

Customer Award Cases

15 juni 2011

De komende 30 minuten

- Univé
- De prijzenkast
- De basis van het succes
- Klantcontact strategie
- Meten is weten
- Vragen



Univé

- Opgericht in 1794
- Circa 1,3 miljoen verzekerden
- Aanbod Top 3 prijs/prestatie
- 150 winkels verdeeld over heel NL
- Kernwaarden:
 - Dichtbij
 - Persoonlijk
 - Geld waard
 - Betrokken
 - No-Nonsense



Prijzenkast van Univé

- Klantvriendelijke verzekeraar van Nederland in 2009/2010
- Beste Agrarische Verzekeraar 2008/2009
- Beste Zakelijke Verzekeraar 2005, 2006, 2007, 2008 en 2009
- Customer Performance Award 2010
- Beste schadeverzekeraar 2009 & 2010
- Winnaar Customer Centric DNA Award 2010
- Diverse producten Beste Koop Consumentenbond



Toetsingscriteria Prijzenkast

- **Customer DNA Award (4 van de 6 nr. 1):**
 - Trust
 - NPS
 - Employee
 - Process
 - Consistency*
 - Webcare
- **Klantvriendelijkste verzekeraar:**
 - Tijdig oplossen van fouten
 - Goede bereikbaarheid
 - Nakomen van beloftes
 - Flexibiliteit
 - Relevante informatie

Basis van het succes

Dichtbij

Regio+
Heerhugowaard



Het Zuiden
Groede



Persoonlijk



Persoonlijk op één van onze kantoren, bij u thuis of op het bedrijf, telefonisch, via e-mail of internet: Univé Midden staat op alle mogelijke manieren voor u klaar!

Geld waard

Beste
schade
verzekeraar



Betrokken

De volgende 3 items kon je dankzij Univé direct inzetten voor je Buurtfeest:



€ 2500,-
budget

UNIVÉ
Panna-kool

Piet
Paulusma



No-nonsense



Meten is weten

- Op 3 aspecten van e-mail contact (snelheid, toonzetting, duidelijkheid) stijgt de tevredenheid significant.
- Onder klanten die contact hebben gehad over een Schade product is er meer tevredenheid over het e-mail contact dan bij klanten die contact hebben gehad over een Zorg product.

- Klanten (voornamelijk jonge klanten) zijn meer tevreden over het telefonische contact t.o.v. december 2010. Zij zijn met name positiever over de snelheid van het begrijpen van de vraag en duidelijkheid van vervolgstappen.

- De tevredenheid over klachten/probleem afhandeling stijgt significant t.o.v. januari 2011. Klanten zijn voornamelijk meer tevreden over:
 - Snelheid gevonden oplossing
 - Gevoel serieus genomen te worden
 - Toegeven van fouten

De klant spreekt:

“Al mijn andere verzekeringen gaan ook naar Univé.”

“In tegenstelling tot de geweldige mondelinge contacten vind ik de schriftelijke communicatie erg onduidelijk en klantonvriendelijk. Daarbij valt nog heel veel te verbeteren.”

“Ook op de website duidelijke en correcte telefoonnummers weergeven, dit voorkomt een hoop heen en weer gebel.”

Contacttevredenheidsonderzoek (CTO) Univé Verzekeringen

Vragen? Opmerkingen? Tips?

Linkedin: <http://nl.linkedin.com/in/wopkevanderzee>

