



MAAK KENNIS
MET HET
NIEUWE
VERZEKEREN



BARBARA
STOOPM

BARBARA

- ENTHOUSIAST
- VERBINDER
- NIEUWSGIERIG
- RUPSJE NOOIT GENOEG
- ZORGZAAM

KAN VERZEKEREN VERNIEUWEND ZIJN?

Hoe kan jij vernieuwend aan het werk
gaan binnen de praktijk?



Wat komt er vandaag ter sprake?

- VERLEDEN - HEDEN - TOEKOMST
- BEHOEFTE EINDKLANT
- KERNWAARDEN HNV
- VERANDERMAGEMENT

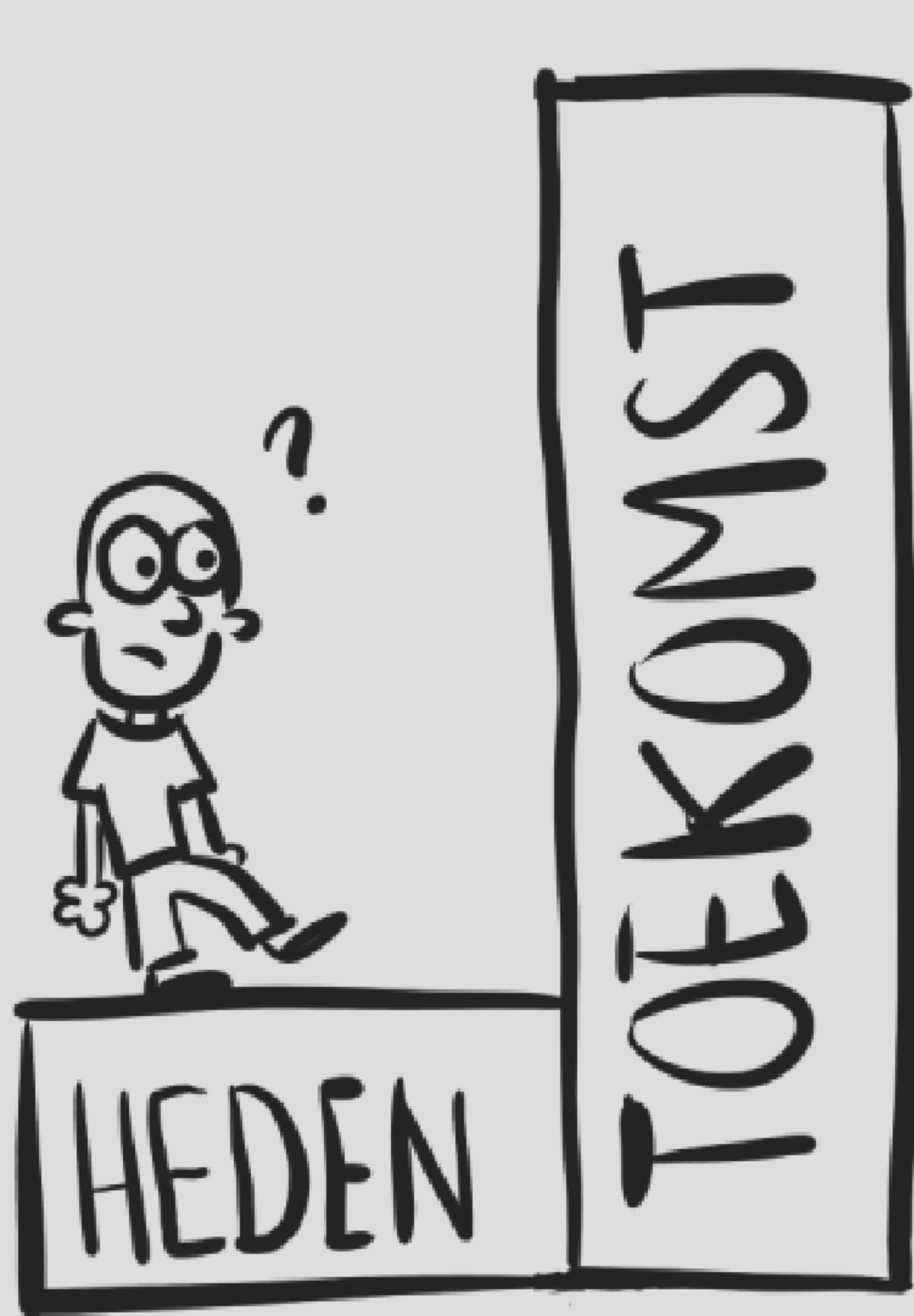
Wat komt er vandaag ter sprake?

- ONDERSCHIEDENDHEID
- PLAN VAN AANPAK
- BELONING
- VRAGEN

“

De toekomst hangt af van wat je nu doet.

Wat hebben we geleerd van het verleden en kunnen we anders doen in de toekomst zonder het heden uit het oog te verliezen?



BEHOEFTE VAN DE EINDKLANT

- welke klant past bij jouw kantoor?
- wat doe jij voor jouw klant en blijf je dit ook doen?
- wat is de verwachting van jouw klant?
- kennis + kunde = vertrouwen



Kernwaarden

UINW

*Adviseren
in plaats
van
verkopen*

*Waarde-
vol
advies*

Aandacht

Kernwaarden HNV

*Risico-
manage-
-ment*

*Onder-
houd*



Verzekeren kan een goede oplossing zijn, maar hoeft niet altijd de beste te zijn.



Met een waardevol advies ervaart
jouw klant de meerwaarde van jouw
kantoor.

Door een goed, persoonlijk advies te leveren
ervaart de klant meer waarde dan wanneer er
bijvoorbeeld alleen een offerte via email
gezonden wordt.

“

Het enige waar de klant aan dacht,
wat aandacht.

Prioriteit van veel kantoren is intern gericht,
terwijl de klant buiten is. Vergeet niet jouw
klanten aandacht te geven, dit zullen zij
waarderen.

“

Sla de brug tussen
risicomanagement en de polis.

Welke risico loopt de ondernemer? Hoe groot
is dit risico? Ervaart de ondernemer dit risico
zelf ook? Kortom, spreek over het risico en de
gevolgen voor de continuïteit van de
onderneming.

“

Een tevreden klant is de allerbeste bedrijfsstrategie.

Met goed onderhoud zorg je voor tevreden klanten en tevreden klanten zijn de beste ambassadeurs voor jouw kantoor.

Zorg voor een onderhoudsplan, wat doe je voor de klant en wanneer?

“

Doe "gewoon" jouw werk goed
voor jouw klant!

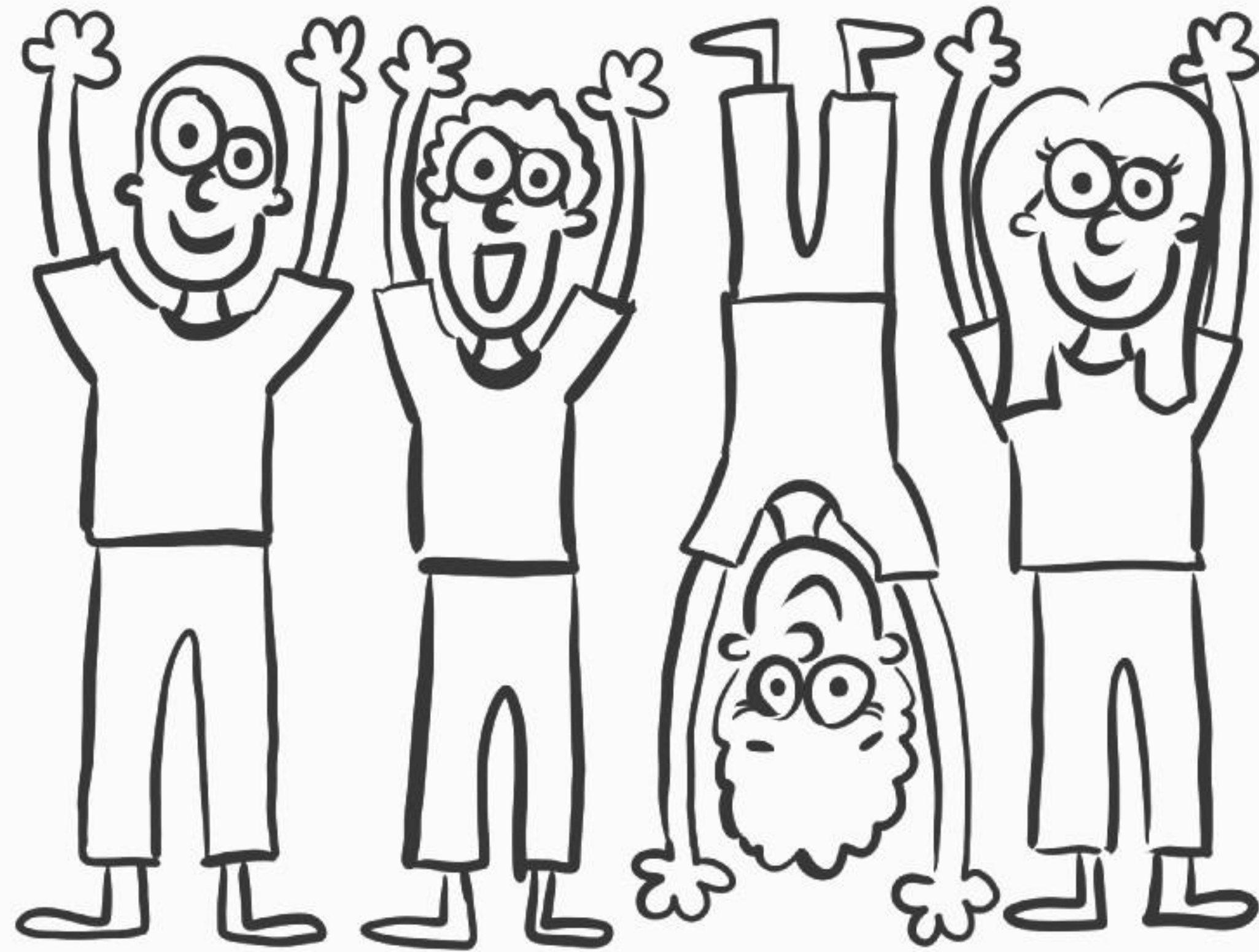
(wat verstaan we tegenwoordig onder
"gewoon"?)



TIJD VOOR
VERANDERING

	Gepland veranderen
	Spontaan veranderen

Je hebt alleen
concurrenten als
je het zelfde doet
als de anderen.



Waar kan jij je op onderscheiden?

- NAZORG EN ONDERHOUD
- KENNIS EN SPECIALISME
- PEROONLIJKHEID
- RISICOMANAGEMENT



PLAN VAN AANPAK

ACTIE = KWALITEIT = VERTROUWEN

A = automatisering

C = communicatie

T = totaalrelaties

I = investeren

E = evalueren

BELONINGSVORMEN

- PROVISIE
- FIXED FEE
- ABONNEMENT
- FIXED FEE ICM ABONNEMENT
- UURTJE FACTUURTJE
- NO CURE NO PAY





WAAROM IK (GROTENDEELS) NETTO WERK

Assurantiebelasting

BTW



HET VERLEDEN
HEB JE, DE
TOEKOMST KAN
JE MAKEN



WAT GA JIJ ANDERS
DOEN?

WAT GA JE NA
VANDAAG ANDERS
DOEN?

ZIJN ER NOG VRAGEN?

Wil je meer weten?

01

Meld je aan op de besloten
faceboogroep

<https://www.facebook.com/groups/hetnieuweverzekeren>

02

Download mijn 10 tips voor een
toekomstbestendig kantoor:

<https://hetnieuweverzekeren.eu/10-tips/>

