

Hans Michiels

“Makelaars vinden service van meeste verzekeraars erg pover”

Net zoals vorig jaar lanceerde consultant Hans Michiels in de voorbije maand juni een onderzoek onder het gros van de Belgische verzekeringsmakelaars. Het onderzoek liet toe een inzicht te krijgen in de huidige kwaliteitsbeleving van de makelaars en tevens een vergelijking te maken met de resultaten van 2003. Michiels noemt in dit artikel man en paard: “dat is nu eenmaal nodig als je wil dat er iets verandert. De conclusie van de makelaars is alvast duidelijk: het is erg pover gesteld met de serviceverlening en de klantgerichtheid van de meeste verzekeraars.”

Het onderzoek gebeurde, zoals in 2003, per e-mail. 1.573 makelaars kregen er één in hun mailbox gedropt. Die bevatte een korte uitleg over het doel van het onderzoek, alsook twee vragen, met het eenvoudige verzoek per reply het antwoord terug te mailen naar afzender. Ook de vragen waren identiek aan vorig jaar :

- Met welke maatschappij werkt u het liefst (dus niet noodzakelijk het meest) samen omwille van haar uitstekende dienstverlening en klantgerichtheid ?
- Met welke maatschappij werkt u het minst graag omwille van haar gebrekkige dienstverlening en beroerde klantgerichtheid ?

Commentaar geven mocht en er werd de deelnemers volledige anonimiteit gegarandeerd. De binnengekomen resultaten werden vervolgens verwerkt en statistisch getoetst waar mogelijk en noodzakelijk.

RESPONS EN ALGEMENE CIJFERS

258 makelaars namen aan de enquête deel, wat neerkomt op een respons van 16,4 %. De verdeling van de antwoorden over de drie regio's, Vlaanderen, Wallonië en Brussel was respectievelijk 69,8 %, 23,6 % en 6,6 %, wat quasi overeenstemt met de makelaarspopulatie in België 68,2 %, 24,0 % en 7,8 %. (cfr. cijfers Memento 2004, een uitgave van Kluwer). De respons was dus een flink stuk hoger dan vorig jaar.

Wanneer we het aantal makelaars dat in het Memento opgenomen is als uitgangspunt nemen (2.807), dan leren we, door de combinatie van verschillende cijfergegevens, ook iets over de makelaardij in ons land. Het Memento-

bestand bevat alle leden van FVF, Febrabel en Brocom. We kunnen dus aannemen dat het een goede graadmeter is voor het aantal professionele makelaars in België. De makelaarsdichtheid is het grootst in West-Vlaanderen (1 per 2.517 inwoners) en in Antwerpen (1 per 2.928 inwoners). Het laagst is ze in Waals-Brabant (1 per 7.040 inwoners) en in Luik (1 per 4.543 inwoners). Het uitzonderlijke cijfer voor Waals-Brabant is waarschijnlijk grotendeels te verklaren door een groot aantal klanten van Brusselse makelaars, hoewel Brussel, met 1 makelaar per 4.384 inwoners ook niet bijster hoog scoort. Gemiddeld vinden we in België 1 makelaar per 3.656 inwoners. Slechts 56 % van de makelaars heeft een e-mailadres of publiceert er één en nog geen 10 % heeft een eigen website.

23 verzekeraars werden in de antwoorden genoemd en in het onderzoek opgenomen. Net zoals in 2003 wordt het aantal maal dat een maatschappij vermeld wordt als 'good' of 'poor' bepaald door de respectievelijke marktaandeelen Leven en BOAR. Het aantal vermeldingen 'good' en 'poor' is onafhankelijk van elkaar (covariantie nul). Door ze bij elkaar op te tellen en het aantal vermeldingen 'good' te delen door deze som verkrijgen we dus een onvertekende schatting van het percentage goede vermeldingen of, met andere woorden, hoeveel procent van de makelaars oordeelt dat deze of gene maatschappij kwalitatief OK is. In totaal kregen we 559 vermeldingen waarvan 292 'good' en 267 'poor' (sommige makelaars duiden meer dan twee maatschappijen aan en daarom is het totaal aantal vermeldingen groter dan het dubbel van het aantal respondenten). Jammer genoeg verkregen we door de afhankelijkheid van het marktaandeel van kleinere maatschappijen slechts weinig vermeldingen en dient de

REGIONALE VERSCHILLEN?

Wanneer we de resultaten per maatschappij opsplitsen naar regio (Vlaanderen, Wallonië en Brussel), dan stellen we vast dat de meeste verschillen statistisch niet relevant zijn. Slechts 2 maatschappijen, nl. ING en Mercator, verschillen reëel in hun score per taalgebied en zijn blijkbaar populairder in Vlaanderen dan in Wallonië. Ook de globale gemiddelde score per regio is statistisch gezien identiek.

VERGELIJKING MET 2003

In tabel 2 ten slotte worden de resultaten van 2003 vergeleken met deze uit 2004. Enkel de maatschappijen die in beide enquêtes voorkwamen worden weergegeven. Het gaat dan ook om 18 maatschappijen. Zoals uit de tabel blijkt, zijn de verschillen eerder gering. De scores werden statistisch getoetst en daar waar het verschil significant was in positieve zin kreeg de maatschappij als 'improvement' het label 'better' (slechts 1 maatschappij deed het beduidend beter, nl. AGF) en in het tegenovergestelde geval het label 'worse' (3 maatschappijen, Generali, Arag en Nationale Suisse). Daar waar het een grensgeval betrof, werden respectievelijk 'probably better' (Mercator en Fidea) en 'probably worse' (DKV) als label meegegeven. 11 maatschappijen scoorden statistisch identiek als vorig jaar.

CONCLUSIE

Het is nog altijd pover gesteld met de servicekwaliteit en de klantgerichtheid van de meeste verzekeraars, zoveel is duidelijk. Wanneer de meeste maatschappijen rechtstreeks geconfronteerd zouden worden met de klant en niet via de buffer van de makelaar, dan zouden de resultaten er misschien anders uit zien. We hopen via dit jaarlijks onderzoek ons steentje bij te dragen aan de verbetering van de klantzorg bij de verzekeraars.

Kwaliteit is een optelsom van kleine, dagelijkse dingen. Het is veeleer een kwestie van attitude dan van cijfers. Toch kan het verwezenlijken van een goede servicekwaliteit niet zonder cijfermatige opvolging, standaarden, normen en controle. Het is een hele aanpak die niet bepaald gemakkelijk is en daarom dikwijls veronachtzaamd wordt. Het is nu eenmaal eenvoudiger snel de algemene kosten te drukken dan de servicekwaliteit op te krikken. Toch slagen sommige maatschappijen erin het een en het ander te verwezenlijken, wat er op wijst dat servicekwaliteit kostenverlagend werkt. Benieuwd wat de resultaten volgend jaar zullen zijn!

Hans Michielsen

Vergelijking 2004-2003 (tabel 2)

Verzekeraar	%good 2004	% good 2003	improvement?	service level 2004	service level 2003
PNP	99,0%	99,0%	equal	Good	good
Fortis	97,0%	94,7%	equal	Good	good
Mercator	84,8%	68,2%	probably better	Fair	poor
Fidea	76,2%	50,0%	probably better	Fair	very poor
Zelia	66,7%	50,0%	equal	Poor	very poor
AGF	62,8%	21,7%	better	Poor	bad
ING	51,2%	58,6%	equal	Poor	poor
AXA	47,1%	45,6%	equal	very poor	very poor
Vivium	29,4%	22,2%	equal	very poor	bad
Generali	28,6%	73,1%	worse	very poor	poor
Naviga-Mauretus	26,4%	34,8%	equal	very poor	very poor
DKV	18,2%	50,0%	probably worse	Bad	very poor
Winterthur	12,0%	7,1%	equal	Bad	bad
APA	1,0%	1,0%	equal	Bad	bad
Arag	1,0%	50,0%	worse	Bad	very poor
Delta Lloyd	1,0%	1,0%	equal	Bad	bad
Nationale Suisse	1,0%	75,0%	worse	Bad	poor
Ohra	1,0%	1,0%	equal	Bad	bad

score van deze maatschappijen dus met de nodige omzichtigheid bekeken te worden.

Omdat dit jaar ook het personeelsbestand van de maatschappijen opgenomen werd in het onderzoek (kwestie van te controleren of dit enige invloed had op de kwaliteit, quod non) hebben we ook daar een beetje mee gerekend. Per procent marktaandeel in BOAR stelt een verzekeraar ongeveer 155 personen tewerk. Per procent marktaandeel in Leven slechts 29 personen (standaardfout +/- 6 personen). Verder kunnen we zeggen dat noch het aantal personeelsleden, noch de productiviteit enige invloed hebben op de bekomen kwaliteitsscore.

RESULTATEN 2004.

Tabel 1 geeft een overzicht van de scores die de verschillende maatschappijen behaalden in het onderzoek. Maatschappijen die op een turquoise achtergrond vermeld zijn kregen minder dan 5 vermeldingen en die met een gele achtergrond van 5 tot 9. Om toch enig recht te doen aan de kleinere maatschappijen werden de scores onderverdeeld in "service levels", en wel als volgt :

- Score meer dan 90 % = 'good'
- Score tussen 75 % en 90 % = 'fair'
- Score tussen 50 % en 75 % = 'poor'
- Score tussen 25 % en 50 % = 'very poor'
- Score lager dan 25 % = 'bad'.

Omdat het hier om een steekproef gaat en we dus spreken over schattingen werd ook telkenmale per maatschappij bepaald tussen welke grenzen de reële score ligt met een waarschijnlijkheid van 95 %. Ook deze resultaten werden omgezet in 'service levels'. De aandachtige lezer zal merken dat deze grenzen breder (en dus toleranter) zijn voor maatschappijen met weinig vermeldingen dan voor deze met meer vermeldingen. Omwille van deze techniek was het ook nodig nooit aan een maatschappij een maximale (100 %) of minimale (0 %) score toe te kennen. Het maximum is dus 99 % en het minimum 1 %. Opmerkelijk is dat slechts 1 grote maatschappij (Fortis) een score haalt die groter is dan 90 % en dus het service level 'good' behaalt. Gezien de rest van de resultaten lijkt ons dat een opmerkelijke prestatie. Het gros van de maatschappijen haalt een score die lager ligt dan 75 % . Ik laat het aan de lezer over hieruit zijn conclusies te trekken.

De resultaten van het marktonderzoek (tabel 1)

Verzekeraar	% good 2004	service level 2004	upper 95%	lower 95%	upper	lower
Ardenne Prévoyante	99,0%	good	100,0%	79,1%	good	fair
Cardif	99,0%	good	100,0%	84,9%	good	fair
PNP	99,0%	good	100,0%	87,5%	good	fair
ZA Verzekeringen	99,0%	good	100,0%	84,9%	good	fair
Fortis	97,0%	good	100,0%	93,6%	good	good
Mercator	84,8%	fair	95,4%	74,2%	good	poor
Fidea	76,2%	fair	94,8%	57,6%	good	poor
Zelia	66,7%	poor	100,0%	28,2%	good	very poor
AGF	62,8%	poor	77,5%	48,0%	fair	very poor
ING	51,2%	poor	66,4%	35,9%	poor	very poor
AXA	47,1%	very poor	57,9%	36,2%	poor	very poor
Avéro	44,4%	very poor	77,6%	11,3%	fair	bad
Vivium	29,4%	very poor	51,5%	7,3%	poor	bad
Generali	28,6%	very poor	52,7%	4,4%	poor	bad
Naviga-mauretus	26,4%	very poor	38,5%	14,3%	very poor	bad
DKV	18,2%	bad	41,4%	0,0%	very poor	bad
Winterthur	12,0%	bad	19,2%	4,9%	bad	bad
APA	1,0%	bad	15,1%	0,0%	bad	bad
Arag	1,0%	bad	15,1%	0,0%	bad	bad
Delta Lloyd	1,0%	bad	9,9%	0,0%	bad	bad
Minerva	1,0%	bad	9,9%	0,0%	bad	bad
Nationale Suisse	1,0%	bad	10,9%	0,0%	bad	bad
Ohra	1,0%	bad	15,1%	0,0%	bad	bad