

Pensioenbewustzijn deelnemer vergroten

Het pensioenbewustzijn in Nederland is nog steeds erg laag. Nu pensioenregelingen steeds persoonlijker worden, kan dit behoorlijk opbreken. Achmea Pensioenservices (APS) wil deze trend doorbreken en de betrokkenheid van de deelnemer vergroten. Goed en tijdig informeren blijft daarvoor van primair belang. Maar daarnaast is er een extra innovatie-impuls op communicatie nodig. Daar zet APS nu strategisch op in. Aan het woord twee hoofdrolspelers rond dit nieuwe communicatiebeleid.

ARJAN VAN DE GRIEND, DIRECTEUR PENSIOENFONDSEN EN ADVIES
GIJS BERNDSEN, MANAGER PENSIOENCOMMUNICATIE ACHMEA PENSIOENSERVICES

Arjan: "In de discussie over het nieuwe pensioenstelsel pleit het kabinet voor een persoonlijker pensioen. De markt loopt hierop vooruit. Je ziet steeds meer moderne pensioenregelingen die de deelnemers meer eigen keuzes geven, maar ook meer verantwoordelijkheden. Wat haaks staat op een laag pensioenbewustzijn. Tot nu toe hebben we ons vooral gericht op het bieden van helder inzicht en gebruiksvriendelijke middelen om keuzes te maken, zo toegankelijk en laagdrempelig als maar mogelijk is. Technologisch hebben we daar al veel en met succes in geïnvesteerd. Maar wil je het pensioenbewustzijn van de deelnemer en diens betrokkenheid vergroten, dan moet je een stap verder gaan. Niet alleen inzicht en middelen aanbieden, maar hem ook persoonlijk triggeren om er daadwerkelijk gebruik van te maken. Die uitdaging pakken wij nu op. Dat doen we door met de juiste boodschap de juiste doelgroep te bereiken met de juiste middelen en vooral: op de juiste momenten."

Data-gedreven communiceren

Gijs: "Innovatie op communicatie is dus op zichzelf niet nieuw. Dat gebeurt hier al jaren. Wel is er nu een belangrijke dimensie aan toegevoegd: data-gedreven communiceren. Dat wil zeggen: op de momenten die ertoe doen in het leven van de deelnemer. Deze momenten zijn verspreid over wat we 'de klantreis van de

deelnemer' noemen. Deze klantreis begint bij de start van de regeling en loopt door tot de pensioendatum en daarna. Bij enkele klanten hebben we onderdelen van de nieuwe werkwijze al ingevoerd. De eerste resultaten zijn veelbelovend."

Arjan voegt toe: "In de online-wereld is de klantreis, of customer journey, een belangrijk begrip. Het betekent dat je stapsgewijs – 'data-driven' – het digitale looppad van de klant

Trend naar
individuele
lisering



Arjan van de Griend



Gijs Berndsens

volgt en communiceert op relevante momenten. Dit vergroot haar/zijn tevredenheid, en daarmee ook de betrokkenheid. Dat is wat we willen, in het besef dat we alle verwachtingen die we zo wekken in de praktijk moeten waarmaken. Onze deelnemers leggen in de regel een lange klantreis af en iedere deelnemer bewandelt haar/zijn eigen pad op die reis.”

Klantreis in kaart brengen

Gijs: “We zijn we nu bezig om deze lange klantreis van de deelnemer gedetailleerd in kaart te brengen. In vaktermen heet dit ‘mapping’. Deze klus is nog niet klaar, maar wel hebben we de drie hoofdfasen benoemd:

- Welkom
- Wakker
- Wissel

Kortweg: de drie W’s. Daarbij staat Welkom voor de startfase, Wakker voor de werkzame periode tot aan de pensioendatum en Wissel voor de pensioenfase. Elk van deze fasen zijn

we nu aan het verfijnen in deeltrajecten. Voorbeelden zijn de gerichte communicatie rondom het eerste UPO in de Welkom-fase, het ‘inloopspreekuur voor pensioenkeuzes’ in de Wakker-fase en het thema ‘veranderende zorgbehoeften’ in de Wissel-fase. Een mooi voorbeeld van een werkend traject in de Wissel-fase is ons platform *Leef je pensioen...* Kijk ook eens op www.leefjepensioen.nl”

De warme kant van het pensioen

“Daar zijn we inderdaad trots op”, zegt Arjan. “Wat dit platform doet, is de ‘warme’ kant van het pensioen belichten. Die staat veel te vaak in

Wat is het effect van al onze acties

Onafhankelijk informatieplatform voor de pensioensector

Pensioen Bestuur & Management.nl



Volg ons ook **online** en via **social media!**

Op onze website heeft u vrij toegang tot het archief waar spraakmakende auteurs relevante onderwerpen belichten.

Pensioen Bestuur & Management heeft als doel bij te dragen aan de verdere professionalisering van de pensioensector en het bevorderen van de deskundigheid.

Hoe pakt PBM dat aan?
Door achtergrondinformatie, kritische artikelen, handboeken en door de bewegingen

in het veld op de voet te volgen en natuurlijk het jaarlijkse unieke PBM Pensioensymposium!
Word abonnee van PBM en u ontvangt het PBM Magazine en de PBM Dossierreeks.

En...
u heeft vrij toegang tot de PBM-databank!



www.pensioenbestuurenmanagement.nl

@PBM_Magazine

PBM Pensioenprofessionals

de schaduw van de koele en cijfermatige blik waarmee wij als professionals naar pensioen kijken. Deelnemers denken meestal in heel andere termen over de beleving van het pensioen. Veel meer als een onbezorgde oudedag. Om hen ook vanuit dat perspectief bij hun pensioen te betrekken, ontwikkelden we dit platform. Het wordt gevuld voor en door deelnemers en gepensioneerden. Ze vinden er onderlinge verbinding.”

P2P-communicatie

Gijs voegt toe: “Het concept van *Leef je pensioen...* is ontleend aan wat we peer-to-peer- of P2P-communicatie noemen. Je ziet het ook toegepast binnen groepen op sociale media. Wat daardoor gebeurt, is dat niet wij, maar de deelnemers elkáár laten zien dat pensioen meer is dan een maandelijks uitkering. Je beleeft er als het ware de menselijke kant van het pensioen. Mensen inspireren elkaar met verhalen en filmpjes over hoe ze hun pensioen invullen. Zo komt het pensioen voor hen tot leven.”

Arjan: “Het is een van de trajecten om de deelnemer meer bij haar/zijn pensioen te betrekken. Dat moet je in samenhang zien met de totale klantreis. Het platform *Leef je Pensioen...* levert vanuit dit ‘warme’ perspectief een belangrijke bijdrage hieraan. Dit wordt ingezien door de sector. Vorig jaar kregen we er op het Pensioensymposium van PBM een eervolle vermelding voor. De jury prees ons onderzoek naar het ‘zwarte gat’ en dit platform dat we ervoor aandroegen. *Leef je pensioen...* werd een mooie oplossing genoemd. Hier komt technologie, emotie en pensioenadministratie samen. De implementaties bij enkele klanten bevestigen dit succes, wijzen onze analyses uit.”

Data-gedreven analyseren

Gijs: “Daar raakt Arjan een belangrijk punt van onze communicatie. En dat is de uitdrukkelijke wil om te weten wat het effect is van al onze acties op de klantreis van de deelnemer. Analysegedreven werken noemen we dat. We meten voortdurend om te weten wat werkt en wat niet. Daartoe voeren we rondom elke actie een data-gedreven analyse uit. Dit betekent dat we vooraf de doelstellingen

bepalen, inclusief de effecten op het deelnemergedrag dat we verwachten. Daaraan toetsen we de gerealiseerde effecten. Vervolgens evalueren we de resultaten, voeren we verbeteringen door, die we opnieuw analyseren, om zo een opwaartse ‘learning-loop’ te ontwikkelen. Een continu-verbeterproces.”

Vertrouwd Communiceren

Arjan: “In al deze vernieuwingsdrang mogen we de ‘gewone’ deelnemercommunicatie natuurlijk niet vergeten. De reguliere pensioencommunicatie, zoals wetten en regels voorschrijven, is het fundament van het inzicht van de deelnemer. Daarop blijven we ons focussen. Daarbovenop willen we nu het pensioenbewustzijn verder ontwikkelen.”

Gijs: “Je kunt dus als het ware verschillende communicatielagen onderscheiden. Maar om welke laag het ook gaat, pensioen blijft taaie materie voor de deelnemer. Daarom zetten we ons al langere tijd in om de begrijpelijkheid ervan voor de deelnemer te vergroten. Daarvoor maken we onder meer gebruik van het beleid Vertrouwd Communiceren, dat binnen Achmea al sinds 2013 bestaat. Het staat voor een open en duidelijke communicatie met de deelnemer. Onderdeel ervan is een set regels voor de toon, stijl en woordkeus in de schriftelijke communicatie. De basis daarvan is het laagdrempelige B1-niveau. Alle uitingen aan de deelnemer – zowel online als offline – toetsen we aan dit beleid. En alle collega’s met klantcontact zijn conform Vertrouwd Communiceren gecertificeerd.”

Arjan tot besluit: “Deze communicatiestijl combineren we met digitale technieken, wat vooral zichtbaar is op het persoonlijke portaal van de deelnemer. Het resultaat is een toenemende inzichtelijkheid, zodat de deelnemer beter in staat is weloverwogen keuzes te maken. Waarvoor we hem ook de instrumenten aanreiken, zodat hij daadwerkelijk meer handelingsperspectief krijgt. Al twee keer is ons portaal onderscheiden door het succes waarmee we de deelnemer weten te betrekken bij haar/zijn pensioen. Dit stimuleert ons om er nu weer een tandje bij te zetten.” ←

Technologie,
emotie en
pensioen-
administratie
komen samen