

“Helpen van klanten bij brand is dankbaar werk”

“Brandhulpverlening zit in mijn hart”, zegt Marco Benedict, directeur van Smit Verzekeringen in Hellevoetsluis. Tot voor kort zat hij als vrijwilliger in de uitrukdienst van de Brandweer van deze gemeente en was zo regelmatig bezig met het blussen van branden, het helpen bij ongevallen en het redden van mens en dier in het algemeen. Voor zijn collega's van de Brandweer en de Politie ontwikkelde Benedict de 112-polis, een speciaal autotarief.

Met zijn benoeming bij de Brandweer kwam Benedicts jeugd-droom uit. “Ik wilde altijd brandweerman of vrachtwagenchauffeur worden. Je droomt er als kind nu eenmaal niet van om verzekeringsman te worden. In 1996 werd ik gevraagd bij de vrijwillige Brandweer te komen. Ik dacht altijd dat ik het nooit zou kunnen door mijn astmatische verleden. Maar ik haalde mijn Brandwacht-diploma, Brandwacht eerste klas en na het diploma Hoofdbrandwacht te hebben behaald, mocht ik mijn groot rijbewijs halen en ben ik tegelijk opgegaan voor mijn chauffeur/pompbediende diploma. Als laatste heb ik mijn diploma Brandweerschouffeur gehaald. Toen mocht ik met alle uitrukken ook chauffeur zijn. Regelmatig heb ik mijn helm na het blussen snel moeten verruilen voor mijn gewone kleding,

omdat we bij een klant bezig geweest waren. De salvagecoördinator was altijd verbaasd over de snelle aanwezigheid ter plaatse van de tussenpersoon van de gedupeerde. Het helpen van klanten op deze momenten vind ik het mooiste dat er is. Je kunt je ervaring en toegevoegde waarde dan bewijzen.”

Begin dit jaar is Benedict gestopt met het brandweerwerk. “Niet alleen in de financiële wereld hebben we te maken met regels die veranderen. Ook binnen de brandweer gebeurt veel. De brandweer krijgt er steeds meer taken bij, doordat er op andere diensten wordt bezuinigd. Het afgelopen jaar zijn we daardoor 550 keer moeten uitrukken. Door deze toenemende werkdruk, een verhuizing in het vooruitzicht en uitbreiding van mijn gezin moest ik helaas besluiten te stoppen met mijn brandweerwerkzaamheden.



MARCO BENEDICT:

“Met 112-polis richt ik me op lucratieve nichemarkt.”

Met pijn in mijn hart, want het is mooi en dankbaar werk.” In verzekeringen is hij geraakt doordat zijn pleegvader, Jan Smit, een assurantiekantoor had. In 1991 hebben Marco Benedict en zijn zus het kantoor overgenomen. Smit Verzekeringen telt zeven medewerkers, heeft 2500 relaties in de boeken met een omzetverhouding van 70 procent particulier en 30 procent zakelijk. De gemiddelde polis-dichtheid van 3 wordt met name veroorzaakt door de speciale 112-autopolis voor personeel van de Brandweer en de Politie. Smit Verzekeringen heeft namelijk ook een grote groep totaalklanten in de boeken met een veel hogere polis-dichtheid.

112-POLIS

Over het ontstaan van de 112-polis vertelt Benedict: “Ik merkte bij mijn brandweercolliga's dat ik een zeer

concurrerend product kon aanbieden. Velen van hen waren via de gemeente binnen collectieven verzekerd. Ik kon het beter en goedkoper. Ik had het vertrouwen van collega's en was voordeliger, daardoor sloot ik in korte tijd veel verzekeringen binnen deze groep.”

In het voorjaar stond Benedict met zijn kantoor op de brandweerbeurs - “onder mijn brandweercolliga's een begrip” - in Hardenberg. “In drie dagen hebben we ruim 300 berekeningen voor autoverzekeringen mogen maken. In 99,7 procent van de berekeningen hadden we de beste aanbieding. Ruim 200 mensen wilden een offerte met aanvraagformulier per e-mail ontvangen. Achter elkaar druppelen deze aanvragen nu binnen,” aldus de ondernemer enthousiast. Inmiddels is hij een particulier pakket aan het ontwikkelen met speciale tarieven en goede polisvoorwaar-



den. Ook de actie ‘lopend vuurtje’, die hij onder de 112-polishouders heeft uitgezet en waarmee ze per aangebrachte polis 5 procent premiekorting voor een jaar op de eigen polis krijgen, is succesvol. De 112-polis is één van de sites die Benedict heeft ontwikkeld en in de markt aan het zetten is. Daarnaast heeft hij Smit Direct gelanceerd, een site waarmee klanten zelf hun verzekeringen kunnen sluiten tegen een aangepast tarief. Met de 112-polis richt hij zich specifiek op alle hulpverleners, met Smit Direct op zijn werkgebied, Voorne Putten en Goeree Overflakkee. Benedict heeft uitgesproken ideeën over de manier waarop hij klanten wil en kan bedienen. “Je ziet de markt veranderen. Een steeds grotere groep consumenten winkelt op het internet. Als klein intermediair moet je je onderscheiden en richten op bepaalde niche-markten. Ook moet

je je dienstverlening aanpassen aan de wensen van de klant. De eerlijkheid gebiedt mij te zeggen dat we ons daarin wel in een soort spagaat bevinden. Het oude klantenbestand wil je de vertrouwde kostbare service van oudsher geven. Een steeds grotere groep klanten hecht hier echter minder waarde aan en gaat toch voor de laagste premie. Daarom proberen wij de klanten van Smit Verzekeringen te verdelen. Totaalklanten die genoeg geld opleveren, blijven de service houden. Aan andere klanten die nu slecht één of twee polissen bij ons hebben lopen, wordt uitgelegd dat wanneer zij de service willen blijven houden, zij meer polissen bij ons moeten sluiten. Hiervoor wordt als stimulans een extra korting gegeven. Zo proberen we klanten winstgevender te maken. Wanneer de relaties dit niet willen, worden ze naar een ander serviceniveau gebracht, gelijk aan het zelf regelen via internet. Deze klanten zullen ook onder Smit Direct gaan vallen. Ik vind het belangrijk dat je, ook als klein intermediair, klanten de keuze laat of ze voor service willen betalen of dat ze gaan voor de laagste premie.”

VOOGD & VOOGD

Het gesprek komt op Voogd & Voogd. Benedict is voorzitter van de gebruikersvereniging, die vorig jaar werd opgericht uit onvrede over de komst van Premie.nl en de afkalvende dienstverlening van dit volmachtbedrijf. Benedict: “Voogd & Voogd voerde vroeger een breed scala aan producten en verhaalde autoschades uit service voor de klanten. Zowel polisverwerking als schadeafwikkeling ging heel goed. Maar steeds meer van deze service viel af en de polisverwerking en schadeafwikkeling verliep steeds stroever. Je kon zo een tiental minuten aan de telefoon zitten wachten. ‘Dit bedrijf heeft zijn strategie veranderd van customer intimacy richting operational excellence’, zo verklaarde een vriend die een MBA-

titel heeft en bedrijven adviseert over bedrijfsstrategieën. Toen kreeg iedereen een nieuwe samenwerkingsovereenkomst waarin veel extra kosten werden opgenomen ten laste van het intermediair. Als klap op de vuurpijl kwam Erik de Voogd met Premie.nl, waarbij de tussenpersoon moest gaan betalen voor een lead en elk jaar weer moest vechten om die gekochte lead binnen boord te houden. Toen zijn we met een aantal kantoren uit de regio bij elkaar gekomen en hebben we de gebruikersvereniging opgericht.” Benedict zegt veel respect te hebben voor zowel Erik als Bas de Voogd. “Het zijn beide ondernemers met visie, die niet stil zitten en willen pionieren in een veranderende markt. Zij zitten ook met het dilemma dat zij enerzijds een groot deel van de omzet behalen uit de conservatieve markt en anderzijds willen vooruitlopen met hun organisatie en willen anticiperen op de snel bewegende markt. Hun wijziging van bedrijfsstrategie had echter een dermate grote impact op onze bedrijfsvoering dat wij tot de conclusie kwamen dat we ons moesten verenigen.”

ANGEL UIT CONFLICT

De gebruikersvereniging behaalde succes. “In het begin hebben we de publiciteit gezocht om te laten zien dat we heel serieus waren. Voogd & Voogd heeft de klachten hierna zeer serieus genomen. Vanaf dat moment hebben we besloten de publiciteit te mijden. Een aantal kosten is direct uit de samenwerkingsovereenkomst gehaald dan wel verlaagd. Daarnaast is de dekkingsbevoegdheid weer in de overeenkomst gekomen. Het afgelopen jaar is de performance duidelijk verbeterd. De bereikbaarheid is een stuk beter en de polisverwerking gaat in de meeste gevallen snel. Er komen weer acceptanten in het KCC (Klanten Contact Centrum, red.). En paar maanden geleden heeft Erik de Voogd ons een preview

van Premie.nl versie 2.0 gegeven. Het bleek dat hij de angel uit zijn concept heeft gehaald. Het verdienmodel is veranderd en er hoeft niet meer te worden betaald voor een lead.”

De rol van de NVA in dit traject is Benedict tegengevallen. “Natuurlijk hebben wij vorig jaar de hulp van onze brancheorganisatie ingeroepen. Zij hebben zich echter gedistantieerd van een actieve rol in het bemiddelen bij het conflict. Zij wilden aanschuiven bij de gesprekken maar geen standpunten innemen. Mogelijk speelt een rol dat het bestuur geen belangenverstrengeling wilde. Zij doen immers met Voogd & Voogd zaken voor de webondersteuning aan de leden door middel van Klik & Sluit. Het bestuur zou deze afhankelijkheid echter niet moeten willen. Zij had naar mijn idee niet met Voogd & Voogd in zee moeten gaan, omdat ze met Klik & Sluit haar leden ook nog eens verplicht om een aanstelling bij dit volmachtbedrijf te nemen. Los van deze teleurstelling vind ik al een hele tijd dat de NVA weinig actief is en niet constructief van zich laat horen in Den Haag. Als Smit Verzekeringen zijn wij al lid sinds de eerste dag, maar de NVA is niet meer wie ze was. De samenwerking met de NBVA in de nieuwe federatie zal dat misschien veranderen. Ik ben altijd een voorstander geweest van één standsorganisatie.” De positieve veranderingen bij Voogd & Voogd en het veranderde verdienmodel van Premie.nl heeft het bestuur van de vereniging doen besluiten voorlopig als ‘slappende vereniging’ aan te blijven. “We ondernemen geen nieuwe activiteiten, tot er zich zaken voordoen waarvan wij vinden dat het weer niet goed gaat. Voogd & Voogd heeft aangegeven dat zij periodiek overleg tussen de gebruikersvereniging en de directie wenselijk vinden. Ik sta hier altijd voor open”, aldus Benedict. ■