

Verzekeringsmakelaars: digitale tools maken beter en sneller advies op maat mogelijk

Door gebruik te maken van digitale tools kunnen verzekeringsmakelaars hun klanten een nog efficiëntere en betere service bieden. **Tekst:** Olivier Olinokart

Tijdens de coronacrisis is gebleken hoe belangrijk digitale tools zijn wanneer makelaars hun klanten niet persoonlijk kunnen ontmoeten. Maar de digitale evolutie binnen de makelarij kwam natuurlijk al voor deze pandemie op gang. Zoals in veel andere sectoren zijn de verwachtingen van klanten omtrent snelheid en kwaliteit van de dienstverlening zeer sterk gestegen. Bijzonder aan de verzekeringsmakelarij is echter dat een makelaar samenwerkt met meerdere verzekeringsmaatschappijen die elk verschillende producten aanbieden met zeer specifieke kenmerken en voordelen. Het is aan de makelaar om zijn klanten het product voor te stellen dat het best aan hun behoeften beantwoordt. Dankzij de digitalisering krijgt de makelaar sneller de juiste informatie van zijn verschillende partners. Vervolgens kan

hij die informatie via de digitale communicatiemiddelen waarover hij beschikt ook veel sneller doorgeven aan zijn klanten.

Aanvulling op menselijk contact

Menselijk contact tussen makelaar en klant is altijd het fundament geweest van de makelarij. Hierdoor was er aanvankelijk ten opzichte van de digitalisering enige terughoudendheid, die echter al snel verdween door de ervaringen in de praktijk. Digitale tools hebben het menselijk contact immers niet vervangen, maar net aangevuld, met een beter en sneller advies als resultaat. Dankzij hun digitale tools kunnen makelaars met verzekeringsmaatschappijen communiceren over alle aspecten van het dossierbeheer. Bovendien kunnen zij ook heel de organisatie van hun kantoor efficiënter beheren, met onmiddellijk beschikbare digitale informatie.



Dankzij digitale toepassingen heeft de klant altijd en overal toegang tot zijn verzekeringsdossiers.

GDPR-proof

Tot slot kan de makelaar via bepaalde toepassingen een erg betrouwbare digitale relatie met zijn klant opbouwen. De gratis MyBroker-applicatie is bijvoorbeeld een klantenzone waarmee makelaarsklanten op elk moment toegang hebben tot hun verzekeringsdossiers. Dit steeds volgens de geldende GDPR-vereisten, gezien de volledige transparantie met betrekking tot de gegevens waarover de makelaar beschikt. Door

zich aan te melden, kan de klant communiceren met zijn makelaar en onder meer snel een schadegeval melden, met bijhorende foto's, zonder te moeten wachten tot zijn verzekeringskantoor de volgende ochtend opent. Een dergelijke tool is het perfecte voorbeeld van de complementariteit van de menselijke en de digitale factor. ■

┆ Dit artikel werd geschreven in samenwerking met Valérie Urbain, Sales & Marketing Manager bij Portima.



MyBroker, de klantenzone voor je verzekeringen

In dit digitale tijdperk kan je als klant bij je verzekeringmakelaar over een digitale klantenzone beschikken: MyBroker*.

MyBroker is een gepersonaliseerde klantenzone en het communicatiekanaal bij uitstek tussen de makelaar en jezelf.

Dankzij MyBroker:

- beschik je over een algemeen overzicht van je verzekeringen ;
- consulteer je je contracten ;
- meld je een schadegeval ;
- contacteer je je makelaar wanneer en waar je wil.

Aanmelden voor MyBroker? Eenvoudig met itsme. Of je nu op een pc, tablet of smartphone werkt.



Wil je er meer over weten? Surf dan naar www.mybroker.be of contacteer je makelaar

* MyBroker is beschikbaar bij makelaars die met Brio (een beheerpakket van Portima) werken.

