

De uitwerking bij FBTO

Aanleiding: vertrouwen winnen

Aanleiding voor onderling.nl was het vertrouwen in verzekeraars dat laag fors gezakt was. De vraag was om meer in gesprek te komen met de klanten. In april 2011 zijn ze daarom gestart. Toen startte het met de mogelijkheid te stemmen over afgekeurde schadeclaims. Soort second opinion van anderen. Minimaal 100 mensen moeten stemmen, Als 60% of meer mensen zeggen dat ze claim toegekend had moeten worden, dan zou FBTO alsnog uitkeren.

Mensen kunnen meedoen zonder de voorwaarde klant te zijn van FBTO, een emailadres is genoeg en op de site staan geen commerciële verwijzingen naar FBTO. Alleen de omschrijving van de zaak, wat FBTO vond en de vraag wat de mensen die bereid zijn mee te denken vinden.

Uitlegbaar

Het is een mooi voorbeeld van check op uitlegbaarheid van je beslissing. Het bleek ook dat in die gevallen dat de mensen anders kozen dan FBTO er wel wat van leerde. Neem het voorbeeld van de winterbanden. Deze werden bij een verzekerde uit de schuur gestolen. De inboedelverzekering dekte dat niet, wat het heette geen onderdeel van de inboedel te zijn (de schuur), maar de autoverzekering ook niet, want de winterbanden stonden in de schuur en waren dus geen onderdeel van de auto. Juridisch misschien sluitend, maar wel erg onbevredigend. De mensen op de site vonden dat FBTO moest uitbetalen, FBTO besloot dat die mensen gelijk hadden en heeft het nu opgenomen in de autopolis.

Simpele start

FBTO heeft de simpele start gemaakt en is het vervolgens gaan uitbreiden. De cases alleen zijn in de meeste gevallen te vergelijkbaar. Daarom werd de site uitgebreid met stellingen. Met behoud van de lage drempel wilde FBTO dilemma's voorleggen en meer diepgang krijgen. Waarom vinden mensen dat iets uitbetaald moet worden, zijn ze dan ook bereid meer premie te betalen? Het aardige is dat de mensen niet alleen aangesproken worden in hun rol als klant die schade heeft, maar ook als klant die met de premiebetaling ervoor zorgt dat de schade uitbetaald kan worden.

De site werd verder uitgebreid met een community-overleg waarin de hele keten van de schadeverzekering vertegenwoordigd is: de schadebemiddelaar, de productmanager, de klanten, de marketeer. Het is dan interessant om pijnpunten in beeld te brengen en te bespreken.

Koudwatervrees

Is koudwatervrees terecht? Nou, dat valt mee. In pakweg 95% (of meer) van de gevallen is men het eens met de handelwijze van FBTO. Men vreesde wel dat Geenstijl.nl zich ermee zou bemoeien om alle claims alsnog goed te keuren. Daarom is bescheiden gestart, waarna men merkte dat de mensen in alle redelijkheid reageren.

Gegevens:

1. leden zijn voor de helft klant van FBTO
2. van de FBTO klanten is een onderling.nl lid de meest loyale klant
3. het draagt bij aan de goede reputatie van FBTO
4. er is geen opdracht aan het team dat de site begeleidt om x klanten te winnen en dat moet ook niet komen
5. mensen kunnen badges winnen door actief te zijn en zo.
6. een gesprek met een expert kun je ook organiseren als extra's

Er was ook een soort klantenraad ingericht met een afgescheiden omgeving die krijgen moeilijkere onderwerpen en hebben 3x p jr online en 1 x p jr fysiek een bijeenkomst Zij kregen 175 per bijeenkomst en 200 per jaar. Blijvend discussiepunt was of je wel moet betalen.

Publiciteit?

De verzekeraar zocht niet veel publiciteit, wel in Telegraaf en Edwin Evers een keer. Wel leuk was de samenwerking met de Telegraaf. In de telegraaf kon men cases indienen waaruit FBTO er drie zou kiezen

Het experiment is gestopt in 2014. Hoewel het platform met veel enthousiasme werd ontvangen en duizenden leden trok, bleef de harde kern van écht actieve stemmers en discussieerders relatief klein. Voor een betrouwbaar democratisch oordeel over complexe schadeclaims was een constant hoge, brede participatie nodig. FBTO gebruikte de data en feedback uit de community om de eigen dienstverlening, communicatie en verzekeringsvoorwaarden consumentvriendelijker te maken. Toen die lessen eenmaal waren geïmplementeerd in de reguliere bedrijfsvoering, had het losse experiment zijn doel bereikt