

aan uw systeemhuis. Ondersteunt het pakket portefeuille-analyse, het opzetten van campagnes en eventmarketing? Hoe kunt u klantprofielen vastleggen? Vraag dan ook meteen naar het gebruiksgemak van de specifieke functies van uw administratiepakket en waar u terecht kunt voor meer informatie.

### "AUTOVERZEKERING ONMISBAAR BINNEN TOTAALRELATIE"

*Wim van Groenewoud, columnist bij Assurantie Magazine, vindt dat de klant het beste uit is wanneer al zijn belangen bij één intermediair worden ondergebracht. Door de Wfd zal de nadruk komen te liggen op behoud van bestaande klanten en het overnemen van verzekeringen die de klant nog niet bij u heeft ondergebracht. Het vertrekpunt voor het opstarten van die totaalrelatie is volgens Van Groenewoud de autoverzekering. U kunt ervan uitgaan dat elk gezin een auto heeft. Iedereen die een auto bezit is wettelijk verplicht zich te verzekeren voor het aansprakelijkheidsrisico. Kijk uw portefeuille eens na: welke klanten hebben hun autoverzekering elders afgesloten? De autoverzekering is een goed middel om uw klanten te benaderen. Als u het niet doet is iemand anders u voor. En wanneer u toch om tafel zit met uw klant, kunt u ook de andere verzekeringen doornemen en kijken naar 'overlap'. Heeft de klant al een rechtsbijstandverzekering? Moet er een ongevalleminzittendenverzekering bij? Het voordeel van deze aanpak is dat u te maken heeft met uw eigen klanten. U kent hen al en kunt beter het risico van schades inschatten. Bij nieuwe klanten is dat veel moeilijker.*

*(Bron: Eventmarketing voor de tussenpersoon van Wim van Groenewoud)*

Citaten 'Eventmarketing voor de tussenpersoon', door Wim van Groenewoud, Kluwer 2005, gepubliceerd in 'Het intermediair in beweging', een uitgave van het Telematica Instituut, maart 2006.

[www.fidicom.nl](http://www.fidicom.nl)



plaats van anticipeert. Er zijn geen voorspellingen of interpretaties nodig. U kunt uw klantgegevens gebruiken en hoeft u zich niet te wagen aan transactiegegevens. Denk aan het aanbieden van een hogere opstalverzekering wanneer u een verhuisbericht ontvangt. Meer geavanceerde toepassingen maken gebruik van impliciete informatie, zijn proactief en bevatten een hoog afbreukrisico door fouten in voorspellingen en interpretatie. Een voorbeeld ervan is het aanbieden van een hypotheek waneer u signalen krijgt over een mogelijke verhuizing. Een tussenvorm is 'actief' inspringen op gebeurtenissen in de tijd', bijvoorbeeld een bromfietsverzekering aanbieden als iemand 16 jaar wordt.

### "INTERMEDIAR MOET PRIL LIEFDESGELUK OPSPOREN"

*Wim van Groenewoud, columnist van AM magazine, spoort intermediairs aan om aankomende bruidsparen en samenwoners te zoeken. Bij vrouwen of samenwoners moeten vaak de financiële voorzieningen worden aangepast. De uitvaartpolis en een inboedel- en aansprakelijkheidsverzekering bijvoorbeeld, die waren geregeld door de ouders. Een overlijdensrisicoverzekering getuigt van zorg voor elkaar wanneer er een inkomen wegvalt door overlijden. Maar waar vindt u de aankomende bruidsparen? Ze komen veel op websites zoals vrouwen.pagina.nl, bruidspagina.nl en trouwplannen.nl. U kunt zorgen dat u daarop staat met een bruiloftsverzekering. Of u vindt ze op de huwelijksaankondigingen van de gemeente of in de (lokale) dagbladen. U stuurt ze bijvoorbeeld een mooie brief met informatie over een bruiloftsverzekering en belooft een leuk cadeau wanneer ze besluiten te kiezen voor zekerheid. U kunt ook overwegen op een van de vele beurzen en bruidsshows te staan. Daar zorgt u dat u de aandacht trekt en dat u adresgegevens verzamelt, zodat u in de weken na de beurs contact kunt opnemen.*

*(Bron: Eventmarketing voor de tussenpersoon van Wim van Groenewoud)*

## Klantgegevens

Eventmarketing staat of valt natuurlijk met de beschikbaarheid van gegevens. U komt een heel eind met uw reguliere gegevens, maar wilt u echt aan eventmarketing doen dan zult u extra data moeten gaan verzamelen. Er zijn twee manieren om aan gegevens te komen: u verzamelt ze zelf of u koopt ze in. Het spreekt voor zich dat u de informatie ook vastlegt voor latere analyses.