voor een enquête lastig om response te ontvangen. Er is besloten geen betrouwbaarheid voor de enquête vast te stellen. Voor iedere klant kan het antwoord anders zijn. Doordat er naast 19 meerkeuze ook nog 11 open vragen waren kunnen de antwoorden per klant verschillen. De resultaten moeten dan ook gezien worden als resultaten van de geënquêteerden en niet een afspiegeling van het gehele klantenbestand.

Betrouwbaarheid

Het onderzoek kan worden beschouwd als een betrouwbaar onderzoek, aangezien de verwachting is dat de resultaten hetzelfde blijven wanneer het onderzoek herhaald zou worden. 100% betrouwbaar is het onderzoek niet, aangezien er bij de enquête een klant is geweest die verkeerd heeft gelezen en in plaats van zeer tevreden zeer ontevreden heeft ingevuld. Bij een herhaling zouden er dus wel verschillen voorkomen. De betrouwbaarheid van het onderzoek wordt echter aangetast door de enquête. Hiervoor is een selecte groep klanten benaderd en niet het hele klantenbestand. Doordat er ook open vragen bij de enquête zaten kan er bij herhaling van het onderzoek iets anders in worden gevuld door de klanten.

Validiteit

Dat het onderzoek betrouwbaar is betekent niet dat het onderzoek ook valide is. Validiteit is er in twee soorten, intern en extern valide. Met interne validiteit wordt bedoeld of er gemeten wordt wat er gemeten moet worden. Bij externe validiteit wordt gemeten of het onderzoek representatief is. Het onderzoek kan als intern valide worden gezien. De meetinstrumenten waarmee gewerkt is tijdens dit onderzoek, de observaties en enquête, meten wat ze moeten meten. De observaties hebben gemeten hoe de dienstverlening bij Perrée & Partners er uit ziet en de enquête heeft gemeten hoe de klanten denken over risicoadvisering.

Het onderzoek kan ook als extern valide worden gezien, aangezien de juiste personen zijn ondervraagd over het onderzoek. Dit zijn namelijk de klanten van Perrée & Partners.



Antwoorden enquête

De antwoorden van de enquête worden in verband met privacy niet allemaal opgenomen in de enquête. Bij deze antwoorden staan namelijk ook gegevens van de klant. Deze zullen via het onderzoek niet ongevraagd verspreid worden. Deze complete antwoorden zullen logischerwijs wel aan Perrée & Partners verstrekt worden.

Vormen van Bias

Nadat alle responses op de enquête waren teruggekomen bij de onderzoeker bleek er een vorm van Bias te zijn opgetreden, namelijk Selectie Bias. Er zijn 22 responses op de enquête gekomen op een totaal van 2.800 zakelijke klanten. De steekproef is dus geen juiste afspiegeling van de totale populatie (EM, sd).

Verwachtingen

De resultaten hebben redelijk voldaan aan mijn verwachtingen. Zeker wat betreft het klantonderzoek waren de uitkomsten gelijk met mijn verwachtingen. De resultaten wat betreft de risicoanalyse tools waren niet gelijk met mijn verwachtingen. De drie meest gebruikte tools kwamen bij het onderzoek niet als beste naar voren. Van de vijf onderzochte tools zijn de twee die niet in de top drie voorkomen gekozen als meest geschikte opties voor Perrée & Partners.



5. Onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek weergegeven. De resultaten zullen per meetinstrument worden weergegeven. Aan het einde van iedere paragraaf wordt weergegeven wat de uitkomsten zijn met betrekking tot de belangrijkste eigenschappen voor een risicoanalyse tool voor de belanghebbenden. Bij de observaties zijn dat de medewerkers, bij de interviews de directie en bij de enquête de kanten. Dit hoofdstuk bevat alleen de resultaten van het onderzoek. De conclusies van deze resultaten worden hier nog niet weergegeven.

5.1.1 De transitie naar risicoadvisering

Perrée & Partners is een financieel dienstverlener die de transitie heeft gemaakt van het adviseren op basis van het verkopen van verzekeringen naar adviseren op basis van risico's. Om de reden(en) te achterhalen van de transitie bij Perrée & Partners is een interview gehouden met de directie. Niet alleen Perrée & Partners heeft de transitie gemaakt. Uit de literatuur is gebleken waarom in het algemeen de transitie wordt gemaakt. Hiervoor kunnen vier redenen worden gegeven.

Ten eerste neemt het aantal, niet of moeilijk verzekerbare, complexe risico's sterk toe (Heide, 2018). Een aantal jaar geleden had nog niemand het over cyberrisico's. Na de hack op de systemen van de Rotterdamse Haven is dit anders en houden bedrijven zich meer bezig met dergelijke risico's. Naast het voorbeeld van de hack is er nog een, zeer actueel, risico waar ondernemers rekening mee moeten houden, de AVG. Niet iedere ondernemer zal zich bewust zijn van de risico's van deze wetwijziging. Dit kan een kans zijn voor de adviseurs. Zij kunnen namelijk de zakelijke markt adviseren hoe zij met deze wetwijziging om kunnen gaan.

Cyberverzekeringen worden nog niet door iedere verzekeraar aangeboden. Voor de risicoadviseur wordt het dus steeds belangrijker om niet alleen te kijken naar het verzekeren op zich, maar ook naar de risico's die het met zich meebrengt, zoals cyberrisico's. (Heide, 2018).

Als volgende reden is bedrijfscontinuïteit erg belangrijk voor ondernemers. Iedere ondernemer wil dat de bedrijfsvoering doorgaat en zijn bedrijf een succes wordt. Door samen met de adviseur ervoor te zorgen dat de risico's gemanaged worden kan de ondernemer de bedrijfsvoering blijven voortzetten.

Tevens kan door goede beheersing van de risico's en de borging van de bedrijfscontinuïteit een concurrerende positie op de markt innemen (Crommenacker & Schuhmacher, 2013).

Om achter de redenen voor de transitie van Perrée & Partners te komen heeft er een gesprek plaatsgevonden met de Directeur Financial Services om een beeld te krijgen van de motivatie van Perrée & Partners voor de transitie naar risicoadvisering. Er werd aangegeven aan dat de transitie te maken heeft gehad met drie aspecten.

- Het uniform vastleggen van de advisering. Met risicoadvisering kan er in combinatie met een risicoanalyse tool op een uniforme wijze de advisering vastgelegd worden. Dit maakt de advisering overzichtelijker en klantdossiers makkelijker overdraagbaar.
- Risicoadvisering helpt Perrée & Partners bij het verder professionaliseren van de dienstverlening. Perrée & Partners wil zich blijven professionaliseren, deze transitie helpt hierbij.
- Het helpt bij de borging van de wettelijke zorgplicht. Door het gebruik van risicoadvisering wordt er minder makkelijk iets vergeten dan bij verzekeringsadvies. Risicoadvisering draagt bij aan het voldoen van de zorgplicht.



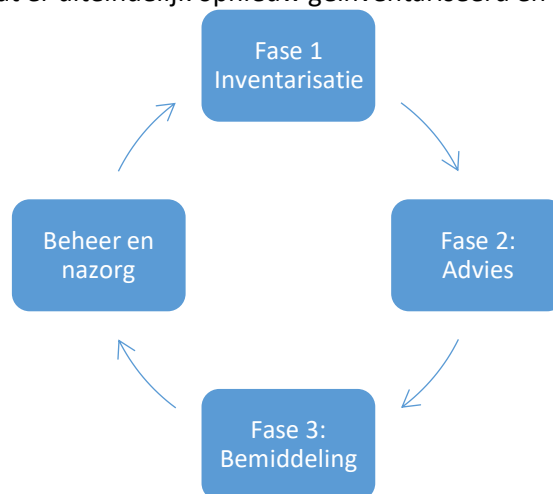
De redenen waarom Perrée & Partners de transitie heeft gemaakt zijn hiermee helder in kaart gebracht. Het is opvallend dat er bij de redenen de klant en zijn behoeften op het gebied van advisering niet door de directie genoemd zijn. Het opnemen van een deelvraag over de klanttevredenheid lijkt hiermee een mooie toevoeging voor Perrée & Partners te kunnen zijn die zij goed kunnen gebruiken om de dienstverlening te optimaliseren.

5.2 Dienstverlening voor risicoadvisering

In gesprek met de Directeur Financial Services is gebleken dat de dienstverlening bij Perrée & Partners wordt verzorgd door een koppeling van de adviseur met de binnendienst. Iedere adviseur is gekoppeld aan een medewerker van de binnendienst. Samen zorgen zij voor een zo goed mogelijk advies voor de klanten. Normaliter wordt het gesprek gevoerd door de adviseur, die ook het adviesrapport opstelt. De binnendienst houdt zich voornamelijk bezig met het maken van de offertes en onderhoud contacten met de maatschappijen.

De klant kan op twee manieren voor de dienstverlening betalen. Dit kan middels een fee, waarmee de klant een bedrag per advies betaald. De andere manier is de provisie. Door middel van een provisie op de verzekeringen wordt Perrée & Partners dan betaald voor hun dienstverlening. Bij de aanbevelingen, onder de deelparagraaf "Verdienmodel" wordt advies gegeven door de onderzoeker aan Perrée & Partners over de vorm van betalen.

De dienstverlening van Perrée & Partners kan gezien worden als een drietrapsraket. De eerste fase is de inventarisatiefase, de tweede fase de adviesfase en de derde fase de bemiddelingsfase. Na deze fases volgen het beheer en de nazorg. Deze fases kunnen worden gezien als een cirkel. Na het beheer en de nazorg wordt er uiteindelijk opnieuw geïnventariseerd en is de cirkel weer rond.



FIGUUR 4 CIRKEL DIENSTVERLENING PERRÉE & PARTNERS

Fase 1 Inventarisatie: in deze fase worden de risico's binnen een onderneming geïnventariseerd door de adviseur samen met de klant. De adviseur zal rond het bedrijf lopen en inschatten welke risico's een rol spelen voor de onderneming.

Fase 2 Advies: in deze fase zal de adviseur een advies uitbrengen voor de klant en deze ook toelichten en samen met de klant doorspreken.

Fase 3 Bemiddeling: in deze fase wordt de adviseur een bemiddelaar. De adviseur bemiddelt tussen klant en bijvoorbeeld de verzekeraar om de beste verzekering voor de klant af te sluiten.



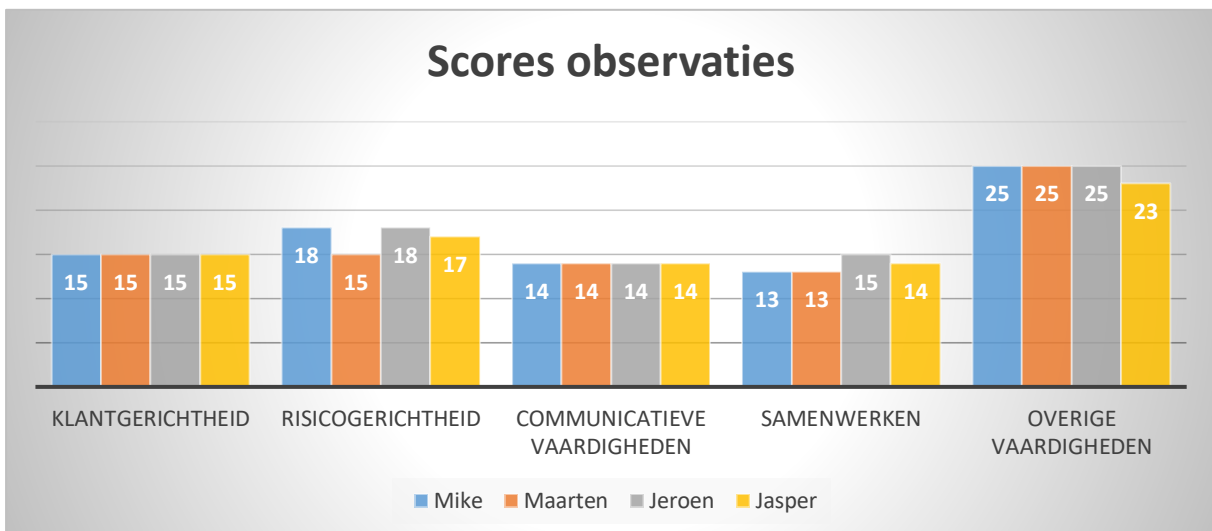
Beheer en nazorg: deze fase volgt na de actieve adviesprocedure. In deze fase wordt er regelmatig contact opgenomen met de relatie om te kijken hoe het bedrijf er voor staat en of de eventueel gemaakte afspraken ook daadwerkelijk worden nageleefd.

Voor het onderzoek zijn de adviseurs van Perrée & Partners geobserveerd tijdens adviesgesprekken met de klant. Hieruit zal moeten blijken hoe de dienstverlening van Perrée & Partners eruit ziet voor de afdeling Zakelijke Verzekeringen. Voordat de observaties werden uitgevoerd is er een observatielijst opgesteld met de belangrijkste variabelen waar de adviseurs tijdens het gesprek met de klant rekening moet houden of aan moet voldoen. Deze observatielijst is samen met de directie van Perrée & Partners opgesteld en terug te vinden in bijlage X.

5.2.1 Scores adviseurs

Voor dit onderzoek zijn de adviseurs van Perrée & Partners geobserveerd tijdens adviesgesprekken met de klant.

De observaties van deze gesprekken zijn uitgevoerd om de dienstverlening van Perrée & Partners in kaart te brengen voor de afdeling Zakelijke Verzekeringen.



FIGUUR 5 SCORES OBSERVATIES

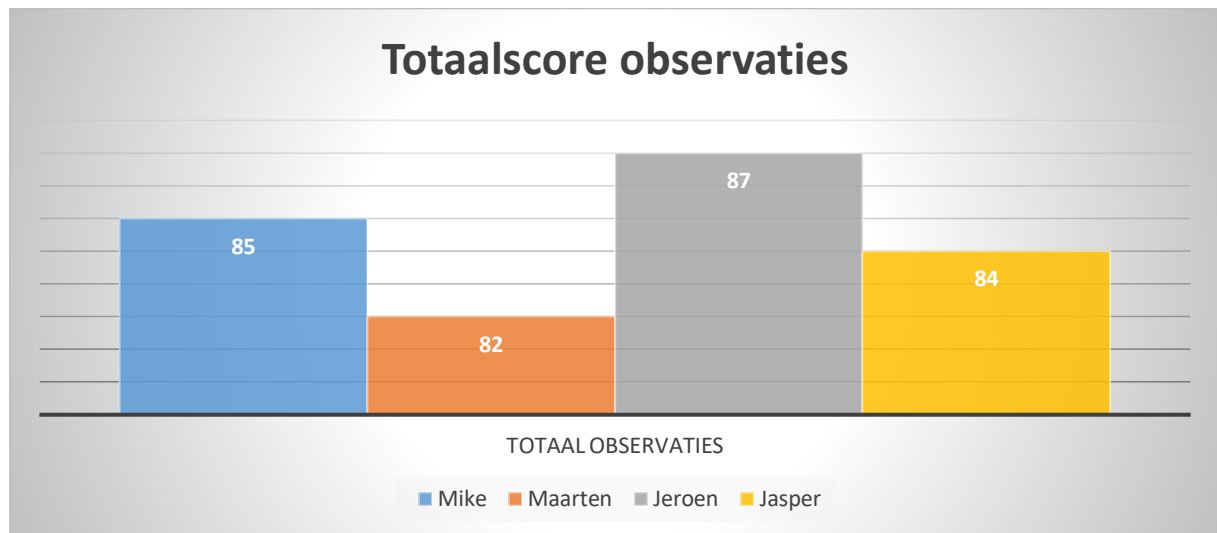
In figuur 5 is te zien hoe de adviseurs hebben gescoord op de verschillende variabelen. Er is voor deze variabelen gekozen omdat deze bij paragraaf 3.2.1 naar voren zijn gekomen als belangrijke competenties voor risicoadviseurs. In de tabel van bijlage X is terug te vinden op welke aspecten de verschillende competenties zijn gebaseerd. Per competentie verschilt het aantal behaalde punten. Het maximaal aantal te behalen punten voor de adviseurs waren:

- Klantgerichtheid: 15 punten
- Risicogerichtheid: 20 punten
- Communicatieve vaardigheden: 15 punten
- Samenwerken: 15 punten
- Overige vaardigheden: 25 punten

Op de variabele klantgerichtheid en communicatieve vaardigheden scoren de vier adviseurs hetzelfde, respectievelijk met 15 en 14 punten. Op de variabele risicogerichtheid, samenwerken en overige vaardigheden zijn de scores niet gelijk. Bij de variabele risicogerichtheid liggen de scores tussen de 15 en de 18 punten. Bij de variabele samenwerken liggen de scores tussen de 13 en de 15 punten. Bij de variabele overige vaardigheden liggen de scores tussen de 23 en 25 punten.



Om te kunnen beoordelen van welke kwaliteit de dienstverlening van Perrée & Partners is, is er in dit onderzoek een observatielijst opgesteld. De adviseurs konden hier in totaal 90 punten op scoren. De scores van de adviseurs bij Perrée & Partners liggen tussen de 82 en 87 punten.



FIGUUR 6 TOTAALSCORE OBSERVATIES

Deze punten geven een afspiegeling van de verschillen tussen de adviseurs bij Perrée & Partners en van de toegekende punten voor de belangrijkste aspecten waaraan een goede adviseur zou moeten voldoen. Conclusies op basis hiervan moeten met het nodige voorbehoud worden getrokken. Het is namelijk niet onderzocht of bekend hoe de concurrentie hierop scoort. Het gemiddelde aantal punten bij Perrée & Partners bedraagt 84,5. Zonder cijfers van de concurrent kan hier niet een al te grote betekenis aan worden toegekend. Als de concurrentie een gemiddeld aantal punten van 75 zou halen op dezelfde observatielijst presteren de adviseurs bij Perrée & Partners bovengemiddeld. Echter, heeft de concurrentie een gemiddeld aantal punten van bijvoorbeeld 88 wordt er lager dan gemiddeld gescoord. Desondanks kan geconcludeerd worden dat de adviseurs hun belangrijkste taak goed vervullen. De scores hebben namelijk betrekking op de belangrijkste aspecten van advisering en de score ligt dicht tegen het maximum aan.

Tijdens de observaties zijn er de onderzoeker nog andere aspecten opgevallen, naast de al beschreven variabelen. Bij elke observatie is gebleken dat de adviseurs het verzekeren als gevolg beschouwen, niet als hoofddoel. Het gaat gedurende de gesprekken voornamelijk over de risico's die de ondernemingen lopen.

De adviseurs krijgen dagelijks te maken met verschillende risico's, en hebben vaak meer ervaring met het managen van risico's dan de klant zelf. Deze ervaring zal door de adviseurs worden gebruikt om voor de klant specifiek te beoordelen hoe deze klant de risico's van zijn onderneming kan managen.

Opvallend is dat er nog veel met papier wordt gewerkt. Zo worden er ook aantekeningen gemaakt op papier. Papieren kunnen echter snel kwijtraken waardoor de informatie die er op staat weg is. Daarnaast kost het extra tijd om de papieren over te typen. Dit is absoluut niet efficiënt. Mede wegens de efficiëntie is dit onderzoek uitgevoerd. Met een risicoanalyse tool moet het werk op papier tot het verleden gaan behoren en moet de efficiëntie toenemen.

Om het papier te laten verdwijnen uit de organisatie kan een risicoanalyse tool hulp bieden. Als de adviseur op locatie bij de klant direct via een risicoanalyse tool aantekeningen maakt en de inventarisatie in deze tool doet, zal dit dubbel werk en tijd schelen.



Daarnaast is eerder in het onderzoek al duidelijk geworden dat de adviseurs samenwerken met iemand van de binnendienst. Als er met pen en papier gewerkt wordt zal de medewerker van de binnendienst moeten wachten tot de adviseur terug is op kantoor en de aantekeningen heeft overgetypt. Als er een risicoanalyse tool gebruikt zou worden gaat dit digitaal, waardoor de medewerker van de binnendienst niet hoeft te wachten tot de adviseur terug is, maar kan alvast beginnen door bijvoorbeeld de inventarisatie van de risico's door te nemen. De adviseurs rijden het hele land door voor afspraken, en regelmatig meerdere achter elkaar. Nu moet de binnendienst wachten tot de adviseur terug is. Met het in gebruik nemen van een risicoanalyse tool kan de binnendienst meteen zien wat er besproken is met de klant.

In bijlagen VI t/m IX zijn de volledige verslagen van de observaties terug te vinden. In bijlage X is de observatielijst terug te vinden inclusief de daarbij behorende scores.

5.2.2 Basismodel

Voor de dienstverlening wordt gebruik gemaakt van het basismodel.

Dienst: De dienst die door Perrée & Partners wordt gegeven aan de klanten is dat zij een risico-inventarisatie uitvoeren en op basis hiervan een risicoadvies uitbrengen. Naast het risicoadvies wordt er een offerte uitgebracht om de verzekeringen onder te brengen.

Dienstverleningsproces: De dienstverlening begint bij Perrée & Partners op het moment dat de eerste afspraak wordt gemaakt voor een gesprek. De gesprekken tijdens de observaties duurden gemiddeld één tot anderhalf uur. Na de gesprekken gingen de adviseurs direct hun gemaakte notities uitwerken en er een gespreksverslag van maken. Dit verslag werd doorgestuurd naar de ondersteunende collega van de binnendienst. Hier werd een offerte gemaakt van de verzekeringen zoals door de klant aangegeven. De adviseur ging vervolgens aan de slag met een adviesrapport waarin de risico's worden beschreven en werden er maatregelen weergegeven om de risico's te beheersen.

Dienstverlener: De dienstverlener in dit onderzoek is Perrée & Partners. Perrée & Partners is een allround advieskantoor. Sinds 2015 is er sterk de focus gelegd op de zakelijke verzekeringsmarkt. Met de momenteel 5 adviseurs worden de zakelijke klanten bediend. Perrée & Partners is een bedrijf dat zich mede door de overnames bevindt op de landelijke markt voor assurantietussenpersonen. Binnen kantoor hangt een informele sfeer met korte lijnen. Iedereen kent elkaar en kan zonder tussenlijnen naar de directie indien nodig. Een uitgebreide omschrijving van de organisatie is terug te vinden bij de omschrijving van de organisatie.

Relatie: Een klant bouwt bij Perrée & Partners een relatie op met het bedrijf. Ondanks dat is de klant toch altijd vrij om te gaan. In principe wordt er na de eerste risico-inventarisatie en advies jaarlijks onderhoud gepleegd. Er zal niet ieder jaar een nieuw advies worden uitgebracht maar er zal wel worden gekeken naar het advies en de verzekeringen of deze nog dekkend genoeg zijn. Indien er bij een klant dusdanig veel is veranderd in de situatie kan er door de adviseur een nieuw advies worden uitgebracht. Daarnaast zullen de adviseurs altijd bereikbaar zijn voor de klanten indien deze vragen hebben.

Consument: Sinds dat Perrée & Partners in 2015 de focus heeft gelegd op de zakelijke verzekeringsmarkt zijn er intussen al ruim 2.800 zakelijke klanten. Het gaat hier om B2B (business to business) klanten. De klanten van Perrée & Partners zitten verspreid over heel het land. Dit heeft voornamelijk te maken met de overnames, zoals eerder hierboven vernoemd.



Concurrent: Op de markt voor risicoadviseurs is veel concurrentie. Er zijn veel kleine bedrijven die als tussenpersoon fungeren. Hierbij kan worden gedacht aan bijvoorbeeld een eenmanszaak. Zo is er ook voor Perrée & Partners enorm veel concurrentie.

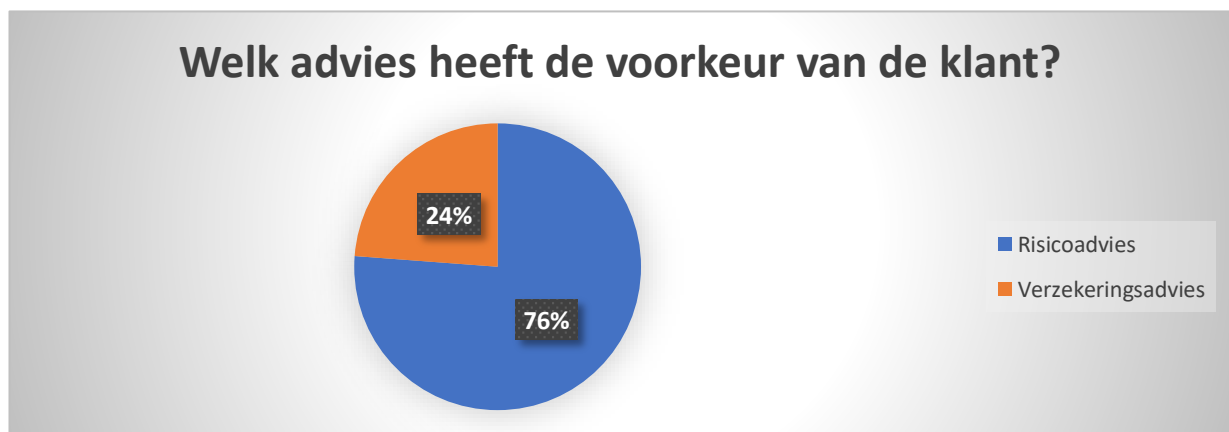
Met de uitleg van het basismodel zoals gebaseerd op Perrée & Partners is een beeld verschaft over de dienstverlening van de zakelijke afdeling van Perrée & Partners. Door het verwerken van de huidige dienstverlening van Perrée & Partners in het basismodel is duidelijk geworden hoe de dienstverlening er uit ziet. De dienstverlening kan een rol spelen in de klanttevredenheid. Als er een beeld is van de dienstverlening op de aspecten van het basismodel kan er bij eventuele ontevredenheid bij de klant het aspect worden aangepakt waar de klant ontevreden over is. Daarnaast geeft het basismodel aan bij welk aspect er ruimte is voor verbetering. Perrée & Partners wil de dienstverlening efficiënter maken door het gebruik van een risicoanalyse tool. Hiermee zal het aspect het dienstverleningsproces worden aangepakt.

5.3 De zakelijke klant van Perrée & Partners

Eén van de instrumenten die voor het onderzoek gebruikt is, is een enquête. Door deze enquête zou er meer duidelijkheid komen over de mening van de klant wat betreft risicoadvisering ten opzichte van het verkopen van verzekeringen. De informatie die ingewonnen diende te worden om de deelvraag te kunnen beantwoorden is ingewonnen door middel van de enquête.

De enquête is door 22 van de in totaal 2.800 zakelijke klanten van Perrée & Partners ingevuld. Om een betrouwbaarheidspercentage van 95% te realiseren dienden er 338 responses op de enquête te komen. De adviseurs hebben de enquête verspreid onder de klanten. Doordat er responses zijn gekomen van uiteenlopende bedrijven en van alle adviseurs bij Perrée & Partners, geeft de enquête wel een afspiegeling van het gehele klantenbestand. Er kunnen door het geringe aantal ingevulde enquêtes geen onderbouwde conclusies worden gegeven over de resultaten. De veelal positieve reacties van de geënquêteerden geeft wel aan waarom Perrée & Partners een dergelijke klantenportefeuille heeft.

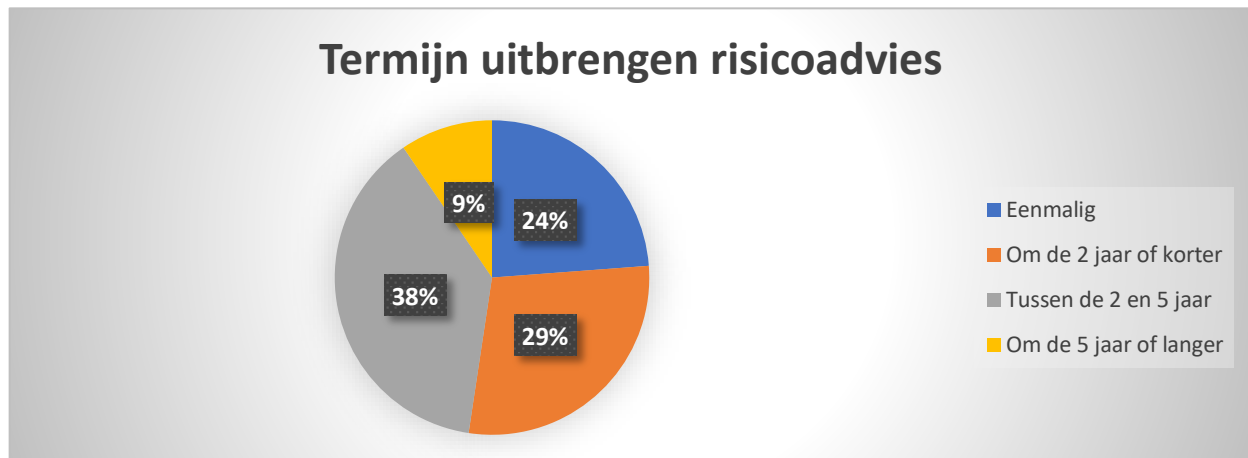
5.3.1 Voorkeur en termijn uitbrengen advies



FIGUUR 7 WELK ADVIES HEEFT DE VOORKEUR VAN DE KLANT?



In figuur 7 is te zien dat liefst 76% van de klanten die de enquête ingevuld hebben risicoadvies te prefereren boven verzekeringsadvies. De geënquêteerden hebben allemaal al eens advies gehad op basis van risicoadvisering. Er is in dit onderzoek verder geen onderzoek gedaan naar waarom de 24% van de geënquêteerde liever verzekeringsadvies heeft. Dit kan Perrée & Partners bij een eventueel vervolgonderzoek onderzoeken.



FIGUUR 8 TERMIJN UITBRENGEN RISICOADVIES

Uit figuur 8 blijkt dat 24% van de klanten eenmalig een risicoadvies uit zou laten brengen. De rest, 76%, zou dit advies het liefste periodiek uit laten brengen. Het is aannemelijk dat deze 76% de "update" van het risicoadvies ook laten uitvoeren door Perrée & Partners, aangezien een ruime meerderheid van de geënquêteerden (zeer) tevreden is over zowel de adviseur als het advies.

5.3.2 Meerwaarde voor de klant

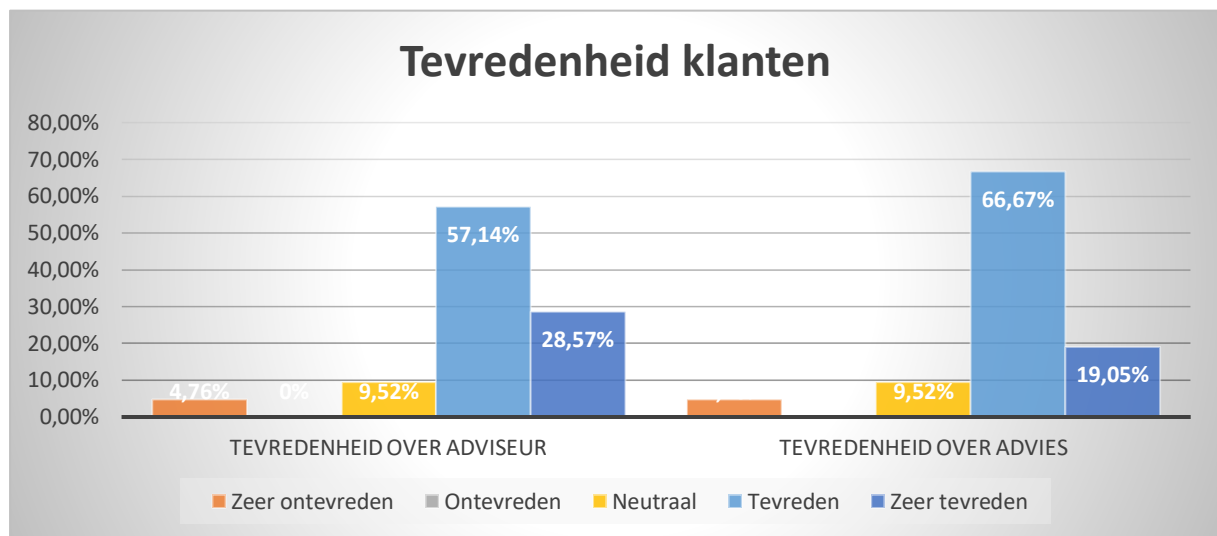
Er is in de enquête aan de geënquêteerden gevraagd wat zij als de meerwaarde zien van risicoadvies. De klanten geven onder andere aan dat ze zo weten waar ze aan toe zijn, bewuster omgaat met welke verzekeringen wel en niet afsluiten en dat voorkomen beter is dan genezen. Voor het complete overzicht van de antwoorden van de klanten, zie bijlage XI.

In gesprek met Denise Overbeek, mede-ontwikkelaar van de risicoanalyse tool Boris, en Alex Salden, accountmanager Zakelijk bij De Goudse en GRMC, is naar voren gekomen dat risicoadvisering voor iedere betrokken partij een meerwaarde is. Zo is uitgelegd dat het voor de adviseur gemoedsrust oplevert. Denk daarbij aan de zorgplicht waar een adviseur met risicoadvisering aan voldoet. Voor de klant zelf heeft het een meerwaarde omdat het de klant gerustheid biedt. Door risicoadvisering worden de kans op continuïteit en winstgevendheid van de klant vergroot. Ook voor de verzekeraar van de klant heeft risicoadvisering een meerwaarde. De verzekeraar krijgt op die manier een duidelijk inzicht van de risico's die de klant loopt.

Risicoadvisering heeft dus zeker een meerwaarde voor de klant. Het probleem wat zich echter nog voordoet is dat de klant niet altijd bewust is van de toegevoegde waarde van risicoadvisering. Het is zeer lastig om deze klanten te overtuigen van de risicoadvisering. Een manier om deze klanten in te laten zien dat risicoadvisering ook voor diens onderneming een toegevoegde waarde heeft is het tonen van voorbeelden van gelijksoortige situaties. Door middel van het laten zien van voorbeelden zullen deze klanten gaan denken: "wat als..." in plaats van "dit overkomt mij toch niet". Tijdens de observatie van Jeroen van den Broek is dit erg succesvol gebleken. De klant gaf in eerste instantie de indruk dat hem niks zou kunnen overkomen. Hierop heeft Jeroen aangegeven dat dit bij gelijksoortige bedrijven eerder al de onjuiste denkwijze is gebleken. Later heeft deze klant aangegeven de adviezen van Jeroen alsnog op te gaan volgen.



5.3.3 Tevredenheid van de klanten



FIGUUR 9 TEVREDENHEID KLANTEN

In figuur 9 is een overzicht te zien waarin de tevredenheid van de klant, over zowel het advies als de adviseur, weergegeven staat. Er is een duidelijke parallel te zien in de tevredenheid over de adviseur en het advies. In beide gevallen is een ruime meerderheid, 85,72%, tevreden of zeer tevreden. In de enquête heeft één klant aangegeven zeer ontevreden te zijn over zowel het advies als de adviseur. Hier hoeft echter niet naar gekeken te worden, aangezien deze klant zeer tevreden bedoelde in te vullen maar door verkeerd lezen zeer ontevreden in heeft gevuld. Hier is de onderzoeker achter gekomen aangezien hij deze klant persoonlijk kent. Na contact te hebben gezocht met deze klant voor uitleg heeft deze klant aangegeven dat hij een fout heeft gemaakt. De uitkomsten van de enquête konden echter niet worden aangepast.

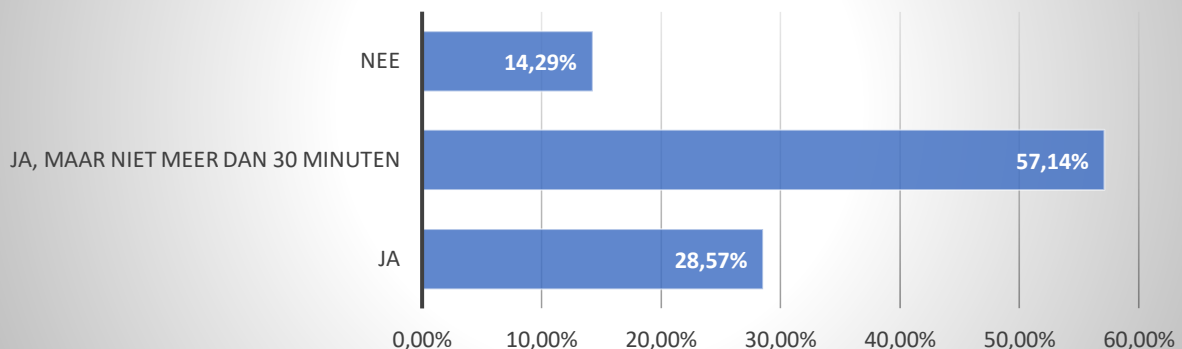
De klanten is ook gevraagd waarom zij (on)tevreden zijn over de adviseur. Deze antwoorden zijn terug te vinden in bijlage XI.

5.3.4 De klant over het gebruik van een risicoanalyse tool

In de enquête is de vraag aan de geënquêteerde gesteld of zij bezwaar zouden hebben als de adviseur gebruik zou maken van een risicoanalyse tool. Een klant zou er bijvoorbeeld tegen kunnen hebben omdat het gebruik van een tool door de adviseur voor de klant meer tijd kan kosten. 95% heeft aangegeven hier geen bezwaar tegen te hebben. Als vervolg is de vraag gesteld of de klanten er zelf tijd voor zouden vrij maken om een risicoanalyse tool in te vullen. Deze vraag is in de enquête gekomen na het gesprek met RAAT. RAAT gaf aan dat de vragenlijst voor het gesprek al naar de klant gestuurd kunnen worden. Er is hierop ingespeeld door te onderzoeken of de klanten daar behoefte aan hebben.



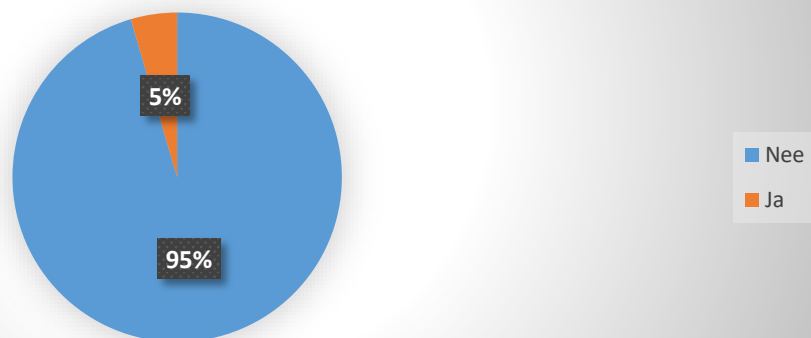
Wil de klant tijd vrijmaken voor het invullen van een risicoanalyse tool?



FIGUUR 10 BEREIDHEID KLANTEN VOOR HET INVULLEN VAN EEN RISICOANALYSE TOOL

In figuur 10 zijn de percentages te zien van de vraag of de klanten tijd zouden vrij maken om een risicoanalyse tool in te vullen. Een overgrote meerderheid zou hier tijd voor vrij maken, namelijk 85,71%. Echter zou hiervan 57,14% er niet meer dan 30 minuten aan willen besteden. Hiervoor zou het dus zaak zijn om een tool in gebruik te nemen waar het klantdeel niet te uitgebreid is zodat dit niet langer dan 30 minuten van de tijd van de klant zal vergen.

Zou u er bezwaar tegen hebben als uw adviseur een risicoanalyse tool zou gebruiken?



FIGUUR 11 BEZWAAR RISICOANALYSETOOL

De respondenten hebben grotendeels aangegeven geen bezwaar te hebben als de risicoadviseur gebruik maakt van een risicoanalyse tool. Van de respondenten is er maar één die zegt bezwaar te hebben. Het is niet bekend waarom deze klant er bezwaar tegen heeft.



5.3.5 Marketingmix

Plaats: Bij plaats wordt al snel gedacht aan de vestigingsplaats van de onderneming, in dit geval Perrée & Partners. Plaats is echter veel meer dan dat. Er moet bij Plaats ook worden gedacht aan de distributiekanaal en logistiek, hoe komt een product bij de klant terecht? Bij Perrée & Partners gaat het in beginsel niet om een product maar om een dienst.

Prijs: De prijs is een meer voor de hand liggende P dan de Plaats. Er wordt bij Prijs gekeken naar de totstandkoming van een prijs van een product en in het geval van Perrée & Partners ook of de klanten bereid zijn meer te betalen voor een risicoadvies.

Product: Bij Product gaat het om kenmerken van het product zelf. Zoals al bij Plaats is benoemd gaat het bij Perrée & Partners meer om een dienst dan om een product.

Promotie: Bij Promotie moet worden gedacht aan manieren om een product of dienst onder de klanten te brengen. Een voorbeeld hiervan zou kunnen zijn om korting te geven op het eerste advies om zo de prospects over te kunnen halen. Bij Perrée & Partners wordt niet zo zeer promotie gemaakt in de vorm van een korting. De adviseurs zullen bij iedere prospect hun uiterste best doen om een risicoadvies uit te morgen brengen voor de klant.

Physical evidence: Bij Physical evidence kan worden gedacht aan de kleding die het personeel draagt en hoe een kantoorpand is ingericht. Bij Perrée & Partners dragen de adviseurs vaak een pak. Als ze weinig afspraken hebben en ze kennen de klant komen ze wel eens in een nette spijkerbroek met een blouse en colbert. De adviseurs kleden zich dus netjes voor de klanten. Daarnaast beschikt Perrée & Partners over twee monumentale panden welke er indrukwekkend uitzien van buitenaf. Van binnen is het kantoor strak en rustig ingericht met kunst aan de muur. Het is voor te stellen dat de kleding en het pand de klant een vertrouwd gevoel kunnen geven.

Personeel: Bij de P van personeel kan worden gedacht aan het personeel van de dienstverlener. Het gaat hier niet alleen over het personeel wat de klanten te zien krijgen, maar ook om de interne situatie van het personeel. Zo kan worden gedacht aan de kennis die wordt verwacht van het personeel en welke mogelijkheden er zijn voor het personeel wat betreft opleidingen. Bij Perrée & Partners is iedere medewerker voorzien van de benodigde Wft diploma's. Daarnaast worden er regelmatig cursussen en trainingen aangeboden voor het personeel. Voor het behalen van Wft en/of PE diploma's krijgt het personeel veel vrijheid om deze te halen. De directie stimuleert tevens het personeel om door te groeien binnen het bedrijf.

Proces: Bij proces wordt aandacht besteed aan het gehele proces dat de klanten doorlopen bij een aankoop. Dit is voor de klanten van Perrée & Partners vanaf het eerst contact tot aan de nazorg. Alles draait om de procedures en activiteiten. Ook klantenservice speelt een rol in het proces.

Voor alle 7 P's is toegelicht hoe deze betrekking hebben op Perrée & Partners. Deze toelichting is voor het onderzoek van belang om zo bij de enquête de juiste vragen te kunnen stellen aan de klanten. Om een goed beeld te krijgen van de klanttevredenheid voor Perrée & Partners is het van belang om ook de juiste vragen te kunnen stellen. Hiermee kan ook gedeeltelijk de hoofdvraag worden beantwoord. In bijlage XII is te zien bij welke van de 7 P's de gestelde vragen het beste passen. Met het gebruik van de marketingmix zijn de juiste vragen aan de klant gesteld. Hiermee kan een beeld worden verschaft over de klanttevredenheid bij Perrée & Partners, wat van belang is in de conclusie van het onderzoek. De marketingmix levert geen direct resultaat op voor het onderzoek. Toch is deze marketingmix belangrijk om uiteindelijk tot een resultaat te komen, aangezien met de marketingmix de enquête wordt opgesteld.



5.4 Risicoanalyse tools

In deze paragraaf worden de resultaten gepresenteerd die betrekking hebben op de risicoanalyse tools die interessant zouden zijn om te gebruiken voor Perrée & Partners. Hierbij zal rekening worden gehouden met de wensen van zowel Perrée & Partners als van de klanten van Perrée & Partners.

5.4.1 Gebruik tools door risicoadviseurs

Lang niet iedere adviseur, zowel van Perrée & Partners als over het algemeen, gebruikt een risicoanalyse tool. Slechts 18% van alle adviseurs gebruikt een tool. 11% gebruikt een checklist en 29% gebruikt een standaard vragenlijst. De Goudse en AM vroegen de risicoadviseurs die wel een tool gebruiken welke zij gebruiken. 25% van de ondervraagden maakt gebruik van het DBM van Lizanne Vroom. Op plek twee volgen Boris en Risk Explorer. Beide tools worden door 11% van de ondervraagden gebruikt (Brandsema, 2016).

5.4.2 Onderzochte risicoanalyse tools

De onderzochte risicoanalyse tools zullen in deze paragraaf toegelicht worden. Deze toelichting is op basis van de informatie die via de aanbieder van de tool is ingewonnen. Deze informatie is zowel via deskresearch als door gesprekken met de aanbieders ingewonnen.

Risk Explorer

Met Risk Explorer krijgt de gebruiker een volledige en grondige risicoanalyse van bedrijfsmatige risico's. Risk Explorer stelt u in staat om, ongeacht de omvang van het bedrijf, in 30 minuten een compleet risicoanalyse rapport te genereren. Door de ingebouwde dwarsverbanden in de vraagstelling worden alleen die vragen gesteld die voor de risicoanalyse van belang zijn. Achtereenvolgens behandelt de Risk Explorer de bedrijfsstructuur, de bedrijfsmiddelen, bedrijfsactiviteiten, de logistiek, het materieel en voertuigen. Vervolgens genereert Risk Explorer een compleet rapport dat een diepgaand inzicht biedt in de risico's die het geanalyseerde bedrijf bedreigen (Riskexplorer, sd).

Boris

Boris (**B**edrijfs en **O**ndernemers**RIS**ico's) is een risico inventarisatietool waar niet elke adviseur voor in aanmerking komt. Directeur commercie bij De Goudse, Bernardo Walta, zegt het volgende: "Kwalitatieve aspecten spelen nadrukkelijk een rol. Deze kantoren moeten een duidelijke keuze willen maken voor de zakelijke markt, fullservice-kantoren zijn met een hoog kennisniveau en willen werken vanuit risicomangement." Adviseurs die samenwerken met De Goudse kunnen gebruik maken van de tool Boris. De risico's kunnen duidelijk in beeld worden gebracht, daardoor wordt het makkelijker om maatwerk te leveren. De meerwaarde van deze tool die de klant ervaart van zijn adviseur is daarmee dus heel tastbaar (Benedictus, 2014).

De Goudse meent dat Boris uniek is, aangezien deze tool geoptimaliseerd is voor gebruik bij de klant op locatie. Zo is er een 'walkthrough-functie', waarmee de adviseur de juiste vragen kan stellen terwijl die door het pand loopt. Ook de 'split-screen'-functie maakt de tool volgens De Goudse anders dan andere tools. Hierdoor kan de ondernemer meelezen terwijl hij aan de andere kant van de tafel zit. Na afloop van de inventarisatie krijgt de ondernemer een op maat gemaakt adviesrapport (Eufin, De Goudse naar App Store met risico-inventarisatietool Boris, 2015).



SRMS RAAT

De risicoanalyse tool van SRMS RAAT is er in twee verschillende vormen. Eén van deze twee vormen is de lichtversie. Daarnaast is er ook nog een mogelijkheid tot de uitgebreide versie, die een complete scan van de onderneming gemaakt wordt. Er zijn al enkele grote en gerenommeerde bedrijven die gebruik maken van RAAT(SRMS, Enkele van onze RAAT software gebruikers, sd).

Deze tool is ontwikkeld door twee ervaringsdeskundigen op het gebied van risicomanagement, namelijk André van der Sluijs en Erwin Schouten. Zij nemen dan ook de nodige specifieke sector kennis mee. SRMS is een afkorting van Schouten & Van der Sluijs Risk Management Services. RAAT is dan weer een afkorting van Risico- en Assurantie Analyse Tool (Insight, sd). RAAT heeft, volgens de maker van de tool SRMS, 10 onderscheidende aspecten. Flexibiliteit en borging van de zorgplicht zijn twee van deze onderscheidende aspecten. Zij hebben er in de tool voor gezorgd dat de adviseur zeker weet dat aan de zorgplicht is voldaan. Alle aspecten van de bedrijfsprocessen van de klant komen naar voren in de scan. De tool is ook zeer flexibel. Er kan naast de Nederlandse ook een Engelse samenvatting van de rapportage worden gegenereerd. Daarnaast kan de adviseur zelf kiezen welke onderdelen er in de rapportage opgenomen worden (SRMS, Onderscheidende aspecten van RAAT, sd).

Dynamic Business Model

Het Dynamic Business Model (hierna DBM) is een schematische weergave waarin eenvoudig de componenten van het bedrijfsmodel van de klant in hun onderlinge samenhang kunt bezien. Het WAAROM in het DBM staat voor het geloof, de overtuiging van de onderneming van de klant en geeft richting aan zijn bedrijfsactiviteiten. Hoe heeft betrekking op de waardepropositie, de wijze waarop de klant zijn product of dienst aan zijn klanten verkoopt. Het is van belang dat het HOE consistent is met het WAAROM.

Het WAT staat voor het product of de dienst van de klant en vormt een tastbaar bewijs van zijn WAAROM. Het WIE duidt op de directie en medewerkers van de klant, die samen de bedrijfscultuur vormen en die niet alleen door hun betrokkenheid, specifieke kennis en expertise, maar ook door hun gedrag, competenties en instelling een bijdrage leveren aan de waardepropositie en waardecreatie van de onderneming (Vroom, Klant staat centraal: visie, missie, doelstellingen, 2014).

SUREbusiness

"Een goede vergelijkingsmodule voor zakelijke schadeverzekeringen was er gewoonweg nog niet in de markt", zegt directeur Levent Türkmen van SUREbusiness. Hiermee doelt Türkmen op SUREbusiness, de risicoanalysetool van SUREbusiness. Deze tool beschikt onder andere over een functie waarbij premies en voorwaarden tot tien verzekeraars vergeleken kunnen worden.

De tool heeft tevens een 'Alert' functie. Door deze functie kunnen adviseurs, met oog op de zorgplicht, tijdig worden ingelicht over de clausules en aflopende verzekeringstermijnen. De Risico Inventarisatie Tool zorgt ervoor dat adviseurs snel een inventarisatie kunnen maken van de zakelijke risico's voor het MKB en ZZP'ers (Riskenbusiness, 2016).

SUREbusiness heeft een tool ontwikkeld die via een internetbrowser geopend kan worden. Hierdoor is de tool overal te gebruiken. SUREbusiness heeft ook veel mogelijkheden, zeker ten opzichte van de rest. SUREbusiness heeft namelijk ook de mogelijkheid om direct te offerreren en aan te vragen, om een risicoscan uit te voeren en om schades te claimen. Bovendien heeft SUREbusiness een zeer duidelijk dashboard waarop alle mogelijkheden te vinden zijn en ook duidelijk te zien is voor welke klanten er in het verleden al een risicoscan is uitgevoerd.

5.4.3 Belangrijkste voor- en nadelen

Van de in 5.2.3 genoemde risicoanalyse tools zijn er bij iedere tool voordelen en nadelen. Bij iedere tool kan weer iets anders of ziet er anders uit. Om duidelijk in kaart te brengen welke voordelen en nadelen de betreffende tool heeft is een tabel opgesteld.

	Voordelen	Nadelen
Boris	- Output is in Word. De rapportage kan hierdoor makkelijk worden bewerkt.	- De tool is alleen te gebruiken als app op de iPad.
RAAT	- Vragenlijst kan van te voren naar de klant worden gestuurd, dit kan veel tijd schelen.	- De tool heeft geen mogelijkheid tot een doorklik naar beschikbare premies.
Dynamic Business Model	- Overzichtelijk.	- Alleen op papier.
SUREbusiness	- Na het invoeren van de inventarisatie worden de beschikbare premies getoond.	- Voornamelijk geschikt voor ZZP en MKB bedrijven.
Risk Explorer	- Gebruik van Risk Explorer verbetert de offerteaanvraag. Alle cruciale informatie voor de aanvraag zal aanwezig zijn.	- Het gebruik maken van deze tool kost veel geld. Bij 11-20 gebruikers kost de tool € 31.467, -

TABEL 2 VOOR- EN NADELEN RISICOANALYSE TOOLS

In tabel 1 staan per onderzochte tool zowel het belangrijkste voordeel als nadeel van de tool voor Perrée & Partners. Alle tools hebben meerdere voor- en nadelen. Na het bestuderen van de belangrijkste eigenschappen voor Perrée & Partners (conceptueel model figuur 3) is gebleken dat de voor- en nadelen uit tabel 1 van de tools de meeste waarde hebben voor Perrée & Partners. Wat opvalt is dat er overal andere voordelen en nadelen staan. Dit is met opzet gedaan. Per tool is een voordeel en nadeel gezocht die voor de betreffende tool onderscheidend is van de rest.

In 5.2.4 zijn de meest zwaarwegende eigenschappen onderzocht voor de meest geschikte risicoanalyse tool voor Perrée & Partners. Met een combinatie van de omschrijving van de tools, de voor- en nadelen van de tools en de belangrijkste eigenschappen voor Perrée & Partners kan worden bepaald welke risicoanalyse tool het meest geschikt is voor Perrée & Partners. Dit zal in de conclusie worden beschreven.

5.4.4 Eigenschappen volgens belanghebbenden

De risicoanalyse tool kent drie groepen belanghebbenden, namelijk de medewerkers, de directie en de klanten. Gedurende het onderzoek is gebleken wat voor de belanghebbenden de meest belangrijke eigenschappen zijn voor een risicoanalyse tool. Voornamelijk door het gesprek aan te gaan met de belanghebbenden is hier duidelijkheid in gekomen. Om dit overzichtelijk te maken en tot een conclusie te kunnen komen over deze verschillende eigenschappen is een tabel opgesteld.



Medewerkers	Directie	Klanten
Te gebruiken buiten kantoor	Te gebruiken buiten kantoor	Kost niet te veel tijd
Offline/vragenlijst downloaden	Duidelijke output	Duidelijke output
Vragenlijst aanpassen	Via internet te raadplegen	Maximaal 20 a 25 pagina's
Te gebruiken door iedereen op kantoor	Te gebruiken op ieder apparaat	
Mogelijkheid tot offerte maken in zelfde systeem	Mogelijkheid tot offerte maken in zelfde systeem	

TABEL 3 BELANGRIJKSTE EIGENSCHAPPEN VOLGENS BELANGHEBBENDEN

In tabel 2 is te zien wat de belangrijkste eigenschappen zijn voor de risicoanalyse tool per groep belanghebbenden. Deze tabel is opgesteld door middel van het voeren van gesprekken met de verschillende belanghebbenden. De dikgedrukte eigenschappen zijn de eigenschappen die minimaal door twee van de drie groepen belanghebbenden zijn opgenoemd. Deze eigenschappen zouden gezien kunnen worden als meest belangrijk bij de keuze voor een risicoanalyse tool. Opvallend aan de tabel is dat de klanten minder eigenschappen hebben benoemd dan de medewerkers en directie. Dit komt omdat veel klanten niet weten wat een risicoanalyse tool is of dat het ze, naar eigen zegge, niet uitmaakt wat de adviseur gebruikt, als de rapportage maar duidelijk voor ze is.

Er zijn meerdere tools die interessant zouden kunnen zijn voor Perrée & Partners. Er zijn ook meerdere aspecten waar rekening mee gehouden moet worden. Uit de gevoerde gesprekken is gebleken dat de risicoanalyse tool voornamelijk de adviseur gaat helpen met het opstellen van een rapportage. De klant zal er in principe niet veel aan merken. De adviseur zal voortaan niet meer met pen en papier werken maar voornamelijk een apparaat voor zich zal hebben. Denk hierbij aan een smartphone, tablet of laptop.

De risicoanalyse tool zal moeten bijdragen aan de verdere professionalisering van de risicoadvisering. Dat zou de klant wel moeten merken, in de vorm van het betere adviesrapport. De adviseurs zullen het meeste verandering in werkwijze merken als er gewerkt wordt met een risicoanalyse tool. Er zal geen dubbel werk meer gedaan hoeven worden, de binnendienst kan documenten in hetzelfde systeem ophalen en er zal sneller een duidelijk adviesrapport voor de klant opgesteld kunnen worden.

De tool moet zowel op kantoor als op locatie gebruikt kunnen worden. De tool moet ervoor zorgen dat er een uniforme wijze van vastlegging komt. Wat voor een tool voor ZZP en MKB-klanten belangrijk is, is dat deze risicoanalyse tool een mogelijkheid biedt die ervoor zorgt dat er premies worden weergegeven na het invullen van de tool. De vragenlijst en output moet aangepast kunnen worden, zodat er de mogelijkheid is om de risicoanalyse voor de klant persoonlijk te maken. Aan de hand van deze factoren zal er een beslissing worden gemaakt in hoofdstuk 7 Aanbevelingen over welke risicoanalyse tool het meest geschikt is voor Perrée & Partners.

5.4.5 SFA model

SFA model	Boris	DBM	Risk Explorer	RAAT	SUREbusiness
Suitability					
On-/Offline	✗	✗	?	✓	✓
Op ieder apparaat te gebruiken	✗	✗	?	✓	✓
Feasibility					
Duidelijke output	✓	✗	?	✓	✓
Vragenlijst kunnen aanpassen	✓	✓	✗	✓	✓
Offerte kunnen uitbrengen in het systeem	✗	✗	✗	✗	✓
Acceptability					
Maximaal 25 pagina's	✓	✓	?	✓	✓
Niet te tijdrovend	✗	?	?	✗	✓

TABEL 4 EIGENSCHAPPEN RISICOANALYSE TOOLS

Bovenstaande figuur geeft weer over welke belangrijke eigenschappen de verschillende onderzochte tools voldoen. Opvallend aan dit figuur is de tool Risk Explorer. Deze tool is meegenomen in het onderzoek aangezien dit één van de drie momenteel meest gebruikte tools is. Echter kon van Risk Explorer geen demo worden verstrekt, waardoor er over de meeste eigenschappen geen oordeel geveld kan worden. Ook bij het DBM staat een vraagteken. Omdat dit een tool is die bedoeld is om op papier uit te voeren is deze al afgefallen voordat er een voorbeeld van gemaakt zou worden. Er is dus niet onderzocht of deze tool tijdrovend is.

Er is één tool die enkel vinkjes heeft, dat is SUREbusiness. Deze tool voldoet aan alle eigenschappen uit figuur 9. Ook RAAT is een tool die aan de meeste eigenschappen voldoet. Echter is RAAT erg uitgebreid, wat een pluspunt is, maar dat maakt het ook erg tijdrovend.

In figuur 9 is te zien dat de USP van SUREbusiness is dat er bij deze tool een offerte kan worden uitgebracht in hetzelfde systeem als waar de risicoanalyse wordt uitgevoerd.



6. Conclusie

In hoofdstuk 5 zijn de resultaten van het onderzoek gepresenteerd. Aan de resultaten zijn nog geen conclusies verbonden. De conclusies volgen in dit hoofdstuk. De conclusies ten aanzien van de vier onderzochte deelvragen zullen het antwoord geven op de hoofdvraag: “Hoe kan Perrée & Partners de transitie van verzekeringsadvies naar risicoadvisering dusdanig optimaliseren dat de klanten zeer tevreden zijn en blijven?”

6.1 De transitie naar risicoadvisering

Voor de branche zijn er enkele belangrijke redenen geweest om van het verzekeringsadvies af te stappen en de transitie te maken naar risicoadvisering. Cybercrime is momenteel erg in opkomst. Tot op heden zijn er nog maar weinig verzekeringsmaatschappijen die hiervoor een verzekering aanbieden. De adviseur zal dan verder moeten kijken dan alleen naar het verzekeren van dit risico. Er wordt tegenwoordig van de adviseurs verwacht dat zij adviseren over het managen van risico's op een andere manier van verzekeren.

Er werd voorheen veelal op provisiebasis gewerkt. Door de transitie van het soort advies wordt dit verdienmodel minder rendabel. De inkomsten zullen niet meer opwegen tegen de kosten. Bij Perrée & Partners kan de klant kiezen tussen een vergoeding op basis van provisie of een “fee”. Uiteindelijk zal er een vergoeding worden gevraagd voor het advies, en geen provisie meer over de verzekeringen.

Er kan uit de resultaten geconcludeerd worden dat Perrée & Partners voornamelijk om het voorkomen van interne problemen de transitie heeft gemaakt naar risicoadvisering. Wat de klanten hiervan vinden, heeft niet meegewogen in de beslissing om de transitie te maken. Dit is voor Perrée & Partners een reden geweest om de onderzoeker te vragen om onderzoek te doen naar de klanttevredenheid over risicoadvisering.

6.2 Dienstverlening afdeling Zakelijke Verzekeringen Perrée & Partners

De dienstverlening bij Perrée & Partners berust op een koppeling tussen adviseur en binnendienst. Iedere adviseur heeft een vaste persoon in de binnendienst waarmee de adviseur samenwerkt. Op deze manier is er meer ruimte om de klant te leren kennen en heeft de klant enkel contact met één adviseur.

De dienstverlening van Perrée & Partners kan gezien worden als een drietrapsraket. De eerste fase is de inventarisatiefase, de tweede fase de adviesfase en de derde fase de bemiddelingsfase. Na deze fases volgen het beheer en de nazorg. Deze fases kunnen worden gezien als een cirkel. Na het beheer en de nazorg wordt er uiteindelijk opnieuw geïnventariseerd en is de cirkel weer rond.

Om de dienstverlening bij Perrée & Partners in kaart te brengen zijn observaties van de adviseurs uitgevoerd. Hiervoor is een observatielijst opgesteld. Deze lijst is, in samenwerking met de directie, opgesteld aan de hand van de theorie over de competenties van een risicoadviseur.

Uit de observaties is gebleken dat de adviseurs van Perrée & Partners tussen de 82 en 87 punten scoren. Het gemiddelde is 84,5 punten. Dit aantal punten geeft voor de directie een afspiegeling van de beheersing van de competenties voor risicoadviseurs tussen de adviseurs binnen Perrée & Partners. Over de mate van dienstverlening kan echter geen uitspraak worden gedaan naar aanleiding van deze gegevens.

Indien de concurrentie met dezelfde observatielijst zou worden geobserveerd kan er pas een conclusie gegeven worden over het aantal behaalde punten. Als de concurrentie een gemiddeld aantal punten van 75 zou halen op dezelfde observatielijst presteren de adviseurs bij Perrée & Partners bovengemiddeld.



Echter, heeft de concurrentie een gemiddeld aantal punten van bijvoorbeeld 88 wordt er lager dan gemiddeld gescoord.

Met een laagste score van 82 punten op een maximaal haalbare van 90 kan er wel een andere conclusie gegeven worden. De adviseurs van Perrée & Partners zijn allen capabele risicoadviseurs, die over de onderzochte competenties beschikken.

Uit de observaties is gebleken dat er nog (te) veel met pen en papier gewerkt wordt. Op kantoor zelf is alles digitaal, maar bij de klanten wordt nog geschreven. Dit gaat ten koste van de efficiëntie. Op kantoor doet de adviseur nogmaals het werk wat die op locatie bij de klant ook heeft gedaan, namelijk het in kaart brengen van zijn bevindingen en aantekeningen maken om tot een goed advies te komen. Het gebruik van een risicoanalyse tool kan hierbij hulp bieden. Deze vorm van digitalisering kan veel tijd schelen. De adviseur hoeft niet eerst terug naar kantoor te komen en de aantekeningen over te typen. De binnendienst kan met gebruik van een risicoanalyse tool meteen zien wat er met de klant besproken is en hoeft hiervoor dan niet meer te wachten tot de adviseur terug is.

6.3 De zakelijke klant van Perrée & Partners

Tijdens dit onderzoek is een enquête gehouden onder de zakelijke klanten van Perrée & Partners. Uit de enquête kan het volgende geconcludeerd worden.

Perrée & Partners heeft de transitie gemaakt van het verkopen van verzekeringen naar risicoadvisering. Uit de enquête is gebleken dat 76% van de geënquêteerden liever advies heeft op basis van risico's dan advies op basis van verzekering. Met deze uitkomst blijkt dat Perrée & Partners een goede keuze heeft gemaakt om de transitie te maken naar risicoadvisering. Daarnaast geeft ook 76% van de geënquêteerden aan dit risicoadvies periodiek te willen laten uitbrengen.

De klanten van Perrée & Partners zien de meerwaarde ook in van risicoadvisering. De waardering is zichtbaar wanneer de adviseurs tijdens een gesprek met de klant verder denken dan alleen verzekeringen. Uit de enquête is gebleken dat bewustwording een grote rol speelt voor de klant met de keuze voor risicoadvisering. De klanten van Perrée & Partners zijn tevreden over zowel het risicoadvies als over de adviseur die het advies uitgebracht heeft. 85,72% van de geënquêteerden geeft aan (zeer) tevreden te zijn over zowel het advies als de adviseur.

Tussen de behoefte van een klant aan risicoadvies en de bereidheid van deze klant om hiervoor een tijdsinvestering te doen zit momenteel nog een gat. Uit de enquête is gebleken dat er wel degelijk behoefte van de klant is voor risicoadvisering. Echter is ook gebleken dat lang niet iedere klant hiervoor een investering in de vorm van tijd wil doen. Het gat wat hier wordt beschreven wordt ook wel een spanningsveld genoemd. Waar de behoefte al groot is, is de bereidheid nog erg laag.

6.4 Risicoanalyse tools

Tijdens dit onderzoek zijn er vijf verschillende risicoanalyse tools onderzocht. Deze risicoanalyse tools worden beoordeeld op geschiktheid voor Perrée & Partners aan de hand van tabel 2. In tabel 2 zijn de belangrijkste eigenschappen per groep belanghebbenden weergegeven. De tool moet buiten het kantoor te gebruiken zijn en het moet een duidelijke output leveren. Daarnaast moet er een mogelijkheid zijn tot het maken van een offerte in hetzelfde systeem als dat de risicoanalyse is gemaakt. Deze eigenschappen zijn de eigenschappen die door minimaal twee van de drie belangrijkste groepen is benoemd als eigenschap voor een risicoanalyse tool. De vijf tools die zijn onderzocht zijn DBM, Boris, Risk Explorer, RAAT en SUREbusiness.



Het DBM valt bij voorbaat af voor Perrée & Partners. Deze ‘tool’ is een papieren vragenlijst en er is dus geen mogelijkheid tot het opmaken van een offerte in de tool.

Boris is enkel te gebruiken op een iPad. Hiervoor zou Perrée & Partners iPads moeten aanschaffen. Op kantoor zal dan ook op een iPad gewerkt moeten worden. Een rapportage maken op een kleine iPad met enkel touchscreen is een groot nadeel van deze tool.

Risk Explorer is een erg dure risicoanalyse tool, wat een groot nadeel is. Ook al voldoet Risk Explorer aan de eisen dat de tool buiten kantoor gebruikt kan worden en heeft het een duidelijke output voor de klant. Dit is echter niet onderscheidend ten opzichte van tools als Boris, RAAT en SUREbusiness. Om deze reden valt Risk Explorer af.

De twee overige risicoanalyse tools lijken de beste keuze voor Perrée & Partners. RAAT is een erg uitgebreide risicoanalyse tool. De risicoanalyse kan compleet per klant worden aangepast. RAAT voldoet aan de meeste eisen van de belanghebbenden. Echter heeft RAAT niet de mogelijkheid om een offerte uit te brengen in de tool.

SUREbusiness voldoet aan de belangrijkste eisen van de belanghebbenden. De tool is makkelijk in gebruik, zowel buiten als binnen het kantoor. Daarnaast is de output compact maar bevat het alle nodige informatie. Tenslotte is SUREbusiness, als enige van de onderzochte tools, de tool die de mogelijkheid heeft om een offerte uit te brengen na het voltooien van de risicoanalyse.

Na dit onderzoek kan dus geconcludeerd worden dat SUREbusiness het meest geschikt is voor zowel de adviseurs als de klanten van Perrée & Partners. Er is bij de afdeling Zakelijke Verzekeringen al gewerkt met een demo van deze tool. De adviseurs die de demo hebben uitgeprobeerd waren erg enthousiast. Ondanks dat de onderzoeker objectief is gebleven, is SUREbusiness als meest geschikte tool voor Perrée & Partners uit het onderzoek gekomen. Een belangrijke afweging is de functie voor het maken van een offerte geweest. Dit versnelt het werkproces, waardoor het voldoet aan de eisen van alle belanghebbenden.



6.5 Hoofdvraag

Uit de conclusies van de deelvragen zou de hoofdvraag: “Hoe kan Perrée & Partners de transitie van verzekeringsadvies naar risicoadvisering dusdanig optimaliseren dat de klanten zeer tevreden zijn en blijven?” beantwoord moeten kunnen worden.

Uit de conclusies van de deelvragen is gebleken dat de klanten, liefst 85,72%, momenteel (zeer) tevreden zijn over de dienstverlening bij Perrée & Partners. De meerderheid van de klanten wil graag voorzien worden van risicoadvies. De mate van tevredenheid wil Perrée & Partners graag behouden, en het liefste nog verhogen. Om de tevredenheid te kunnen verhogen dient de transitie naar risicoadvisering te worden geoptimaliseerd. Uit het onderzoek naar een risicoanalyse tool is gebleken dat het gebruik van een dergelijke tool hiervoor hulp kan bieden.

Perrée & Partners zou de transitie van het verzekeringsadvies naar risicoadvies kunnen optimaliseren door het in gebruik nemen van een risicoanalyse tool. Uit het onderzoek is gebleken dat 95% van de respondenten geen bezwaar heeft als de adviseur een risicoanalyse tool zou gebruiken. Daarnaast heeft het gebruik van een tool vele voordelen voor de adviseur zelf, zoals de digitale uitvoering en vastlegging van de inventarisatie en het makkelijker uitbrengen van een adviesrapport.

De risicoanalyse tool kan helpen om de transitie te optimaliseren. Echter dient ook de huidige prestaties te worden waarborgen. Zo is uit het onderzoek gebleken dat de adviseurs momenteel competente risicoadviseurs zijn en de klanten momenteel zeer tevreden zijn over de dienstverlening.

Het in gebruik nemen van een risicoanalyse tool is dus niet het enige wat Perrée & Partners dient te doen om de transitie te optimaliseren. Met alleen de risicoanalyse tool ben je nog geen professionele risicoadviseur. De competenties waarover de adviseurs nu over beschikken dienen bijgehouden te worden, zo niet beter te worden. Daarnaast is de klant nu erg tevreden. Dit komt mede door het persoonlijke contact wat de adviseurs met de klant heeft. Perrée & Partners dient er voor te zorgen dat deze tevredenheid behouden blijft. De risicoanalyse tool moet als toevoeging voor het advies gelden en niet als vervanging van de huidige werkwijze, waar de klant dus al tevreden over is.

Momenteel is er geen directe actie vereist. Een tool is een zeer handig hulpmiddel voor de adviseurs om een advies uit te brengen. Het is echter niet noodzakelijk om te gebruiken. Daarnaast zijn de klanten tevreden en de adviseurs competent.



7. Aanbevelingen

In dit hoofdstuk zullen aanbevelingen gedaan worden aan Perrée & Partners die zijn voortgevloeid uit het onderzoek.

Er worden zowel aanbevelingen gedaan over de klanttevredenheid als over de risicoanalyse tools.

7.1 Risicoanalyse tools

Uit de resultaten van het onderzoek is gebleken dat SUREbusiness de meest geschikte tools zijn voor Perrée & Partners.

Er wordt Perrée & Partners dan ook aanbevolen om deze tool te gaan gebruiken voor hun MKB-klienten. Deze aanbeveling is gedaan naar aanleiding van meerdere aspecten zoals beschreven in de resultaten en conclusie.

Met de keuze voor SUREbusiness is rekening gehouden met de wens van de adviseurs om in hetzelfde systeem zowel de analyse te doen, een offerte te maken en een rapport op te maken. Tevens is met de keuze voor deze tool voldaan aan de wens van de klant dat het hen niet te veel tijd kost. De adviseur heeft in ieder geval op locatie bij de klant niet meer tijd nodig dan zonder gebruik van een tool. De klant zal qua tijd weinig merken van het gebruik van een risicoanalyse tool door de adviseurs. Ook de extra functie die SUREbusiness biedt speelt mee in deze aanbeveling. Bij SUREbusiness kan na de risico-inventarisatie namelijk doorgelinkt worden naar een overzicht met daarin passende offertes voor de klant. De adviseur hoeft dan niet meer naar een externe website van een verzekeraar om daar nogmaals de klantgegevens in te voeren om een offerte te krijgen. Dit zal de adviseurs veel tijd schelen, deze tijd zal de adviseur kunnen gebruiken om bijvoorbeeld het adviesrapport persoonlijker te maken voor de betreffende klant. Het advies is dan ook om per direct te gaan werken met SUREbusiness.

Omdat dit onderzoek is gebaseerd op het MKB is de aanbeveling gedaan voor de MKB-klienten en ZZP-klienten van Perrée & Partners. Echter is tijdens de interviews van dit onderzoek gebleken dat Perrée & Partners zich naast de MKB-klienten ook willen gaan concentreren op de grotere klienten. Voor de grotere klienten wordt aanbevolen om RAAT te gebruiken. RAAT is een zeer complete tool. Het kost ongeveer een dagdeel om de tool compleet in te vullen voor een klant, maar dan komt er wel een volledig adviesrapport uit waar alles in mee is genomen. Daarna kan de klant van een zorgvuldig advies voorzien worden.

Wanneer Perrée & Partners besluit direct SUREbusiness te gaan gebruiken zal dit oom direct van invloed zijn op de dienstverlening. De adviseurs kunnen in een kortere tijd dan nu de risicoadviesen uitbrengen en daarbij ook gelijk een offerte uitbrengen voor de klant. De adviseurs zouden de risico-inventarisatie dan ook gelijk in deze webapp kunnen doen in plaats van eerst met pen en papier naar de klant te gaan. Het enige wat nodig is om SUREbusiness in gebruik te nemen is een mobiel apparaat (laptop, tablet of smartphone) met een internetverbinding.



Tijdwinst:

De efficiëntie zal sterk stijgen bij het gebruik van SUREbusiness. Daarmee zal er veel tijd worden bespaard op het uitbrengen van het advies. Bij SUREbusiness kan in één systeem worden geïnterpreteerd en geïnterpreteerd. Het systeem van SUREbusiness zoekt op basis van de gemaakte risico-inventarisatie een geschikte maatschappij voor een eventueel af te sluiten verzekering. Niet iedere maatschappij accepteert zomaar alle risico's. Als de adviseur zelf moet gaan zoeken of in contact moet komen met een maatschappij om het risico onder te kunnen brengen gaat dit veel tijd kosten. Dit kan weken in beslag nemen. Met het gebruik van SUREbusiness zou in principe op dezelfde dag als de risico-inventarisatie wordt afgerond ook een offerte opgemaakt kunnen worden. Zoals eerder in deze paragraaf vermeld is de verwachting dat het gebruik van een risicoanalyse tool zeker tijdswinst zal gaan opleveren. Echter heeft iedere maatschappij andere doorlooptijden. Om geen verkeerd beeld te geven van de tijdswinst, zodat Perrée & Partners eventueel bedrogen uit kan komen, is ervoor gekozen om geen uitspraak te doen over de exacte tijdswinst.

Klanttevredenheid:

Naar verwachting zal de klanttevredenheid toenemen bij het gebruik van SUREbusiness. Het gebruik van SUREbusiness heeft geen direct effect op de klanttevredenheid maar wanneer de tijd waarin het totale advies wordt uitgebracht afneemt, en de klant daardoor eerder weet waar hij/zij aan toe is, zal dit eerder een positieve dan een negatieve uitwerking op de klanttevredenheid hebben.

Kosten/baten:

Perrée & Partners heeft een overeenkomst gesloten met SUREbusiness over de kosten van het gebruik van de risicoanalyse tool.

Omdat door het gebruik van de risicoanalyse tool Perrée & Partners extra omzet genereert voor SUREbusiness zijn de kosten niet erg hoog.

Er is een afspraak dat Perrée & Partners maandelijks een bedrag van €36,30 zal betalen voor het gebruik van de risicoanalyse tool. Op jaarbasis is dat een bedrag van €435,60.

De opbrengsten van de risicoanalyse tool zijn daarnaast aanzienlijk. Na het afronden van de afstudeerstage van de onderzoeker is door Perrée & Partners de risicoanalyse tool in gebruik genomen. Dit heeft in 2018 voor € 129.268,85 aan nieuwe premie geleid bij Perrée & Partners. Alleen al aan provisie is dit een opbrengst voor Perrée & Partners van €28.000,-. In 2019 heeft het gebruik van de risicoanalyse tool geleid tot dusver € 34.922,20 aan premie.



7.2 Klanttevredenheid

Voorafgaand aan dit onderzoek was er bij de directie van Perrée & Partners nog weinig inzicht in de klanttevredenheid van de zakelijke klanten. Naar aanleiding van dit onderzoek wordt Perrée & Partners aanbevolen om vaker de klanttevredenheid te meten. Op deze manier kan de klanttevredenheid goed gehandhaafd worden en kan er bij een verandering in de klanttevredenheid snel ingegrepen worden door Perrée & Partners. Uit de enquête die voor het onderzoek is gehouden, is gebleken dat de klanten, die de enquête in hebben gevuld, zeer tevreden zijn over hun adviseur en het advies wat zij hebben uitgebracht.

Een klanttevredenheidsonderzoek voorkomt dat er onder klanten een situatie ontstaat wat uit de hand kan lopen waardoor klanten vertrekken. Met een klanttevredenheidsonderzoek kan ingespeeld worden op de trends en eventuele ontevredenheid van klanten. Met de uitkomsten van een klanttevredenheidsonderzoek kan Perrée & Partners ervoor zorgen dat de punten waar klanten ontevreden over zijn worden veranderd waardoor de klanten hier weer tevreden over worden.

Uit de enquête is gebleken dat 24% van de geënquêteerden liever wordt voorzien van verzekeringsadvies dan van risicoadvies. Perrée & Partners heeft echter volledig de transitie gemaakt van verzekeringsadvies gericht adviseren naar risicoadvies gericht adviseren. Om ook deze groep klanten te behouden wordt Perrée & Partners aanbevolen om te onderzoeken waarom deze 24% liever verzekeringsadvies heeft. Mogelijk kunnen Perrée & Partners en de klanten tot een overeenstemming komen waardoor beide partijen tevreden blijven.

Perrée & Partners zou minimaal één keer per jaar een klanttevredenheidsonderzoek moeten houden. Dit kan vele irritaties onder klanten voorkomen of verhelpen. Daarnaast is Perrée & Partners een partij wat regelmatig portefeuilles overneemt. Deze klanten komen van andere kantoren af. Zonder klanttevredenheidsonderzoek is er geen beeld van de (on)tevredenheid over de klanten. Een klanttevredenheidsonderzoek zou in de vorm van een korte enquête tijdens het jaarlijks onderhoudsgesprek aan de klant voorgelegd kunnen worden.

Aan een klanttevredenheidsonderzoek zijn er geen directe kosten of verdiensten verbonden. Als klanten tevreden of ontevreden zijn zal dit niet betekenen dat de kosten en verdiensten direct veranderen. Het is echter wel het geval dat wanneer de klanten ontevreden zijn ze de verzekeringen laten beheren door een andere tussenpersoon en de risico-inventarisatie door een andere partij laten uitvoeren. Daarmee zouden de verdiensten afnemen.

7.3 Spanningsveld

Zoals benoemd bij paragraaf 6.4 is er momenteel een spanningsveld tussen de behoefte en de bereidheid van de klant voor risicoadvies. De behoefte is er wel degelijk bij de klanten, de bereidheid is echter nog niet op het niveau waar dit zou moeten zijn. In dit onderzoek is hier verder niet op ingegaan. De risicoanalyse tool was het doel van dit onderzoek. Het spanningsveld voor risicoadvies is momenteel nog erg groot. Perrée & Partners zou in een vervolgonderzoek uit kunnen zoeken hoe de bereidheid bij de klanten kan worden vergroot om zo het spanningsveld te verkleinen.



Nawoord door de Directeur Financial Services

Perrée & Partners is een snelgroeiende brede financiële dienstverlener. De snelle groei wordt gerealiseerd door overnames van portefeuilles van financiële dienstverleners enerzijds en door autonome groei in het segment zakelijk anderzijds. Als professionele dienstverlener zijn we steeds op zoek naar mogelijkheden om onze dienstverlening verder te professionaliseren. Daarin past ook de ontwikkeling van verzekeringsadvies naar risicomanagement. Daar waar bedrijven en adviseurs in het verleden vooral gericht waren op het afsluiten van verzekeringen om risico's af te dekken is er tegenwoordig veel meer behoefte aan compleet risicoadvies, waarvan verzekeringen slechts een onderdeel vormen om risico's van een onderneming te mitigeren.

De zakelijke adviseurs van Perrée & Partners zijn allen gecertificeerde risicoadviseurs. Om onze complete risicoadvies goed vast te kunnen leggen heeft Pepijn als onderdeel van zijn afstudeerscriptie onderzoek gedaan naar de beschikbare risicomanagementsystemen. Deze risicomanagementsystemen zijn voor ons van belang om verschillende redenen. Ten eerste helpt een goed risicomanagementsysteem ons bij het compleet in beeld brengen van alle risico's, die een onderneming loopt. Op basis daarvan zijn we beter in staat om een goed afgewogen risicoadvies te geven. Ten tweede helpt een goed risicomanagementsysteem ons in onze ambitie om ons verder te professionaliseren en ten derde zorgt een goed risicomanagementsysteem ook voor een uniforme manier van vastlegging, wat weer van belang is voor de reproduceerbaarheid van onze adviezen.

Mede dankzij de analyse, die Pepijn heeft gemaakt van de verschillende risicomanagementsystemen, hebben we een keuze gemaakt voor de systemen waar we vanaf 1 juni 2018 mee gaan werken. We hebben daarbij het advies van Pepijn opgevolgd en hebben gekozen voor SUREbusiness voor onze adviezen aan ZZP/MKB en Raat voor de adviezen aan MKB+-bedrijven.

Los van de inhoudelijke toegevoegde waarde van de scriptie van Pepijn, hebben we Pepijn ervaren als een prettige en toegewijde stagiair, waarvan we blij zijn dat hij na zijn studie een functie binnen onze organisatie heeft aanvaard.

Louis van Drunen

Directeur Financial Services Perrée & Partners.



Literatuurlijst

- 24editor. (sd). *Modellen: De marketingmix 7 P's*. Opgehaald van 24editor: <https://24editor.com/modellen-marketingmix-7-ps/>
- Accountant. (2018, januari 16). *Allianz: 'Business interruption en cyberincidenten grootste risico's'*. Opgehaald van accountant: <https://www.accountant.nl/nieuws/2018/1/allianz-business-interruption-en-cyberincidenten-grootste-risicos/>
- Allianz. (sd). *Allianz Risk Barometer 2018*. Opgehaald van Allianz: <http://www.agcs.allianz.com/insights/white-papers-and-case-studies/allianz-risk-barometer-2018/>
- amweb. (2017, mei 19). *Getorn aan schadeprovisie dwingt intermediair na te denken ander verdienmodel*. Opgehaald van am:: https://www.amweb.nl/schade/nieuws/2017/05/getorn-aan-schadeprovisie-dwingt-intermediair-na-te-denken-ander-verdienmodel-10196448?vakmedianet-approve-cookies=1&_ga=2.263753226.766204495.1538812110-1478684320.1538812110
- Avans+. (sd). *Risk Management Register*. Opgehaald van risicomanagementregister: http://www.risicomanagementregister.nl/no_cache/risicomanagement-register.html
- Benedictus, J. (2014, juni 6). *De Goudse komt met eigen concept voor risicoadviseur*. Opgehaald van amweb: <http://www.amweb.nl/schade/nieuws/2014/06/de-goudse-komt-met-eigen-concept-voor-risico-adviseur-1019166>
- BeSWIC. (2015, augustus 7). *Waarom moet een online risicoanalyse tool voor KMO's voldoen?* Opgehaald van BeSWIC: <https://www.beswic.be/nl/blog/waarom-moet-een-online-risicoanalyse-tool-voor-kmos-voldoen>
- Brandsema, L. (2016, december 25). *Merendeel risicoadviseurs werkt nog zonder tools*. Opgehaald van amweb: <http://www.amweb.nl/schade/nieuws/2014/12/merendeel-risicoadviseurs-werkt-nog-zonder-tools-1017509>
- Bruijn, J. d. (2018, januari 15). *Risicomanagement, belangrijk voor de toekomst van de assurantieadviseur*. Opgehaald van fullyincontrol: <https://fullyincontrol.nl/blog/articleid/5/de-toekomst-van-de-assurantie-adviseur>
- Crommenacker, E. v. (2014, mei 27). *NTA 8595 Beroepsprofiel Erkend Risicoadviseur*. Opgehaald van Docplayer: <http://docplayer.nl/5816027-Nta-8595-beroepsprofiel-erkend-risicoadviseur.html>
- Crommenacker, E. v., & Schuhmacher, M. (2013). *MKB, verzekeringsbranche en adviseurs gebaat met Beroepsprofiel Erkend Risicoadviseur*. Delft: NEN.
- Delden, V. (2015). *Competentiegids risicoadviseur*. Geldermalsen: Van Delden advies.
- DNV. (sd). *Risicoadviseurs*. Opgehaald van DNV GL: <https://www.dnvgl.nl/services/risicoadviseurs-58166>
- DNV.GL. (sd). *Met een certificaat als Erkend Risicoadviseur kunt u zich onderscheiden, bent u herkenbaar en heeft u een betrouwbaar imago in de markt*. Opgehaald van DNV.GL: <https://www.dnvgl.nl/services/risicoadviseurs-58166>



- Donk, v. d., & Lanen, v. (2011, december 15).
<https://www.leernetwerkeducatie.nl/mediawiki18/index.php?title=Dataverzameling>.
Opgehaald van InHolland:
<https://www.leernetwerkeducatie.nl/mediawiki18/index.php?title=Dataverzameling>
- Dukers, & Baelemans. (2017, december 22). *Transitie van zakelijk adviseur naar De Nieuwe Risico Professional*. Opgehaald van am:: <http://www.amweb.nl/geen-categorie/nieuws/2017/12/transitie-van-zakelijk-adviseur-naar-de-nieuwe-risico-professional-101107767>
- Eelants, M. (sd). *SFA-model*. Opgehaald van Strategisch marketingplan:
<https://www.strategischmarketingplan.com/marketingmodellen/sfa-model/>
- EM. (sd). *Bias: wat is het en wat zijn de gevolgen*. Opgehaald van Marktonderzoeksbureau EM:
<https://www.emonderzoek.nl/wat-is-bias/>
- Eufin. (2013, september 23). *Congres De Goudse ziet grote markt voor professioneel risicoadvies aan MKb*. Opgehaald van Eufin: <https://www.eufin.nl/31957-congres-de-goudse-ziet-grote-markt-voor-professioneel-risicoadvies-aan-mkb>
- Eufin. (2015, april 3). *De Goudse naar App Store met risico-inventarisatietool Boris*. Opgehaald van Eufin Financieel nieuws: <https://www.eufin.nl/36301-de-goudse-naar-app-store-met-risico-inventarisatietool-boris>
- Graauw, C. d. (sd). *Vragenlijst als onderzoeksmethode voor en nadelen*. Opgehaald van Claudia de Graauw: <https://www.claudidegrauw.nl/vragenlijst-als-onderzoeksmethode-voor-en-nadelen/>
- Heide, P. v. (2018). *Cyberpolis volop in ontwikkeling. VVP*, 62-63.
- Hiscox. (2018). *2018 Hiscox Cyber Readiness Report*. Londen: Hiscox.
- IJsseldijk, L. (2015, februari 3). *Zit het MKB wel te wachten op Riskamangement?* Opgehaald van am:: <http://www.amweb.nl/schade/blog/2015/02/zit-het-mkb-wel-te-wachten-op-riskmanagement-1017040>
- InFinance. (2013, september 23). *Risicoadvies MKB kans voor intermediair*. Opgehaald van InFinance: <https://www.infinance.nl/artikel/risicoadvies-mkb-kans-voor-intermediair/>
- Insight, D. (sd). *SRMS*. Opgehaald van Dimensional Insight:
<https://www.dimins.com/nl/bedrijf/partners/srms/>
- Leisink, H. (sd). *Achtergrond*. Opgehaald van Ravib: <https://www.ravib.nl/achtergrond>
- mkb servicedesk. (2018, mei 2). *Bedrijfsverzekeringen*. Opgehaald van mkb servicedesk:
<https://www.mkb servicedesk.nl/385/bedrijfsverzekeringen.htm>
- Muilwijk. (sd). *Waardestrategieën*. Opgehaald van Intemarketing:
<https://www.intemarketing.nl/marketing/modellen/tw-waardestrategie%C3%ABn>
- NH1816. (sd). *Perrée & Partners B.V.* Opgehaald van NH1816 Verzekeringen:
<https://www.nh1816.nl/perree-partners-b-v>
- Overbeek, D. (2015). *Adviseurs zetten eerste stap naar risicoadvies*. Gouda: De Goudse.



- Overbeek, D. (2016). *Risicomanagement: Gewoon doen*. Gouda: am:.
- Perrée, & Partners. (sd). *Over ons*. Opgehaald van PerréePartners: <http://perreepartners.nl/over-ons/>
- Risicobalans. (2015). *Dienstenwijzer*. Rotterdam: Risicobalans.
- Riskenbusiness. (2016, oktober 21). *Volmachtbedrijf SUREbusiness komt met primeur premie- en voorwaardenvergelijker voor zakelijke verzekeringen*. Opgehaald van Risk & business: <https://www.riskenbusiness.nl/nieuws/insurance/volmachtbedrijf-surebusiness-komt-met-primeur-premie-en-voorwaardenvergelijker-voor-zakelijke-verzekeringen/>
- Riskenbusiness. (2018, februari 9). *Nederlandse bedrijven scoren matig in cyberonderzoek Hiscox*. Opgehaald van Risk&Business: <https://www.riskenbusiness.nl/nieuws/risks/nederlandse-bedrijven-scoren-matig-in-cyberonderzoek-hiscox/>
- Riskexplorer. (sd). *Risk Explorer; hoe werk het?* Opgehaald van Riskexplorer: <http://www.riskexplorer.nl/Hoewerkthet.aspx>
- Rückversicherungs-Gesellschaft, M. (2018, januari 4). *Natural catastrophe review: Series of hurricanes makes 2017 year of highest insured losses ever*. Opgehaald van Munich RE: <https://www.munichre.com/en/media-relations/publications/press-releases/2018/2018-01-04-press-release/index.html>
- Schuhmacher, M. (2013). *MKB, verzekeringsbranche en adviseurs gebaat met Beroepsprofiel Erkend Risicoadviseur*. Delft: NEN.
- Scriptium. (sd). *Voorbereiding scriptie: soorten onderzoek*. Opgehaald van Scriptium: <https://www.scriptium.nl/voorbereiding-soorten-onderzoek/>
- Scribbr. (sd). *Onderzoeksmethoden*. Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/category/onderzoeksmethoden/#toegepast-onderzoek>
- SRMS. (sd). *Enkele van onze RAAT software gebruikers*. Opgehaald van SRMS B.V.: <http://www.riskmanagementservices.nl/raat-software/raat-gebruikers/>
- SRMS. (sd). *Onderscheidende aspecten van RAAT*. Opgehaald van SRMS B.V.: <http://www.riskmanagementservices.nl/raat-software/raat-onderscheidende-aspecten/>
- Staveren, M. v. (2015, november 17). *Innoveren? Begin met risicocommunicatie!* Opgehaald van amweb: <https://www.amweb.nl/branche/blog/2015/11/innoveren-begin-met-risicocommunicatie-1014217>
- Swaen, B. (2013, oktober 10). *Wat is kwalitatief en kwantitatief onderzoek?* Opgehaald van Scribbr: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/kwalitatief-vs-kwantitatief-onderzoek/>
- Tubbing, L. (2014, augustus 14). *Fieldresearch vs. deskresearch*. Opgehaald van deafstudeerconsultant: <https://deafstudeerconsultant.nl/afstudeertips/onderzoeksmethoden/fieldresearch-vs-deskresearch/>
- Vliet, V. v. (sd). *Service marketing mix*. Opgehaald van Toolshero: <https://www.toolshero.nl/marketing-modellen/service-marketing-mix/>

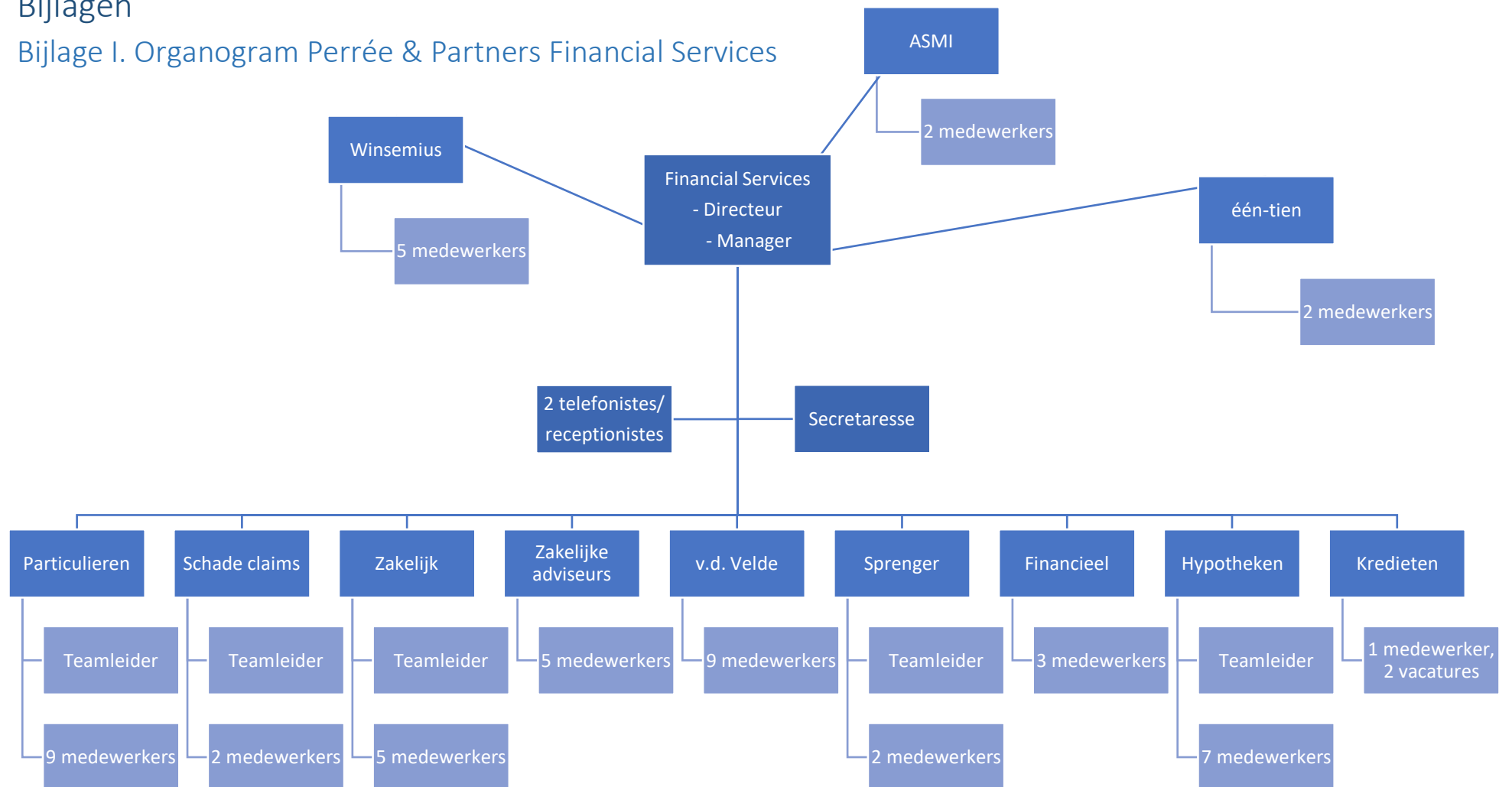


- Vonk, M. (2015). *Risicomanagement: niet voor iedereen weggelegd*. Utrecht: am:.
- Vries, W. d., & Borchert, T. (2015). Basismodel voor diensten verlenen. In W. d. Borchert, *Essentie van dienstenmarketing management* (pp. 36-39). Houten: Noordhoff.
- Vroom, L. (2014). Klant staat centraal: visie, missie, doelstellingen. In L. Vroom, & J. Zijlstra, *Ik durf het risico wel aan!* (pp. 47, 48). Deventer: Vakmedianet.
- Vroom, L. (2016). *Verzekeringsadviseur vs Risicoadviseur*. Amersfoort: b2bsure.
- Vugt, T. v. (2014, april 29). *Zes vragen aan de voorzitter van het deskundigencollege Erkend Risicoadviseur*. Opgehaald van amweb: <http://www.amweb.nl/archief/nieuws/2014/4/zes-vragen-aan-de-voorzitter-van-het-deskundigencollege-erkend-risicoadviseur-1019480>
- VVP. (2015, april 3). *Goudse biedt Boris aan in App store*. Opgehaald van VVP: https://www.vvponline.nl/content/news/goudse-biedt-boris-aan-in-app-store?gerelateerde_artikelen-page=3
- Walta, B. (sd). *MKB-onderzoek Risicomanagement*. Gouda: De Goudse.
- Welther, L. (2018, januari 17). *Allianz Risk Barometer: Bedrijfsonderbreking en cyberincidenten zijn grootste risico's*. Opgehaald van findinet: <https://www.findinet.nl/persbericht/allianz-risk-barometer-bedrijfsonderbreking-en-cyberincidenten-zijn-grootste-risicos/>



Bijlagen

Bijlage I. Organogram Perrée & Partners Financial Services



FIGUUR 12 ORGANOGAM PERRÉE & PARTNERS FINANCIAL SERVICES



Bijlage II. Grootste risico's

In de jaarlijkse risk barometer van Allianz worden de grootste zakelijke risico's van dat jaar beschreven. Hierin worden per land de grootste risico's beschreven. Onderstaande figuren zijn de volgende risico's voor 2018 als 10 grootste risico's beoordeeld (Allianz, sd).

	Wereld	%	Europa	%	Nederland	%
1	Bedrijfsonderbreking (1)	42%	Bedrijfsonderbreking (1)	46%	Bedrijfsonderbreking (1)	54%
2	Cybercrime (3)	40%	Cybercrime (2)	45%	Cybercrime (1)	54%
3	Natuurramp (4)	30%	Wet- en regelgeving (4)	27%	Marktontwikkeling (3)	32%
4	Marktontwikkeling (2)	22%	Natuurramp (6)	27%	Natuurramp (6)	22%
5	Wet- en regelgeving (5)	21%	Marktontwikkeling (3)	22%	Wet- en regelgeving (7)	15%
6	Brand (7)	20%	Brand (8)	19%	Reputatieschade (4)	15%
7	Nieuwe technologie (10)	15%	Nieuwe technologie (10)	15%	Terugroeping product (NEW)	15%
8	Reputatieschade (9)	13%	Reputatieschade (9)	15%	Klimaatverandering (NEW)	12%
9	Politieke onrust (8)	11%	Herroeping product (NEW)	12%	Nieuwe technologie (NEW)	12%
10	Klimaatverandering (14)	10%	Macro-economische ontwikkelingen (5)	10%	Politieke onrust (terrorisme etc.) (5)	10%

FIGUUR 13 TOP 10 RISICO'S VAN WERELD NAAR NEDERLAND

	Grote bedrijven >€500 ml	%	Middelgrote bedrijven €200-€500 ml	%	Kleine bedrijven <€200 ml	%
1	Bedrijfsonderbreking (1)	48%	Cybercrime (3)	39%	Bedrijfsonderbreking (2)	33%
2	Cybercrime (2)	45%	Bedrijfsonderbreking (1)	37%	Cybercrime (6)	30%
3	Natuurramp (4)	31%	Natuurramp (5)	32%	Natuurramp (4)	28%
4	Wet- en regelgeving (6)	22%	Brand (7)	23%	Marktontwikkeling(1)	27%
5	Marktontwikkeling (3)	21%	Marktontwikkeling (2)	21%	Wet- en regelgeving (3)	22%
6	Brand (9)	19%	Wet- en regelgeving (4)	18%	Brand (7)	21%
7	Nieuwe technologie (10)	16%	Nieuwe technologie (NEW)	14%	Klimaatverandering (NEW)	13%
8	Reputatieschade (8)	15%	Klimaatverandering (NEW)	12%	Politieke onrust (8)	13%
9	Politieke onrust (7)	10%	Reputatieschade (8)	12%	Diefstal, fraude (NEW)	12%
10	Herroeping product (NEW)	10%	Politieke onrust (NEW)	11%	Nieuwe technologie (9)	12%

FIGUUR 14 TOP 10 RISICO'S PER GROOTTE BEDRIJF



Bijlage III. Interview Alex Salden en Denise Overbeek

Op dinsdag 27-03 ben ik een dag mee geweest naar De Goudse. Hier heb ik de hele dag gesprekken gehad met Alex Salden en Denise Overbeek. Zij hebben mij veel geleerd over risicoadvisering en de risico-inventarisatie tool die zij hebben ontwikkeld.

- **Hoe komt het dat risicoadvisering de laatste jaren zo in opkomst is?**
Dit heeft veel te maken met de economische crisis. De reputatie van de bank- en verzekeraarssector is erg verslechterd tijdens de crisis. Door meer aandacht aan de klanten te geven en breder in de organisatie mee te kijken dan alleen naar de verzekeringen wordt er geprobeerd om het imago te verbeteren.
- **Wat is het belang van risicomanagement?**
Het belang van risicomanagement is duidelijk, namelijk de continuïteit en winstgevendheid van het MKB waarborgen. Er zullen altijd ondernemers zijn die in het begin zullen aangeven dat zij het niet nodig vinden. Om de juiste vragen te stellen wordt de ondernemer duidelijk gemaakt dat dit zeker nodig is. Een ondernemer is namelijk altijd bezig met de continuïteit en winstgevendheid van zijn bedrijf.
- **Wat moet een intermediairskantoor doen om een risicoadvies gerichte organisatie te worden?**
Bewustwording en onderscheidend vermogen. Een kantoor dat een risicoadvies gerichte organisatie wil worden moet zich bewust worden dat risicoadvisering nodig is. Als zij zelf al niet bewust zijn van het feit dat risicomanagement nodig is dan kan de adviseur een ondernemer ook niet bewust laten worden.
- **Wat wordt er van adviseurs verwacht door de klant?**
Zekerheid leveren. Een ondernemer wil kunnen blijven ondernemen. Daarvoor heeft de ondernemer wel zekerheid nodig dat die dit kan blijven doen. Een adviseur kan de ondernemer met een goed advies deze zekerheid verlenen.
- **Over welke competenties dient een risicoadviseur te beschikken, en is dit anders dan voor een risicoadviseur?**
Een risicoadviseur dient sociaal vaardig te zijn, hij moet wel een gesprek kunnen voeren met de ondernemer. Ook moet een risicoadviseur vasthoudend zijn. Als een adviseur de klant niet kan overtuigen dat risicoadvies belangrijk is zal deze ondernemer zich niet bewust worden van de risico's die hij loopt. Een risicoadviseur moet ook doelbewust en klantgericht handelen. Voor een ondernemer telt alleen de continuïteit en winstgevendheid van zijn onderneming. Hier moet de adviseur dan ook naar handelen.
- **Heeft het risicoadvies voor alle partijen een meerwaarde?**
JA! Voor de adviseur heeft dit een meerwaarde omdat hij hiermee zeker zal voldoen aan de zorgplicht. Het geeft de adviseur gemoedsrust. Voor de klant geeft deze vorm van advisering gerustheid. Door zich over zijn risico's te laten adviseren zal hij zich geen zorgen hoeven maken over de continuïteit en winstgevendheid van zijn onderneming. Ook de verzekeraar is gebaat bij risicoadvisering. De verzekeraar krijgt dan namelijk inzicht in de risico's die zich afspelen bij een ondernemer.



- **Hoe kan het risicoadvies de kansen op de markt vergoten voor adviseurs?**
Het biedt de adviseurs onderscheidend vermogen.
- **Zijn er tegenslagen waar een risicoadviseur rekening mee moet houden?**
Weerstand vanuit de ondernemer. De ondernemer zal zich kunnen afvragen of het wel echt nodig is. De adviseur zal de ondernemer dan in moeten laten zien waarom het van belang is. Risicoadvisering kost veel tijd, zeker in vergelijking met verzekeringsadvies. Een adviseur moet hier rekening mee houden. Daarnaast vergt risicoadvisering meer moeite. De adviseur zal meer moeite moeten doen om tot een goed advies te komen.
- **Wat heeft een verzekeringsadviseur nodig om risicoadviseur te worden? Kan iedereen het worden?**
Nee, niet iedereen kan risicoadviseur worden. Niet iedereen heeft de juiste vaardigheden om risicoadviseur te worden, en deze vaardigheden zijn ook niet zomaar aan te leren. Een risicoadviseur moet ook enthousiasme uitstralen wat betreft risicoadvisering. Als de adviseur al niet enthousiast is over risicoadvies, waarom zou de ondernemer dan wel enthousiast zijn?
- **Uit één van jullie onderzoeken blijkt dat 69% van de ondernemers nog nooit een risicoanalyse heeft laten uitvoeren. Hoe zouden deze ondernemers overtuigd kunnen worden van het belang van risicomangement?**
Er is maar één manier om dit duidelijk te maken, en dat is te laten zien dat ondernemers het doen uit eigen belang. De adviseur maakt het niet uit om risicoadvisering toe te passen bij een ondernemer. De klant moet inzien dat het uit belangrijk is voor de eigen onderneming.
- **Waar moet een risicoanalyse tool over beschikken?**
Een risicoanalyse tool moet beschikken over goede/adequate vragen. Zonder goede vragen kan er ook geen goed advies gegeven worden en is de tool nutteloos. Daarnaast moet er een goede output zijn die flexibel/bewerkbaar is. Dan kan een adviseur het advies per ondernemer aanpassen. Omdat iedere ondernemer anders is, dient voor een passend advies ook ieder adviesrapport anders te zijn. Je kunt als adviseur niet aankomen met een standaard adviesrapport.
- **Wat is de toegevoegde waarde voor een adviseur van een tool?**
Structuur en uniforme werkwijze. Het biedt structuur voor de adviseur. En niet alleen voor de adviseur maar voor het gehele kantoor. Als iedereen met dezelfde tool werkt geeft dit binnen een kantoor duidelijkheid en rust. Als er ooit een adviseur (langdurig) ziek wordt zou iedere andere adviseur een dossier over kunnen nemen.
- **Wat is, volgens u, de positie van financiële adviseurs over 5 jaar?**
Dit zal een werelds verschil zijn tussen zakelijke en particuliere adviseurs. De markt voor zakelijke adviseurs zal groeien. Dit betekent niet dat er per definitie dat er meer zakelijke adviseurs bij komen. Maar voor de adviseurs die er zijn zie ik de toekomst positief in. Voor de particuliere adviseurs is dit beeld toch wel veel anders. Doordat veel verzekeraars hun producten via internet aanbieden en er op iedere hoek van de straat particuliere producten te koop zijn zullen meer en meer particulieren de adviseur overslaan. Een veel gehoorde reactie van particulieren is "ik kan het zelf wel". Wat ik denk, is dat de particuliere adviseurs in hoog tempo verdwijnen.



- **Wat is voor de verzekeraar de toegevoegde waarde als een adviseur met een risicoanalysetool werkt?**
Voor de verzekeraar is dit het vertrouwen in de vakbekwaamheid van de adviseur. Door het gebruik van een tool weet de verzekeraar dat alle relevante vragen aan de ondernemer zijn gesteld en de adviseur een goed advies heeft uitgebracht.
- **Heeft dat ook effect heeft op acceptatie van bepaalde risico's en de prijsstelling of voorwaarden hiervan?**
De acceptatie is sneller mogelijk. Ook zal er sprake zijn van prijsdifferentiatie.

Bijlage IV. Boris

Boris is een risico-inventarisatie tool die gebruikt kan worden door risicoadviseurs die zijn aangesloten bij het platform Erkend MKB-adviseur. Perrée & Partners is één van deze aangesloten partijen. Wanneer een partij zich aansluit bij het platform krijgen de adviseurs gratis de toegang tot de app Boris. Boris is momenteel alleen nog te gebruiken via een app die alleen gebruikt kan worden via de Apple apparaten.

Nu zitten er nog enkele minpunten aan het gebruik van Boris. Zo wordt er tijdens het gesprek met de klant gewerkt met een split-screen. Leuk als de adviseur en klant tegenover elkaar zitten, maar aangezien de app enkel nog op een iPad gebruikt kan worden, en dat scherm niet bijzonder groot is, worden de twee schermen wel erg klein. Daarnaast wordt er een rapportage uitgebracht nadat alle vragen in de app zijn beantwoord. Dit rapport is erg uitgebreid, ook al is het in Word en kan er dus alles in aangepast worden. Het klantprofiel kan in Boris ook niet worden opgeslagen. Dus als een adviseur na een jaar terug komt om de inventarisatie te updaten moet de adviseur helemaal opnieuw beginnen.

Boris kan bovendien niet gebruikt worden voor alle sectoren die er in Nederland zijn. 98% van de sectoren zijn te behandelen met Boris. De sector voor huisartsen en de agrarische sector zijn niet te behandelen met Boris. Momenteel wordt er bij De Goudse hard gewerkt aan een nieuw Boris. Boris wordt niet alleen meer voor de iPad maar kan op ieder platform gebruikt worden. Boris zal het klantprofiel ook bewaren zodat bij een update van de risico-inventarisatie er niet helemaal opnieuw hoeft worden begonnen.

Een minpunt wat gebruikers van Boris hebben aangekaart bij de ontwikkelaars is dat het te veel tijd kost. Op deze opmerking had Alex Salden het antwoord dat hij het er niet mee eens is. Als de vragen zijn beantwoord komt er direct een rapport uitgerold. Hier hoeft een adviseur alleen nog het advies en de aanbevelingen van op te nemen in het rapport. Deze zijn nog niet automatisch ingevuld omdat dit voor iedere klant anders is.

Op dit moment wordt Boris ook nog beheerd door een externe partij. Dit beheer gaat over naar De Goudse zelf bij de nieuwe versie van Boris. Als een gebruiker opmerkt dat er een vraag is vergeten die wel van groot belang is kan deze ook op ieder moment door De Goudse worden toegevoegd. Hiervoor hoeft niet meer gewacht te worden op een nieuwe update van de (web)app.

De Goudse is de ontwikkelaar van de app Boris. Er is sterk benadrukt dat Boris onafhankelijk is. Er komt nergens de naam van De Goudse naar voren. Niet in de app zelf en niet in de rapportage.

Nadat Denise Overbeek veel heeft uitgelegd over de risico-inventarisatie tool Boris heeft Alex Salden mij antwoord gegeven op enkele vragen die ik had over risicoadvisering.



Bijlage V. SRMS RAAT

Op 09-03 is Erwin Schouten van SRMS RAAT langs geweest om een presentatie te geven over de risico-inventarisatie tool van het bedrijf. Hier is tevens een demonstratie gegeven over de tool. Ik heb kunnen zien hoe de tool werkt. Voor mij was dit de eerste tool die ik in werking gezien heb. Bij het invullen van de tool is aan de linkerkant van het scherm een percentage te zien met de voortgang. Zo is voor een adviseur duidelijk hoe ver de tool is ingevuld en kan die een inschatting maken hoe lang het invullen gaat duren.

De vragenlijst kan bij het kopje 'output' gedownload worden. Deze zou een adviseur dan door kunnen sturen naar de klant. De klant kan deze vragenlijst dan zo ver mogelijk invullen.

De vragenlijst en rapportage kunnen na het invullen van de vragenlijst ingevuld gedownload worden. Deze download is in PDF. Hier kan dus niets in veranderd worden. Dit heeft als gevolg dat het een standaard rapport wordt en geen persoonlijk rapport voor de klant.

De rapportage bevat kolommen. Dit houdt het rapport beknopt en overzichtelijk. Wanneer een klant de rapportage ontvangt zal dit geen compleet boekwerk zijn.

Aandachtsgebied	Risico omschrijving	Beheersmaatregel	Aandachtspunt(en) verzekering(en)
Aansprakelijkheid ondergeschikten voor schade veroorzaakt door uw ondergeschikten	Uw bedrijf beschikt over medewerker(s)/ "ondergeschikte(n)". Als een "ondergeschikte" tijdens "werktijd" een onrechtmatige daad pleegt, bent u als werkgever aansprakelijk. Ook wanneer de ondergeschikte zelf schuld heeft aan de schade, bijvoorbeeld wanneer hij geen voorrang heeft verleend en daardoor een bedrijfsauto total-loss rijdt, bent u als werkgever verantwoordelijk. Uitzondering op deze regels is wanneer de ondergeschikte met opzet of roekeloosheid de schade heeft veroorzaakt.	Algemeen: • Geef uw werknemers instructies hoe zich te gedragen bij klanten, in het verkeer etc. en ook hoe zij zich dienen op te stellen als zij schade hebben veroorzaakt.	☒ Eindoordeel bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering (AVB): "voldoende".

FIGUUR 15 VOORBEELD RAPPORTAGE RAAT

Bovenstaande figuur is een kolom uit een rapportage van een fictief bedrijf. Hier is te zien dat de kolom wordt opgedeeld in vier kolommen. Het aandachtsgebied geeft aan om welk risico het gaat, bij de risico omschrijving wordt het risico omschreven, bij de beheersmaatregelen wordt beschreven hoe dit risico beheerst kan worden en bij aandachtspunt(en) verzekering(en) wordt weergegeven wat het eindoordeel over het risico is van de adviseur. In dit voorbeeld wordt dit als "voldoende" aangegeven. Dit geeft aan dat de adviseur vindt dat het risico voldoende is beheerst/verzekerd.



Bijlage VI. Observatie Mike Sanders, 28-03-2018

Woensdag 28-03 ben ik met Mike mee geweest naar een klant. Deze klant had een bedrijf in de agrarische sector. Het bezoek aan de klant was anders dan een doorgaans bezoek. Bij dit bezoek kwam Avéro langs om de risico's te inventariseren.

Hier ben ik mee gegaan om te kijken hoe Mike een dergelijk gesprek voert. Dit was een klant die zeer waarschijnlijk naar een andere verzekeraar overstapt. Mike en ik waren er dus niet alleen, ook Avéro was aanwezig. Deze man deed voor de verzekeraar de risico-inventarisatie en niet Mike als intermediair. Mike was al vaker bij de klant geweest en er werd meteen een informeel praatje gemaakt. Bij aankomst van Avéro zijn we aan de slag gegaan. Er is een rondje gelopen door het bedrijf. Alle gebouwen en hokjes zijn meegenomen. De man van Avéro inspecteerde de ruimtes voordat we weer aan tafel gingen.

Eenmaal terug aan tafel pakte Mike de huidige polissen erbij en Avéro ging een nieuwe polis opmaken. Hier werd door Mike, Avéro en de klant gekeken naar de verzekerde bedragen en wat er verzekerd moet gaan worden. Er is dus uiteindelijk vanuit drie kampen gekeken naar de nieuwe verzekeringen. Avéro stelde de nodige vragen waar Mike de klant adviseerde om bepaalde verzekerde bedragen op te nemen.

Na het gesprek ging Avéro aan de slag met het opmaken van een offerte en was het wachten tot zij de offerte klaar hebben.

Bijlage VII. Observatie Maarten Timmermans, 06-04-2018

Op vrijdag 6-4 ben ik met Maarten mee geweest naar een klant. Het klantgesprek waar ik bij was met Mike was in vele opzichten anders dan dit gesprek. Dit heeft alles te maken met de insteek van het gesprek. Bij het gesprek met Mike kwam een medewerker van Avéro mee om de inventarisatie te doen bij de klant. Bij Maarten ging het voornamelijk over verzekeringen en risico's van de klant. Maarten weet goed hoe hij een gesprek met de klant moet indelen en vormgeven. Hij voelt goed aan wanneer een klant behoefte heeft aan een smalltalk voorafgaand, of tussendoor, het zakelijke gedeelte van het gesprek.

Maarten was al eens langs geweest bij de klant voor een inventarisatie, de klant bleek naderhand nog een aantal vragen te hebben waarop Maarten had besloten nogmaals naar de klant toe te gaan en hier was ik dan bij. Maarten heeft telkens duidelijk aan de klant uitgelegd waarom deze klant een bepaald risico loopt en wat zij er aan kunnen doen om dit risico te beperken. Ook wanneer Maarten een verzekering had aanbevolen gaf die een toelichting waarom desbetreffende verzekering interessant zou zijn voor de klant. Duidelijk was na afloop van het gesprek aan de klant te zien dat het gesprek deze klant echt heeft geholpen. Deze klant had ondanks het goede gesprek aangegeven met nog een partij in gesprek te zijn over de opdracht. Maarten is bij terugkomst direct voor deze klant aan de slag gegaan om een offerte uit te kunnen brengen. Het doel hiervan is de opdracht binnenhalen voor de andere partij dat doet.



Bijlage VIII. Observatie Jeroen van den Broek, 13-04-2018

Op 13-04 ben ik met Jeroen mee geweest naar een klant. Deze klant had zijn AOV al ondergebracht bij Perrée & Partners en zijn pensioen en hypotheek zijn geregeld bij Wedding & Marinussen. Dat is een bedrijf dat ook gevestigd is in het pand van Perrée & Partners. Zij hebben deze klant doorverwezen naar Jeroen. Het gaat hier om een klant waarvan de B.V. wordt gescheiden. De twee eigenaren gaan ieder hun eigen weg. De klant van Perrée & Partners begint dus zijn eigen, nieuwe B.V. en wil daar zijn verzekeringen voor geregeld hebben. Jeroen had mij meegenomen naar deze klant, een nieuwe klant voor hem. Hij kende de klant nog niet en dat maakt het een stuk spannender. Je weet niet hoe de klant gaat reageren.

Tijdens het gesprek bleek dat de ondernemer nog veel moest regelen voordat hij officieel zijn eigen B.V. had. Deze klant had zich maar weinig voorbereid op het gesprek. Op veel vragen die werden gesteld kon die geen antwoord geven. Verder gaf de ondernemer aan weinig tijd te hebben om de ontbrekende informatie te verstrekken voordat de verzekeringen in zouden moeten gaan. Jeroen gaf daarop aan wat de risico's zijn als de verzekeringen nog niet lopen wanneer de B.V. officieel op zijn naam komt te staan.

Jeroen stelde veel vragen aan de klant, hoe bepaalde risico's zijn beperkt of verzekerd op dit moment. Wanneer de klant aangaf dat er nog niets was gedaan met een risico legde Jeroen uit wat er kan gebeuren als de klant hier niks aan doet.

Jeroen had aangegeven een offerte te gaan maken met verschillende verzekeringen die interessant zijn voor de ondernemer. Op de zaken waarvan de ondernemer aangaf geen verzekering te willen gaf Jeroen aan op welke manier deze risico's afgedekt kunnen worden. Zo had de ondernemer zelf algemene voorwaarden opgesteld. Jeroen gaf aan dat het slim zou zijn om dit met een jurist te bespreken.

Aan het einde van het gesprek doorliep Jeroen nog een checklist om te controleren of hij niks was vergeten te vragen aan de ondernemer.

08-05-2018

Op 08-05 ben ik met Jeroen weer mee geweest naar de klant waar ik eerder ook mee ben geweest. In de tussentijd heeft Jeroen offertes opgemaakt voor de klant. Deze offertes moesten door de klant nog worden getekend en dat is de reden dat we weer naar de klant toe gingen. Eenmaal bij de klant aangekomen bleken er nog enkele problemen te zijn met het splitsen van de oude B.V., waardoor de verzekeringen nog niet in konden gaan. De klant had nog een uitspraak gedaan die ik meer ben tegen gekomen tijdens mijn onderzoek. De klant zei namelijk dat hij geen cyberverzekering wilde omdat hem nog nooit iets was overkomen op dat gebied. Uit de twee gesprekken is duidelijk geworden dat de klant bereid is veel risico's te nemen.

Uiteindelijk zijn toch alle handtekeningen gezet en is er afgesproken dat de klant Jeroen laat weten wanneer de splitsing van de B.V. officieel is en de verzekeringen in kunnen gaan.



Bijlage IX. Observatie Jasper Verdoes, 19-04-2018

Op donderdag 19-04 ben ik met Jasper mee geweest naar een klant. Deze klant was klant bij een kantoor die is overgenomen door Perrée & Partners. Het ging om ouders en zoon, waarbij ouders particuliere verzekeringen hebben lopen via Perrée & Partners en de zoon had bij de oude tussenpersoon zakelijke verzekeringen lopen maar is nog voor de overname overgestapt. Er was weinig duidelijk over de klant dus Jasper wist niet wat voor een gesprek het ging worden. De klant had het gesprek zelf aangevraagd.

Achteraf gezien bleek het enkel om de particuliere verzekeringen van ouders te gaan. Tijdens het gesprek werd duidelijk dat zij geen herbouwtaxatie rapport hadden, waardoor zij niet wisten hoeveel de herbouwwaarde van de panden was. Jasper adviseerde ze een dergelijke taxatie uit te laten voeren om onderverzekering te voorkomen. Jasper had een formulier van een verzekeraar meegenomen om uit te kunnen rekenen wat inboedel en opstal ongeveer waard zouden zijn. Hieruit bleek dat de bedragen van de huidige verzekeringen niet meer klopte. De insteek van het gehele gesprek bleek uiteindelijk de opstal. Het huis waar we waren was een oude boerderij met verschillende bijgebouwen. De klant twijfelde nog of hij de panden zou laten taxeren. Op dat moment schakelde Jasper direct over naar de risico's. Hij gaf duidelijk aan wat de risico's zijn als het pand niet goed verzekerd blijkt te zijn.

De zoon van de klant woont nog thuis en heeft een eigen bedrijf. De werkzaamheden vinden voornamelijk plaats op locatie, maar er gebeuren ook nog een enkele keer werkzaamheden in de bijgebouwen. Hier ligt een enorme hoeveelheid aan gereedschap en hout.

Deze risico's zijn een aandachtspunt, verzekeraars kunnen hier moeilijk om gaan doen. Hierdoor is de noodzaak nog hoger om de panden juist te verzekeren.



Bijlage X. Observatielijst met scores

In deze bijlage is te zien op welke variabelen is gelet bij de observaties. Aan deze variabelen zijn scores gegeven van – tot en met ++. Deze scores zijn verbonden aan punten, waarbij - - één punt is en ++ 5 punten is.

Onderstaande lijst is door middel van twee methoden tot stand gekomen. De adviseurs hebben zelf aangegeven wat zij vinden over welke competenties een risicoadviseur dient te voldoen. Daarnaast is er gebruik gemaakt van de theorie over deze competenties, welke ook in het theoretisch kader zijn terug te lezen.

	Mike	Maarten	Jeroen	Jasper	Opmerkingen
KLANTGERICHTHEID					
Laat klant zich gewaardeerd voelen	++	++	++	++	
Komt op tijd op de afspraak	++	++	++	++	
Stelt klantbelang voorop	++	++	++	++	
	15	15	15	15	
RISICOGERICHTHEID					
Bespreekt de risico's met de klant	+/-	+/-	++	++	Mike en Maarten hadden de inventarisatie eerder al gedaan.
Geeft aan wat gevolgen van risico's kunnen zijn	++	+	++	+	Mike en Jeroen waren net wat vollediger dan Maarten en Jasper op dit punt.
Is zich bewust van de risico's in de onderneming	++	+/-	+/-	+/-	Mike wist vooraf al welke risico's de ondernemer kon lopen, de rest van de adviseurs haalde deze informatie vooral uit het gesprek met de klant.
Risico's zijn de insteek van het gesprek, niet de verzekeringen	++	++	++	++	
	18	15	18	17	
COMMUNICATIEVE VAARDIGHEDEN					
Weet wat die tegen een klant kan zeggen	++	++	+	+	Mike en Maarten kenden de klant al langer, dat maakt het informele praatje wat makkelijker, Jeroen en Jasper kenden de klant niet.



Kan klant overtuigen	+	+	++	++	Klanten Jeroen en Jasper konden worden overtuigd van de belangen, dat ging bij de klanten van Mike en Maarten wat lastiger.
Maakt notities bij klantgesprek	++	++	++	++	Alle adviseurs maken ze duidelijke notities. Dit doen ze op papier.
	14	14	14	14	
SAMENWERKEN					
Bespreekt met klant wat de klant graag wil.	++	++	++	++	Alle adviseurs vroegen regelmatig aan de klant wat ze bijv. willen verzekeren en wat bedragen zijn van inventaris
Bespreekt gesprekken met binnendienst	+	+	++	+	Jeroen neemt meer tijd om de binnendienst in te lichten van het gesprek dan de rest
Levert informatie georganiseerd aan bij de binnendienst	+	+	++	++	Jeroen en Jasper hebben alle informatie voor de binnendienst. Mike en Maarten missen soms nog iets.
	13	13	15	14	
OVERIG					
Besluitvaardig	++	++	++	++	
Ondernemend (onderneemt zelf stappen om te zorgen voor alle nodige informatie)	++	++	++	++	
Realistisch (is een risico te dragen voor een onderneming)	++	++	++	+	Jasper was zonder inkomens/vermogenspositie klant makkelijk in het in kaart brengen van hoge kosten. Bijvoorbeeld een herbouwwaarde taxatie laten uitvoeren.
Heeft certificaat voor risicoadviseur	++	++	++	++	Alle adviseurs zijn in bezit van een dergelijk certificaat.
Proactief	++	++	++	++	Ze gaan zelf achter de nodige informatie aan.
	25	25	25	24	

TABEL 5 OBSERVATIELIJST MET SCORES



Bijlage XI. Antwoorden enquête

In deze bijlage worden enkele antwoorden van de enquête weergegeven. Deze antwoorden zijn relevant voor het onderzoek, ze ondersteunen de tekst uit hoofdstuk 5. Daarin zal ook naar deze bijlage verwezen worden.

Kunt u vertellen waarom u (on)tevreden bent over uw adviseur?*

snel en Adequaat
duidelijk komt afspraken na prettige vent
Hij geeft duidelijk advies in het wel en niet afsluiten.
Persoonlijke benadering. Kundig!
Eerlijke uitleg van de kosten en hoe we goed verzekerd zijn
hij doet zijn werk goed
Snel, professioneel en scherp in prijs qua verzekeringen. Denken zeker met je mee.
Van onze kant weinig contact. Als ik vragen heb, kan ik goed terecht.
Goed advies en komen de beloofde afspraken na. Aardige mensen die me te woord staan. Ik ben zeer positief.
Altijd bereikbaar, indien er niet direct een antwoord is zorgt hij altijd dat er een antwoord komt via een collega of derde partij.
Hij is eerlijk en komt altijd zijn afspraken na. Hij heeft veel kennis van zaken en de markt, heeft een groot netwerk en is pro-actief m.b.t. advisering!
Hans is een prettige adviseur om mee te werken. Hij legt alles goed uit. En geeft goed aan wat echt nodig is en wat niet. Hij heeft echt een adviserende rol, maar laat mij zelf besluiten. Ik heb het idee dat Hans goed begrijpt in welke fase wij zitten als bedrijf en daar zijn advies op aansluit.
Duidelijk, transparant, word meegedacht
Mijn vragen worden altijd op zeer korte termijn en correct beantwoord.
Geweldige vent en verstand van zaken. Rustig in de omgang en verder gewoon een topper!!
Degelijk, kundig en snel advies
Zie/hoor hem nooit, contacten lopen meestal via assistente
Prettig contact, begrijpbaar. Pro-actieve benadering
Er wordt snel en adequaat gereageerd op onze vragen.
Fine, betrouwbare, vakkundige man.
Vriendelijk, acteren snel

TABEL 6 REDEN (ON)TEVREDENHEID OVER ADVISEUR



Wat is, volgens u, de meerwaarde van risicoadvies ten opzichte van verzekeringsadvies?*

weten waar je aan toe bent bij schade

weet ik waar ik aan toe bent

Hierbij kun je jezelf steeds meer verbeteren in het beter worden mbt risico's, verzekeringen sluit je toch af.

De risico's zijn vaak wel bekend bij ons. Verzekeringsadvies is meteen 'to the point'.

Dat er meer op het bedrijf en werkzaamheden van het bedrijf wordt ingegaan en de risico's

beter beeld waarom je verzekerd moet zijn

Mogelijk heb je zelf niet alle risico's of realistisch in beeld.

Risicoadvies heeft de meerwaarde dat je er over na kan denken of het iets voor je is.

Verzekeren kun je overal, verzekeren is gevolg van wel/niet aanvaardbaar risico. Gaat er vooral om waar de (verborgen) risico's liggen en wat de eventuele consequenties daarvan zijn. En die dan op de juiste manier afdekken middels verzekeren.

Het allerbelangrijkste is om te weten waar risico's liggen, daarna kun je nadenken over wat je op welke manier wilt verzekeren.

Omdat het dan gaat over het risico, dus wat kan er werkelijk gebeuren. Ipv hetgene waarvoor je je verzekert, dat is wat vaag.

voorkomen beter als genezen

Dat je bewuster kiest welke risico's je verzekert en welke niet.

Weet ik zo snel niet

Omdat ik op die manier risico's afdek en mi op een betere manier verzekerd bent

Meer toepasbaar op de situatie van het bedrijf. Zelf beargumenteerd afweging kunnen maken ipv keuze ja/nee verzekering

dat ook alle zaken, waar wij zelf (nog) niet aan denken worden besproken

Toegesplitst op risico's waarvan we ons niet bewust waren.

nvt

TABEL 7 MEERWAARDE RISICOADVIES VOLGENS DE KLANT

*In tabellen 3 en 4 kunnen enkele spelfouten voorkomen. Dit heeft te maken met het feit dat dit de letterlijke antwoorden zijn van de klanten uit de enquête. Hier heb ik zelf niets aan aangepast.



Bijlage XII. Marketingmix voor enquêtevragen

In deze bijlage zullen de enquêtevragen worden gepresenteerd aan de hand van de marketingmix. Iedere P uit de marketingmix is gebruikt om de enquête op te stellen. Aangezien de enquête mede in samenwerking met de directie is ontstaan zijn er ook enkele vragen niet onder een P geplaatst kunnen worden. Deze waren echter wel vragen die volgens de onderzoeker niet weggelaten konden worden.

P's	Enquêtevragen
Prijs	- Zou u bereid zijn extra te betalen voor een risicoadvies naast een verzekeringsadvies? - Tot welke hoogte zou u bereid zijn meer te betalen voor risicoadvies?
Plaats	- In welke branche bevindt uw bedrijf zich? - In welke gemeente is uw bedrijf gevestigd?
Product	- Hoe tevreden bent u over dit advies? - Zou u liever verzekeringsadvies of risicoadvies krijgen van uw adviseur? - Wat is, volgens u, de meerwaarde van risicoadvies ten opzichte van verzekeringsadvies?
Promotie	- Hoe bent u in contact gekomen met Perrée & Partners B.V.? - Wat was voor u de reden om voor een adviseur van Perrée & Partners B.V. te kiezen? - Zou u uw risico's zelf in kaart brengen, of zou u dit laten doen door een gespecialiseerde adviseur?
Personeel	- Hoe tevreden bent u over uw adviseur van Perrée & Partners B.V.? - Kunt u vertellen waarom u (on)tevreden bent over uw adviseur? - Sinds de opkomst van het risicoadvies zijn er opleidingen voor adviseurs. Zou u voor een risicoadviseur kiezen die gecertificeerd is? - Wat is/zijn volgens u de belangrijkste competentie(s) van een risicoadviseur? - Is deze competentie anders dan voor een verzekeringsadviseur?
Proces	- Bent u wel eens geadviseerd over uw risico's? - Wat heeft u van dit advies toegepast? - Heeft u zelf al eens de onverzekerbare risico's van uw onderneming in kaart gebracht? - Hoe vaak zou u een risicoadvies uit laten brengen? - Bent u bekend met een risicoanalyse tool? - Welke tools komen u bekend voor? - Zou u er bezwaar tegen hebben als uw adviseur van een risicoanalyse tool gebruik maakt? - Zou u er tijd voor vrij maken om een risicoanalyse tool in te vullen?



Physical evidence	- Hoe lang bent u al klant van Perrée & Partners B.V.? - Wat is de grootste calamiteit die u ooit met uw bedrijf mee heeft gemaakt? - Wat heeft dit als gevolg gehad voor de bedrijfsvoering?
Niet geplaatste vragen	- Wat is de naam van uw bedrijf? - Wat is uw leeftijd? - Wat is volgens u op dit moment het grootste risico van uw bedrijf? - Hoe verwacht u dat de markt zal veranderen voor een verzekerings- of risicoadviseur binnen nu en 10 jaar?

TABEL 8 MARKETINGMIX