mch CONSULTANCY

make change happen

Kenac & FidAZ

28 september 2017

www.mch-consultancy.nl

Inhoud

1. **De ontwikkeling in de verzekeringsmarkt 2010 – 2016**
   a. **Ontwikkeling in de NL-markt over afgelopen jaren**
   b. Het perspectief van klanten niet vergeten
2. Omgaan met veranderingen

Markt als geheel is in Euro’s kleiner geworden

Bruto geboekte premie (€ mrd.)

	2010	2015	Verschuiving
Totaal	**77,9**	**72,4**	**- 7,1%**
Leven	21,6	14,7	- 31,9%
Schade	12,9	11,2	- 13,2%
Zorg	43,4	46,5	+ 7,1%

Bron: DNB

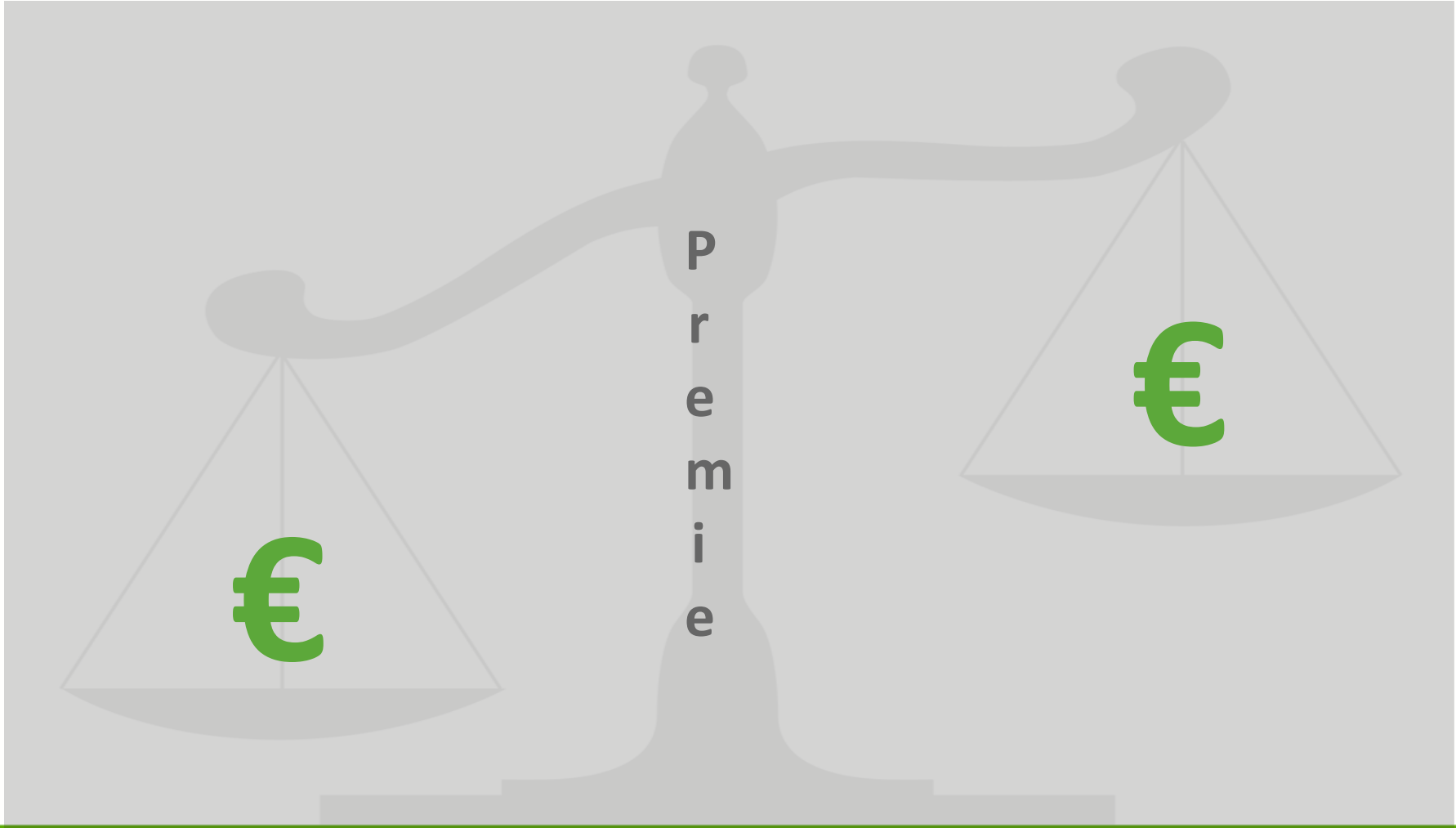
De resultaten van verzekeraars (€ mrd.)

	2010	2015
Netto resultaat	**2,0**	**5,2**
Technische rekening	0,4	3,8
Baten	91,8	82,7
Lasten	91,4	78,9
Niet-technische rekening	1,6	1,3

Bron: DNB

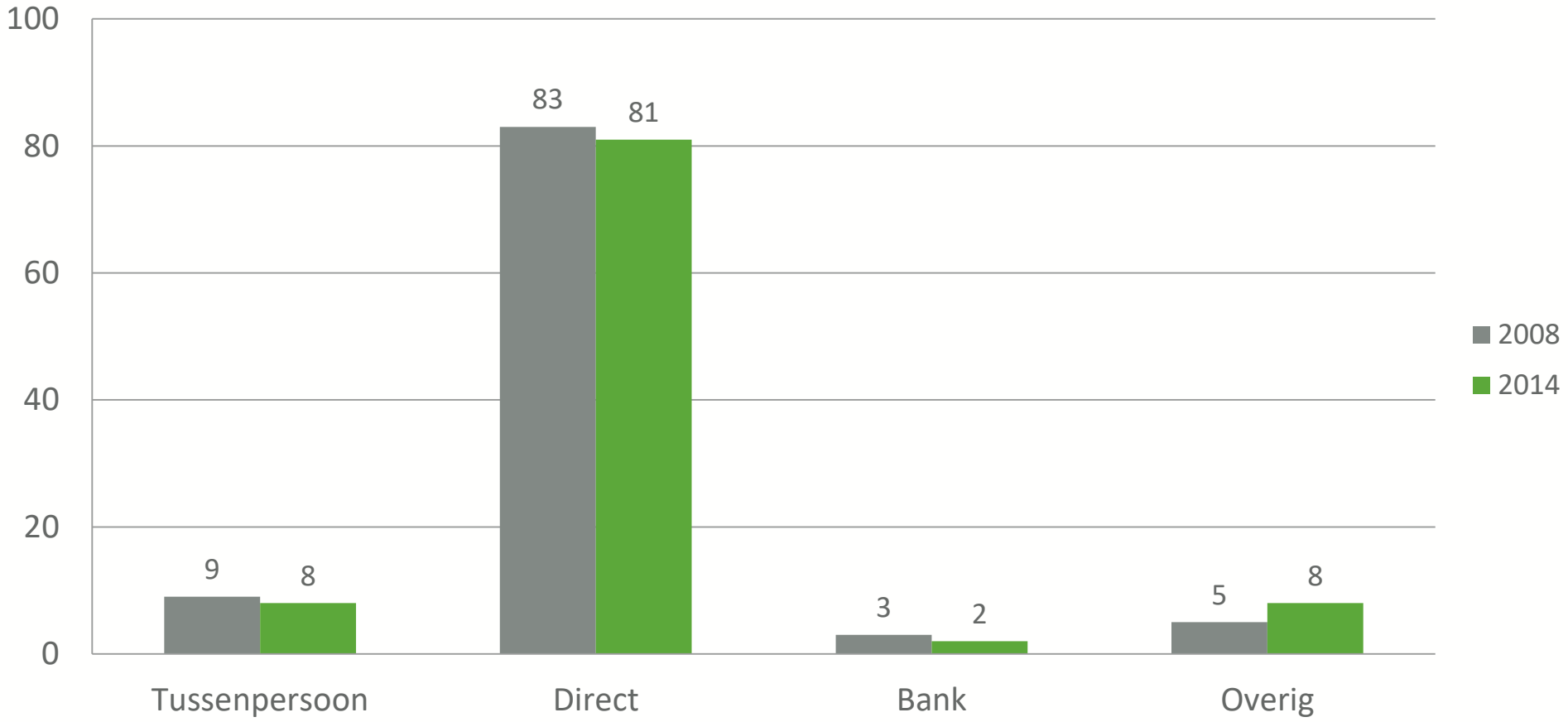
Wat doen de premies komende jaren?

Risico's **Nieuwe spelers** **Solvency** **I.o.T. + Analytics**



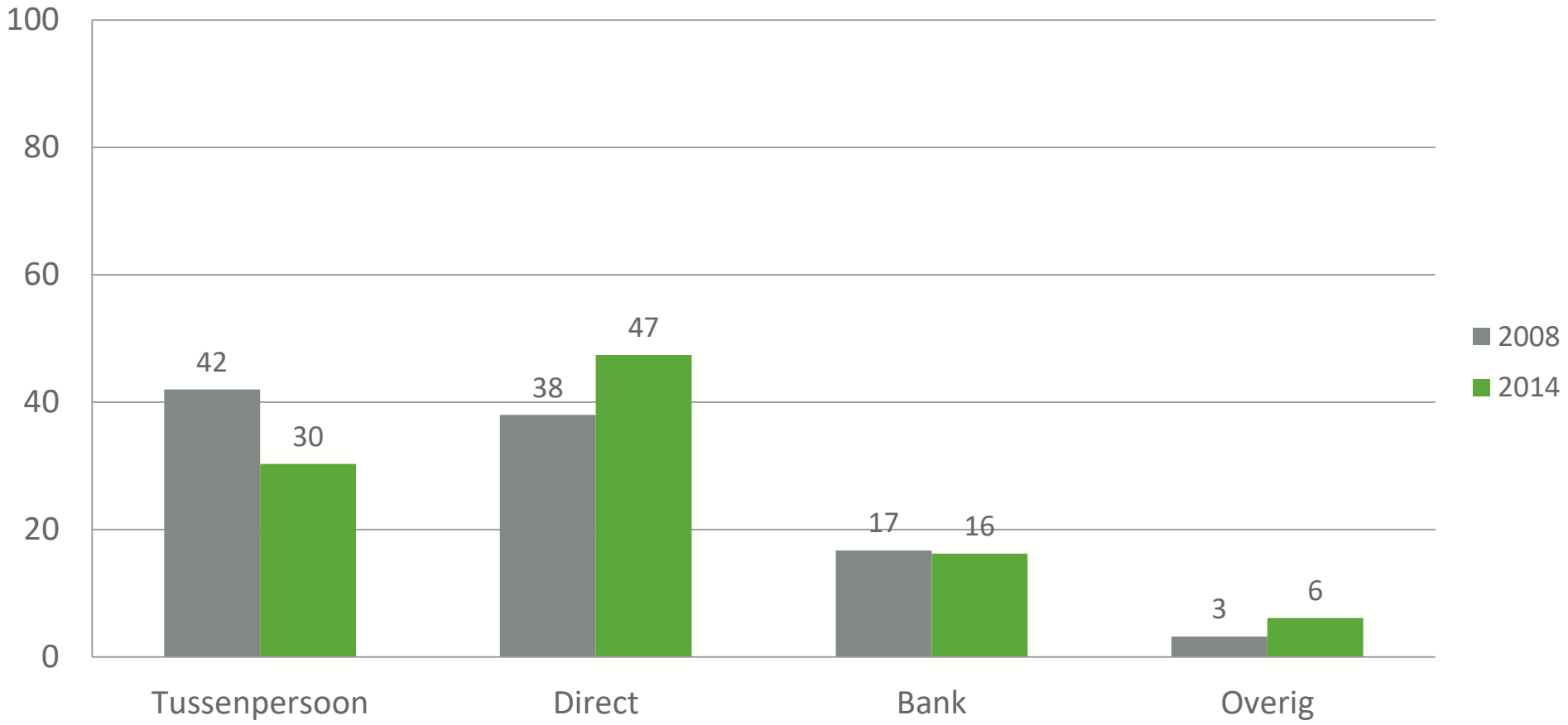
Rol adviseurs in distributie is veranderd

Distributie Zorg (%)



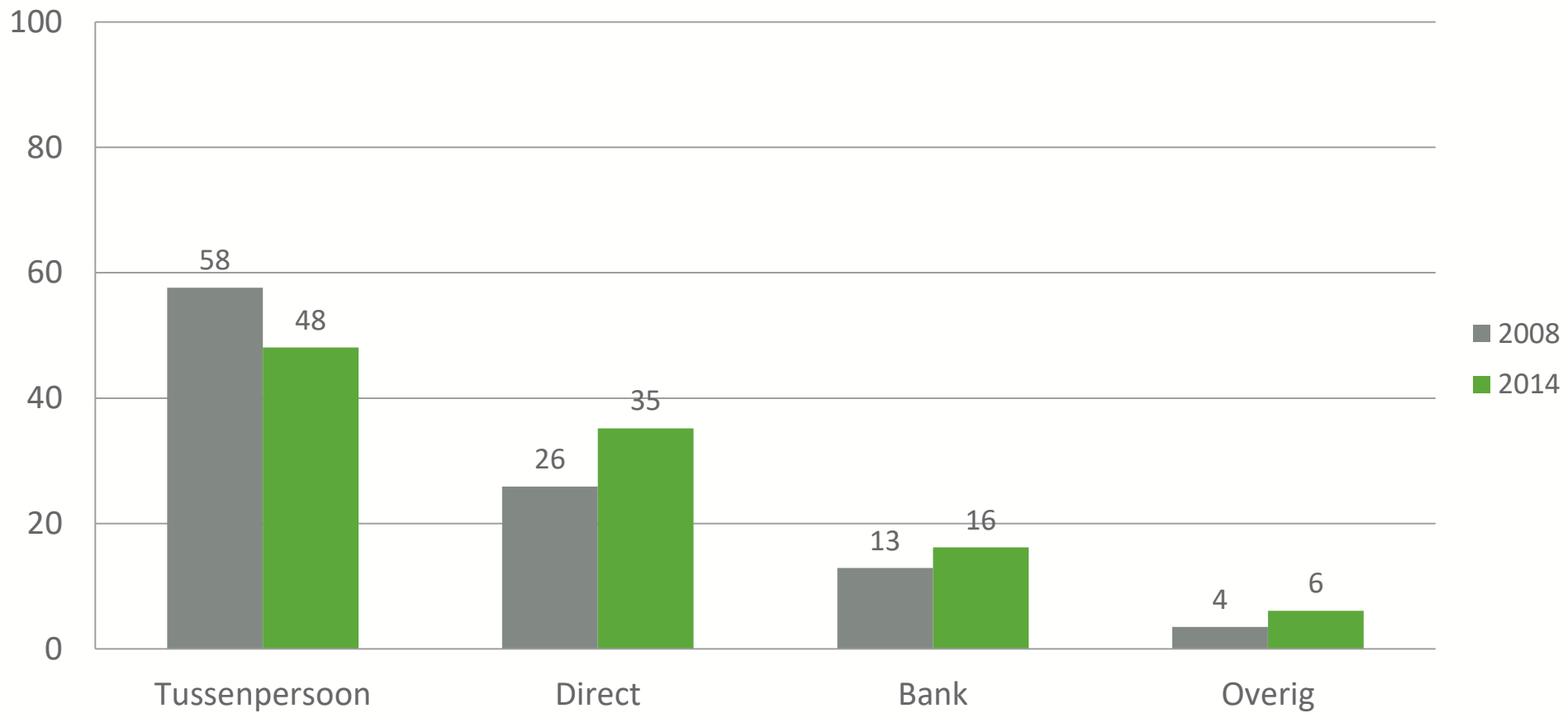
Bron: Verbond

Distributie Schade (%)



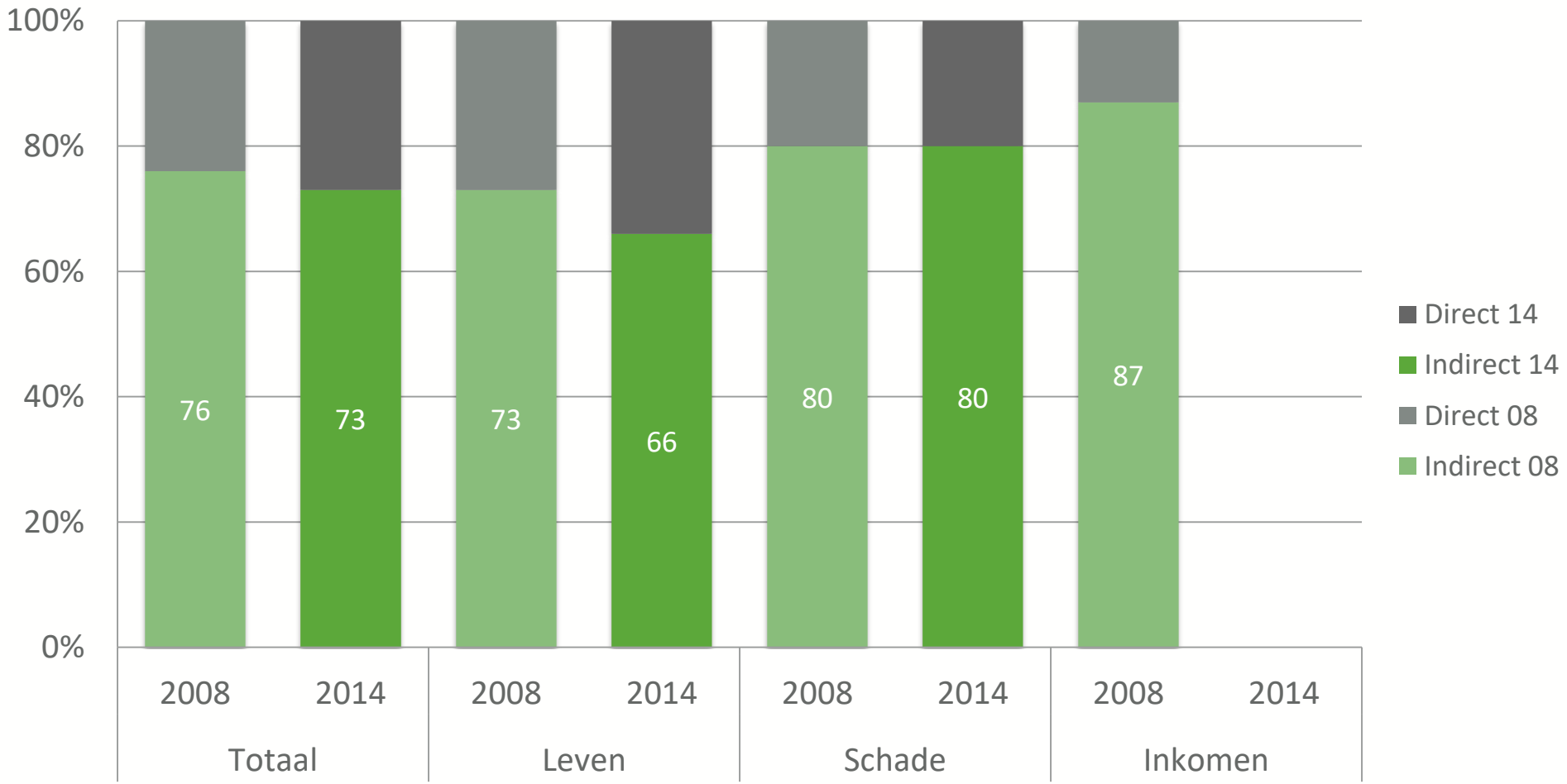
Bron: Verbond

Distributie Leven (%)

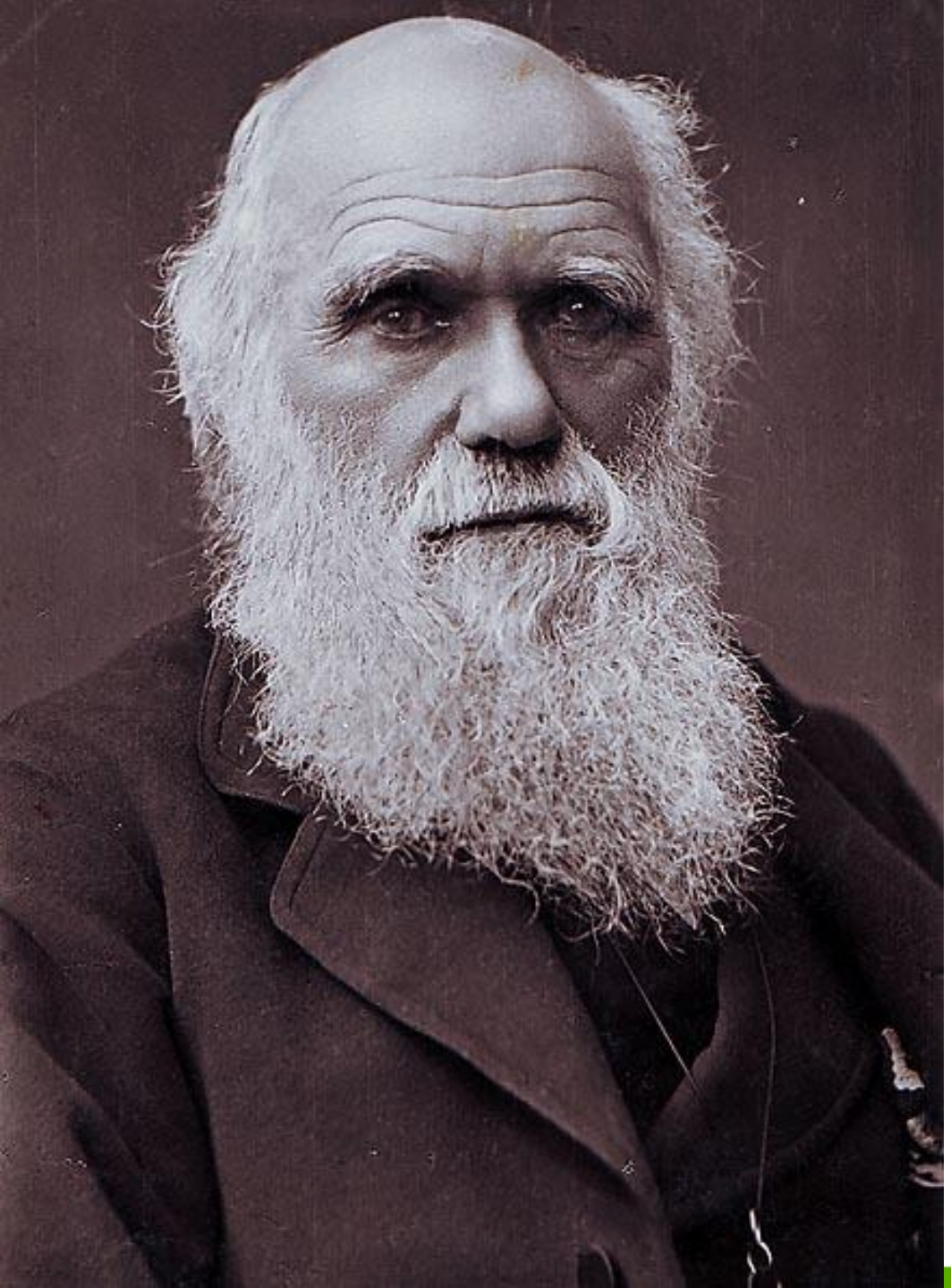


Bron: Verbond

Premiestromen (%)

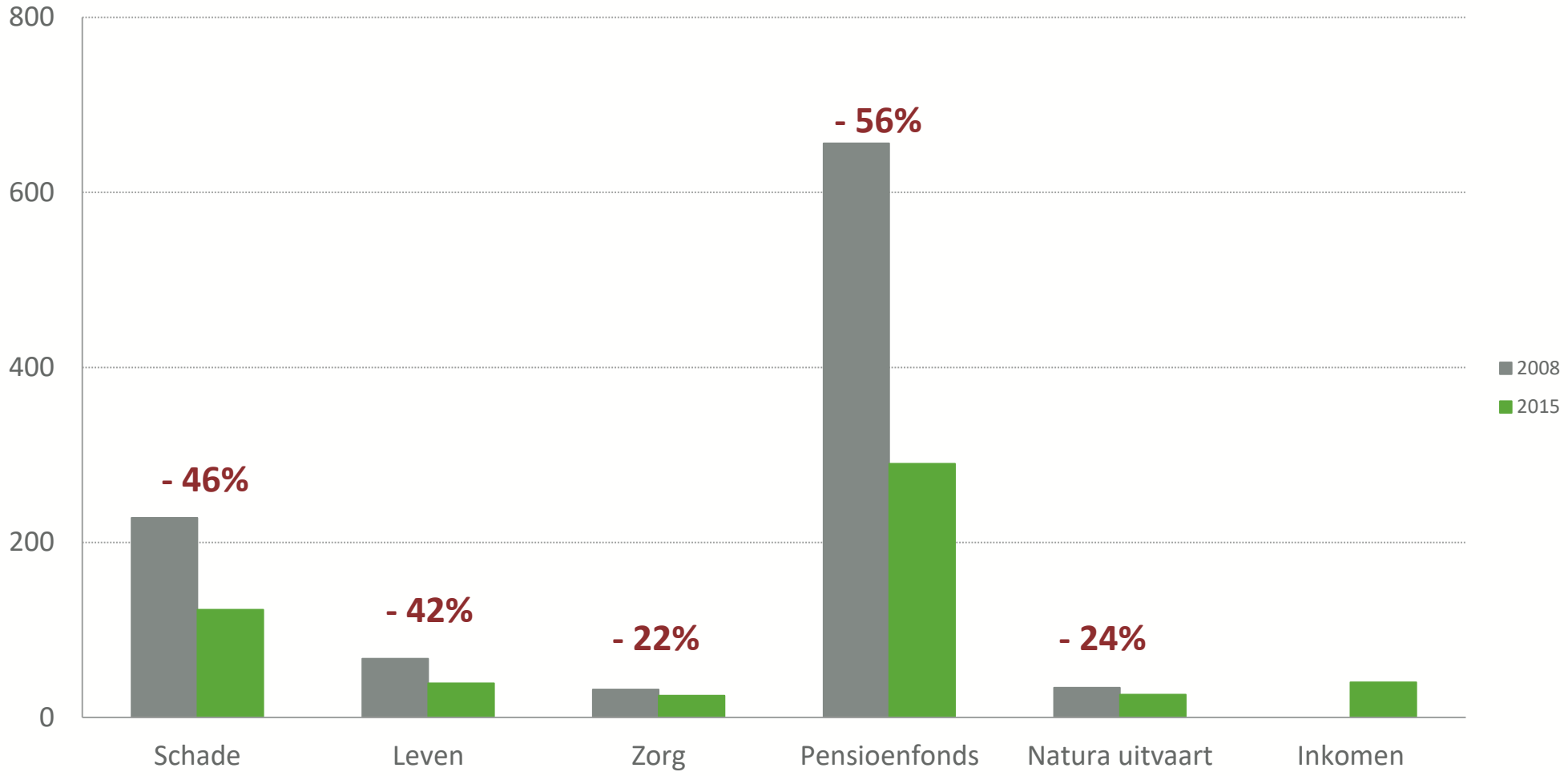


Bron: Verbond



Only the strongest ...

Aantal verzekeraars



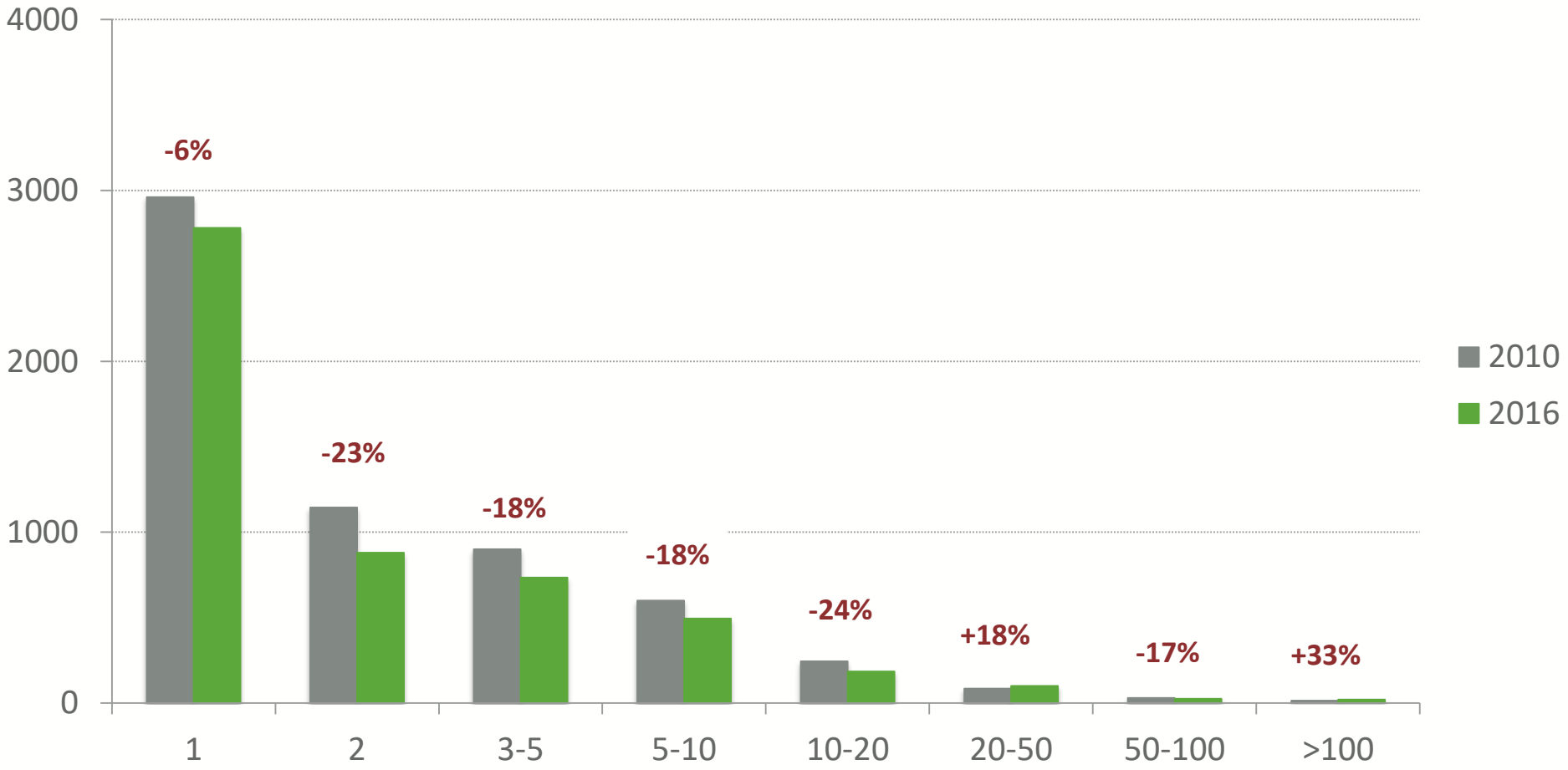
Bron: CBS, AFM, NZA, DNB, Verbond

Ontwikkeling aantal assurantietussenpersonen

	2010	2016	Verschuiving
Vergunninghouders	**9.148**	**7.556**	**- 17%**
Tussenpersonen	**6.060**	**5.215**	**- 14%**
0 – 50 FTE	6.015	5.170	- 14%
50 – 250 FTE	40	35	- 13%
> 250 FTE	5	10	+ 100%

Bron: CBS, AFM

Aantal Assurantietussenpersonen

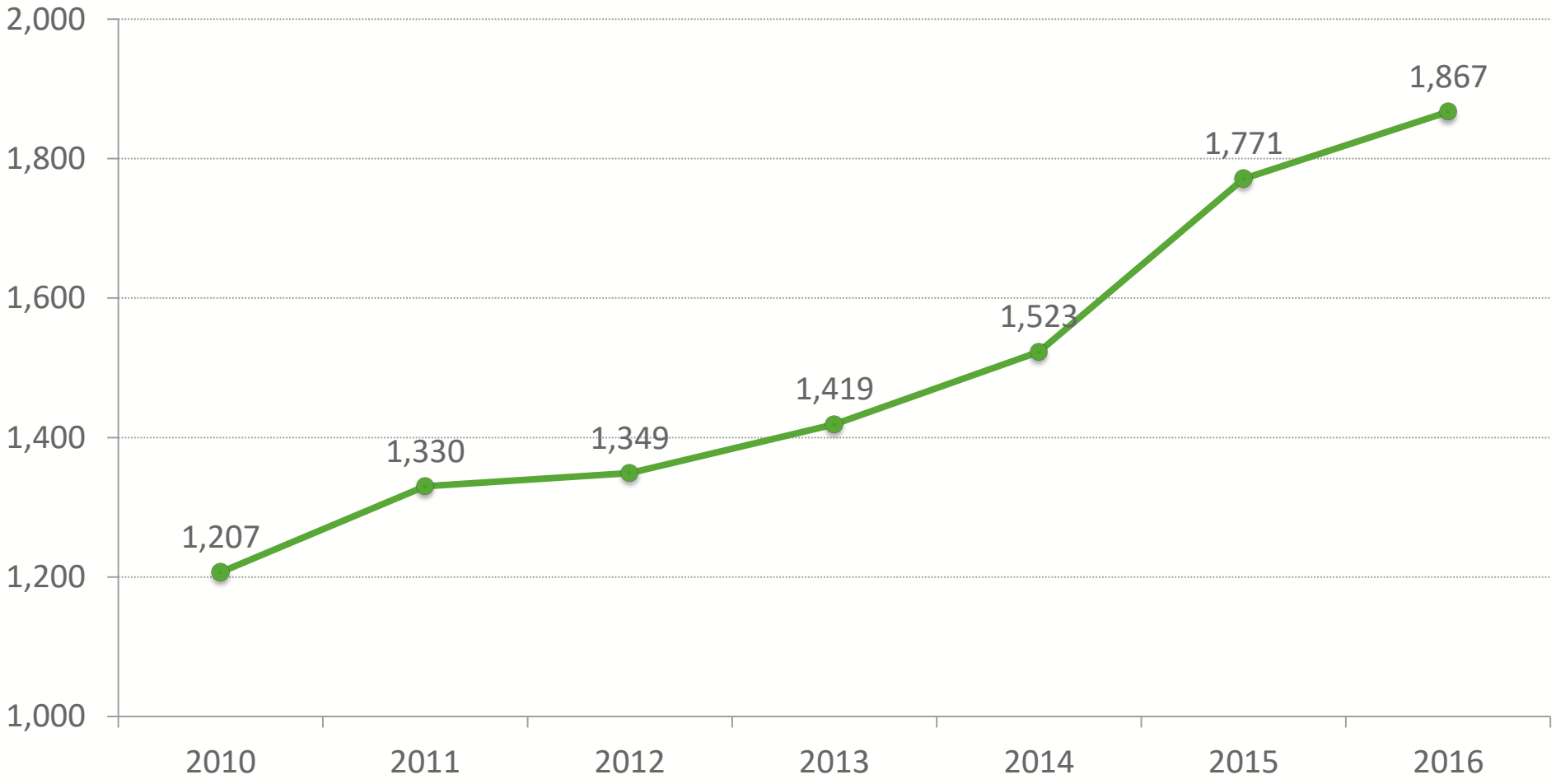


Bron: CBS

Afname van ATP verklaard

Bron: Graydon; Opmerking: 2016 Q1+Q2

Aantal aangesloten ondernemingen



Bron: AFM

Conclusies over NL markt

- Markt is 7% gekrompen
- Aantal verzekeraars en distributiespelers is afgenomen
- 93% tussenpersonen < 10 medewerkers
- Aandeel indirecte distributie in particulier gedaald
- Aandeel indirecte distributie in totale premie bijna gelijk
- Schaalvergroting en samenwerking lijkt de tendens te zijn

Inhoud

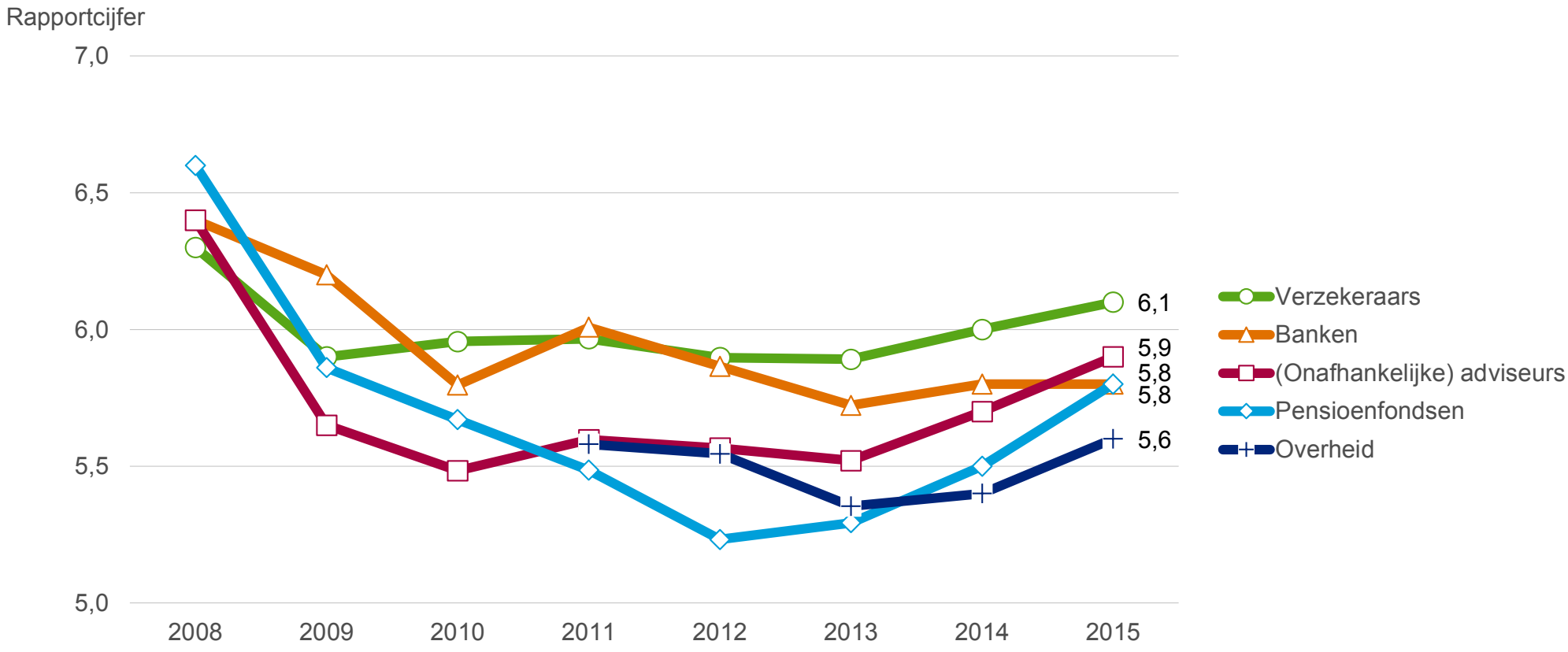
1. **Presentatie ontwikkeling in de verzekeringsmarkt 2010 – 2016**
   a. Ontwikkeling in de NL-markt over afgelopen jaren
   b. **Het perspectief van klanten niet vergeten**
2. Omgaan met veranderingen

Vertrouwen in sector blijft een zorgpunt

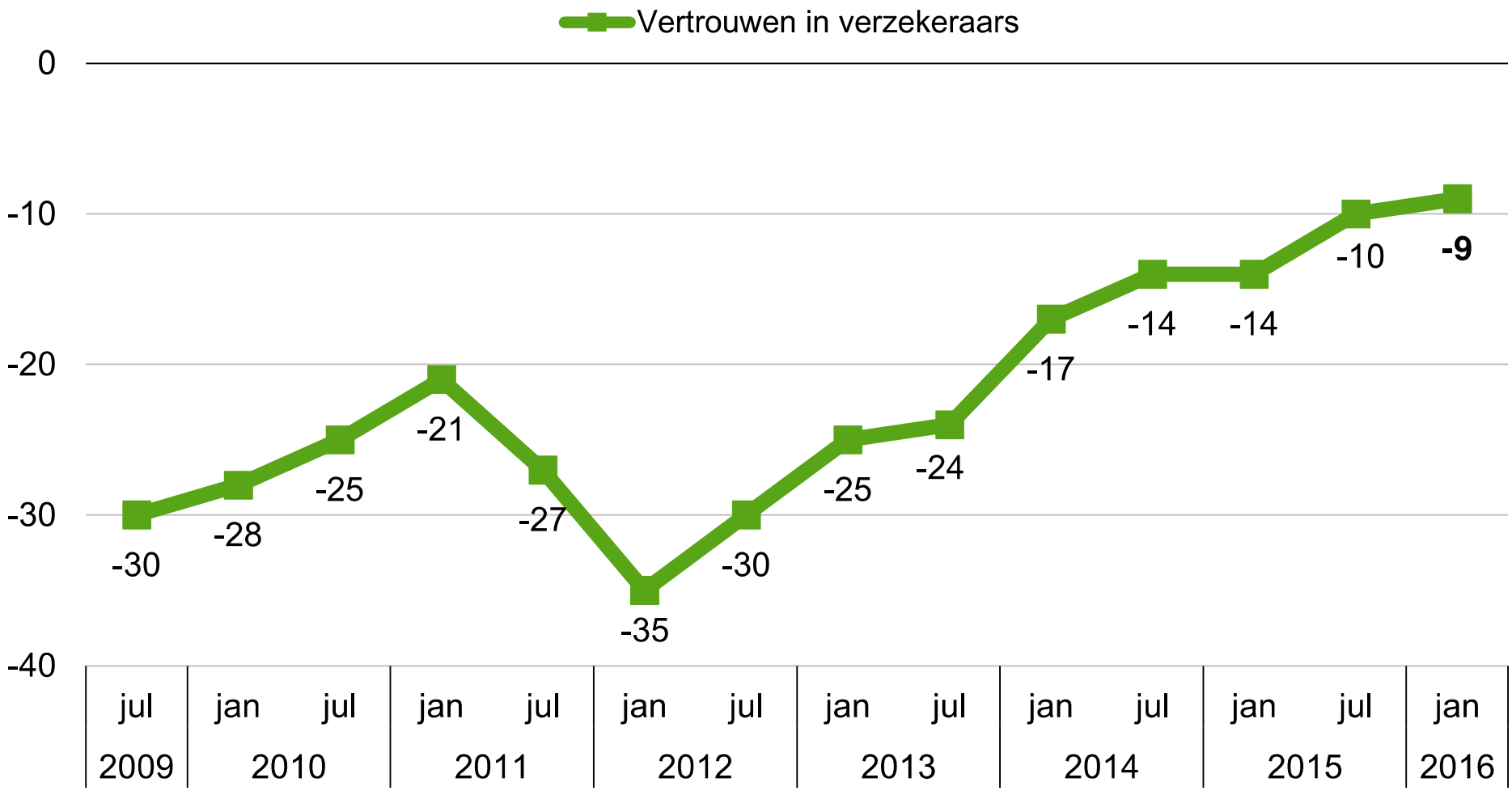
In the past, peculiarities of the industry, market factors and mistakes made by advisers and insurance companies created feelings of insecurity and mis-trust among consumers.

Bron: Prof. Peter Maas, Universität St. Gallen

Wat is uw algemene indruk van bedrijven die werkzaam zijn in de financi**ële** sector?

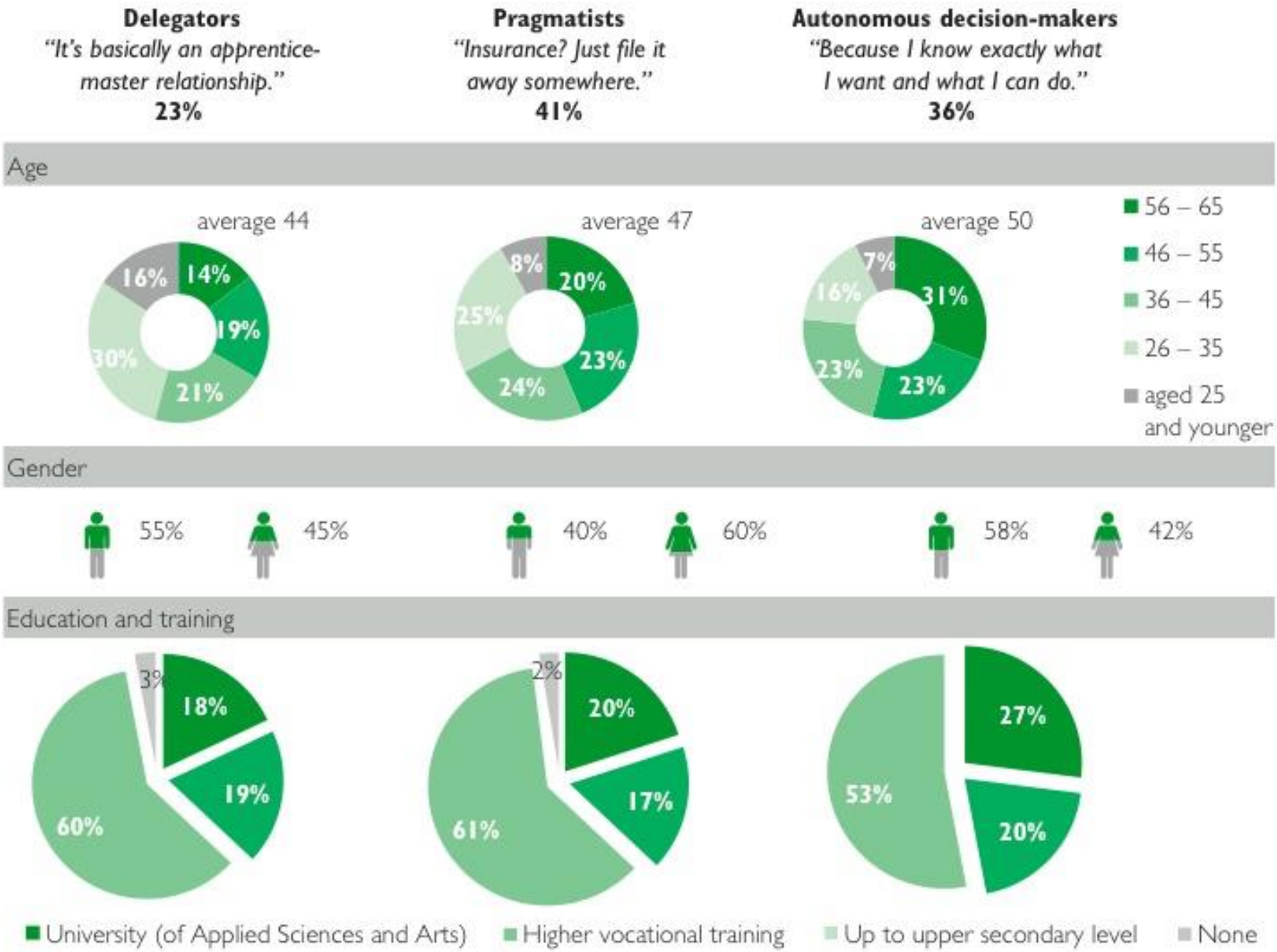


Bron: Verbond



Bron: Verbond

Adviseurs zijn en blijven relevant



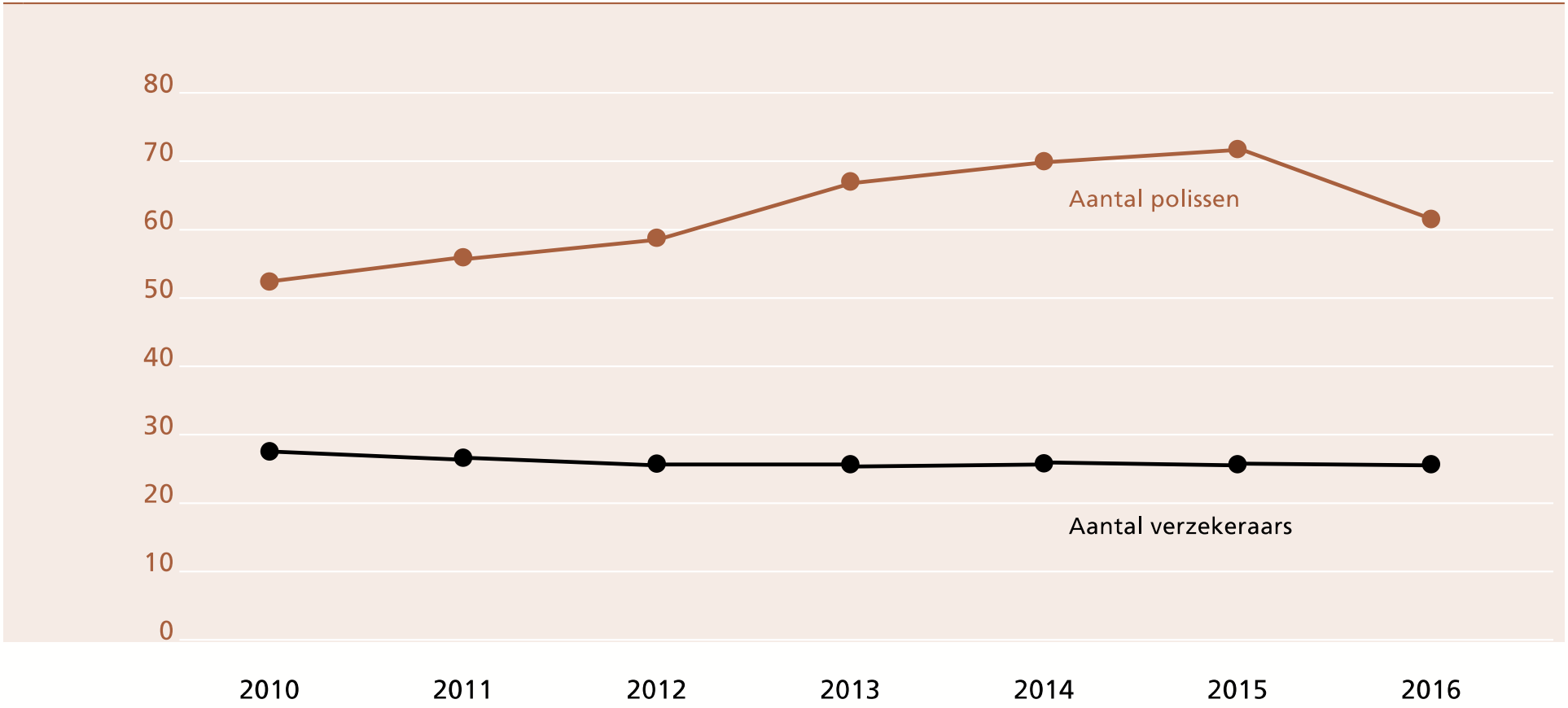
Bron: Institut für Versicherungswirtschaft, Universität St. Gallen

Digitalisering van de verzekeringsindustrie geeft consumenten meer mogelijkheden, maar maakt het ook lastiger voor hen om hun weg te vinden in de markt

Bron: Institut für Versicherungswirtschaft, Universität St. Gallen

Complexiteit ook door versnipperd aanbod

Voorbeeld: markt van Zorgverzekeringen



Bron: Vektis

Verstoringen in besluitvorming

Onderschatten van complexiteit

Vertrouwen op ervaring als voorspeller voor de toekomst

Overschatten voordelen en onderschatten kosten

Illusie van controle over ons leven

Bron: Daniel Kahneman (2012)

Conclusies over klanten

- Vertrouwen in de branche door klanten is nog laag
- Klanten beseffen grotendeels dat verzekeringen relevant zijn
- Complexiteit voor klanten om goede keuzes te maken, is toegenomen
- Klanten missen lange termijn perspectief en overschatten eigen mogelijkheden
- Rol van adviseurs blijft relevant voor klanten

Inhoud

1. De ontwikkeling in de verzekeringsmarkt 2010 – 2016

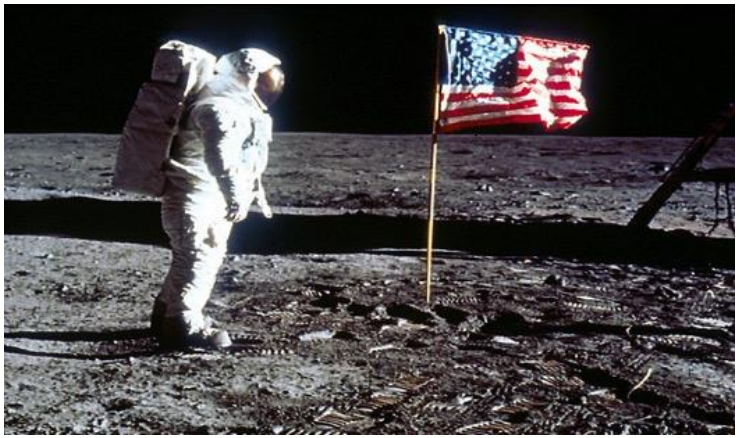
2. **Omgaan met veranderingen**

Goed inschatten soort verandering is cruciaal

Gecompliceerd

Oorzaak en effect staan vast

Plannen



Complex

Oorzaak en effect staan ***niet*** vast

Experimenteren

Bron: Dave Snowden (2007)

Hoe het was – bekende groeistrategieën

- Kantoor overnemen
- Meer producten verkopen
- Volmacht opstarten
- Oversluiten tussen verzekeraars
- …

Als het oude niet meer werkt, is een nieuw perspectief nodig

= Anders denken

= Anders doen

= Anders organiseren

95%

van al het menselijk gedrag is een

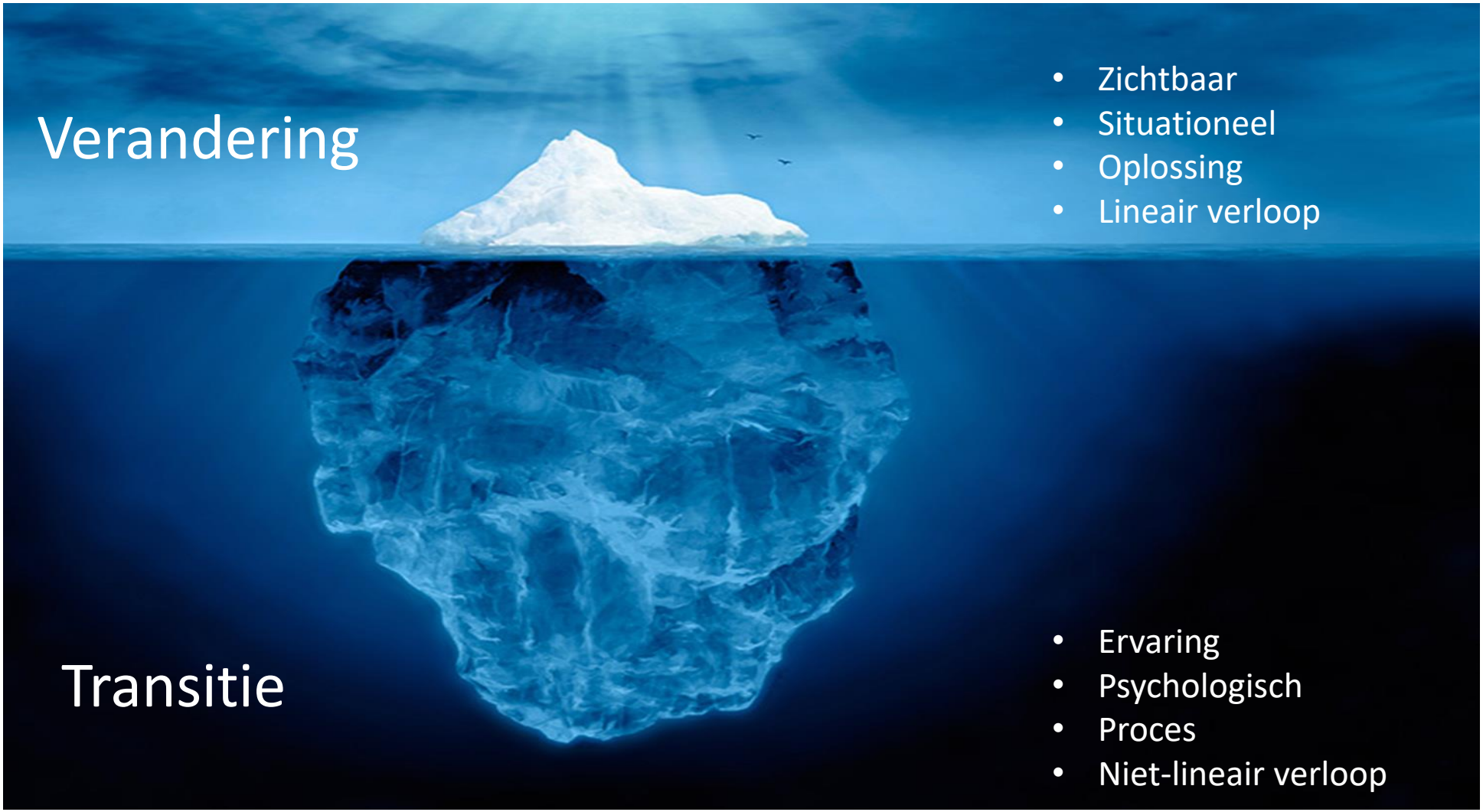
gewoonte

Gedrag veranderen

=

Gewoontes veranderen

Veranderen is meer dan veranderen alleen



Beweging
1

Het bekende loslaten, anders verandert er niets

Beweging
2

Rekenschap afleggen over het verleden
- anders kom je nooit los

Beweging
3

Weg van het distributie-denken,
meerwaarde voor klanten centraal zetten

Beweging
4

Geld is niet leidend,
haal inspiratie uit je innerlijke overtuiging en motivatie

Beweging
5

Durf te experimenteren
en creëer je eigen toekomst

**Geen pasklare oplossingen,
maar uitdagen in het eigen denkproces**

Ondersteuning over langere tijd

Gebruik de kwaliteiten die je kantoor al heeft

Uit de dagelijkse omgeving en patronen

Boodschappen om mee naar huis te nemen

- Durf te experimenteren. We gaan naar een tijd die we moeten leren ontdekken
- Veranderen is doorbreken van gewoontes en patronen. Dit kost tijd en is niet persé prettig
- Kwaliteiten die in de toekomst relevant zijn voor je klanten, heb je al in huis. Leer ze zelf te zien door anders naar je relatie met klanten te kijken

Meer informatie?

MCH Consultancy | Make Change Happen

MCH Consultancy is in 2010 opgericht door Björn Bierhaalder en Richard Cramer vanuit onze belofte: **Make Change Happen.**

Ons specialisme en ons speelveld

Wij helpen bedrijven in de verzekeringssector met hun transitie naar meer klantgerichtheid.

Waarom wij bestaan

Wij verbinden de kracht en het talent van mensen om met elkaar te werken aan een mooie toekomst.

Wij geloven dat als je mensen vanuit kracht en talent in de juiste context bij elkaar brengt, er vanuit de verbinding oplossingen ontstaan voor vraagstukken die hardnekkig en onoplosbaar lijken. Wij hebben er ons vak van gemaakt om dit soort contexten te creëren.

Blijf op de hoogte via onze nieuwsbrief

Björn Bierhaalder

t 06 – 201 26 038

m bjorn.bierhaalder@mch-consultancy.nl

l nl.linkedin.com/in/bjornbierhaalder

Richard Cramer

t 06 – 208 38 800

m richard.cramer@mch-consultancy.nl

l nl.linkedin.com/in/richardcramer