

# Genomineerd: FPOINT, de andere tussenpersoon

**Omdat hij er heilig van overtuigd is dat betaling via provisie leidt tot minder goede advisering bracht Flipse al in 2000 een scheiding aan tussen advies en verkoop. De combinatie van een persoonlijk digitaal polis dossier voor de klant en een serviceabonnement vormen het hart van de innovatie van Ab Flipse van FPOINT uit Lelystad.**

Ab Flipse van FPOINT is een intermediair die al lang nadenkt over de branche en de werkelijk toegevoegde waarde van het intermediair. Gebrek aan transparantie en efficiency, het in zijn ogen ontbreken van integriteit en een gebrek aan aandacht voor de klant stoorden hem. Ook de torenhoge provisies die worden verdiend met de 'verkoop' van riskante, overbodige en kostbare producten waren hem een doorn in het oog. Om die reden heeft hij in 2000 al zijn bestaande klanten een brief geschreven met het voorstel dat zij via internet de beschikking kregen over hun polis dossier en dat zij de keus kregen tussen de gebruikelijke verkoop van producten of echt advies en service op basis van een abonnement. Flipse: "Twintig euro per maand en daar staat standaard twee uur echt advies tegenover. Dat advies kan inhouden dat de klant het advies krijgt géén verzekeringen te sluiten, maar ook bijvoorbeeld belastingadvies en nalatenschappen vallen daaronder. Bij zeer gecompliceerde zaken waarschuw ik de klant vooraf dat hij waarschijnlijk nog een rekening zal krijgen omdat wij er echt lang mee bezig zijn. Daar heeft niemand een probleem mee."

Het was een gewaagde stap om klanten dit voorstel te doen, maar volgens Flipse is het vooral een kwestie van goed en duidelijk uitleggen waarom je dit doet.

## Digitaal polis dossier

In augustus 2003 zijn de medewerkers van FPOINT bij hun klanten letterlijk langsgegaan om de polismappen op te halen waarna deze zoveel mogelijk zijn ingevoerd in een nieuw digitaal dossier. Het merendeel van de klanten, 75%, maakt inmiddels gebruik van dit dossier, dat vooral qua gemak en snelheid zeer positief is ontvangen. De klant heeft de volledige beschikking over het dossier en de adviseur en binnendienst kunnen als het moet, 'meekijken' en adviseren als daar behoefte aan is. Klanten kunnen 7 dagen per week 24 uur per dag online verzekeringen inzien, sluiten en opzeggen. Een nieuwe polis wordt binnen één minuut digitaal toegezonden, mutaties worden binnen een minuut verwerkt en, vrij ongebruikelijk, de polis is op ieder willekeurig moment op te zeggen. Flipse: "De polis is per seconde opzegbaar. De dekking wordt direct opgeheven en de resterende premie wordt direct terugbetaald. Uiteraard krijgt de klant een bevestiging dat hij niet langer verzekerd is".

Door de invoering van het serviceabonnement is de verkoopdruk op de medewerkers van FPOINT geminimaliseerd, er is immers geen verband meer tussen advies en verkoop. Toch is de polisdichtheid sinds de inzet van het digitaal dossier juist verdubbeld en ook het aantal klanten is verdubbeld. Ook voor de medewerkers is het werk veel plezieriger



en ze zijn volgens Flipse optimaal gemotiveerd en betrokken bij de klant en het bedrijf. Flipse: "Het nadeel is wel dat deze medewerkers totaal ongeschikt zijn om ooit nog bij een traditioneel intermediair te kunnen werken."

## Digitaal als het kan, persoonlijk als het moet

De techniek achter het digitaal dossier is afkomstig van Intrasure uit Den Bosch, beter bekend van 'www.verzekeruzelf.nl'. Negentig procent van de schadeverzekeringen gesloten via FPOINT wordt ondergebracht bij Intrasure. Flipse: "Zeven jaar geleden zijn zij gestart met dit concept, maar alleen voor de eindconsument. Zij vonden de toepassing minder geschikt voor het intermediair. Vanaf 2003 ben ik hen gaan overtuigen van het feit dat online verzekeringen wel degelijk via het intermediair gesloten kunnen worden".

Via SmartOffice helpt Flipse andere intermediairs op weg met een digitaal polis dossier voor hun klanten. Inmiddels zijn er al zo'n tachtig intermediairs die op deze wijze zaken doen. In tegenstelling tot sommige anderen gelooft Flipse heilig in de kracht van het intermediair: "De meesten lopen een doodlopende weg in, maar er is wel degelijk een toekomst mits het intermediair zich durft aan te passen en veel meer een 'coach' wordt en zich veel minder toelegt op het verkopen van financiële producten. Juist door alle veranderingen die wetgeving en internet met zich meebrengen is er behoefte aan begeleiding. De klant 'zit aan de knoppen' waar het kan en krijgt begeleiding waar nodig. Daar gaat het om."

