

Experts aan het woord: **DIGITALISERING BIJ KMO'S**

Digitalisering: de (nieuwe) rol van de bemiddelaar

Als gevolg van de digitalisering bevinden we ons momenteel in een transformatiemaatschappij. Deze nieuwe situatie houdt niet alleen een stevige uitdaging in voor de verzekeraars, maar zeker ook voor de bemiddelaars die in de nabije toekomst een andere rol zullen moeten spelen.

Nogal wat verzekeringsbemiddelaars zien de digitale revolutie als een grote bedreiging. Dankzij het internet is de klant meer zelfredzaam geworden en hij koopt steeds meer producten online, ook verzekeringsproducten. Aan de andere kant ontwikkelen de verzekeraars allerlei apps waarmee de klant op een snelle manier de schade kan aangeven. Om al die redenen vreest de bemiddelaar dat hij vroeg of laat langs de zijlijn zal belanden.

“Dat hoeft niet zo te zijn”, reageert Marc Wouters, CCO bij verzekeraar Fidea. “Integendeel, de digitalisering biedt heel wat kansen voor de bemiddelaar zoals tijdswinst en efficiëntere processen. Wanneer er zich bijvoorbeeld een storm voordoet met heel veel schadegevallen, dan heeft ook de bemiddelaar er baat bij dat de klanten al via een app de standaardgegevens invoeren. Hij moet dan niet langer overal ter plaatse gaan waardoor hij meer tijd kan uittrekken voor de complexere dossiers. Ook ons nieuwe concept van beeldexpertise – waarbij de expert via een vorm van videoconferencing de schade analyseert vanop afstand – zorgt voor een veel snellere afhandeling van een dossier. Maar ook in deze procedure kan de bemiddelaar nog altijd een belangrijke rol spelen.”

Een ander heikel thema in de relatie tussen de verzekeraar en de bemiddelaar is het beheer van de big data. Momenteel zijn het de bemiddelaars die eigenaar zijn van de



**MARC WOUTERS,
CCO BIJ VERZEKERAAR FIDEA.**

“De verzekeraars moeten snel werk maken van een gestandaardiseerd concept.”

gegevens van de klant. “Die data bevatten enorm waardevolle informatie, maar om die te kunnen exploiteren heb je als eigenaar een zekere schaalgrootte nodig en die heeft de bemiddelaar niet altijd. Daarom zou het interessant zijn om in de toekomst het beheer van die big data te delen met de verzekeraars. Samen kunnen we beter inspelen op de behoeften van de ondernemers die vaak heel snel een antwoord op maat willen. Bovendien kunnen we dankzij die data veel meer proactief te werk gaan

Verschijnen in deze reeks

26/10 Preventie

02/11 Rol van de makelaar

09/11 Nieuwe technologieën

16/11 Nieuwe risico's en aansprakelijkheid

waardoor verzekeraar én bemiddelaar een grotere toegevoegde waarde kunnen betekenen voor de klant”, klinkt Marc Wouters overtuigd.

“De digitalisering zorgt voor tijdswinst en efficiëntere processen.”

Niemand twijfelt eraan dat de introductie van applicaties een tijdsbesparing betekent voor de bemiddelaar. Toch blijft er een zekere koudwatervrees bestaan. Verzekeringsmakelaars zien de digitalisering vanuit verschillende verzekeraars, met elk hun eigen apps, eerder als tijdrovend. “Ik heb begrip voor dat standpunt want momenteel heeft elke maatschappij een eigen app en een eigen methodiek. De verzekeraars moeten daarom snel werk maken van een gestandaardiseerd concept”, aldus Marc Wouters. “Dan zal de verzekeringsbemiddelaar de digitalisering niet langer als een bedreiging zien, maar wel als een opportuniteit die hen toelaat om efficiënter te werken. Uit de KMO Digital Barometer blijkt dat kmo's en zelfstandigen digitaliseren omwille van efficiëntieverhoging en kostenverlaging. Wel, de bemiddelaars zijn toch ook allemaal kmo's en zelfstandigen.”

Lees meer over dit onderwerp op www.trends.be/fidea

