

Wat zijn de momenten waarop je echt blij bent met je keuze voor het vak? Waarschijnlijk de momenten waarop je een klant hebt kunnen helpen en die klant daar dankbaar voor was. Dat is niet zo raar. De essentie van de verzekeringssector is mensen helpen met het oplossen van voor hen ingewikkelde vraagstukken.

Mensen helpen maakt 't vak mooi

TEKST BJÖRN BIERHAALDER, MCH CONSULTANCY



Het mooie van de verzekeringssector zijn de mensen die graag andere mensen willen helpen. Die van betekenis voor een ander willen zijn. Er is verrassend weinig aandacht voor deze kant van de sector. Ten onrechte. Zeker als je kijkt naar de relevantie van het vakgebied. Verzekeringen zijn belangrijk om het leven in brede zin mogelijk te maken en klanten beseffen dat. Maar het is voor hen complexer geworden om goede keuzes te maken. De meeste klanten missen ook het lange termijnperspectief om de juiste keuzes voor later te maken. Ze onderschatten de complexiteit van hun eigen bestaan en houden zich liever niet bezig met de dag van morgen. Klanten hebben daar ondersteuning bij nodig.

'Richt je op het begrijpen van wat klanten doen'

Ondanks de relevantie van verzekeringen, maak ik me zorgen over de toekomst van de meeste advieskantoren en verzekeraars. In de kern zijn ze niet ingericht om klanten te helpen. Ze zijn ingericht als schakel in een distributieketen, met als uitkomst een transactie tussen klanten en leveranciers. U betaalt premie, wij leveren dekking. Ik kan me niet voorstellen dat daar in de toekomst veel behoefte aan zal zijn. Er is een organisatorische omslag nodig die zorgt dat advieskantoren en verzekeraars het helpen van klanten centraal gaan stellen. In de omslag die mij voor ogen staat, ontstaan organisaties rondom het inzetten van kennis, ervaring en netwerken voor specifieke klantvraagstukken. Zo creëren we organisaties waar klanten ervaren dat ze echt worden geholpen en waar je als adviseur ervaart dat je het verschil kunt maken voor anderen.

Klanten centraal zetten, gaat verder dan geijkte oplossingen als klanten gemak bieden via bijvoorbeeld selfserviceportalen of voldoen aan de zorgplichtvereisten. Als je mensen echt wilt helpen, zet dan de klantrelatie centraal. Richt je op het begrijpen van wat klanten doen, waar ze mee zitten en waarom ze de dingen doen die ze doen. Zet je kennis, ervaring en toegang tot netwerken in om klanten te helpen met vraagstukken die zij ingewikkeld vinden. En laat vanuit jouw relatie met klanten zien wat het verzekeringsvak zo mooi maakt: mensen helpen. ■

Björn Bierhaalder werkt al jaren in de verzekeringssector. Hij richtte in 2010 samen met Richard Cramer MCH Consultancy op.