Themarapportage Klantcontact

december 2016

Keurmerk Klantgericht Verzekeren
Verzekerd van kwaliteit!

Inhoud themarapportage

Samenvatting 5

1. Inleiding 7

2. Onderzoeksaanpak 8
   2.1 Betrokken keurmerkhouders en aangeleverde informatie 8
   2.2 Uitvoering van het onderzoek en rapportage 9
   2.3 Ontwikkeling van de prestaties 10

3. Normenkader 11
   3.1 Onderzochte aspecten per norm en prestatiegebied 11
   3.2 Onderzochte aspecten voor de benchmark 12

4. Resultaten 14
   4.1 Benchmark 14
   4.2 Resultaten voor de norm Reactietermijnen 15
   4.3 Resultaten voor de norm Claimbehandeling 18
   4.4 Resultaten voor de norm Telefonisch contact 20
   4.5 Algemeen beeld over Prestatiegebied C 24

5. De praktijk 25
   5.1 Praktijkvoorbeelden per norm 25
   5.2 Aanbevelingen en tips rondom claimbehandeling 26
   5.3 Social Media, chat en What'sApp 28

6. Conclusies en vervolg 29

• Bijlage 30
Overzicht onderzochte keurmerkhouders

Samenvatting

Dit rapport bevat de resultaten van het thema-onderzoek Klantcontact. Stichting toetsing verzekeraars (Stv) heeft van mei tot en met november 2016 onderzoek uitgevoerd naar de prestaties van alle 41 keurmerkhouders op het onderwerp klantcontact.

Enkele malen per jaar toetsen wij in een thematisch onderzoek een beperkt aantal normen bij alle betrokken keurmerkhouders. Door deze aanpak krijgen we in korte tijd over een bepaald thema een goed totaalbeeld van de prestaties van de deelnemende keurmerkhouders en van *good practices*. Door dit totaalbeeld en de *good practices* te delen met de keurmerkhouders en de branche, dragen we bij aan het verder verbeteren van de klantgerichtheid. Keurmerkhouders kunnen hiermee hun voordeel doen.

Resultaten

In dit thema-onderzoek hebben we de normen over reactietermijnen, claimbehandeling en telefonisch contact onderzocht. Van de 41 onderzochte keurmerkhouders voldoen er 35 aan deze drie normen van het handboek van het Keurmerk Klantgericht Verzekeren. Er zijn 14 keurmerkhouders die de maximale score behalen voor de werking van deze 3 normen (2 punten).

Bij de norm over reactietermijnen behaalt iets meer dan de helft van de keurmerkhouders de maximale score. Er blijken twee deelaspecten lastig voor de keurmerkhouders: het deelaspect waarbij de keurmerkhouder negentig procent van de reacties tijdig moet versturen en het deelaspect van het tijdig versturen van een overschrijdingsbericht. Bijna de helft van de keurmerkhouders verstuurt de overschrijdingsberichten niet of niet altijd, niet tijdig, of monitort niet of ze de nieuwe beloofde termijn realiseren.

Bij de norm Claimbehandeling hebben we geconcludeerd dat de keurmerkhouders nog meer aandacht moeten besteden aan de afwijsbrieven. Daarnaast zijn er nog te veel keurmerkhouders die de klant niet proactief informeren over de mogelijkheid om een contra-expert in te schakelen.

Bij de norm Telefonisch contact krijgt twee derde van de keurmerkhouders de maximale score. Vooral het aspect dat vereist dat de keurmerkhouder de klant een terugbelmogelijkheid aanbiedt, blijkt lastig. Een derde van de keurmerkhouders houdt zich in een of meer van de onderzochte maanden niet aan het beloofde telefonische servicelevel.

Maar liefst zes keurmerkhouders hebben een herbeoordeling gekregen voor een van de getoetste normen. Dit resultaat toont aan dat de onderzochte normen lastig zijn voor de keurmerkhouders.

Ontwikkeling

Vooral de normen over reactietermijnen en telefonisch contact zijn vanaf de start van het Keurmerk lastige normen gebleken. De score is nu wel veel beter dan de resultaten van de keurmerkhouders vanaf de start van het Keurmerk.

Van de 38 keurmerkhouders die we eerder hebben getoetst tussen 2011 en 2013, scoorden er 20 geen punten op werking bij de norm over reactietermijnen. Het ging toen om dezelfde problemen als nu, namelijk de eis dat de keurmerkhouder 90 procent van de reacties tijdig moet versturen en als dat niet lukt, een overschrijdingsbericht verstuurt.

Voor de norm Telefonisch contact geldt dat 6 van de 38 keurmerkhouders die we eerder beoordeelden, toen geen punten op werking scoorden. Ook hier betrof het dezelfde problemen als die we nu zien: de terugbeloptie ontbrak, of de keurmerkhouder gaf de klant geen mogelijkheid om een gewenst terugbeltijdstip aan te geven. Daarnaast kwamen keurmerkhouders vaak hun klantbelofte van de maximale wachttijd niet na.

Behalve dat we de keurmerknormen hebben beoordeeld, hebben we de prestaties van de keurmerkhouders tegen elkaar afgezet in een benchmark over klantcontact. Daarmee kunnen keurmerkhouders zichzelf met andere keurmerkhouders vergelijken. De benchmark beslaat een score van 0 tot 100. De gemiddelde score van de keurmerkhouders is 79 procent. Dat is een goede score.

Beloften nakomen, bereikbaar zijn en zorgen voor een transparant claimproces, is heel belangrijk om het consumentenvertrouwen te herstellen. We zien dat keurmerkhouders hun uiterste best doen om op een goede manier aan de getoetste normen te voldoen. Heel vaak gaat dat goed en soms niet. We hebben elke keurmerkhouder dan ook gewezen op mogelijke en in sommige gevallen noodzakelijke verbeteringen.

Verbetermogelijkheden

Keurmerkhouders kunnen zich nog verbeteren door:

- de reactietermijnen beter na te leven zodat zij de beloofde reactietermijnen voor negentig procent waarmaken;
- consequent overschrijdingsberichten te versturen als zij de reactietermijn niet kunnen realiseren;
- de nieuwe beloofde reactietermijn te monitoren en na te leven;
- de afwijsbrieven te verbeteren. Deze bevatten vaak geen mogelijke vervolgacties voor de klant als de klant het niet eens is met het besluit (een klacht indienen bijvoorbeeld). Ook zijn de afwijsbrieven vaak niet geheel duidelijk en bevatten ze vaak (te) weinig empathie;
- de klant proactief te wijzen op de mogelijkheid van een contra-expertise;
- de servicelevels bij telefonie na te leven;
- de klant te informeren over de wachttijd aan de telefoon.

1. Inleiding

Thematische aanpak

Sinds de start van het Keurmerk Klantgericht Verzekeren in 2010 beoordeelt de Stichting toetsing verzekeraars (Stv) hoe verzekeraars en gevolmachtigden presteren als het gaat om hun klantgerichtheid en dienstverlening. In het handboek Keurmerk Klantgericht Verzekeren vindt u een beschrijving van de drie prestatiegebieden en de zestien keurmerknormen waarop wij de keurmerkhouders toetsen.

Enkele malen per jaar toetsen wij in een thematisch onderzoek een beperkt aantal normen bij alle betrokken keurmerkhouders. Door deze aanpak krijgen we in korte tijd over een bepaald thema een goed totaalbeeld van de deelnemende keurmerkhouders en van *good practices*. Door dit totaalbeeld en de praktijkvoorbeelden te delen, willen wij bijdragen aan het verder verbeteren van de klantgerichtheid bij de keurmerkhouders. Keurmerkhouders kunnen hiermee hun voordeel doen.

Welke normen?

Halverwege 2016 heeft Stv een thema-onderzoek uitgevoerd naar de prestaties van de keurmerkhouders op het onderwerp klantcontact. We hebben daarbij drie normen onderzocht:

- norm 6. Reactietermijnen;
- norm 8. Claimbehandeling;
- norm 11. Telefonisch contact.

Daarnaast heeft Stv gekeken naar hoe de keurmerkhouders omgaan met calamiteiten. Dit in het kader van Prestatiegebied C: de dienstverlening is van optimale kwaliteit.

Leeswijzer

In de rapportage die nu voor u ligt, beschrijven wij de resultaten van ons thema-onderzoek over klantcontact bij alle 41 keurmerkhouders.

In hoofdstuk 2 beschrijven wij de onderzoeksaanpak. In hoofdstuk 3 belichten we het normenkader dat we hebben onderzocht. Dit normenkader is gebaseerd op het handboek Keurmerk Klantgericht Verzekeren 2016. Ook geven we in dit hoofdstuk een toelichting op de elementen die we hebben gebruikt om een benchmark van de deelnemende keurmerkhouders te kunnen vaststellen. In hoofdstuk 4 beschrijven we de resultaten van ons onderzoek. Daarna volgt hoofdstuk 5 met praktijkvoorbeelden. In hoofdstuk 6 vindt u de conclusies en geven we aan hoe we opvolging geven aan dit onderzoek.

2. Onderzoeksaanpak

2.1 Betrokken keurmerkhouders en aangeleverde informatie

Het onderzoek naar klantcontact betreft alle 41 keurmerkhouders. In de bijlage vindt u een overzicht van alle getoetste keurmerkhouders. De keurmerkhouders hebben eind april 2016 de informatie aangeleverd bij Stv. Deze informatie bestond uit de volgende elementen.

Norm 6. Reactietermijnen

Keurmerkhouders leverden het volgende aan:

- de rapportages met gerealiseerde reactietermijnen over de maanden januari, februari en maart 2016;
- een lijst met alle (gedeeltelijk) afgewezen claims. Uit deze lijst hebben we tien dossiers gekozen. Over deze dossiers hebben we extra informatie opgevraagd, waaronder de afwijsbrieven. Deze dossiers hebben we tijdens het bedrijfsbezoek bij de keurmerkhouder besproken;
- documentatie waaruit blijkt dat de processen om de beloofde reactietermijnen te realiseren en het ontvangstbericht en het uitstelbericht tijdig te verzenden, zijn verankerd in de organisatie;
- de reactie op het mysterymailing-onderzoek van Ipsos, dat Stv heeft laten uitvoeren in de periode januari 2015 tot en met maart 2016.

Norm 8. Claimbehandeling

In het kader van de samenwerking tussen Stv en de Autoriteit Financiële Markten (AFM), hebben we bij de zes grote verzekeraars (Achmea, Aegon, a.s.r., Delta Lloyd, Nationale-Nederlanden, Reaal) kort voor dit thema-onderzoek al onderzocht hoe zij presteren op het onderwerp claimbehandeling. Deze verzekeraars hoefden voor dit onderdeel dan ook geen informatie aan te leveren. Tijdens het bedrijfsbezoek hebben we wel medewerkers geïnterviewd over het onderwerp claimbehandeling volgens norm 8 in ons handboek.

Keurmerkhouders die niet tot de zes grote verzekeraars behoren, hebben de volgende informatie aangeleverd:

- informatie over de rol van de schade-expert;
- informatie over contra-expertise.

Norm 11. Telefonisch contact

Keurmerkhouders leverden het volgende aan:

- een overzicht met de afdelingen die telefonisch contact hebben met de klant;
- een beschrijving van het telefoonbeleid;
- de rapportages over de telefonische bereikbaarheid in de maanden januari, februari en maart 2016;
- informatie over welk alternatief de keurmerkhouder heeft georganiseerd bij telefonische drukte;
- de reactie op het mysterycalling-onderzoek van Ipsos, dat Stv heeft laten uitvoeren in de periode januari 2015 tot en met maart 2016.

Prestatiegebied C. De dienstverlening is van optimale kwaliteit

Keurmerkhouders leverden het volgende aan:

- het draaiboek met maatregelen bij incidenten die het klantcontact verstoren;
- voorbeelden van incidenten uit 2015 met daarbij de genomen maatregelen, inclusief het evaluatieverslag.

2.2 Uitvoering van het onderzoek en rapportage

Wij hebben het onderzoek uitgevoerd in de periode van mei 2016 tot en met november 2016. Naast het bureau-onderzoek naar de documenten en de dossiers, hebben we bij alle keurmerkhouders een bedrijfsbezoek afgelegd. Tijdens het bedrijfsbezoek hebben wij verschillende interviews gedaan. Bij alle keurmerkhouders hebben we gesproken met:

- het topmanagement;
- de leidinggevende(n) van de operationele teams en de coördinator die de reactie-termijnen bewaakt;
- de leidinggevende(n) van het telefonieteam en de coördinator die het servicelevel bewaakt;
- de leidinggevende(n) van het team Claimafhandeling en de schade-behandelaars.

Ook hebben we bij alle keurmerkhouders een interview op de werkvloer gedaan, met enkele medewerkers van een afdeling die direct klantcontact heeft.

Mysterymailing en -calling

Tijdens de bedrijfsbezoeken hebben we eveneens de resultaten van het Ipsos-onderzoek besproken. Ipsos doet namens Stv mysterymailing- en mysterycalling-onderzoek bij alle keurmerkhouders. De uitkomsten van deze onderzoeken gebruiken we vooral om de eigen rapportages van keurmerkhouders te beoordelen. Daarnaast geeft Ipsos bevindingen en aanbevelingen over de kwaliteit van de telefoongesprekken en e-mails.

Ipsos heeft alle keurmerkhouders in de periode van januari 2015 tot maart 2016 ongeveer twintig e-mailberichten gestuurd. Hierbij heeft Ipsos gekeken of de keurmerkhouder:

- de e-mailberichten heeft beantwoord;
- negentig procent van de e-mailberichten beantwoordt binnen de termijn die de keurmerkhouder communiceert;
- een uitstelbericht verstuurt bij het overschrijden van de termijn.

Ipsos heeft bij alle keurmerkhouders in de periode van januari 2015 tot en met maart 2016 ongeveer vijftig mysterycalls uitgevoerd. Hierbij heeft Ipsos de volgende onderdelen van de keurmerknorm onderzocht:

- de wachttijd tot er een ter zake kundig persoon aan de telefoon komt;
- de informatie die de keurmerkhouder de beller geeft tijdens het wachten (voorlichting over de wachttijd of het aantal wachtenden en uitleg over de terugbelmogelijkheid);
- de houding van de medewerker tijdens het gesprek (klantvriendelijk en empathisch);
- de mogelijkheid om een terugbelafspraak te maken (Biedt de keurmerkhouder aan om terug te bellen? Kan de klant zelf een terugbelmoment aangeven? Is de keurmerkhouder zijn terugbelafspraak op tijd nagekomen?).

Individuele beoordelingsrapportage

Na het bedrijfsbezoek hebben wij voor alle keurmerkhouders een individueel beoordelingsrapport opgesteld en de resultaten gepresenteerd bij de keurmerkhouder. Het individuele rapport bevat informatie over de situatie van de individuele keurmerkhouder, evenals specifieke adviezen en aanbevelingen waarmee de keurmerkhouder zichzelf kan verbeteren.

2.3 Ontwikkeling van de prestaties

De normen over reactietermijnen en telefonische bereikbaarheid hebben we beoordeeld vanaf de start van het Keurmerk in 2010. Om een beeld te schetsen van de vooruitgang in prestaties op de normen over reactietermijnen en telefonisch contact, hebben we scores van de eerste reguliere beoordelingen van de keurmerkhouders vergeleken met de scores in dit thema-onderzoek. De eerste reguliere beoordelingen die we voor dit onderzoek hebben bekeken, hebben plaatsgevonden van 2011 tot en met 2013 en zijn gebaseerd op de handboeken van het Keurmerk van 2011, 2012 en 2013.

Reguliere beoordelingen

Een keurmerkhouder doorliep de eerste reguliere beoordeling een jaar nadat Stv hem voor het eerst had beoordeeld om het Keurmerk te verkrijgen. In de reguliere beoordeling toetsten wij of de keurmerkhouder voldeed aan alle normen van het Keurmerk. De nadruk lag hierbij op de werking van de normen.

De toetsing met reguliere beoordelingen is niet meer actueel sinds wij thematische onderzoeken doen. Wel toetsen wij aankomend keurmerkhouders bij de eerste beoordeling integraal op de zestien keurmerknormen en de drie prestatiegebieden. Daarnaast krijgt hij een tweede volledige toetsing, ongeveer een jaar nadat het Keurmerk is verleend. Daarna toetsen we de keurmerkhouder uitsluitend in thema-onderzoeken.

Aangescherpte normen

De normen over reactietermijnen en telefonisch contact zijn over de jaren heen herschreven en aangescherpt. Waar de keurmerkhouder in 2011 aan tachtig procent van de beloofde reactietermijn moest voldoen, is dit in 2012 verhoogd naar negentig procent. Bij telefonie is de maximale wachttijd tussen 2011 en 2012 aangepast van tien naar vijf minuten. In 2013 is aan de norm een onderdeel toegevoegd over de gemiddelde wachttijd en het aantal telefoontjes dat de keurmerkhouder binnen dertig seconden beantwoordt. Klantcontact via e-mail is pas in 2012 in het handboek opgenomen. Dit aspect hebben we dus niet beoordeeld bij de keurmerkhouders die we vóór 2012 in een eerste reguliere beoordeling hebben getoetst.

2.4 Benchmarkcriteria

Onderdeel van de thematische aanpak is dat wij de prestaties van de keurmerkhouders op de onderzochte normen tegen elkaar afzetten. Dat levert een benchmark op waarmee keurmerkhouders zichzelf kunnen vergelijken. In hoofdstuk 3 beschrijven we de aspecten die wij hebben gebruikt in deze benchmark.

3. Normenkader

In ons onderzoek hebben we getoetst in hoeverre de keurmerkhouders voldoen aan de eisen voor de normen over reactietermijnen, claimbehandeling en telefonisch contact. Ook hebben wij bekeken welke inspanningen zij doen op het prestatiegebied over de kwaliteit van dienstverlening. De eisen zijn onderdeel van het keurmerkhandboek en bekend bij alle verzekeraars en gevolmachtigden die het Keurmerk hebben.

3.1 Onderzochte aspecten per norm en prestatiegebied

Norm 6. Reactietermijnen

Voor de norm over de reactietermijnen hebben we de volgende aspecten onderzocht:

- De reactietermijnen van vijf hoofdprocessen zijn vastgesteld, beschreven en verankerd. (De hoofdprocessen zijn: het beantwoorden van informatieverzoeken over bestaande en nieuwe verzekeringen, het accepteren van nieuwe verzekeringen en het wijzigen en opzeggen van bestaande verzekeringen, het verstrekken van verzekeringstechnische opgaven en documenten, klachtbehandeling en schadebehandeling).
- De reactietermijnen staan toegankelijk op de website en zijn duidelijk voor de klant.
- De keurmerkhouder komt de gepubliceerde reactietermijn voor ten minste negentig procent na.
- De klant krijgt altijd binnen een week een ontvangstbevestiging toegestuurd bij een reactietermijn langer dan twee weken of tien werkdagen.
- De keurmerkhouder informeert de klant binnen de gepubliceerde reactietermijn bij overschrijding van deze termijn. Hierbij vermeldt de keurmerkhouder een nieuwe reactiedatum.

Norm 8. Claimbehandeling

Voor de norm over claimbehandeling hebben we de volgende aspecten onderzocht:

- Op de website staat samenhangende, relevante en gemakkelijk vindbare informatie over:
  - hoe de klant een claim kan indienen;
  - de behandeling van claims, vanaf binnenkomst tot het moment van uitbetaling;
  - de reactietermijn voor de eerste inhoudelijke reactie op een claim;
  - het inschakelen van schade-experts en de mogelijkheid van contra-expertise.
- De keurmerkhouder legt duidelijk uit waarom hij de claim van een klant (gedeeltelijk) afwijst.
- De keurmerkhouder informeert de klant helder over de rol van een ingeschakelde expert.
- De keurmerkhouder informeert de klant, indien relevant, over:
  - de mogelijkheid van contra-expertise (dit doet de keurmerkhouder proactief);
  - wie de kosten voor contra-expertise moet betalen;
  - de hoogte van de kosten voor contra-expertise (als deze kosten voor rekening van de klant zijn).
- De keurmerkhouder is in noodsituaties voor een schademelding ‘24/7’ telefonisch bereikbaar voor de klant.

Norm 11. Telefonisch contact

Voor de norm over telefonisch contact hebben we de volgende aspecten onderzocht:

- De keurmerkhouder heeft de interne telefoonprocedures beschreven.
- De keurmerkhouder heeft de terugbelmogelijkheid voor de klant geregeld en geeft voorlichting over de wachttijd tijdens de verbinding.
- De keurmerkhouder heeft alle relevante gegevens voor de klant over telefonie makkelijk vindbaar op de website gepubliceerd.
- De keurmerkhouder staat de klant vriendelijk en empathisch te woord.
- De keurmerkhouder kan een periodieke rapportage overleggen met de resultaten van de telefonische bereikbaarheid van alle relevante telefoonnummers.
- De keurmerkhouder voldoet aan de maximale wachttijd van vijf minuten volgens de keurmerknorm.
- De keurmerkhouder voldoet aan één van de twee servicelevels (een gemiddelde wachttijd van maximaal zestig seconden, of het beantwoorden van tachtig procent van de telefoontjes binnen dertig seconden).

Bij de normen geven we een score voor werking. De hoogste score is twee punten, daarna anderhalf en één punt en de laagste score is nul punten. Als wij een keurmerkhouder bij een norm nul punten toekennen, dan krijgt de keurmerkhouder een herbeoordeling. Hij moet dan in een periode van maximaal zes maanden aantonen dat hij inmiddels aan de betreffende norm voldoet.

Prestatiegebied C

Voor het prestatiegebied over de kwaliteit van dienstverlening hebben we onderzocht hoe de keurmerkhouder omgaat met incidenten die de klantcontactprestatie verstoren. Hierbij hebben we onderzocht of:

- de keurmerkhouder een draaiboek heeft met maatregelen voor incidenten die het klantcontact verstoren;
- in het draaiboek staat hoe de keurmerkhouder over een incident communiceert met de klanten;
- in het draaiboek staat dat de keurmerkhouder over een incident communiceert met Stv;
- de keurmerkhouder bij het incident in 2015 het draaiboek volgde;
- de keurmerkhouder bij het incident in 2015 duidelijk met de klant communiceerde;
- de keurmerkhouder het draaiboek na het incident van 2015 heeft geëvalueerd.

3.2 Onderzochte aspecten voor de benchmark

In dit thema-onderzoek hebben wij vooraf voor de benchmark een aantal onderdelen geselecteerd uit ons beoordelingsformulier met normen over reactietermijnen, claimbehandeling en telefonisch contact. Om de benchmark te bepalen, zijn we uitgegaan van de score die de keurmerkhouder heeft behaald ten opzichte van het maximale aantal te behalen punten. Dit maximale aantal te behalen punten varieert per keurmerkhouder, omdat niet alle onderdelen voor elke keurmerkhouder van toepassing zijn. Wij drukken de scores uit in procenten.

Hierna vindt u het overzicht van de onderdelen die we hebben laten meewegen in de benchmark voor dit onderzoek naar klantcontact.

Norm 6. Reactietermijnen
Wij hebben het volgende onderzocht:

- Komt de keurmerkhouder de beloofde reactietermijnen voor alle processen na in de maanden januari, februari en maart van 2016?
- Wat zijn de beloofde reactietermijnen in werkdagen per proces? Belangrijk is dat de keurmerkhouder aan de reactietermijnen voldoet. Als de reactietermijnen korter zijn, dan levert dat meer punten op voor de benchmark.
- Stuurt de keurmerkhouder tijdig ontvangstbevestigingen als dat van toepassing is?
- Informeert de keurmerkhouder de klant juist en op tijd bij een overschrijding van de reactietermijn in de betreffende maanden?

Norm 8. Claimbehandeling
Wij hebben het volgende onderzocht:

- Heeft de keurmerkhouder de informatie over claimbehandeling op de website staan en is die informatie duidelijk en volledig?
- Zijn de brieven over (gedeeltelijke) afwijzing duidelijk voor de klant?
- Krijgt de klant duidelijke informatie over de schade-expert?
- Wijst de keurmerkhouder de klant proactief op de mogelijkheid van contra-expertise?
- Hoe informeert de keurmerkhouder de klant vooraf over wie de kosten van de contra-expertise moet betalen?

Norm 11. Telefonisch contact
Wij hebben het volgende onderzocht:

- Heeft de keurmerkhouder de informatie over de telefonische bereikbaarheid duidelijk op de website staan en is die informatie volledig?
- Houdt de keurmerkhouder zich aan de maximale wachttijd in de maanden januari tot en met maart 2016?
- Voldoet de keurmerkhouder aan het gekozen servicelevel? (De keurmerkhouder kiest zelf voor een van de twee volgende servicelevels: hij hanteert een gemiddelde wachttijd van maximaal zestig seconden, of hij beantwoordt de telefoon binnen dertig seconden in minimaal tachtig procent van de gevallen.)
- Beantwoordt de keurmerkhouder de gemaakte terugbelafspraken op het juiste moment?

In het volgende hoofdstuk beschrijven we de resultaten van ons onderzoek en kijken we terug op de resultaten die de keurmerkhouders in het verleden hebben behaald op de drie onderzochte normen.

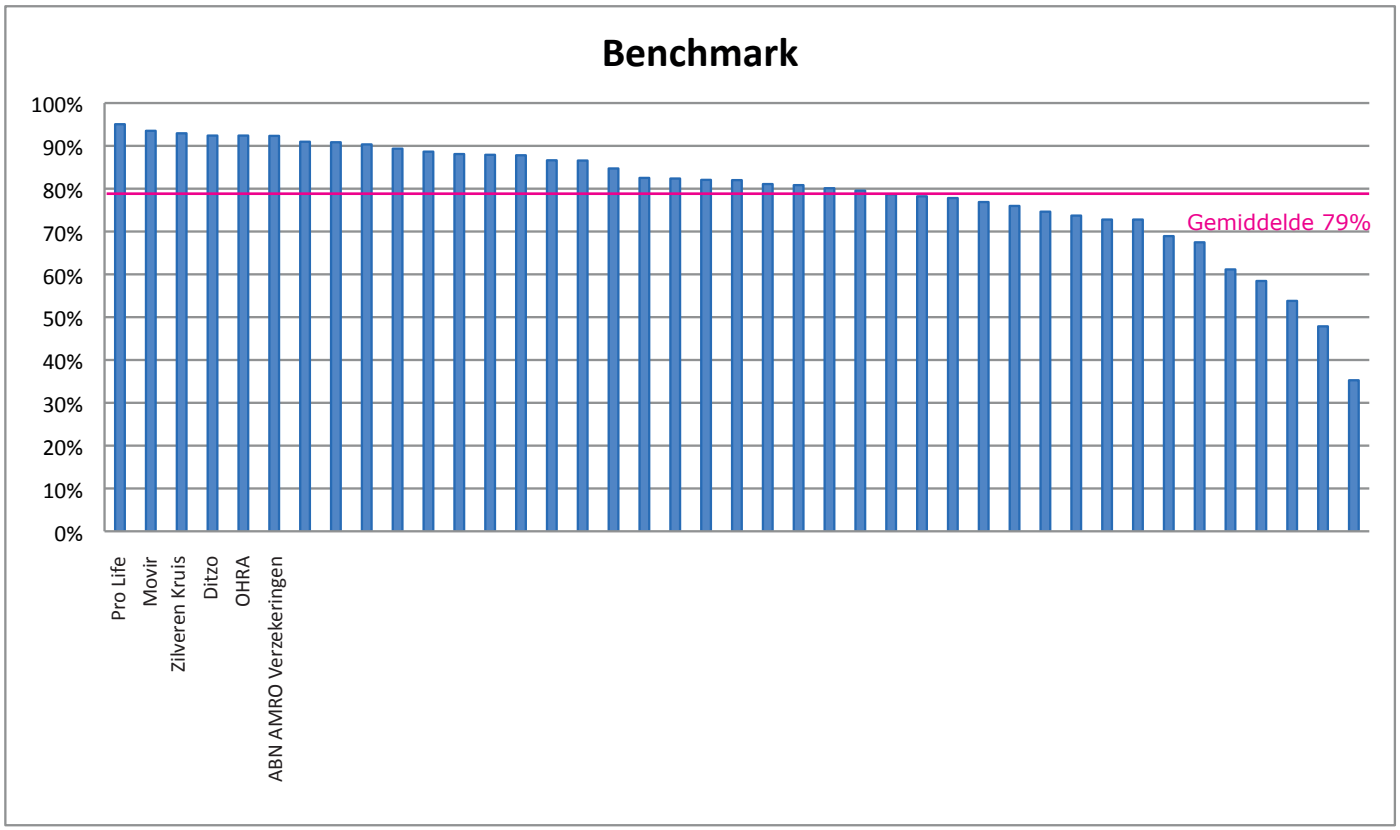
4. Resultaten

4.1 Benchmark

In paragraaf 3.2 hebben we de elementen benoemd die bepalend zijn voor de benchmarkscore. In onderstaand figuur staan alle keurmerkhouders gerangschikt op hun score (die we in een percentage hebben uitgedrukt). De gemiddelde score is 79 procent. Dat is een goede score.

Pro Life heeft de hoogste score met 95 procent, Movir volgt met 94 procent en Zilveren Kruis staat op de derde plaats met 93 procent. ABN AMRO Verzekeringen, Ditzo en OHRA staan gezamenlijk op de vierde plaats met 92 procent.

De laagste score is 35 procent. Enkele keurmerkhouders die rechts in het figuur staan, hebben een herbeoordeling. Het is goed mogelijk dat hun score na de herbeoordeling zal toenemen.



Figuur 1: keurmerkhouders en hun benchmarkscores

4.2 Resultaten voor de norm Reactietermijnen

Niet alle 41 onderzochte keurmerkhouders voldoen aan de eisen van de keurmerknorm voor reactietermijnen. Er zijn 22 keurmerkhouders die de maximale score behalen voor de werking van deze norm (twee punten). Er zijn 19 keurmerkhouders die niet het maximale aantal punten halen: 12 keurmerkhouders scoren 1,5 punt en 4 keurmerkhouders scoren 1 punt.

In dit thema-onderzoek hebben we 3 keer een herbeoordeling toegekend voor deze norm. Deze herbeoordelingen hebben een aantal oorzaken:

- De keurmerkhouder heeft geen rapportage overgelegd waaruit blijkt dat hij in minimaal negentig procent van de gevallen voldoet aan de beloofde reactietermijnen. Daarnaast blijkt uit de onderzochte dossiers dat hij niet altijd zijn beloofde reactietermijn realiseert.
- De keurmerkhouder voldoet niet in negentig procent van de gevallen aan de reactietermijnen die hij aan de klant belooft. De keurmerkhouder weet bovendien niet of hij alle noodzakelijke overschrijdingsberichten tijdig heeft verstuurd.
- De keurmerkhouder verstuurt niet of nauwelijks overschrijdingsberichten als hij de beloofde reactietermijn niet haalt.

4.2.1 Resultaten per deelaspect van de norm voor reactietermijnen

Deelaspect: de reactietermijnen van vijf hoofdprocessen zijn vastgesteld, beschreven en verankerd

Alle keurmerkhouders hebben de reactietermijnen van de processen goed beschreven en geïmplementeerd. Bij het verstrekken van informatie hanteren 8 keurmerkhouders een reactietermijn korter dan 5 werkdagen, waarvan 1 keurmerkhouder zelfs op dezelfde dag reageert. Er zijn 6 keurmerkhouders die een reactietermijn hanteren tussen 5 en 10 werkdagen. Verder hanteren 23 keurmerkhouders een standaardtermijn van 10 werkdagen. En 4 keurmerkhouders hebben een reactietermijn die langer is dan 10 werkdagen.

Bij het proces claimbehandeling zijn de reactietermijnen iets langer. Er is nog steeds 1 keurmerkhouder die dezelfde dag reageert. 6 keurmerkhouders hebben 5 of iets meer dagen nodig en 30 keurmerkhouders publiceren een reactietermijn van 10 werkdagen. 4 keurmerkhouders hebben meer dan 10 dagen nodig.

Deelaspect: de reactietermijnen staan toegankelijk op de website en zijn duidelijk voor de klant

De websites van de meeste keurmerkhouders zijn op orde en de reactietermijnen staan op een plek waar de klant deze kan verwachten. Bij acht keurmerkhouders hebben we opmerkingen gemaakt over de vindbaarheid van deze informatie.

Deelaspect: de keurmerkhouder komt de gepubliceerde reactietermijn voor ten minste negentig procent na

Veertien keurmerkhouders scoren niet maximaal op het voor negentig procent behalen van de reactietermijnen. Dit komt meestal omdat zij op een (of meerdere) processen niet aan de norm hebben voldaan in het eerste kwartaal van 2016.

Deelaspect: de klant krijgt altijd binnen een week een ontvangstbevestiging toegestuurd bij een reactietermijn die langer is dan twee weken of tien werkdagen

Van de 41 onderzochte keurmerkhouders moeten 21 keurmerkhouders een ontvangstbevestiging versturen, omdat zij processen hebben waarin hun reactietermijn langer is dan tien werkdagen. Deze keurmerkhouders versturen in (bijna) alle gevallen inderdaad een ontvangstbevestiging.

Deelaspect: de keurmerkhouder informeert de klant binnen de gepubliceerde reactietermijn bij overschrijding van deze termijn. Hierbij vermeldt de keurmerkhouder een nieuwe datum

Dit deelaspect blijkt voor keurmerkhouders het moeilijkst te realiseren. Twintig keurmerkhouders scoren niet maximaal op dit onderdeel van de norm. Dit heeft verschillende redenen:

- Ze versturen de overschrijdingsberichten niet of niet tijdig.
- Ze monitoren niet of ze de nieuwe beloofde termijn hebben behaald.

4.2.2 Klanttevredenheidsmanagement

Een keurmerkhouder die gebruik maakt van een systeem voor klanttevredenheidsmanagement, kan de resultaten daarvan gebruiken bij de norm over de reactietermijnen en telefonisch contact. Het klanttevredenheidsmanagementsysteem moet uiteraard wel aan de eisen van het handboek voldoen. Het principe is dat als de keurmerkhouder continu stuurt op klanttevredenheid en als de ontwikkeling van de klanttevredenheid goed is, dit de resultaten voor reactietermijnen en telefonische bereikbaarheid ondersteunt.

Vier keurmerkhouders hebben van deze mogelijkheid gebruikgemaakt. Deze keurmerkhouders hebben niet in alle gevallen de norm van negentig procent gehaald, maar zij kunnen aantonen dat dit geen nadelig effect heeft gehad op de klanttevredenheid.

4.2.3 Ipsos mysterymailing

Ipsos voert namens Stv mysterymailing-onderzoeken uit bij alle keurmerkhouders. Ipsos stuurt e-mails met algemene of specifieke vragen aan de keurmerkhouder, of stelt de vragen op het webformulier.

In totaal heeft Ipsos 866 e-mails verstuurd naar de keurmerkhouders. Daarvan zijn er 807 inhoudelijk beantwoord (zie figuur 2). Ipsos heeft van maar liefst 59 e-mails helemaal geen antwoord geregistreerd. Bij de beantwoorde e-mails reageerden de keurmerkhouders in 99 procent van de gevallen binnen de beloofde termijn. De gemiddelde reactietermijn is 2 dagen (de e-mails die binnen een dag zijn beantwoord, tellen we mee als beantwoord binnen een dag). Hoewel veel keurmerkhouders voor e-mail dezelfde reactietermijn publiceren als voor post, zien we dat zij e-mails wel degelijk vlotter proberen te beantwoorden dan moet volgens de gepubliceerde reactietermijn. 24 keurmerkhouders hebben tenminste 1 e-mail binnen het uur beantwoord. Conservatrix is de enige keurmerkhouder die alle e-mails van Ipsos binnen een uur heeft beantwoord.

Uit de gegevens van Ipsos blijkt dat keurmerkhouders zich nog kunnen verbeteren op het versturen van uitstelberichten en het nakomen van de daarin genoemde datum.

Mysterymailing-onderzoek	Totaal
Aantal e-mails	866
Aantal e-mails inhoudelijk beantwoord	807
Aantal e-mails binnen de beloofde reactietermijn beantwoord	798

Figuur 2: resultaten mysterymailing-onderzoek

4.2.2 Norm over reactietermijnen samengevat

De keurmerkhouders die niet het maximale aantal punten op werking halen voor de norm Reactietermijnen, hebben een of meer aanbevelingen gekregen die erop gericht zijn om in de toekomst een score van 2 punten te behalen. Gemiddeld scoren de keurmerkhouders 1,6 punten op de werking van deze norm. In figuur 3 treft u het overzicht aan van het aantal keren dat een keurmerkhouder een score van 2, 1,5, 1 of 0 punten haalde.

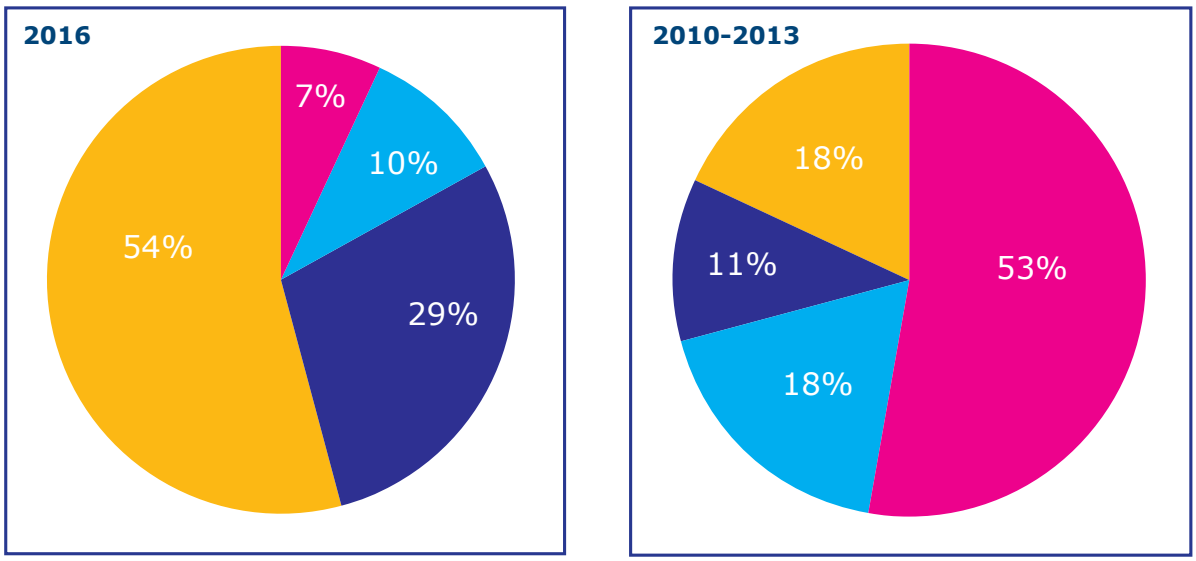
4.2.3 Ontwikkeling resultaten

Er zijn 38 keurmerkhouders (van de huidige 41) die we eerder hebben getoetst tussen 2011 en 2013. Dit was in een reguliere beoordeling. Toen scoorden 20 keurmerkhouders geen punten op werking bij de norm over reactietermijnen. Het gevolg was dat zij in deze periode een herbeoordeling hebben gekregen op deze norm. Slechts 6 keurmerkhouders kregen toen het maximaal te behalen aantal van 2 punten. Gemiddeld scoorden alle keurmerkhouders toen 0,7 punten op de werking van deze norm.

De voornaamste redenen voor puntenaftrek en herbeoordelingen was bij de reguliere beoordelingen dat keurmerkhouders de norm van tachtig of negentig procent binnen de reactietermijn niet haalden. Ook konden zij geen juiste of betrouwbare rapportages overleggen, of hadden zij de te versturen overschrijdingsberichten niet verstuurd, gerapporteerd en/of gemonitord. Ook uit de deelwaarnemingen bleek dit vaak.

Het resultaat op deze norm is in de afgelopen periode dus duidelijk verbeterd. Dat geldt niet alleen voor de uitkomst; we zien ook bij diverse keurmerkhouders dat de gepubliceerde reactietermijn korter is geworden.

Ontwikkeling scores Reactietermijnen



◆ Aantal keer 2 punten ◆ Aantal keer 1,5 punt ◆ Aantal keer 1 punt ◆ Aantal keer 0 punten

Figuur 3: score op de norm Reactietermijnen in 2016 (links) en tussen 2010 en 2013 (rechts)

4.3 Resultaten voor de norm Claimbehandeling

Bijna zestig procent van de keurmerkhouders haalt de maximale score bij de keurmerknorm voor claimbehandeling. Zeventien keurmerkhouders halen niet het maximale aantal punten: tien keurmerkhouders scoren anderhalf punt en vijf keurmerkhouders scoren een punt. In dit thema-onderzoek hebben we twee keer een herbeoordeling toegekend voor deze norm. De redenen voor deze herbeoordelingen zijn dat de keurmerkhouder:

- onvoldoende scoort in de afwijsbrieven en dat hij niet duidelijk en proactief is in de informatievoorziening over de schade- en contra-expert;
- de klant niet de mogelijkheid geeft voor een second opinion bij arbeidsongeschiktheidsverzekeringen.

In de volgende paragraaf leest u hoe de keurmerkhouders op de verschillende deelaspecten van de norm scoren.

4.3.1 Resultaten per deelaspect van de norm voor claimbehandeling

Deelaspect: op de website staat een heldere uitleg over hoe de claimbehandeling verloopt bij de keurmerkhouder

De websites van de meeste keurmerkhouders zijn helder en duidelijk. Er zijn geen keurmerkhouders die hier onvoldoende op scoren. Keurmerkhouders kunnen zich nog wel verbeteren door de hele procedure van een claim vanaf het indienen tot en met de mogelijke uitbetaling volledig te beschrijven, inclusief uitgebreidere informatie over de contra-expert.

Deelaspect: de uitleg op de website over de claimbehandeling is goed vindbaar

Bij nagenoeg alle keurmerkhouders is de informatie over de claimbehandeling op de website goed vindbaar. Bij slechts een keurmerkhouder is de informatie over het indienen van een claim niet goed vindbaar.

Deelaspect: de brieven over een (gedeeltelijke) afwijzing van een claim zijn duidelijk voor de klant

Dit aspect is vooral van toepassing op schade- en zorgverzekeraars. Bij levensverzekeraars is dit aspect minder aan de orde, omdat een uitkering na overlijden zelden wordt geweigerd. Van de keurmerkhouders waarvoor dit onderdeel van de norm geldt, scoort ongeveer de helft onvoldoende op de brieven. Afwijsbrieven bevatten vaak geen mogelijke vervolgacties (wat kun je doen als je het oneens bent met de afwijzing?), zijn niet geheel duidelijk en bevatten vaak (te) weinig empathie.

Deelaspect: de klant die een claim heeft ingediend, krijgt duidelijke uitleg over de rol van de schade-expert

Er is maar een keurmerkhouder die hier geen voldoende voor krijgt. Alle andere keurmerkhouders geven de klant duidelijke uitleg over de schade-expert.

Deelaspect: de keurmerkhouder wijst een klant die een claim heeft ingediend proactief op de mogelijkheid van contra-expertise

Dit aspect is niet van toepassing op levensverzekeraars en zorgverzekeraars. Op verzekeraars die arbeidsongeschiktheidsverzekeringen verkopen, is de second opinion van toepassing, in plaats van contra-expertise. We hebben bij deze keurmerkhouders dan ook gekeken naar de informatie over een second opinion. Dit deelaspect geldt voor in totaal 28 keurmerkhouders.

Bij het beoordelen van dit onderdeel hebben we verschillende aspecten onderzocht die gaan over het proactief informeren van de klant.

We hebben onderzocht of de keurmerkhouder (het recht op) de contra-expert benoemt in zijn communicatie met de klant. We hebben daarbij gekeken naar de website, de schriftelijke communicatie bij een schade, de brochures van de schade-experts en de telefonische informatieverstrekking. Daarbij hebben we er ook op gelet bij welk minimumbedrag de keurmerkhouder de klant informeert over de mogelijkheid tot contra-expertise (als hij hiervoor een minimumbedrag hanteert).

Van de 28 keurmerkhouders waarop dit onderdeel van de norm van toepassing is, scoort ruim de helft een voldoende. Enkele keurmerkhouders wijzen alleen proactief op de mogelijkheid van een contra-expert als het schadebedrag hoger is dan € 25.000 of € 30.000, of als het duidelijk is dat de klant het niet eens is met de schadevaststelling. Eén keurmerkhouder stelt dat hij de kosten enkel vergoedt als uit de contra-expertise blijkt dat de schadevaststelling door de schade-expert niet juist was. We hebben bij zes keurmerkhouders aangegeven dat de informatie op de website over de mogelijkheid van contra-expertise onvoldoende is.

Diverse keurmerkhouders passen hun beleid en werkwijze momenteel aan. Enkele keurmerkhouders hebben aangegeven dat zij de polisvoorwaarden onlangs hebben aangepast en zeven keurmerkhouders waren tijdens het onderzoek nog bezig om aanpassingen door te voeren. Bij dertien keurmerkhouders concluderen we dat zij de klant onvoldoende of onvoldoende proactief wijzen op de mogelijkheid van contra-expertise.

Deelaspect: de keurmerkhouder informeert de klant vooraf over wie de kosten van contra-expertise moet betalen en de hoogte van het bedrag als de kosten voor rekening zijn van de klant

Ook dit onderdeel van de norm geldt voor 28 keurmerkhouders. Diverse keurmerkhouders geven aan dat de kosten voor de contra-expertise volledig voor rekening komen voor de keurmerkhouder. Andere keurmerkhouders melden dat zij de kosten vergoeden tot het bedrag dat zij vergoeden aan de eigen expert en dat als het restbedrag redelijk is, zij dat ook vergoeden. Zo weet de klant waar hij aan toe is als het gaat om de vraag wie de kosten voor de contra-expert betaalt.

In enkele gevallen vinden we de informatie over wie de kosten betaalt onvoldoende, of geeft de keurmerkhouder onvoldoende informatie over de kosten als deze deels voor rekening komen van de klant. Wij hebben deze keurmerkhouders aanbevolen om de informatie te verduidelijken. Bijna tachtig procent van de keurmerkhouders waarbij dit onderdeel van toepassing is, scoort hier een voldoende.

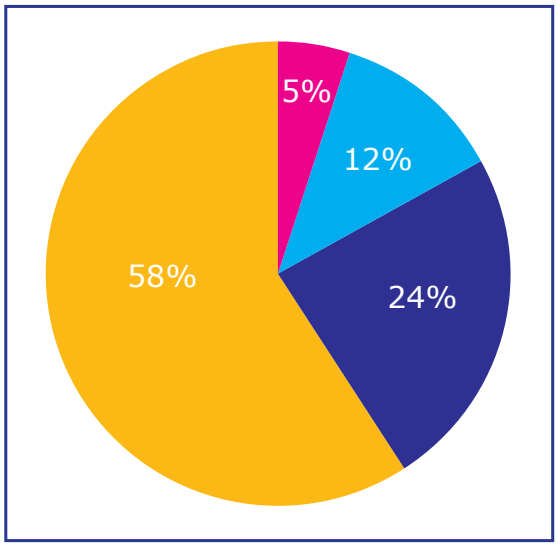
Deelaspect: De keurmerkhouder is in noodsituaties voor een schademelding '24/7' telefonisch bereikbaar is voor de klant

Alle keurmerkhouders zijn in noodsituaties bereikbaar voor de klant. Keurmerkhouders kunnen echter nog winst behalen door *service level agreements* overeen te komen met de alarmcentrales.

4.3.2 Norm over claimbehandeling samengevat

De keurmerkhouders die niet het maximale aantal punten op werking halen voor de norm over claimbehandeling, hebben een of meer aanbevelingen gekregen die erop gericht zijn om in de toekomst een score van 2 punten te behalen. Gemiddeld scoren de keurmerkhouders 1,7 punten op de werking van deze norm. In figuur 4 ziet u het aantal keren dat een keurmerkhouder een score van 2, 1,5, 1 of 0 punten haalde.

Claimbehandeling



◆ Aantal keer 2 punten ◆ Aantal keer 1 punt
◆ Aantal keer 1,5 punt ◆ Aantal keer 0 punten

Figuur 4: resultaten norm Claimbehandeling

4.4. Resultaten voor de norm Telefonisch contact

Er zijn 28 keurmerkhouders die het maximale aantal punten scoren voor de werking van de norm voor telefonie. Van de overige 13 keurmerkhouders zijn er 9 die 1,5 punt behalen en slechts 3 keurmerkhouders scoren 1 punt. We hebben een keurmerkhouder een herbeoordeling toegekend voor deze norm. De reden is dat deze keurmerkhouder gedurende een langere periode zijn servicelevel niet heeft behaald.

In de volgende paragraaf leest u hoe de keurmerkhouders op de verschillende deelaspecten van de norm scoren.

4.4.1. Resultaten per deelaspect van de norm voor telefonisch contact

Deelaspect: de keurmerkhouder heeft de interne telefoonprocedures beschreven en gebruikt deze

De keurmerkhouders hebben de basis goed op orde: zij hebben hun interne telefoonprocedures beschreven. Slechts een keurmerkhouder heeft de telefoonprocedures niet voldoende beschreven. De betrokken medewerkers zijn wel op de hoogte van de afspraken en de keurmerkhouder zal de procedure aanpassen.

Deelaspect: op de website staan op een goed vindbare plaats alle relevante gegevens over de telefonische bereikbaarheid

Geen van de keurmerkhouders scoort onvoldoende op de keurmerkeis om informatie over de telefonische bereikbaarheid op de website te plaatsen. Bij veertien keurmerkhouders hebben we wel opmerkingen gemaakt. Deze gingen voornamelijk over het feit dat zij de belkosten niet vermelden op de website, of de terugbeloptie voor de klant.

Deelaspect: de keurmerkhouder biedt de klant een terugbelmogelijkheid aan. De klant krijgt tijdens het wachten informatie over de wachttijd en de terugbelmogelijkheid

Van de verschillende deelaspecten van de norm over telefonisch contact, blijkt dit deelaspect het lastigst te realiseren voor alle keurmerkhouders.

Zeventien keurmerkhouders lichten de klant nog niet in over de wachttijd en veertien keurmerkhouders geven de klant geen mogelijkheid om aan te geven wanneer hij teruggebeld wil worden. Van alle getoetste keurmerkhouders zijn er zes die gezien hun maximale wachttijd geen verplichte terugbelmogelijkheid hoeven in te richten. (Als een keurmerkhouder kan aantonen dat hij altijd (ruim) onder de maximale wachttijd van vijf minuten blijft, dan hoeft hij geen terugbelmogelijkheid in te richten.) Er zijn er maar vier die deze mogelijkheid daadwerkelijk niet bieden.

Deelaspect: de keurmerkhouder voldoet aan de keurmerkeis van de maximale wachttijd en aan een van de twee verplichte servicelevels. De keurmerkhouder heeft een schriftelijke rapportage met de gerealiseerde wachttijden

Bijna alle keurmerkhouders hebben correcte maandelijkse rapportages over de behaalde resultaten voor de telefonische bereikbaarheid. Ongeveer de helft van deze rapportages bevatte echter geen informatie over de gemaakte en nagekomen terugbelafspraken. Maar de meeste keurmerkhouders kunnen die informatie wel uit het systeem halen, of noteren deze afspraken op een andere manier.

De meeste keurmerkhouders kiezen voor het servicelevel waarbij zij altijd binnen gemiddeld zestig seconden de telefoon opnemen. Ongeveer twee derde behaalt dit servicelevel ook volgens de eigen rapportages in de eerste drie maanden van 2016. Vijftien keurmerkhouders kiezen voor het servicelevel waarbij zij tachtig procent van de telefoontjes binnen dertig seconden opnemen. Twee derde van deze keurmerkhouders behaalt dit servicelevel ook volgens de eigen rapportages in de eerste drie maanden van 2016. Maar liefst dertien keurmerkhouders behalen in een of meerdere maanden niet hun eigen servicelevel.

Deelaspect: de keurmerkhouder staat de klant vriendelijk en empathisch te woord

Alle keurmerkhouders hebben opleidingen en/of trainingen voor de medewerkers die aan de telefoon zitten. Slechts vier keurmerkhouders coachen hun medewerkers (nog) niet op empathie en klantvriendelijkheid aan de telefoon.

4.4.2 Klanttevredenheidsmanagement

Een keurmerkhouder die een systeem voor klanttevredenheidsmanagement heeft, kan de resultaten daarvan gebruiken om te voldoen aan de norm voor telefonisch contact.

Het systeem voor klanttevredenheidsmanagement moet uiteraard wel aan de eisen van het handboek voldoen. Het principe is dat als de keurmerkhouder continu stuurt op klanttevredenheid en als de ontwikkeling van de klanttevredenheid goed is, dit de resultaten voor reactietermijnen en telefonische bereikbaarheid ondersteunt.

Zes keurmerkhouders hebben van deze mogelijkheid gebruikgemaakt. Zij hebben niet in alle gevallen het servicelevel gehaald, maar kunnen aantonen dat dit geen nadelig effect heeft gehad op de klanttevredenheid.

4.4.3 Ipsos mysterycalling

In de periode van januari 2015 tot en met maart 2016 heeft Ipsos 2099 mysterycalls uitgevoerd bij alle keurmerkhouders. In figuur 5 ziet u de resultaten. Bij mysterycalling toetsen we twee verschillende eisen:

- Beantwoordt de keurmerkhouder de telefoon binnen vijf minuten, inclusief het keuzemenu?
- Beantwoordt de keurmerkhouder de oproep van de klant binnen gemiddeld zestig seconden, na het keuzemenu?

Van de in totaal 2099 mystery-calls heeft Ipsos 77 keer een overschrijding van de vijfminutengrens genoteerd. Het is daarbij mogelijk dat de keurmerkhouder een terugbelmogelijkheid heeft aangeboden waarvan Ipsos geen gebruik heeft gemaakt. Er zijn 20 keurmerkhouders die in het Ipsos-onderzoek geen overschrijdingen hebben van de vijfminutengrens.

Gemeten over alle keurmerkhouders was de gemiddelde wachttijd na de het keuzemenu 44 seconden. Hiermee voldoen de keurmerkhouders over de markt heen aan de eis om gemiddeld binnen 60 seconden de telefoon aannemen. Keurmerkhouder BNP Paribas Cardif heeft in dit Ipsos-onderzoek gemiddeld de kortste wachttijd na het keuzemenu met 9,4 seconden en ZLM heeft gemiddeld de kortste wachttijd inclusief keuzemenu met 33,6 seconden.

Gemiddeld beantwoordt maar 66 procent van de keurmerkhouders de telefoontjes binnen 30 seconden. Keurmerkhouder BNP Paribas Cardif beantwoordt 97,9 procent van de mysterycalls binnen 30 seconden.

Behalve dat Ipsos de servicelevels heeft getoetst, heeft Ipsos de telefoongesprekken inhoudelijk beoordeeld. In 38 gevallen (2 procent) vond Ipsos dat de klant niet vriendelijk en/of empathisch werd benaderd wanneer dit wel het geval had moeten zijn.

Mysterycalling-onderzoek	Totaal
Aantal telefoontjes	2.099
Wachttijd	
Kortste (in seconden)	1
Langste (in seconden)	723
Gemiddeld (in seconden)	78
Aantal overschrijdingen vijfminutengrens	77
Wachttijd na keuzemenu/receptie	
Gemiddelde wachttijd (in seconden)	44
Beantwoord binnen 30 seconden:	66%
Bejegening klant: aantal keren niet vriendelijk en empathisch	38 (2%)

Figuur 5: resultaten mysterycalling-onderzoek

4.4.4 Norm over telefonisch contact samengevat

De keurmerkhouders die niet het maximale aantal punten op werking halen voor de norm over telefonie, hebben een of meer aanbevelingen gekregen die erop gericht zijn om in de toekomst een score van 2 punten te behalen. Gemiddeld scoren de keurmerkhouders 1,8 punten op de werking van deze norm. In figuur 6 vindt u het aantal keren dat een score van 2, 1,5, 1 of 0 punten werd gehaald.

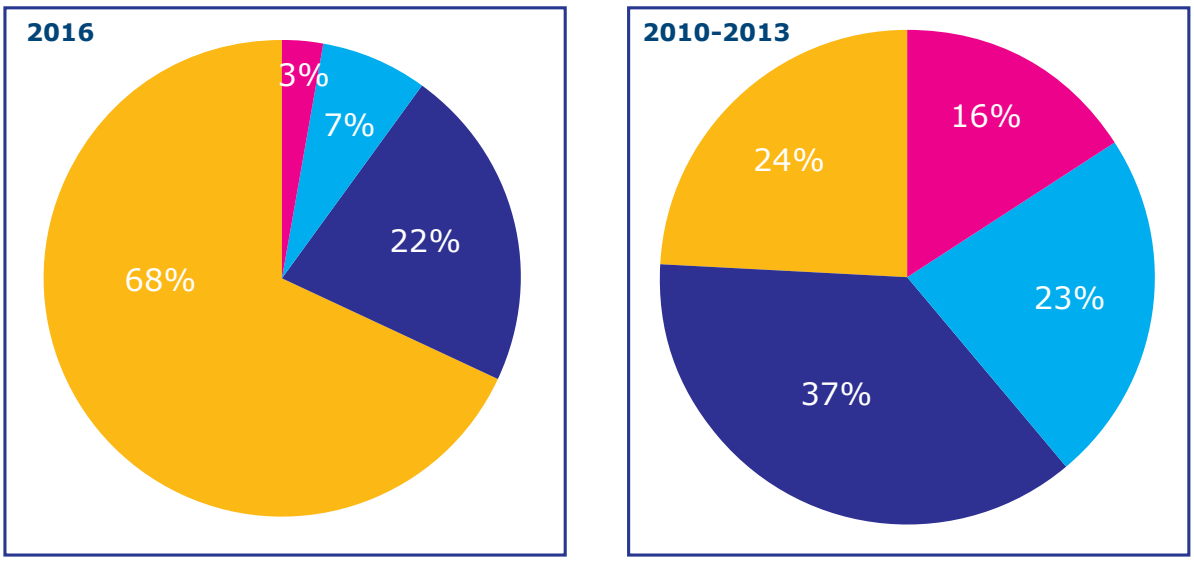
4.4.5 Ontwikkeling resultaten

Er zijn 38 keurmerkhouders (van de huidige 41 keurmerkhouders) die we eerder hebben getoetst tussen 2010 en 2013. In die periode scoorden 6 keurmerkhouders geen punten op werking voor de norm over telefonisch contact. Zij hebben een herbeoordeling gekregen op deze norm. Keurmerkhouders scoorden gemiddeld 1,2 punten op de werking van deze norm. Slechts 9 keurmerkhouders kregen in de periode 2010 tot 2013 het maximaal te behalen aantal van 2 punten.

In de periode 2010 tot 2013 hebben we bij deze norm vanwege meerdere redenen punten afgetrokken en herbeoordelingen toegekend. Vaak hadden keurmerkhouders geen terugbel-optie, of geen mogelijkheid voor de klant om een gewenst terugbeltijdstip aan te geven. Daarnaast kwamen keurmerkhouders vaak hun klantbelofte niet na en scoorden zij niet goed in de mysterycalling-onderzoeken.

Het resultaat op deze norm is in de afgelopen periode dus duidelijk verbeterd. Dit ziet u in figuur 6.

Ontwikkeling scores Telefonie



◆ Aantal keer 2 punten ◆ Aantal keer 1,5 punt ◆ Aantal keer 1 punt ◆ Aantal keer 0 punten

Figuur 6: score op de norm Telefonie in 2016 (links) en tussen 2010 en 2013 (rechts)

4.5. Algemeen beeld over Prestatiegebied C

Behalve de keurmerknormen hebben wij de volgende vraag onderzocht: hoe gaat de keurmerkhouder om met incidenten die het klantcontact kunnen verstoren? In ons onderzoek hebben wij vooral gekeken naar de calamiteiten- en continuïteitsplannen van de keurmerkhouders. Voor veel schadeverzekeraars was de onweersnacht van 28 juni 2016 een goed voorbeeld van een incident. Daaruit bleek hoe keurmerkhouders omgaan met incidenten en of zij de calamiteitsplannen in de praktijk gebruiken.

Continuïteitsplan

Over het algemeen hebben alle keurmerkhouders (een vorm van) een continuïteitsplan. De diepgang en mate van detail van de plannen verschilt sterk per keurmerkhouder. Waar de ene keurmerkhouder in zijn plan beschrijft dat er een mogelijkheid is dat de bereikbaarheid van de keurmerkhouder onder druk komt te staan, heeft de ander een volledig ingerichte uitwijklocatie ingericht.

In de praktijk heeft de met het onweer gepaard gaande hagelschade bij veel keurmerkhouders geleid tot verkorte werkinstructies, een alternatieve route om schade te bepalen en de inzet van alle mogelijke menskracht van de keurmerkhouder om de klant te woord te staan.

Evaluatie

Wat ons opvalt, is dat maar de helft van de keurmerkhouders de continuïteitsplannen na de laatste calamiteit heeft geëvalueerd. Ook zagen wij dat keurmerkhouders verouderde gegevens in de plannen hebben staan. Denk aan oud-werknemers, of locaties die niet meer bestaan.

5. De praktijk

De keurmerkhouders hebben in de afgelopen jaren vooruitgang geboekt binnen het thema klantcontact en de bijbehorende normen. De reactietermijnen en telefonische wachttijd zijn bijvoorbeeld korter geworden en de klant heeft nu meer verschillende manieren om een claim in te dienen. In dit hoofdstuk gaan wij in op de praktijk: we vertellen u welke goede voorbeelden van klantcontact wij hebben gezien tijdens ons onderzoek. Daarnaast geven wij aanbevelingen.

5.1 Praktijkvoorbeelden per norm

In deze paragraaf vindt u een aantal praktijkvoorbeelden van hoe keurmerkhouders de klant centraal stellen. We zijn deze voorbeelden tegengekomen in ons onderzoek. Wij vinden dit goede praktijkvoorbeelden die voor alle keurmerkhouders interessant kunnen zijn.

Reactietermijnen

- Keurmerkhouder A krijgt dagelijks bulken post binnen. Omdat de keurmerkhouder niet elke klantvraag even snel kan beantwoorden, ontwikkelde hij een praktische oplossing om inkomende post snel te sorteren. Keurmerkhouder A heeft nu verschillende postbakken met elk hun eigen voortgang en prioriteit. In de bak 'junior medewerker' komen bijvoorbeeld alle brieven terecht die een junior medewerker kan afhandelen. Zo kunnen de senior medewerkers zich richten op wat ingewikkeldere post. En in de bak 'reactie van een klant' komen alleen klantreacties terecht. Die brieven kunnen de medewerkers van de postkamer vervolgens weer eenvoudig verdelen onder de betreffende dossierhouders.

- Bij keurmerkhouder B waren ze net als bij keurmerkhouder A de grote, groeiende stapel post op een dag zat. Ook bij B ontwikkelden zij een nieuw systeem. Zij stelden een screening in: dagelijks bekijkt een medewerker alle post en bepaalt hij of een e-mail gemakkelijk af te handelen is, of juist niet. Nu handelt B alle eenvoudige e-mails sneller af dan voorheen.

- Keurmerkhouder C werkt elke dag de hele werkvoorraad bij. Ook al betekent dit dat de medewerkers van C moeten overwerken en ook al heeft C nog genoeg tijd om te reageren.

- Keurmerkhouder D vindt het belangrijk om de verantwoordelijkheid voor de reactietermijnen goed te beleggen in de organisatie. D vindt dat de verantwoordelijkheid voor de reactietermijn mee moet verhuizen als een verzoek van de ene naar de andere afdeling wordt verplaatst. Nu kunnen medewerkers die een verzoek naar een andere afdeling verplaatsen, in het systeem een knop aanzetten om de verantwoordelijkheid voor de reactietermijn over te dragen naar de andere afdeling.

- Keurmerkhouder E wil dat de medewerkers klantvragen snel kunnen beantwoorden, ook in het weekend. Zij implementeerden een 'flex-schil' voor de weekenden. Het idee is dat er naast de vaste medewerkers, ook medewerkers zijn die in de weekenden zorgen voor een reactie op e-mails. Deze medewerkers hebben een beperkte opleiding gehad en kunnen ongeveer tachtig procent van de klantvragen beantwoorden. Komen zij er niet uit? Dan kunnen zij de coördinator om hulp vragen. Zo beantwoordt E klantvragen altijd snel.

Claimbehandeling

- Keurmerkhouder F vond het belangrijk dat ook consumenten die geen klant bij hem zijn, informatie kunnen vinden over wat zij moeten doen als een klant van F schade bij hen heeft veroorzaakt. Daarom paste F de website aan. Nu staat er op de website van F informatie over wat niet-klanten kunnen doen bij schade.

- Keurmerkhouders G en H hebben een efficiënte manier gevonden voor het vaststellen van autoschade en gebruikten deze na de grote hagelschade in juni 2016. Het is een zogenaamde schadescanstraat. Dit is een fysiek apparaat met een aantal camera's die de auto van alle kanten scant, om zo snel de schade vast te stellen.

- Diezelfde keurmerkhouders vonden bovendien dat zij hun klanten na een hagelbui sneller en proactief moesten kunnen benaderen. Zij gebruikten ICT-kennis om hun klantenbestand te analyseren op adres. Nu kunnen G en H hun verzekerden voortaan proactief benaderen in de regio waar veel schade is ontstaan bij een calamiteit.

Telefonie

- Keurmerkhouder I communiceert op de website dat het de telefoon binnen vijf minuten beantwoordt. Maar in werkelijkheid neemt I de telefoon veel sneller op. I hanteert intern namelijk een veel strakker servicelevel. Hierdoor creëert I ruimte voor zichzelf, en maakt I praktisch altijd de wachttijd waar die op de website staat.

- Keurmerkhouder J was op zoek naar meer informatie over hoe de klant zijn service ervaart tijdens het hele proces. Daarom benaderde J een bedrijf dat echte klanten vraagt of ze mysteryklant willen worden. Nu zet het bedrijf deze mysteryklanten in en kan J het hele traject van de klant volgen. Dat geeft J waardevolle informatie.

5.2 Aanbevelingen en tips rondom claimbehandeling

5.2.1 Schade-expert en contra-expertise

Omdat de schade-expert en contra-expertise tegenwoordig veelbesproken onderwerpen zijn, hebben wij in dit thema-onderzoek meer aandacht besteed aan dit onderwerp en een verdiepingsslag gemaakt. In deze paragraaf vindt u onze aanbevelingen voor keurmerkhouders op dit onderwerp.

Schade-expert en contra-expertise in het keurmerkhandboek

In het handboek Keurmerk Klantgericht Verzekeren besteden wij bij de norm Claimbehandeling aandacht aan de schade-expert en de mogelijkheid tot contra-expertise. Keurmerkhouders moeten de klant:

- duidelijke uitleg geven over de rol van de schade-expert als hij een claim heeft ingediend;
- proactief wijzen op de mogelijkheid van contra-expertise als hij een claim heeft ingediend;
- vooraf informeren over wie de kosten van contra-expertise moet betalen en wat de hoogte van het bedrag is als de kosten voor rekening zijn van de klant.

Aanbevelingen voor keurmerkhouders

Op basis van wat wij hebben gezien in ons onderzoek, hebben we de volgende aanbevelingen voor keurmerkhouders:

- Geef de klant transparante en duidelijke informatie over de schade-expert. Onder transparante informatie verstaan wij dat de keurmerkhouder in ieder geval aangeeft of de expert onafhankelijk is.

- Wees duidelijk over de mogelijkheid van contra-expertise. Meld deze mogelijkheid altijd als er een schade-expert wordt ingeschakeld en doe dit niet pas bij een bepaald schadebedrag. Meld deze mogelijkheid bovendien direct zodra de schade-expert wordt ingeschakeld en stel dit niet uit tot de schade-expert bij de klant op bezoek komt.

- Wees transparant over de vraag of je de kosten volledig vergoedt of niet. Hanteer hierbij geen maximumbedrag en vergoed de kosten ook wanneer de contra-expert de klant geen gelijk geeft. Als de kosten van de contra-expertise op redelijkheid worden getoetst, wees dan transparant over wat onder redelijke kosten wordt verstaan.

- Vergoed ook de kosten van de contra-expert als de klant bij onenigheid over de schade-oorzaak een contra-expert heeft ingeschakeld en die expertise leidt tot een uitbetaling van de schade.

- Geef op de website aan dat de klant met de verzekeraar contact opneemt voordat hij een contra-expert inschakelt, zodat de verzekeraar kan toelichten wat de procedure is en welke kosten worden vergoed.

5.2.2. De afwijsbrief

In het onderzoek naar de norm over claimbehandeling hebben wij de afwijsbrieven van alle keurmerkhouders beoordeeld op inhoud, opbouw, formulering, correctheid en presentatie.

Belangrijk in de afwijsbrieven is dat de keurmerkhouder duidelijk is over de reden van afwijzing: geeft hij een duidelijke uitleg en verwijst hij bijvoorbeeld niet alleen naar een artikel in de polisvoorwaarden? Verder is het belangrijk dat de brief mogelijke vervolgacties bevat: nodigt de keurmerkhouder de klant uit om contact op te nemen bij vragen? Maar ook: geeft de keurmerkhouder de klant informatie over wat hij kan doen als hij bezwaar wil indienen tegen de afwijzing? En uiteraard moet de brief empathisch en duidelijk zijn.

Op de volgende pagina hebben we een voorbeeldbrief toegevoegd om een beeld te schetsen van een goede afwijsbrief.

Beste mevrouw Voorbeeld,

Wij ontvingen uw melding van diefstal uit uw woning. Wij vinden het erg vervelend dat u dit is overkomen.[1] Het spijt ons, maar wij zullen deze schade niet vergoeden.[2] In deze brief vertellen we u waarom.

Waarom vergoeden we de schade niet?[3]
Uw woning staat leeg en wordt verbouwd. Wij vergoeden alleen diefstal bij woningen die korter dan twee maanden leegstaan. Uit uw melding blijkt dat uw woning langer dan twee maanden leegstaat. Daarom vergoeden we de schade niet. U kunt dit terugvinden in artikel 6.5 van de polisvoorwaarden van de woonhuisverzekering.[4]

Vragen of bezwaar maken?[5]
Hebt u een vraag over deze afwijzing? Neem dan gerust contact met ons op. Dat kan op 012 – 234 56 79 of via verzekeraar@verzekeraar.nl. U kunt ons elke werkdag bereiken tussen 08.00 uur en 17.30 uur. Bent u het oneens met deze beslissing en wilt u bezwaar aantekenen? Neem dan ook contact met ons op, of dien een klacht bij ons in.

Met vriendelijke groet,

Naam Achternaam

Wat maakt deze brief tot een goede afwijsbrief?
De brief bevat:
1. empathie voor de klant;
2. het slechte nieuws aan het begin;
3. informatieve tussenkopjes;
4. heldere uitleg over de reden van afwijzing;
5. een bezwaarmogelijkheid.

5.3 Social Media, chat en What'sApp

Verzekeraars en gevolmachtigden maken steeds meer gebruik van sociale media, zoals Facebook en Twitter. Ook een chatfunctie op de website of What'sApp om met klanten te communiceren, wordt bij verzekeraars steeds populairder. In het keurmerkhandboek hebben we opgenomen dat de keurmerkhouder voor alle sociale media reactietermijnen moet publiceren en de beloofde reactietermijnen moet nakomen. Aangezien sociale media, chat en What'sApp relatief nieuwe media zijn, moeten veel keurmerkhouders hun beleid hierop nog aanpassen.

De praktijk
Van de 41 keurmerkhouders bieden er 17 een chatfunctie aan op de website. In de praktijk hebben we gezien dat de meeste keurmerkhouders binnen 2 uur op berichten reageren. Sommige keurmerkhouders kiezen ervoor om de chatfunctie aan te bieden wanneer een klant de website bezoekt. Het systeem koppelt de klant dan automatisch aan een medewerker die verantwoordelijk is voor deze informatie. Een andere keurmerkhouder geeft op de website aan dat de klant beter de chatfunctie kan gebruiken dan het webformulier. Eén keurmerkhouder heeft ervoor gekozen om de meeste communicatie via What'sApp te laten verlopen. Zo kan de klant bijvoorbeeld schade melden via de app.

6. Conclusies en vervolg

Uit hoofdstuk 4 blijkt dat de keurmerkhouders over het algemeen goed scoren in dit thema-onderzoek. We hebben in dit thema-onderzoek weliswaar zes keer een herbeoordeling toegekend, maar als we dit vergelijken met de resultaten uit het verleden, dan zien we een vooruitgang.

Behalve dat we de keurmerkhouders op de keurmerknormen hebben beoordeeld, hebben wij een benchmark bepaald. Deze is gebaseerd op een aantal onderdelen uit ons beoordelingsformulier over reactietermijnen, claimbehandeling en telefonisch contact. De scores worden uitgedrukt in procenten en de benchmark beslaat een score van 0 tot 100 De gemiddelde score van de keurmerkhouders is 79 procent. Wij vinden dit een goede score, zeker als je bedenkt dat veel keurmerkhouders moeite hebben met de getoetste normen in dit onderzoek.

Algemene aanbevelingen

We hebben enkele generieke aanbevelingen die op veel keurmerkhouders van toepassing zijn:

- Zorg ervoor dat je de overschrijdingsberichten tijdig verstuurt en monitor de nieuwe termijn.
- Stuur op haalbare reactietermijnen.
- Publiceer de reactietermijnen voor social media op de website en meet of je ze nakomt.
- Informeer de klant proactief over het recht van contra-expertise of een second opinion.
- Geef in de afwijsbrieven aan wat de klant moet doen als hij het niet eens is met de afwijzing.
- Neem het onderwerp empathie expliciet op in het coachingsformulier van de medewerkers.
- Monitor dat de klant wordt teruggebeld. Bied de klant de gelegenheid om tijdstip aan te geven waarop hij teruggebeld wil worden.

Vervolg

Wij hebben figuur 1 met de benchmark aan alle individuele keurmerkhouders beschikbaar gesteld, waarbij we de door hen zelf behaalde score hebben gemarkeerd in de figuur. Zij kunnen hiermee bepalen hoe ze scoren ten opzichte van de andere keurmerkhouders.

Verder hebben wij in de individuele rapportages aangegeven op welke onderdelen van de keurmerknormen de keurmerkhouders zich verder kunnen verbeteren. Daarmee geven we invulling aan ons doel om de keurmerkhouders met dit thema-onderzoek inzicht te geven in hun prestaties en handvatten te bieden om zich verder te verbeteren. Keurmerkhouders moeten ons binnen drie maanden nadat ze hun rapportage hebben ontvangen, laten weten hoe zij de aanbevelingen opvolgen.

Bijlage: overzicht onderzochte keurmerkhouders

- ABN AMRO Verzekeringen
- Aegon
- Allianz Global Assistance
- Allianz Levensverzekering
- ARAG
- a.s.r.
- Avéro Achmea
- Befine
- BNP Paribas Cardif
- Centraal Beheer Achmea
- Conservatrix
- coöperatie DELA
- CZ
- DAS
- De Amersfoortse
- De Goudse
- Delta Lloyd Verzekeringen
- Ditzo
- Europeesche Verzekeringen
- FBTO
- Generali
- InShared
- Interpolis
- IZA
- IZZ Zorgverzekeraar
- London Verzekeringen
- Loyalis
- Monuta
- Movir
- Nationale-Nederlanden
- NV Schadeverzekering Metaal en Technische Bedrijfstakken
- OHRA
- Onderlinge ‘s-Gravenhage
- OOM Verzekeringen
- OZF Achmea
- Pro Life Zorgverzekeringen
- Reaal
- TVM verzekeringen
- VvAA
- Zilveren Kruis
- ZLM Verzekeringen

Stichting toetsing verzekeraars
Koningin Julianalaan 351
2273 JJ Voorburg
070 - 750 82 15
info@toetsingverzekeraars.nl
www.keurmerkverzekeraars.nl

Themarapportage Klantcontact

december 2016

Keurmerk Klantgericht Verzekeren
Verzekerd van kwaliteit!