

Case De Amersfoortse

Verzekeraar De Amersfoortse hanteert sinds enkele jaren de claim: 'Relaxed ondernemen met De Amersfoortse'. Vanuit het merk gezien een krachtige belofte die goed aansluit bij de doelgroep van zelfstandige ondernemers. De Amersfoortse vroeg zich echter af of deze belofte ook daadwerkelijk werd waargemaakt werd in de ogen van de ondernemer die deels zaken doet met een intermediair, deels rechtstreeks contact heeft met de verzekeraar zelf (bijvoorbeeld bij een ziektemelding of re-integratietraject). Besloten werd om met een Customer Journey het volledige traject vanuit de ondernemer in beeld te brengen, om zo inzicht te krijgen in waar de kansen lagen voor de Amersfoortse om haar merkbelofte beter in te vullen.

Wat De Amersfoortse wilde weten

Als wij als verzekeraar over 'relaxed ondernemen' spreken, waaraan denken ondernemers dan in de context van bijvoorbeeld een verzuimverzekering (en op welk moment) en waar liggen kansen om deze claim te versterken?

Doelgroep

MKB-ondernemers

Inzichten

In de beleving van ondernemers wordt 'relaxed ondernemen' in termen van verzekeringen vooral ingevuld door derde partijen die de verzuim- en re-integratiebegeleiding uitstekend regelen. De Amersfoortse zelf bleek weinig zichtbaar als regisseur van het totale proces.

Uitwerking

Om de zichtbaarheid te verhogen en de regierol te claimen in de beleving van de ondernemers heeft De Amersfoortse een nieuw instrument ontwikkeld voor de ondernemer, de tussenpersoon en de eigen binnendienst: de online verzuimkalender. Hiermee kan de ondernemer in één oogopslag zien wat hij moet doen, wie hem gaat helpen en waar hij allemaal recht op heeft.