

# Communicatie in klantreizen

Een onderzoek naar de (communicatie in) contactpunten in de eerstejaarsklantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering



# Utrecht University

Naam: Esmee van Herpen

Studentnummer: 7096135

Opleiding: Master Communicatie en organisatie

Universiteit Utrecht

Stagedocent: Charlotte van Hooijdonk

Stageorganisatie: Goedverzekert

Datum: 18-01-2023

Woordenaantal: 18.362

## Voorwoord

Deze studie is het eindresultaat van mijn afstudeeronderzoek bij organisatie Goedverzekert. Goedverzekert is een fictieve naam van een verzekeraar in Nederland. Het afstudeeronderzoek duurde vijf maanden: vanaf september tot en met januari. Gedurende deze periode heb ik veel geleerd over klantreizen, communicatie en het bedrijfsleven. Ik hoop dat deze leerzame ervaring zijn vruchten afwerpt en leidt tot een goed resultaat van dit onderzoeksrapport. Ik wil graag een aantal mensen bedanken. Allereerst wil ik mijn afstudeerbegeleider Charlotte van Hooijdonk bedanken voor haar behulpzame feedback, kritische blik en steun. Charlotte bood steun en gaf richting aan mijn onderzoek als ik het spoor bijster was. Ten tweede wil ik graag mijn collega's bij Goedverzekert bedanken. In het bijzonder wil ik mijn praktijkbegeleider bedanken voor haar behulpzaamheid, en het vertrouwen in mij om een antwoord te geven op het vraagstuk. Ik kon bij haar altijd terecht bij vragen of twijfels. Daarnaast wil ik graag de collega's uit mijn team waarin ik werkzaam was, bedanken voor hun tijd, kennis en gezelligheid. De expertsessie van deelstudie 1a waaraan zij deelnamen, heeft mij enorm geholpen. Bovendien ben ik dankbaar dat ze mij meteen als onderdeel van het team zagen. Ook wil ik Collega S bedanken voor zijn tijd en input. Het interview met hem in deelstudie 1a bracht mij tot nieuwe inzichten. Tot slot bedank ik graag mijn familie en vrienden voor hun steun en bemoedigende woorden.

## Managementsamenvatting

Vaak baseren klanten hun ervaringen met een verzekeraar op een schadeafhandeling (Broeder et al, 2008). Maar wat als klanten geen schade indienen? Op welke momenten kan een verzekeraar zich dan profileren? Verzekeraar Goedverzekert hield zich bezig met deze vragen. Zeker, omdat het product 'aansprakelijkheidsverzekering' (AVB) voor de zakelijke markt over drie maanden de overstap maakt naar een online *funnel*. Daarbij kan een AVB volledig online worden afgesloten, wat het klantcontact nog verder bemoeilijkt. Terwijl een AVB een van de meest verkochte verzekeringen is: ongeveer 35 duizend midden- en kleine bedrijven hebben een AVB bij Goedverzekert, waarvan bijna twee derde (21.720) een zzp'er is. Daarom is in dit onderzoek onderzocht hoe Goedverzekert de eerstejaarsklantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering kan optimaliseren. Daarvoor zijn twee deelstudies uitgevoerd.

In de eerste deelstudie stond de volgende vraag centraal: *in hoeverre sluit de ervaren klantreis aan op de geplande klantreis?* Om deze vraag te beantwoorden is een klantreisanalyse uitgevoerd. Een klantreisanalyse is een methode om klantervaringen te onderzoeken (Halvorsrud & Kvale, 2017). Daarvoor dienen de geplande en ervaren klantreis achterhaald te worden. De geplande klantreis wordt beschreven vanuit het perspectief van een organisatie, terwijl de ervaren klantreis beschreven wordt vanuit het perspectief van klanten (Halvorsrud et al., 2016). Daarna dienen deze twee klantreizen met elkaar vergeleken te worden. Daarnaast werd er in deze deelstudie gevraagd naar productkennis, en communicatie- en informatiebehoefte om de geplande klantreis beter aan te laten sluiten op de ervaren klantreis.

In de tweede deelstudie stond de volgende vraag centraal: *in hoeverre begrijpen en waarderen zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering de communicatie in twee contactpunten van de klantreis?* Om deze vraag te beantwoorden, werd de tekst in de cross-sellmail (1<sup>e</sup> contactpunt) en de actualisatiemail (2<sup>e</sup> contactpunt) uit de klantreis middels een functionele analyse en een plus-en-minmethode onderzocht. Bij een functionele analyse stelt een expert de doelen van een tekst vast en voorspelt de expert in hoeverre deze doelen behaald worden. Bij een plus-en-minmethode, daarentegen, onderzoeken lezers een tekst, waarbij de begrijpelijkheid, waardering en overtuigingskracht van een tekst achterhaald wordt.

Uit de eerste deelstudie bleek dat de geplande klantreis uiteenvalt in twee versies: een huidige en gewenste geplande klantreis. De huidige geplande klantreis toont hoe zzp'ers met een AVB hun eerste jaar als klant bij Goedverzekert doorlopen. Terwijl de gewenste geplande klantreis toont hoe zzp'ers hun eerste jaar als klant bij Goedverzekert doorlopen, nadat het product is overgestapt naar een online *funnel*. De huidige geplande klantreis is vergeleken met de ervaren klantreis. Uit de vergelijking tussen de geplande en ervaren klantreizen bleek dat geen van de ervaren klantreizen aansloot op de huidige geplande klantreis. Daarnaast bleek dat vijf

respondenten niet precies weten waartegen ze verzekerd zijn met een AVB, en willen zes respondenten meer informatie ontvangen van Goedverzekert via andere communicatiemiddelen dan telefoon en e-mail. De resultaten leidden tot aanbevelingen voor de gewenste geplande klantreis, zodat deze klantreis en de ervaren klantreis beter op elkaar aan kunnen sluiten.

Uit de tweede deelstudie bleek dat zzp'ers de communicatie in de cross-sellmail en actualisatiemail deels begrepen en waardeerden. De functionele analyse liet zien dat de hoofddoelen van beide e-mails deels behaald werden, omdat sommige onderliggende doelen te weinig of geen teksthandelingen bevatten. Ook uit de plus-en-minmethode bleek dat de hoofddoelen deels behaald werden. Zo had de cross-sellmail 47 lezersproblemen en de actualisatiemail 15 lezersproblemen. Daarvan vormt een aantal lezersproblemen een bedreiging voor de, uit de functionele analyse voortgekomen, doelen van de tekst. Daarom zijn er aanbevelingen gedaan om het aantal lezersproblemen te verminderen, waardoor zzp'ers met een AVB de communicatie in beide e-mails beter begrijpen en waarderen en de hoofddoelen van de tekst sneller behaald zullen worden.

De resultaten van beide deelstudies hebben geleid tot een aantal aanbevelingen. Allereerst is het advies om minder informatie in het begin van de eerstejaarsklantreis te versturen, en informatie meer te verspreiden over het eerste jaar heen. Daarnaast zijn meer contactpunten met informatie over het verzekeringsproduct AVB gewenst. Bij voorkeur moeten deze extra contactpunten plaatsvinden via andere communicatiemiddelen dan de telefoon en e-mail. Bijvoorbeeld via een app of WhatsApp. Aangezien niet elke zzp'er meer informatie wil ontvangen over een AVB, raad ik aan om zzp'ers zelf te laten bepalen hoeveel informatie ze ontvangen. Dat kan bijvoorbeeld via een aan-uitknop voor het ontvangen van extra informatie in hun online account. Daarnaast is het advies om de inleiding van brieven of e-mails kort en bondig te maken. Ook raad ik aan om in de tekst van e-mails of brieven geen afkortingen te gebruiken. Het geven van voorbeelden is juist wel bevorderlijk voor het begrijpen van een tekst. Daarnaast is een controle op spelfouten nodig voor het versturen van brieven en e-mails.

Tot slot was het opvallend dat een aantal adviezen aansluit op de uitgangspunten van het concept 'Vertrouwd Communiceren'. Dat impliceert twee dingen: 1) Goedverzekert is op de goede weg met het concept Vertrouwd Communiceren, en 2) de uitgangspunten van het concept worden niet altijd gehanteerd. Daarom is mijn algemene advies om het concept nogmaals onder de aandacht te brengen bij medewerkers, zodat de communicatie in contactpunten beter begrepen wordt en meer waardering krijgt van zzp'ers met een AVB.

# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b> .....	<b>2</b>
<b>Managementsamenvatting</b> .....	<b>3</b>
<b>1 Inleiding</b> .....	<b>7</b>
<b>2 Theoretisch kader</b> .....	<b>9</b>
2.1 Klantreizen .....	9
2.2 Klantreisanalyse .....	10
2.3 Wensen en behoeften van verzekerden .....	12
2.4 Klanttevredenheid bij verzekeraars .....	13
2.5 Onderzoeksvraag en deelvragen .....	14
<b>3 Deelstudie 1. De klantreis</b> .....	<b>16</b>
3.1 Inleiding .....	16
3.2 Deelstudie 1a. De geplande klantreis.....	16
3.2.1 Methode .....	16
3.2.2 Resultaten .....	18
3.3 Deelstudie 1b. Ervaren klantreis.....	25
3.3.1 Methode .....	25
3.3.2 Resultaten.....	30
3.4 Conclusie .....	36
<b>4 Deelstudie 2. Communicatie in contactpunten</b> .....	<b>39</b>
4.1 Inleiding .....	39
4.2 Deelstudie 2a. Functionele analyse.....	39
4.2.1 Methode .....	39
4.2.2 Resultaten.....	40
4.3 Deelstudie 2b. Plus-en-minmethode .....	42
4.3.1 Methode .....	42
4.3.2 Resultaten.....	44
4.4 Conclusie .....	48
<b>5 Conclusie</b> .....	<b>50</b>
<b>6 Adviezen voor de gewenste geplande klantreis</b> .....	<b>52</b>
<b>7 Discussie</b> .....	<b>54</b>
7.1 Deelstudie 1.....	54
7.2 Deelstudie 2.....	55
7.3 Deelstudie 1 en 2 .....	55
<b>8 Literatuurlijst</b> .....	<b>57</b>
<b>9 Bijlagen</b> .....	<b>59</b>

9.1	<i>Bijlage 1. Handboek Vertrouwd Communiceren</i> .....	59
9.2	<i>Bijlage 2. Klantreis website – productaankoop</i> .....	62
9.3	<i>Bijlage 3. Generieke eerstejaarsklantreis</i> .....	63
9.4	<i>Bijlage 4. Topiclijst expertsessie</i> .....	64
9.5	<i>Bijlage 5. Expertsessie</i> .....	65
9.6	<i>Bijlage 6. Topiclijst salesmedewerker</i> .....	74
9.7	<i>Bijlage 7. Interview salesmedewerker</i> .....	75
9.8	<i>Bijlage 8. Uitnodiging interview</i> .....	81
9.9	<i>Bijlage 9. Interviewschema zzp'ers met AVB</i> .....	82
9.9.1	Eerste deel: interview.....	82
9.9.2	Tweede deel: plus-en-min-methode.....	84
9.10	<i>Bijlage 10. Interviews</i> .....	85
9.10.1	Respondent 1.....	85
9.10.2	Respondent 2.....	92
9.10.3	Respondent 3.....	100
9.10.4	Respondent 4.....	107
9.10.5	Respondent 5.....	117
9.10.6	Respondent 6.....	123
9.10.7	Respondent 7.....	129
9.10.8	Respondent 8.....	137
9.10.9	Respondent 9.....	145
9.10.10	Respondent 10.....	153
9.10.11	Respondent 11.....	158
9.10.12	Respondent 12.....	165
9.10.13	Respondent 13.....	172
9.10.14	Respondent 14.....	178
9.11	<i>Bijlage 11. Visualisatie ervaren klantreizen</i> .....	186
9.11.1	Respondent 1.....	186
9.11.2	Respondent 2.....	187
9.11.3	Respondent 3.....	188
9.11.4	Respondent 4.....	189
9.11.5	Respondent 5.....	190
9.11.6	Respondent 6.....	191
9.11.7	Respondent 7.....	192
9.11.8	Respondent 8.....	193
9.11.9	Respondent 9.....	194
9.11.10	Respondent 10.....	195
9.11.11	Respondent 11.....	196
9.11.12	Respondent 12.....	197
9.11.13	Respondent 13.....	198
9.11.14	Respondent 14.....	199
9.12	<i>Bijlage 12. E-mails</i> .....	200
9.12.1	Cross-sellmail.....	200
9.12.2	Actualisatiemail.....	201
9.13	<i>Bijlage 13. Doelenbomen met communicatieve doelen en teksthandelingen</i> .....	202
9.13.1	Cross-sellmail.....	202
9.13.2	Actualisatiemail.....	203

# 1 Inleiding

Over het algemeen geldt bij de relatie tussen verzekeraars en hun klanten dat geen bericht een goed bericht is. Klanten dienen dan geen schade in. Mochten klanten toch een schade melden dan is dat het moment waarop een verzekeraar zich moet profileren. Ruim twee derde van de consumenten baseert haar vertrouwen in een verzekeraar namelijk op een goede claimafhandeling (Broeder et al, 2008). Maar hoe kan een verzekeraar zich profileren als klanten geen schade melden? Deze vraag staat centraal in dit adviesrapport over de klantreis van zzp'ers die een aansprakelijkheidsverzekering (AVB) hebben afgesloten bij Goedverzekert<sup>1</sup>.

In 2021 beoordeelde 78% van de zakelijke klanten van Goedverzekert het afhandelingsproces van schade met een acht of hoger (Verbond van Verzekeraars, 2022). Dat blijkt uit het klantloyaliteit- en klanttevredenheidsonderzoek die het Verbond van Verzekeraars ieder jaar uitvoert. Deze hoge waardering heeft twee redenen. Ten eerste ontzorgt Goedverzekert klanten bij een schademelding. Zo onderhoudt Goedverzekert het contact met een autoschadeherstelbedrijf als klanten autoschades melden. Ten tweede heeft Goedverzekert onlangs de klantcommunicatie gedigitaliseerd, waardoor klanten online een verzekering kunnen afsluiten en een schade kunnen melden. Digitale klantcommunicatie leidt tot een hoge klanttevredenheid. Zo worden processen geautomatiseerd, wat leidt tot een effectieve en efficiënte claimafhandeling (Brüggemann et al, 2018).

Klanten die geen schades melden, merken niets van de service die Goedverzekert biedt bij het afhandelingen van schades. Daarnaast zorgt de digitalisering van klantcommunicatie ervoor dat er nauwelijks contact is met (nieuwe) klanten, wat de klantbinding bemoeilijkt. Goedverzekert heeft een keer per jaar contact met klanten geen claims indienen of schades melden. Dit contact bestaat uit een mail met de nieuwe polis(sen) en premie(s), ofwel een schriftelijke bevestiging van de nieuwe verzekeringsovereenkomst(en) met het bijbehorende bedrag(en).

Goedverzekert wil meer contactmomenten hebben met haar klanten. Daarvoor zijn drie redenen. Ten eerste is Goedverzekert niet de goedkoopste in de markt, waardoor één contactmoment over de nieuwe premie(s) nadelig kan uitpakken. Klanten kunnen besluiten om over te stappen naar een goedkopere verzekeraar. Zeker wanneer klanten geen gebruik hebben gemaakt van hun 'dure' verzekering. Immers, een lage premie is voor bijna een derde van de verzekerden een belangrijke reden bij het kiezen van een verzekeraar (Broeder et al, 2008). Ten tweede wil Goedverzekert dat klanten niet alleen negatieve associaties hebben bij de verzekeraar, zoals 'veel kosten', maar ook positieve associaties hebben, zoals 'goede dekking'. Klanten kunnen geen positieve associaties bij Goedverzekert ontwikkelen als zij slechts een keer per jaar een

---

<sup>1</sup> Goedverzekert is een fictieve naam van een verzekeraar

mail krijgen over de nieuwe premie(s). Ten derde bleek uit loyalonderzoeken van Goedverzekert dat klanten het kwalijk vonden dat ze na het afsluiten van een verzekering niks meer van hun verzekeraar hoorden. Om meer contactmomenten tussen Goedverzekert en haar klanten te genereren, heeft de verzekeraar een klantreis ontwikkeld. Een klantreis bestaat uit een overzicht van contactpunten tussen een organisatie en haar klanten (Lemon & Verhoef, 2016). De klantreis betreft het eerste jaar dat midden- en kleinbedrijven (mkb), waaronder ook zzp'ers, klant zijn. De medewerkers van het team 'klantbehoud en cross-sell' van Goedverzekert hebben de klantreis opgesteld vanuit hun eigen perspectief. Zij hebben niet onderzocht hoe klanten hun eerste jaar als klant beleven. Doorgaans bestaat een klantreis uit twee perspectieven: de organisatie en de klant (Lemon & Verhoef, 2016). Bovendien heeft Goedverzekert tot nu toe alleen de generieke contactpunten beschreven in de klantreis: contactpunten die elke mkb-klant met Goedverzekert heeft, ongeacht het verzekeringsproduct. De reis is nog niet op productniveau beschreven, terwijl verzekeringsproducten dusdanig van elkaar verschillen dat deze toespitsing wel nodig is.

Goedverzekert wil de generieke klantreis optimaliseren door te focussen op één specifiek product: een 'aansprakelijkheidsverzekering' (AVB). Daarvoor zijn twee redenen. Ten eerste kan deze verzekering binnenkort volledig online worden afgesloten, waardoor Goedverzekert vreest dat de klantbinding in het gedrang komt. Ten tweede is een AVB een van de bestverkochte verzekeringen van Goedverzekert, waardoor Goedverzekert de klantreis van deze verzekering als eerste in kaart wil hebben. Ongeveer 35 duizend midden- en kleine bedrijven hebben een AVB bij Goedverzekert, waarvan bijna twee derde (21.720) een zzp'er is (Goedverzekert, 2022). Daarom richt ik me in dit onderzoek op zzp'ers met een AVB. Daarbij heb ik de volgende vraag geformuleerd: *hoe kan Goedverzekert de eerstejaarsklantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering optimaliseren?*



## 2 Theoretisch kader

### 2.1 Klantreizen

Een klantreis (*customer journey*) omvat alle contactpunten waarop/waarin een organisatie met haar klanten communiceert (Lemon & Verhoef, 2016). In een klantreis wordt de communicatie van een organisatie met haar klanten in kaart gebracht via contactpunten (*touch points*, Lemon & Verhoef, 2016). Er zijn vier typen contactpunten: 1) *brand-owned*, 2) *partner-owned*, 3) *customer-owned*, en 4) *social/external brand points* (Lemon & Verhoef, 2016). Bij de eerste twee contactpunten zoekt de organisatie contact met haar klanten. Bij een *brand-owned* contactpunt gaat het om communicatie via media die eigendom zijn van de organisatie. Een voorbeeld hiervan is een e-mail die Goedverzekert verstuurt naar haar klanten. Bij *partner-owned* gaat het om communicatie via media die gezamenlijk worden beheerd door de organisatie en haar partners. Een voorbeeld hiervan is een nieuwsbrief die wordt opgesteld en verstuurd in samenwerking met een marketingbureau. Op *brand-owned* en *partner-owned* contactpunten heeft een organisatie veel invloed. Zo kan de organisatie bepalen waarover het contact gaat, wanneer het contact is, en via welk kanaal het contact plaatsvindt. Bij de laatste twee contactpunten zoeken klanten contact met de organisatie. Op deze contactpunten heeft de organisatie weinig invloed. Bij *customer-owned* contactpunten gaat het om communicatie vanuit een klant met een organisatie. Zo kan een klant bellen of mailen naar Goedverzekert. Bij *social/external brand points* gaat het om contactpunten vanuit klanten, organisaties, verenigingen, etc. met een organisatie die een klant ziet of hoort. Een voorbeeld hiervan is een bericht van een klant op sociale media aan Goedverzekert die een andere klant ziet. De klant die het bericht verstuurt heeft een *customer-owned* contactpunt, terwijl de klant die het bericht ziet een *social/external brand point* heeft.

Klantreizen worden vaak in een *customer journey map* gevisualiseerd. Deze *customer journey maps* worden gebruikt als leidraad voor empirisch onderzoek naar de klantervaring (Lemon & Verhoef, 2016). *Service blueprinting* is volgens Lemon en Verhoef (2016) is een goed startpunt voor het maken van een *customer journey map*. *Service blueprinting* brengt het volledige serviceproces in kaart, van interne backofficeprocessen tot klantinteracties (Lemon & Verhoef, 2016). Een kritiekpunt over *service blueprinting* is dat deze de klant niet centraal stelt. Daarom stellen Lemon en Verhoef (2016) dat er, naast *service blueprinting*, ook klantonderzoek gedaan moet worden. De input van klanten geeft namelijk een compleet overzicht van de klantreis, wat er toe leidt dat de klantreis vanuit twee perspectieven bekeken wordt: vanuit de organisatie en vanuit haar klanten.

Naast Lemon en Verhoef (2016) stellen ook Halvorsrud et al. (2016) dat klantreizen uit twee perspectieven moet bestaan. De laatstgenoemde onderzoekers onderscheiden twee soorten klantreizen die elkaar aanvullen: 1) geplande klantreis en 2) ervaren klantreis. De geplande

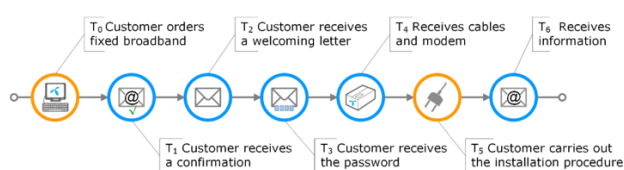
klantreis geeft het serviceleveringsproces weer op een statische en hypothetische manier. In principe doorlopen klanten de klantreis zoals een organisatie heeft bedacht. Deze reis komt overeen met *service blueprinting*, zoals Lemon en Verhoef (2016) omschrijven. Goedverzekert heeft de geplande klantreis gedeeltelijk opgesteld. Deze klantreis is nog in ontwikkeling, waardoor deze niet volledig is. De ervaren klantreis is de individuele klantreis, die voor iedere klant anders kan zijn. De ervaren klantreis komt overeen met klantonderzoek van Lemon en Verhoef (2016). Naar de ervaren klantreis heeft Goedverzekert nog geen onderzoek gedaan.

## 2.2 Klantreisanalyse

Een klantreisanalyse (*customer journey analysis*) is een methode om klantervaringen te onderzoeken waarin de geplande klantreis met de ervaren klantreis wordt vergeleken (Halvorsrud & Kvale, 2017). Deze methode bestaat uit vijf fases, waarbij fases één en twee gaan over het maken van een geplande klantreis, fases drie en vier zich richten op een reconstructie van een ervaren klantreis, en fase vijf een vergelijking maakt tussen de geplande en ervaren klantreis.

In fase 1 wordt er een overzicht gemaakt van de geplande klantreis door de klantreis af te bakenen op het product, het serviceproces, de doelgroep, en de reikwijdte van de klantreis te bepalen (Halvorsrud & Kvale, 2017). Volgens Halvorsrud en Kvale (2017) dienen allereerst het product (of productgroep) en de bijbehorende doelgroep(en) gekozen te worden. Daarna moet het serviceproces in kaart worden gebracht door een overzicht te creëren van bestaande klantreizen. Hierbij kan ook besloten worden welk onderdeel van het serviceproces uitgelicht wordt in de klantreisanalyse. Tot slot moet het beginpunt en het eindpunt van de klantreisanalyse gedefinieerd worden.

In fase twee worden de contactpunten in de geplande klantreis in kaart gebracht en gevisualiseerd, zie afbeelding 1. Volgens Halvorsrud en Kvale (2017) kan een klantreis via twee methodes in kaart worden gebracht: 1) *mystery shopping*, en 2) *process mapping* met betrokken teams. Bij de eerste methode doorloopt een medewerker anoniem de klantreis, waarbij hij of zij 'fouten' in een geplande klantreis ontdekt. Bij de tweede methode worden interviews, vergaderingen of bijeenkomsten gepland met (leden van) een team, waarbij er afgestemd wordt hoe de geplande klantreis eruit moet zien.

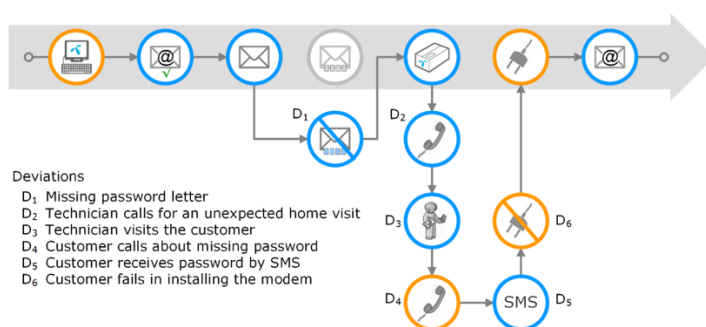


Figuur 1. Overzicht van een geplande klantreis (Halvorsrud & Kvale, 2017, p. 6)

Fase drie en vier richten zich op de ervaren klantreis (Halvorsrud & Kvale, 2017). Met verschillende methoden kan bij klanten informatie verzameld worden over hun waargenomen klantreis. Welke methode(s) gekozen worden, hangt af van de duur en complexiteit van een klantreis. Bij relatief korte klantreizen met weinig contactpunten, zoals het bestellen van een pizza, worden vaak interviews afgenomen. Zo'n interview moet inzicht geven in de ervaringen en verwachtingen van een doorlopen klantreis. Bij langere klantreizen met veel contactpunten, zoals het installeren van een modem, worden, naast interviews, ook dagboekstudies gedaan. In een *dagboekstudie* houdt een klant de contactpunten met een organisatie bij. Een derde methode is het verzamelen van klantinteracties, zoals telefoongesprekken, e-mails en chatgesprekken.

Vervolgens wordt de verzamelde data over de ervaren klantreis gevisualiseerd (Halvorsrud & Kvale, 2017), zie afbeelding 2. Daarbij worden de geplande en ervaren klantreis met elkaar vergeleken. Zo kan worden vastgesteld in hoeverre de ervaren klantreis afwijkt van de geplande klantreis. De afwijkingen worden per contactpunt vastgesteld. Daarbij onderscheiden Halvorsrud et al. (2016) vier type contactpunten:

1. Verwacht contactpunt: een contactpunt in de ervaren klantreis komt overeen met een contactpunt in de geplande klantreis. In de ervaren klantreis van figuur 2 zijn de eerste drie contactpunten verwacht: de contactpunten in de ervaren klantreis wijken niet af van de geplande klantreis.
2. Gemist contactpunt: een contactpunt in de geplande reis komt niet voor in de ervaren klantreis. Een voorbeeld hiervan is D1 in figuur 2, waarbij een klant geen brief ontving over een wachtwoord.
3. Falend contactpunt: een contactpunt in de ervaren klantreis heeft ongewenste gevolgen. Bijvoorbeeld D6 in figuur 2, waarbij een klant er niet in slaagt om de modem te installeren.
4. Ad hoc contactpunt: een contactpunt in de ervaren klantreis is onverwacht of wijkt af van contactpunten in de geplande reis. Een voorbeeld hiervan is D4 in figuur 2, waarbij een klant belde over de gemiste brief van een wachtwoord.



Figuur 2 Overzicht van een ervaren klantreis (Halvorsrud & Kvale, 2017, p. 8)

Over het algemeen hebben verwachte contactpunten een positieve invloed op klantervaringen, terwijl falende of gemiste contactpunten negatieve klantervaringen met zich meebrengen (Halvorsrud et al., 2016). Daarbij geldt een kanttekening, namelijk: de wijze waarop deze falende of gemiste contactpunten worden opgelost. Negatieve klantervaringen kunnen namelijk veranderen in positieve klantervaringen. Zo kan een klant bellen naar Goedverzekert als het niet lukt om in te loggen op zijn of haar account, waarbij het niet kunnen inloggen een negatieve klantervaring kan zijn. Een behulpzaam en positief gesprek met een medewerker kan deze negatieve ervaring van de klant veranderen naar een positieve ervaring.

In fase vijf wordt er gezocht naar systematische afwijkingen tussen de ervaren klantreis en de geplande klantreis (Halvorsrud & Kvale, 2017). Zo kan het zijn dat één bepaald contactpunt vaak gemist of falend is, of dat klanten op een bepaald punt in de klantreis op zoek zijn naar meer informatie. Door een systematiek in afwijkingen te vinden, kunnen er adviezen worden gegeven om de klantreis te optimaliseren.

### 2.3 Wensen en behoeften van verzekerden

Clark et al. (2013) hebben onderzoek gedaan naar de wensen en behoeften van verzekerden tijdens hun klantreis. Deze verzekerden betroffen 24 duizend consumenten in 24 verschillende landen die een levens- of schadeverzekering hadden. Hun klantreis begon vanaf de oriëntatiefase, waarbij klanten websites bezoeken, advertenties en reclames zien, mond-tot-mondreclame horen, tot en met de beëindiging van een verzekeringscontract. Hoewel deze studie zich niet specifiek richt op zzp'ers, aansprakelijkheidsverzekeringen en een eerstejaarsklantreis, zijn twee bevindingen uit deze studie bruikbaar voor de huidige studie. De eerste bevinding heeft betrekking op contactpunten in een klantreis en de tweede bevinding heeft betrekking op communicatie in een contactpunt. Hieronder ligt ik deze twee bevindingen nader toe.

Ten eerste bleek uit het onderzoek van Clark et al. (2013) dat klanten langdurige relaties willen opbouwen met hun verzekeraar. Verzekeraars kunnen deze langdurige relaties stimuleren door de kwaliteit en kwantiteit van klantcontact te verhogen. De perceptie van klanten is namelijk dat verzekeraars weinig doen om contact met hen op te nemen. Zo heeft een derde van de consumenten geen contactpunten gehad met hun verzekeraar, en heeft een derde van de consumenten slechts één contactpunt over hun polis gehad. Terwijl consumenten juist van verzekeraars verwachten dat ze contact met hen opnemen, bijvoorbeeld bij productvernieuwing. Hiermee tonen verzekeraars interesse in haar klanten, wat de relatie tussen een verzekeraar en haar klanten versterkt. Dat klanten meer willen horen van hun verzekeraar, bleek ook uit de klantarena van Goedverzekert. Goedverzekert organiseert jaarlijks een klantarena voor een verzekeringsproduct, waarbij bestaande klanten feedback geven op het gebruik van het product,

de communicatie van Goedverzekert, etc. Uit de meest recente klantarena van een verzuimverzekering bleek dat klanten meer willen horen van hun verzekeraar. Aangezien het een klantarena voor een verzuimverzekering betrof, weet Goedverzekert niet of dit ook voor klanten met een aansprakelijkheidsverzekering geldt, en waarover de informatie moet gaan.

Ten tweede bleek uit de studie van Clark et al. (2016) dat klanten vinden dat informatie van hun verzekeraar simpel en transparant moet zijn. Door simpele en transparante communicatie kunnen consumenten een weloverwogen beslissing maken over verzekeringsaankopen, bijvoorbeeld bij de aanschaf van een nieuw product, of bij het vaststellen van een eigen risico.

Goedverzekert vindt ook dat verzekeringsinformatie versimpeld moet worden. Daarom heeft de verzekeraar drie jaar geleden het concept 'Vertrouwd Communiceren' geïntroduceerd. Vertrouwd Communiceren houdt in dat teksten in communicatie naar klanten, zoals de website en e-mails, voor iedereen te begrijpen zijn. Daarvoor hanteert Goedverzekert vier uitgangspunten:

1. Structuur: zorg voor een heldere, lezersgerichte structuur.
2. Schrijfstijl: kies voor particuliere klanten het taalniveau dat de meeste Nederlanders begrijpen en straal vertrouwen uit. Voor zakelijke klanten of zorgverleners kies je een ander taalniveau. Een taalniveau met taalgebruik dat past bij de lezer.
3. Samenhang: zorg voor samenhang in documenten.
4. Specifiek: maak de teksten op maat voor je lezer (Goedverzekert, 2019).

In het handboek staan adviezen over hoe een medewerker van Goedverzekert deze vier uitgangspunten kan waarborgen. Deze adviezen staan in bijlage 1.

## 2.4 Klanttevredenheid bij verzekeraars

Aangezien *customer journey maps* worden gebruikt als leidraad voor empirisch onderzoek naar klantervaringen (Lemon & Verhoef, 2016), bespreek ik het onderzoek van Ruefenacht (2017). Ruefenacht (2017) onderzocht klantervaringen die invloed hebben op klanttevredenheid en klantloyaliteit in de verzekeringssector. Net als bij het onderzoek van Clark et al. (2015), hebben de bevindingen van het onderzoek van Ruefenacht (2017) betrekking op contactpunten in een klantreis en communicatie in contactpunten. Beiden bespreek ik hieronder.

Klantervaringen hebben betrekking op ervaringen bij voorgaande aankopen en ervaringen bij het gebruik van een product (Ruefenacht, 2017). Deze ervaringen zijn zowel cognitief als affectief en worden beïnvloed door drie antecedenten: 1) productcomplexiteit, 2) productkennis en 3) verwachte spijt (Ruefenacht, 2017). Met productcomplexiteit wordt de intrinsieke moeilijkheidsgraad van een product of dienst bedoeld. Zo heeft een ingewikkeld product, zoals verzekeringen, een hoge productcomplexiteit. Het tweede thema gaat over de kennis die een klant over een product heeft. Deze kennis beïnvloedt de waargenomen productcomplexiteit.

Iemand met veel kennis over verzekeringen vindt de complexiteit van een verzekering laag. Terwijl iemand met weinig kennis over verzekeringen de complexiteit van de verzekering hoog vindt. Het laatst antecedent is verwachte spijt. Dat antecedent gaat over de onzekerheid bij klanten of ze de juiste verzekeraar hebben gekozen. Een hoge verwachte spijt zorgt voor een lage tevredenheid. Omdat verwachte spijt voortkomt uit onzekerheid, moeten verzekeraars het waargenomen risico bij aankoop van een product reduceren. Dat kan volgens Ruefenacht (2017) door op een makkelijke en toegankelijke manier te communiceren, wat de productcomplexiteit verlaagt. Dat ligt in lijn met de bevindingen uit het onderzoek van Clark et al. (2015), waaruit bleek dat er simpel en transparant gecommuniceerd moet worden, en met het concept/initiatief 'Vertrouwd Communiceren' van Goedverzekert. Ook de tastbaarheid van diensten vergroten, helpt bij het verminderen van risicoperceptie na aankoop van een product. Een voorbeeld hiervan is een evenement voor particuliere klanten met een autoverzekering van Goedverzekert. Voor dit evenement worden klanten die nog nooit schade gemeld hebben, uitgenodigd om deukjes in hun auto laten repareren.

In tegenstelling tot een hoge verwachte spijt, hebben coproductie en vertrouwen een positieve invloed op klanttevredenheid (Ruefenacht, 2017). Coproductie houdt in dat klanten meedenken over processen, producten of services van een organisatie, zodat deze beter aansluiten op de behoeftes van een klant. Dat sluit aan op de bevindingen van Clark et al. (2015) en past bij de klantarena's die Goedverzekert organiseert. Daarnaast moeten verzekeraars een bijdrage leveren aan het verhogen van productkennis bij klanten en consumenten (Ruefenacht, 2017). Hierbij kan gedacht worden aan educatie over diverse aspecten van verschillende verzekeringen.

Tot slot bleek uit onderzoek van Ruefenacht (2017) dat er een positieve relatie is tussen klanttevredenheid en -loyaliteit: hoe tevredener klanten zijn, hoe langer zij klant blijven. Ruefenacht (2017) splitst klantloyaliteit op in klantduur en productdichtheid, en geeft aan dat deze nauw met elkaar samenhangen: hoe langer klanten klant zijn, hoe meer producten zij afnemen. Dat betekent dat Goedverzekert zich moet richten op klanttevredenheid. Met een hoge klanttevredenheid blijven klanten langer klant bij Goedverzekert, waardoor klanten meer producten zullen afnemen.

## 2.5 Onderzoeksvraag en deelvragen

In deze studie wordt er onderzoek gedaan naar de eerstejaarsklantreis van zzp'ers met een AVB die klant zijn bij Goedverzekert. Daarin worden alle contactpunten met een klant in kaart gebracht, waarmee klantervaringen kunnen worden onderzocht (Halvorsrud et al, 2016). De hoofdvraag in mijn onderzoek is: *hoe kan Goedverzekert de eerstejaarsklantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering optimaliseren?* Om antwoord te geven op deze vraag, heb ik twee deelstudies opgesteld.

In de eerste deelstudie wordt een klantreisanalyse uitgevoerd. Hiervoor dienen de geplande en ervaren klantreis van zzp'ers met een AVB in kaart te worden gebracht. Deze twee perspectieven dienen met elkaar vergeleken te worden, zodat er systematische afwijkingen tussen de klantreizen ontdekt kunnen worden (Halvorsrud et al., 2016). Hierbij heb ik de volgende deelvraag opgesteld: *in hoeverre sluiten de geplande en ervaren klantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering op elkaar aan?*

Naast het in kaart brengen van contactpunten, is het ook van belang om te onderzoeken hoe er gecommuniceerd wordt in een contactpunt. Communicatie in contactpunten beïnvloedt namelijk klantervaringen die de klanttevredenheid bepalen. Volgens Clark et al. (2015) en Ruefenacht (2017) moet verzekeringsinformatie simpel, transparant en toegankelijk gecommuniceerd worden. Goedverzekert deelt deze mening en heeft daarom het concept 'Vertrouwd Communiceren' opgesteld. In hoeverre teksten voldoen aan het concept 'Vertrouwd Communiceren' heeft Goedverzekert nog niet onderzocht. Daarom richt mijn tweede deelstudie zich op de communicatie in twee contactpunten van de klantreis uit deelstudie 1. Hierbij is de volgende vraag opgesteld: *in hoeverre begrijpen en waarderen zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering de communicatie in twee contactpunten van de klantreis?*

## 3 Deelstudie 1. De klantreis

### 3.1 Inleiding

Deelstudie 1 richt zich op de geplande en ervaren klantreis. Daarbij is de volgende deelvraag geformuleerd: *in hoeverre sluiten de geplande en ervaren klantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering op elkaar aan?* Om deze vraag te beantwoorden, worden er twee studies uitgevoerd. Deelstudie 1a richt zich op het in kaart brengen van de geplande klantreis. De geplande klantreis wordt opgesteld vanuit het perspectief van een organisatie (Halvorsrud et al., 2016). Om deze klantreis in kaart te brengen en te beschrijven, is een bureau-onderzoek uitgevoerd en zijn een expertsessie met het team klantbehoud en een interview met een salesmedewerker gehouden. Deelstudie 1b richt zich op het in kaart brengen van de ervaren klantreis. De ervaren klantreis wordt opgesteld vanuit het perspectief van klanten (Halvorsrud et al., 2016). Om deze in kaart te brengen, zijn interviews met zzp'ers met een AVB gehouden. Daarna worden de geplande en ervaren klantreis met elkaar vergeleken. Beide sub-deelstudies hebben een aparte methode- en resultatensectie. Daarna volgt een algemene conclusie van de eerste deelstudie.

### 3.2 Deelstudie 1a. De geplande klantreis

#### 3.2.1 Methode

In deelstudie 1a voerde ik de eerste twee fases van de klantreisanalyse volgens Halvorsrud en Kvale (2017) uit.

#### *Instrumentatie*

De data over de geplande eerstejaarsklantreis van zzp'ers met een AVB verzamelde ik op drie manieren: 1) via bureau-onderzoek, 2) via een expertsessie en 3) via een interview met een salesmedewerker.

#### **1) Bureau-onderzoek**

Het bureau-onderzoek richtte zich op het vinden en analyseren van data over contactpunten op initiatief van Goedverzekert en op initiatief van zzp'ers. Hierbij gebruikte ik de volgende documenten:

- Twee klantreizen

Een van de klantreizen richtte zich op het moment dat een ondernemer op de website komt tot aan het moment dat de ondernemer klant wordt, zie Bijlage 2. Daarin stonden acht contactpunten die een ondernemer zou kunnen doorlopen: klant belandt op productpagina, klant berekent premie en sluit de verzekering af. Deze klantreis is ruim twee jaar geleden gemaakt door het team 'Bereik' van Goedverzekert. De andere klantreis betrof het eerste jaar dat een ondernemer klant is, zie Bijlage 3. Daarin stond welke e-mails Goedverzekert wil versturen naar haar klanten, ongeacht het verzekeringsproduct. Deze klantreis is in september 2021 gemaakt door het team 'klantbehoud' van Goedverzekert. Beide klantreizen bevatten geen tijdspad. Ook was er geen



veldonderzoek gedaan naar de ervaren klantreizen. De twee klantreizen gebruikte ik als basis en voorbeeld voor het opstellen van een klantreis in de huidige studie.

- Commerciële Monitor

In de Commerciële Monitor staan data over aantallen klanten per product, klantsegmenten, productdichtheid, premievolumes, etc. Deze data gebruikte ik om het verzekeringsproduct en de doelgroep 'zzp'ers met een AVB' te beschrijven.

- Intranet

Het intranet van de afdeling sales gebruikte ik om standaardmails te vinden die worden verstuurd in het eerste jaar van de klantreis. Deze mails betroffen onder andere: opzeggingen, bevestigingen, polissen en nota's, etc.

## **2) Expertsessie**

Op 13 oktober 2022 hield ik een expertsessie (*process mapping*, Halvorsrud & Kvale, 2017). Het doel van de expertsessie was om te achterhalen of de opgestelde geplande klantreis volledig is, waartoe deze klantreis moet dienen en waarom de klantreis is bedacht. Het hele team 'klantbehoud' was aanwezig. Dit multidisciplinaire team bestond uit acht medewerkers, waaronder marketeers, communicatiespecialisten en digitals, die zich bezighouden met het opstellen van de klantreis. Tijdens de sessie legde ik aan hen de chronologische klantreis voor die ik heb opgesteld via de bureau-analyse. Deze werd stap-voor-stap doorlopen, zodat eventuele fouten in de geplande klantreis eruit gehaald konden worden, en onduidelijkheden besproken konden worden. Daarna stelde ik vragen over de geplande en ervaren klantreis. Hiervoor had ik een semigestructureerd interviewschema opgesteld, zie Bijlage 4. Bij de geplande klantreis stelde ik vragen over het doel van de klantreis, het aantal contactpunten in de klantreis, en de communicatiemiddelen die gebruikt worden door Goedverzekert. Bij de ervaren klantreis stelde ik vragen over hoe het team denkt dat de eerstejaarsklantreis eruit zou moeten zien, het monitoren en evalueren van contactpunten, en de beschikbare data daarvan. Tijdens de sessie probeerde ik alle deelnemers te betrekken door oogcontact te maken. Daarbij gaf ik deelnemers ruimte om op elkaar te reageren. De sessie duurde anderhalf uur en was fysiek en online: sommige deelnemers waren op kantoor en sommige deelnemers waren via Teams aanwezig. De sessie heb ik opgenomen via Teams. Van de opname maakte ik een transcript. Het transcript is te vinden in Bijlage 5.

## **3) Meeluisteren en interview met een salesmedewerker**

Op 21 oktober 2022 luisterde ik mee met gesprekken tussen een salesmedewerker van Goedverzekert en hield ik een interview met de salesmedewerker. De salesmedewerker heeft dagelijks contact met (niet-)klanten over een AVB, waardoor de medewerker veel kennis heeft over het product en over de vragen over een AVB. Het meeluisteren duurde een uur. Het doel van het meeluisteruur was om een beeld te krijgen van (potentiële) mkb-klanten van

Goedverzekert. In het uur had de medewerker vijf gesprekken, waarvan vier over een AVB gingen. Twee van de vier gesprekken betroffen het afsluiten van een AVB, waarvan één direct via de telefoon afgesloten werd en bij de ander een offerte werd opgesteld en verstuurd. Het derde gesprek ging over een nieuwe polis die was verstuurd naar het vorige adres van de bellende klant, waardoor hij/ zij deze niet ontvangen had. De salesmedewerker maakte direct een account aan, waarin de klant de polis kan zien. Bij het laatste gesprek begreep een klant een mail niet. In de mail werd gevraagd om verzekeringsgegevens te actualiseren. De salesmedewerker legde de bedoeling van de mail uit, waarna de klant deze zelf kan invullen. Vanwege de AVG, kon ik deze telefoongesprekken alleen meeluisteren en zijn dus niet getranscribeerd.

Aansluitend aan het meeluisteruur hield ik een interview met de salesmedewerker. Het doel van dit interview was om meer kennis over een AVB te verkrijgen en om een eerste inzicht te verschaffen in hoe klanten hun klantreis van een AVB ervaren. Nadat ik mezelf had voorgesteld en mijn onderzoek had toegelicht, begon het interview. Hiervoor had ik een semigestructureerd interviewschema opgesteld, zie Bijlage 6. Daarbij maakte ik een splitsing in: 1) het product 'AVB' en 2) het klantcontact over het product. Het eerste deel ging over: waartegen een klant verzekerd is met een AVB, het contract, en de eerstejaars klantreis van een AVB. Zo vroeg ik waarvoor zzp'ers verzekerd zijn met een AVB en of er nog wat miste in de klantreis zoals ik die opgesteld had met het bureau-onderzoek en de expertsessie. Het tweede deel richtte zich op klantcontactmomenten, zoals telefoongesprekken en e-mailinteracties, die hij met klanten heeft. Hierbij stelde ik vragen over veelvoorkomende vragen, klachten, onduidelijkheden over een AVB, en beweegredenen voor zzp'ers om een AVB af te sluiten. Het interview duurde een half uur en was fysiek op kantoor. Via een dictafoonapp op mijn telefoon heb ik het interview opgenomen. Hiervan heb ik een transcript geschreven. Het transcript van het interview is toegevoegd in de bijlage, zie Bijlage 6.

### 3.2.2 Resultaten

#### *Fase 1*

In deze fase wordt het product, het serviceproces en de doelgroep beschreven. Een AVB verzekert ondernemers tegen schade aan anderen of aan spullen van anderen. Met een AVB zijn de werkzaamheden van een organisatie verzekerd. Daarbij maakt het niet uit wie deze werkzaamheden namens een organisatie uitvoert.

*“Ja je verzekert de werkzaamheden van het bedrijf. En wie dat uitvoert namens het bedrijf dat is eigenlijk niet zo relevant. Dus als je personeel hebt dan is het gedekt. Ook als je een stagiaire bent en je gaat bijvoorbeeld even twee weken constructiewerk doen. En er gaat iets mis dan is dat gewoon verzekert.” (Collega S, r. 61-64, Bijlage 7)*

Uit het interview met de salesmedewerker bleek dat veel zzp'ers dit niet weten en daarover bellen.

*“Een zzp'er is dan druk en iemand moet hem dan even snel helpen. Dat kan familie zijn of een buurvrouw of een stagiaire. En dan bellen ze even om te vragen of zij dan ook onder de verzekering vallen” (Collega S, r. 54-56, Bijlage 7)*

Het product AVB maakt in het tweede kwartaal van 2023 de overstap naar een online *funnel*. Dat betekent dat een AVB online kan worden afgesloten en dat alle communicatie per mail verstuurd wordt. De klantreis begint bij het afsluiten van een aansprakelijkheidsverzekering en eindigt nadat het eerste jaar voorbij is, dus wanneer de nieuw berekende premie ingaat. In principe geldt de regel dat klanten een aansprakelijkheidsverzekering in het eerste jaar van hun contract niet kunnen opzeggen. Daarop geldt een uitzondering: wanneer er geen KvK-nummer meer is (en de ondernemingen dus niet meer bestaan), dan kunnen klanten het contract opzeggen gedurende hun eerste jaar. Het hebben van een AVB is wettelijk niet verplicht, maar opdrachtgevers kunnen zzp'ers wel dwingen om een AVB af te sluiten. Dat is dan ook een van de voornaamste twee redenen om een AVB af te sluiten:

*“Ik denk dat dat er twee zijn. Ten eerste omdat mensen dat risico graag willen afdekken. Dus die zijn er bewust mee bezig van: ik ga dit en dit doen, als er wat misgaat, ben ik dan verzekerd? En je hebt ook een grote klantengroep die een polis nodig heeft voor een opdrachtgever. Zoals die belde. Hij zei al: als ik dit niet had gehoeven dan zou ik het helemaal niet afsluiten. Dus die ziet dat risico helemaal niet voor zichzelf maar die doet dit dan puur voor de klus. Even zijn polis laten zien en hij mag dat werk doen.” (Collega S, r. 105-110, Bijlage 7)*

Uit het interview met de salesmedewerker en uit de data in de commerciële monitor bleek dat een AVB een van de drie belangrijkste verzekeringen is voor zzp'ers. Ruim 36 duizend mkb'ers hebben bij Goedverzekert een AVB afgesloten, waarvan bijna 22 duizend zzp'er is. In oktober 2022 bevonden 22 % van deze zzp'ers (4,5 duizend) zich in hun eerste jaar van de klantreis. Hoewel een AVB een belangrijke verzekering is voor zzp'ers, weten veel van hen niet waarvoor ze verzekerd zijn. Dat illustreert onderstaande quote:

*“Ze komen soms met een heel verkeerd beeld binnen over een AVB. Sommigen denken dat alles wat er gebeurt onder een AVB valt” (Collega S, r. 136-138, Bijlage 7)*

## *Fase 2*

In deze fase wordt de geplande klantreis beschreven. Het team heeft een start gemaakt met de geplande klantreis, zie Bijlage 3. Deze was nog niet volledig. Tijdens de expertsessie ontstond er dan ook onduidelijkheid over de geplande klantreis. Een aantal medewerkers vonden dat deze beschreven moet worden zoals deze nu is, en een aantal collega's vonden dat deze beschreven moet worden zoals deze is na overstap naar de online *funnel*.

*“Als dit is hoe je het idealiter zou willen, dan is het per mail. Ja je kan ook met twee werken: een van hoe het nu is en een hoe deze zou moeten worden.”* (Collega B, r. 112-113, Bijlage 5)

Daarom is er besloten om met twee geplande klantreizen te werken: de huidige geplande klantreis en de gewenste geplande klantreis. De huidige geplande klantreis toont hoe zzp'ers met een AVB hun eerste jaar doorlopen volgens Goedverzekert. De gewenste geplande klantreis toont hoe zzp'ers met een AVB hun eerste jaar doorlopen volgens Goedverzekert, nadat het product de overstap heeft gemaakt naar een online *funnel*. Hierdoor kan de gewenste geplande klantreis ook wel gezien worden als een toekomstige geplande klantreis. De gewenste geplande klantreis is dan ook nog in ontwikkeling. Deze moet namelijk beter aansluiten op de doelgroep. Zo illustreert onderstaande quote:

*“Oké, want we hebben nog geen product specifieke contactpunten. Die willen we wel graag hebben in de gewenste klantreis. We weten alleen nog niet hoe we daar invulling aan kunnen geven”* (Collega A, r. 180-182, Bijlage 5)

Figuur 3 is een visuele weergave van de huidige geplande klantreis. Deze bevat zeven contactpunten. Figuur 4 laat de gewenste geplande klantreis zien. Deze klantreis bestaat uit acht contactpunten. In beide figuren wordt er onderscheid gemaakt tussen:

- Contactpunten op initiatief van Goedverzekert of van een klant (*brand-owned of customer-owned*),
- Het middel waarmee gecommuniceerd wordt/ kan worden (brief, telefoon, e-mail en website).

#### Huidige geplande klantreis

De huidige geplande klantreis begint bij het afsluiten van een aansprakelijkheidsverzekering (contactpunt 1). Dit kan een zzp'er doen via de website of telefoon afsluiten. Daarna ontvangt de zzp'er de Welkomstmail (contactpunt 2). Deze wordt direct nadat de verzekering afgesloten is, verstuurd. Dat is meestal binnen 10 werkdagen, het is afhankelijk van de drukte van verzekeringsaanvragen (Collega S, r. 20-22, Bijlage 7). Het doel van de mail is dat klanten zich meteen welkom voelen. In deze mail staat een persoonlijke welkomstvideo.

*“Voor de welkomstvideo hebben we bewust gekozen. Dat klanten die hun verzekering afsluiten en de video ontvangen, denken: tof, ik zit nu bij Goedverzekert en ik hoor er meteen bij”* (Collega B, r. 191-193, Bijlage 5)

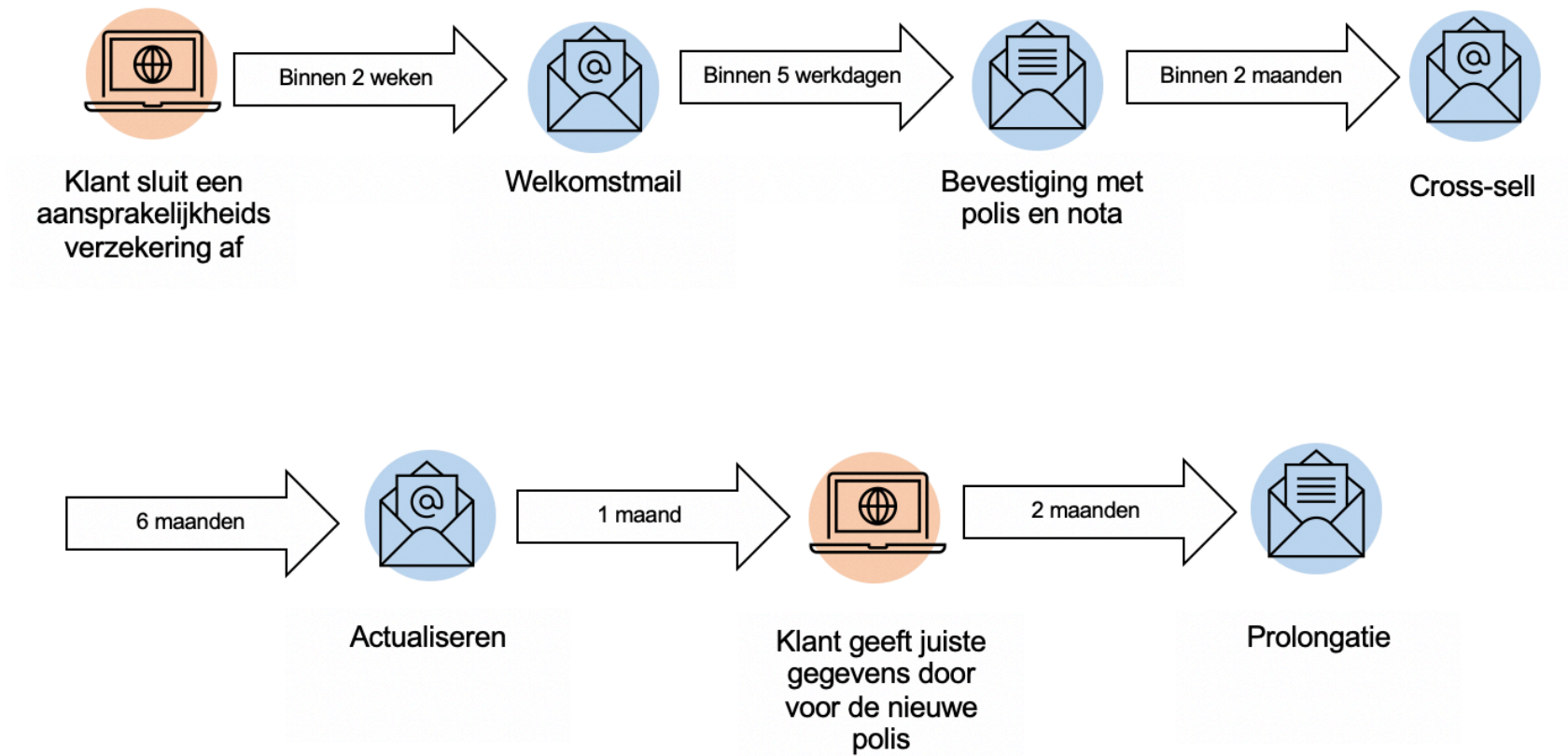
Vijf dagen na de welkomstmail, ontvangen klanten een bevestiging per post van de nieuwe verzekering, waarin de polis en nota als bijlage zijn toegevoegd (contactpunt 3). Klanten kunnen zien wat ze verzekerd hebben en wat de bijbehorende premie is. Een half jaar nadat klanten hun verzekering hebben afgesloten, ontvangen klanten de cross-sellmail (contactpunt 4). Het doel van de mail is om de productdichtheid te verhogen. Klanten kunnen in de mail doorklikken naar

de website, waar zij een nieuwe verzekering kunnen afsluiten. Drie maanden voor het einde van de eerstejaarsklantreis ontvangt een klant de actualisatiemail (contactpunt 5). Deze mail vraagt aan klanten om hun gegevens te controleren en zo nodig aan te passen. Zo zijn klanten niet onderverzekerd en komen ze niet voor onverwachte verrassingen te staan als ze een claim indienen. Meer dan 60% van de ontvangers klikt door in de mail, waardoor de klant naar de website wordt geleid en daar de gegevens controleert en zo nodig aanpast (contactpunt 6) Het laatste contactpunt betreft de prolongatie met daarin de polissen en premies van het nieuwe verzekeringsjaar (contactpunt 7). Deze wordt per post verstuurd. Klanten hoeven hierop niet te reageren, de verzekering wordt automatisch verlengd. Tot slot is er nog een contactpunt die niet in de klantreis staat: de preventiemails. In de mails staan tips om schade te voorkomen. Deze mails worden verstuurd bij slechte weersomstandigheden, waardoor deze niet in de chronologie van de klantreis passen. De eerste en enige preventiemail is dan ook verstuurd tijdens de stormen in januari 2022. Het primaire doel van de preventiemails is dat klanten schade via de website melden in plaats van via de telefoon, zodat er geen lange wachttijden aan de telefoon ontstaan. Het secundaire doel van de preventiemails is de klanttevredenheid verhogen door proactief mee te denken met klanten.

*“Ja, en secundair willen we een beetje goodwill kweken door met klanten mee te denken. Maar het is vooral: bel ons niet, want dan sta je heel lang in de wacht” (Collega B, r. 59-60, Bijlage 5).*

Er is bewust gekozen om alle klanten met een schadeverzekering preventiemails te sturen, zodat klantgroepen niet uitgesloten worden. Daarbij wordt er nog wel gekeken of er met postcodegebied gewerkt kan worden.

*“Iedereen die een schadeverzekering heeft en dan afhankelijk of we wel of niet met postcodegebieden gaan werken. We kijken nu nog naar de mogelijkheid of we deze op demografisch niveau kunnen versturen. Als het slecht weer is in Zeeland dan hoeven klanten in Groningen geen preventietips te ontvangen.” (Collega B, r. 44-47, Bijlage 5)*



Figuur 3. Visuele weergave van de huidige geplande weergave, sinds september 2021

### Gewenste geplande klantreis

Aangezien de gewenste klantreis veel overeenkomsten heeft met de huidige klantreis, beperk ik me tot de verschillen tussen de twee klantreizen. Er zijn drie verschillen. Allereerst verschillen de communicatiemiddelen van de contactpunten vanuit Goedverzekert tussen de klantreizen. In de huidige klantreis verstuurt Goedverzekert post en mails, terwijl Goedverzekert in de gewenste geplande klantreis alleen via e-mail wil communiceren. Zo worden de bevestiging en prolongatie per mail verstuurd in plaats van per post. Dat leidt tot het tweede verschil tussen de klantreizen: een verschil in chronologie. In de huidige geplande klantreis is de welkomstmail het tweede contactpunt en de bevestiging het derde contactpunt, terwijl deze in de gewenste geplande klantreis omgedraaid zijn. Deze contactpunten worden in beide klantreizen tegelijk verstuurd, maar de post zorgt voor vertraging in de huidige geplande klantreis. Een verandering in het communicatiemiddel zorgt dus voor een verandering in chronologie. Daarnaast wordt de cross-sellmail eerder verstuurd in de gewenste klantreis dan in de huidige versie.

*“De cross-sellmail zit ook redelijk vroeg in de klantreis, omdat uit onderzoek van een van onze collega’s bleek dat klanten vaak vlak na het sluiten van een product nog in de koopmodus zitten.” (Collega B, r. 196-198, Bijlage 5)*

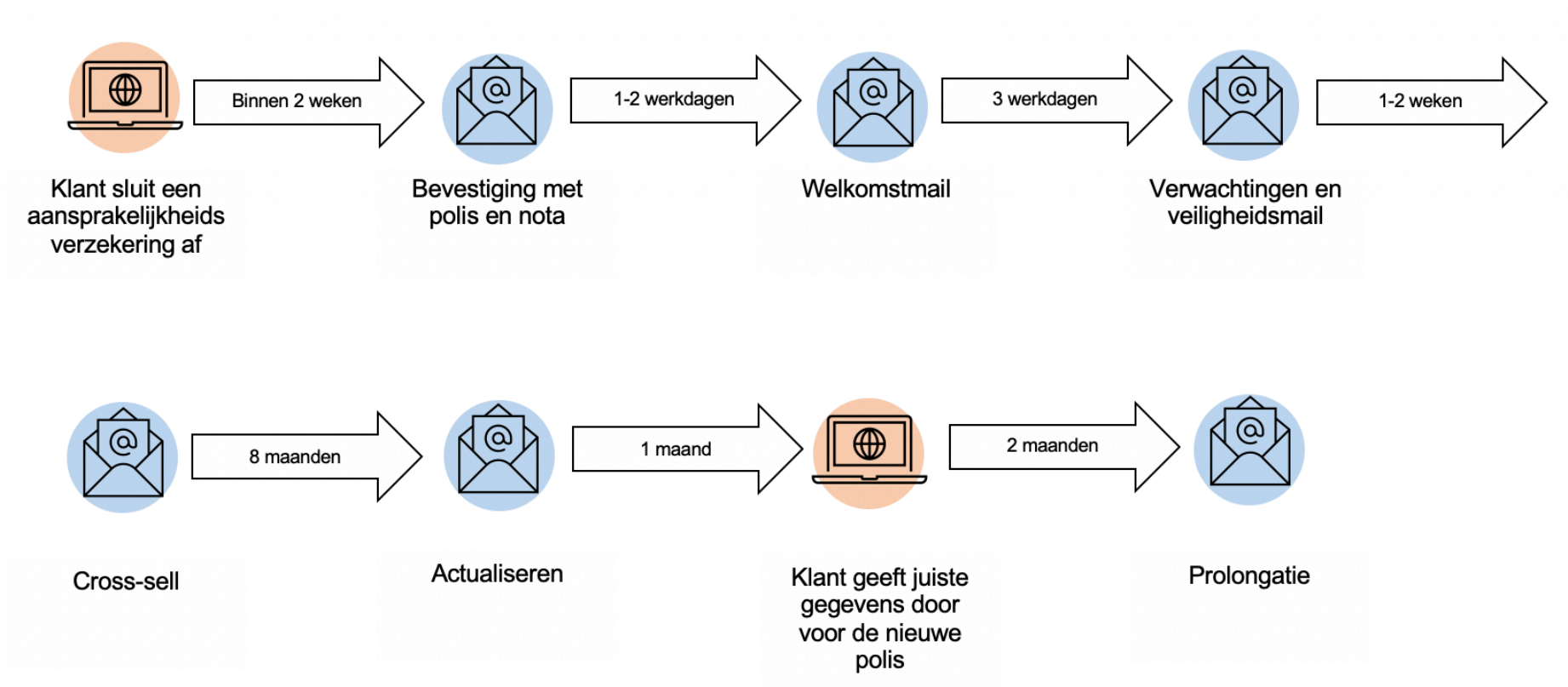
Het derde punt waarop de huidige geplande klantreis en de gewenste geplande klantreis van elkaar verschillen is: het aantal contactpunten. De gewenste geplande klantreis heeft één contactpunt meer dan de huidige geplande klantreis, namelijk: de veiligheidsmail. De veiligheidsmail is nog niet opgesteld. De mail volgt drie werkdagen na de welkomstmail.

*“De veiligheidsmail is bedacht, omdat we vaak vragen kregen over veiligheid. Denk hierbij bijvoorbeeld aan vragen over of men wel op een link kan klikken, en of een mail wel echt van Goedverzekert afkomt. Dus we dachten dat het goed is om die meteen even te tackelen.” (Collega B, r. 194-196, Bijlage 5)*

Het doel van de mail is om klanten te informeren over hoe Goedverzekert communiceert, omdat klanten zich afvroegen of e-mails daadwerkelijk van Goedverzekert zijn. Door de veiligheidsmail herkennen klanten mails van Goedverzekert, wat het aantal telefoontjes/e-mails over *phisingmails* verlaagt.

Tot slot is ook de gewenste geplande klantreis nog niet af. Uit de expertsessie bleek dat zowel de huidige als de gewenste de geplande klantreis alleen generieke contactpunten bevat, terwijl Goedverzekert ook productspecifieke contactpunten erin wil hebben.

*“We hebben nog geen productspecifieke contactpunten. Die willen we wel graag hebben in de gewenste klantreis. We weten alleen nog niet hoe we daar invulling aan kunnen geven.” (Collega A, r. 179-181, Bijlage 5)*



Figuur 4. Visuele weergave van de gewenste geplande weergave



### 3.3 Deelstudie 1b. Ervaren klantreis

#### 3.3.1 Methode

Om de ervaren klantreis in kaart te brengen, hield ik interviews met zzp'ers die een AVB hebben afgesloten bij Goedverzekert.

##### *Werving en selectie van respondenten*

Bij de werving van respondenten voor de interviews, stelde ik een aantal voorwaarden op. Deze voorwaarden hadden betrekking op: het aantal medewerkers, de verzekeringsproducten en de duur van klantrelatie. Aan de dataspecialist van het team klantbehoud vroeg ik om een selectie te maken van het klantenbestand, waarbij zzp'ers met een AVB die niet aan de voorwaarden voldeden, werden uitgesloten voor een interview. Hieronder licht ik de voorwaarden toe.

##### Aantal medewerkers

Een zzp'er is een zelfstandige zonder personeel. Daarom heb ik de voorwaarde gesteld dat een zzp'er geen vaste medewerker in dienst heeft. Deze zzp'ers mogen wel een tijdelijke kracht inhuren, zoals een stagiaire.

##### Verzekeringsproducten

Respondenten mogen geen andere verzekeringen hebben afgesloten bij Goedverzekert. Ruefenacht (2017) stelt namelijk dat klantervaringen onder andere beïnvloed worden door ervaringen bij voorgaande aankopen. Dat betekent dat het hebben van andere verzekeringsproducten bij Goedverzekert de resultaten van dit onderzoek kan beïnvloeden. Daarom is er besloten om de zzp'ers die meerdere producten afnemen bij Goedverzekert uit te sluiten van dit onderzoek.

##### Duur van klantrelatie

Om mogelijke afwijkingen van de ervaren klantreis ten opzichte van de geplande klantreis te onderzoeken, moeten respondenten hun eerste jaar van de klantreis doorlopen hebben. Daarnaast moet het eerste jaar van hun klantreis niet te lang geleden zijn, omdat respondenten zich dan wellicht niet alles kunnen herinneren. Daarom heb ik de voorwaarde gesteld dat klanten minimaal een en maximaal twee jaar geleden hun AVB hebben afgesloten bij Goedverzekert. Dat betekent: klanten hebben hun verzekering tussen 1 november 2020 en 31 oktober 2021 afgesloten.

Nadat deze voorwaarden waren toegepast op het klantenbestand van Goedverzekert, bleven er nog 250 potentiële respondenten over. Daarvan heb ik 75 klanten uitgenodigd voor een interview. Respondenten ontvingen een uitnodiging voor een interview per mail, zie Bijlage 8. In de uitnodiging is vermeld: dat het een afstudeeronderzoek betreft, wat het onderwerp van het onderzoek is, wanneer de interviews plaatsvonden en hoe de interviews konden plaatsvinden (online of op een locatie). Er kwam weinig reactie op de mail, waardoor ik besloot om in de uitnodiging een incentive te benoemen, namelijk: een bol.com cadeaukaart ter waarde van € 20,-.

Deze uitnodiging heb ik aan 150 klanten verstuurd. Uiteindelijk heb ik 14 respondenten bereid gevonden om deel te nemen aan de interviews.

### *Kenmerken van respondenten*

Tabel 1 toont een overzicht van de beroepen van de respondenten, hoe lang ze zzp'er zijn en per wanneer ze een AVB hebben afgesloten.

**Tabel 1.**

*Beroep van respondenten, hoe lang ze zzp'er zijn en datum van afsluiten AVB*

Respondent	Beroep	Duur zzp'er	Datum AVB
1	Natuurkapper	10 jaar	01-04-2021
2	Technisch adviseur	2 jaar	01-01-2021
3	Communicatieadviseur	4 jaar	25-10-2021
4	Interieurstylist	2 jaar	01-01-2021
5	Personal trainer	1 jaar	24-09-2021
6	Interim managementondersteuner	1,5 jaar	01-07-2021
7	Bewustwordingscoach	2 jaar	07-07-2021
8	Trainer	1 jaar	01-09-2021
9	Data-analist	1,5 jaar	01-06-2021
10	Reisadviseur	2 jaar	12-01-2021
11	Interim inkoper	1,5 jaar	16-07-2021
12	Magiër en entertainer	10 jaar	06-06-2021
13	Projectcontroller	1,5 jaar	09-03-2021
14	Management-/projectondersteuner	2 jaar	04-05-2021

De respondenten beoefenden diverse beroepen. Veel van de respondenten sloten direct nadat ze zzp'er zijn geworden een AVB af. Respondenten één en twaalf hadden een AVB bij een andere verzekeraar afgesloten, voordat ze een AVB bij Goedverzekert afsloten.

### *Instrumentatie*

Ik hield semigestructureerde interviews met een topiclist, zie Bijlage 9. Dat betekent dat de onderwerpen van het interview en een deel van de vragen vooraf zijn opgesteld (Klostermann, 2021). Daarnaast had ik doorvragen opgesteld en voorbeelden bedacht voor als een gesprek moeilijk op gang zou komen of als het antwoord op een vraag niet helemaal duidelijk zou zijn. In de interviews komen drie onderwerpen aan bod: 1) aansprakelijkheidsverzekering, 2) klantreizen, en 3) communicatie- en informatiebehoefte.

### 1. Aansprakelijkheidsverzekering

Het eerste onderwerp van mijn interviewschema was het product AVB. Specifiek ging ik hierbij in op productkennis en verwachte spijt. Daarvoor zijn twee redenen: 1) omdat uit het interview met de salesmedewerker van deelstudie 1a naar voren kwam dat veel klanten niet weten waarvoor ze verzekerd zijn, en 2) omdat Ruefenacht (2017) stelt dat een lage productkennis en een hoge verwachte spijt, samen met hoge productcomplexiteit, een negatieve invloed hebben op klantervaringen en klanttevredenheid. Daarom vroeg ik aan respondenten waarom ze een AVB hebben afgesloten, en waarom ze deze bij Goedverzekert hadden afgesloten.

### 2. Klantreizen

De vragen van het tweede onderwerp gingen over de ervaringen van contactpunten in de huidige geplande klantreis. De vragen zijn opgesteld op basis van drie type contactpunten van Lemon en Verhoef (2016): 1) *brand-owned*, 2) *customer-owned*, en 3) *social/external brand points*<sup>2</sup>, in combinatie met de vier type contactpunten volgens Halvorsrud et al. (2016): 1) verwacht, 2) ad hoc, 3) falend, en 4) gemist. Ik ging allereerst in op *brand-owned* contactpunten, waarbij ik probeerde te achterhalen of dit contactpunt verwacht (respondenten hebben de informatie in het *brand owned* contactpunt ontvangen) of gemist (respondenten hebben de informatie in het *brand owned* contactpunt niet ontvangen) was. Als respondenten de informatie in het contactpunt ontvangen hadden, ging ik in op de eventuele falende aspecten van het contactpunt. Daarbij stelde ik vragen over het doel van de informatie in het contactpunt en of dat doel bereikt was. Zo vroeg ik aan respondenten wat ze gedaan hadden na het zien van een mail. Als respondenten de informatie in het contactpunt niet ontvangen hadden, dan probeerde ik te achterhalen waarom zij die niet ontvangen hadden. Daarna stelde ik vragen over *customer-owned* contactpunten, waarbij ik achterhaalde of respondenten contact hebben gezocht met Goedverzekert. Als respondenten contact hadden gezocht dan wilde ik weten waarover deze contactpunten gingen en via welk middel deze plaatsvonden. Ten slotte ging ik in op *social/external brand points*, waarbij ik de vraag stelde of respondenten interacties tussen Goedverzekert en andere klanten op sociale media hebben gezien, en hoe ze deze interacties hebben ervaren.

### 3. Communicatie- en informatiebehoefte

Het laatste onderwerp in mijn interview richtte zich op de communicatie- en informatiebehoefte van klanten. Clark et al. (2013) stelden namelijk dat klanten een hogere kwaliteit en kwantiteit van klantcontact willen. Zij gaven daarbij geen handvaten wanneer, waarover en via welk communicatiemiddel deze contactmomenten moeten verlopen. Daarom stelde ik vragen over wanneer respondenten verwachten dat Goedverzekert contact opneemt, in hoeverre Goedverzekert voldoende informatie aanbiedt, via welk middel ze contact willen leggen met Goedverzekert, en met welk middel Goedverzekert contact met hen moet leggen.

---

<sup>2</sup> *Partner-owned* contactpunten laat ik achterwege, omdat uit deelstudie 1a blijkt dat klanten van Goedverzekert dat type niet ontvangt.

## Procedure

Alle respondenten kozen ervoor om het interview via Microsoft Teams of Zoom te voeren. Respondenten ontvingen een uitnodiging voor een Teams- of Zoomvergadering. De interviews duurden 30 tot 45 minuten. Voordat een interview begon, lichtte ik het onderzoek toe, waarbij ik vertelde wat het doel van het onderzoek is, dat de vergadering opgenomen werd en dat respondenten anoniem blijven. Daarnaast vroeg ik of respondenten akkoord gingen met deelname aan mijn onderzoek. Nadat respondenten akkoord gaven, begonnen de interviews en startte de opnames. Om ervoor te zorgen dat respondenten zich op hun gemak voelden, stelde ik eerst een aantal vragen over hun onderneming, zoals een vraag over hun dagelijkse werkzaamheden. Daarna vroeg ik of respondenten in hun eerste jaar als klant bij Goedverzekert een tijdelijke kracht hebben ingehuurd. Die vraag kwam voort uit het interview met de salesmedewerker, waarin hij aangaf dat zzp'ers vaak bellen om te vragen of een tijdelijke inhuurkracht meeverzekerd is. Daarna volgden de vragen van topic één tot en met drie. Ten slotte, vroeg ik nog naar de adresgegevens, waarnaar de bol.com cadeaukaart verstuurd kon worden. Van de interviews heb ik transcripten gemaakt, zie Bijlage 10. Hiervoor heb ik de transcriptfunctie in Teams gebruikt. Nadat Teams de transcripten automatisch had gegenereerd, heb ik de tekst nagelezen en herschreven.

## Analyse

De interviews zijn op twee manieren geanalyseerd: 1) binnen een topic en 2) tussen de topics en kenmerken van respondenten. Hieronder beschrijf ik beide analyses.

### **Analyse binnen topics**

#### 1. Aansprakelijkheidsverzekering

Bij de eerste topic 'aansprakelijkheidsverzekering' categoriseerde ik, samen met de – in deelstudie 1a geïnterviewde – salesmedewerker, de antwoorden op de vragen over productkennis van respondenten in. De antwoordcategorieën waren: goed, gedeeltelijk goed en fout. Een goed antwoord omvat een volledige beschrijving waartegen een respondent verzekerd is met een AVB, een fout antwoord is een foutieve beschrijving waartegen een respondent verzekerd is met een AVB, en een gedeeltelijk goed antwoord bevat foute en goede antwoorden, zie Tabel 2.

**Tabel 2.***Voorbeelden van goede, gedeeltelijk goede en foute antwoorden*

Antwoordcategorie	Voorbeeld
Goed	<i>“Als ik bij een klant schade maak waar ik niks aan kan doen dat dat gewoon verzekerd is. Ik ga koffie halen voor de kandidaten en onderweg struikel ik en ik donder tegen een mooie Chinese vaas aan met mijn koffie, en dat ding ... dat dondert op de grond. Dan ben ik in ieder geval verzekerd, hè?” (Respondent 8, r. 42-45, Bijlage 10.8)</i>
Gedeeltelijk goed	<i>“Uhm ja, een verkeerd getalletje. Maar ik ben volgens mij ook verzekerd als ik op kantoor ben en ik stoot iets om of zo” (Respondent 3, r. 38-39, Bijlage 10.3)<sup>3</sup></i>
Fout	<i>“Ja, dat is een goede vraag. Ik denk bij langdurig ziekte of lichamelijke letsel, waarbij ik mijn beroep niet meer goed kan uitoefenen” (Respondent 11, r. 33-34, Bijlage 10.11)</i>

In de antwoorden op de vragen over verwachte spijt zocht ik naar overkoepelende redenen om een AVB bij Goedverzekert af te sluiten, en keek ik naar uitingen die wezen op het vertrouwen in Goedverzekert.

## 2. Klantreis

Het tweede topic werd volgens de beschreven methodes van de klantreisanalyses (Halvorsrud & Kvale, 2017) geanalyseerd. Daarbij werd beschreven hoe contactpunten in de ervaren klantreizen afweken van de contactpunten in de geplande klantreis van deelstudie 1a. De afwijkingen werden gecategoriseerd in de vier type contactpunten (Halvorsrud et al., 2016): verwacht, ad hoc, falend of gemist. Hierbij heb ik een andere definitie gegeven aan een falend contactpunt. Halvorsrud et al. (2016) bestempelden in hun studie een contactpunt als falend, wanneer een respondent faalt een handeling uit te voeren via het contactpunt. Uit deelstudie 1a bleek dat de geplande klantreis geen instructieve contactpunten bevat. Daardoor is de definitie van een falend contactpunt van Halvorsrud et al. (2016) niet passend. Daarom is in deze studie is de definitie van een falend contactpunt: een contactpunt dat zijn doel niet bereikt. Er zijn twee contactpunten in de geplande klantreis die een duidelijk doel hebben: de cross-sellmail en de actualisatiemail. Bij de cross-sellmail kunnen respondenten doorklikken naar de website en bij de actualisatiemail moeten respondenten hun gegevens controleren. Alleen de cross-sellmail en de actualisatiemail kunnen dus ingedeeld worden in de categorie ‘falend’. Daarnaast heb ik nog een aanpassing ten opzichte van de studie van Halvorsrud et al. (2016). In tegenstelling tot hun onderzoek, categoriseerde ik het eerste contactpunt ‘afsluiten van een AVB’ niet<sup>4</sup>. Het eerste

<sup>3</sup> Dit antwoord is gedeeltelijk goed, omdat een verkeerd getalletje niet verzekerd is, maar iets omstoten op kantoor wel verzekerd is met een AVB.

<sup>4</sup> Het contactpunt ‘afsluiten van een AVB’ wordt alleen niet meegenomen in de categorisatie, maar wel in de aantallen en gemiddelden. Daarin zorgt het contactpunt niet voor een vertekend beeld.

contactpunt 'afsluiten van een AVB' vindt namelijk altijd plaats, anders had de respondent niet geïnterviewd kunnen worden. Hierdoor wordt er een betrouwbaarder beeld gecreëerd van het aantal daadwerkelijk verwachte, gemist of falende contactpunten. Vervolgens werden de ervaren klantreizen samengevat en vergeleken met de geplande klantreis (i.e., fase 5). Er werd gezocht naar systematische afwijkingen tussen de twee klantreizen. Zo kan het zijn dat bepaalde contactpunten niet ontvangen waren of dat klanten op een bepaald punt of over een bepaald onderwerp contact opnemen.

### 3. Communicatie- en informatiebehoefte

Bij dit laatste topic onderzocht ik of respondenten meer informatie van Goedverzekert willen ontvangen. Daarbij vatte ik de antwoorden samen die respondenten gaven op de vragen waarover, wanneer en via welk communicatiemiddel respondenten informatie willen ontvangen.

#### **Analyse tussen topics**

Bij de analyse tussen de topics en respondentkenmerken ging ik inductief opzoek naar eventuele verbanden tussen kenmerken van respondenten en de belangrijkste resultaten van de topics. Zo kan het zijn dat respondenten die niet weten waartegen ze verzekerd zijn met een AVB bepaalde contactpunten niet ontvingen, of juist meer informatie willen. Het kan ook zijn dat respondenten die korter geleden begonnen zijn als zzp'er meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert dan respondenten die langer geleden begonnen zijn als zzp'er.

#### **3.3.2 Resultaten**

Allereerst beschrijf ik de resultaten per topic. Daarna beschrijf ik de gevonden verbanden tussen de drie topics en de kenmerken van respondenten uit Tabel 1.

##### *Aansprakelijkheidsverzekering*

Van de 14 respondenten wisten negen respondenten waartegen ze verzekerd zijn met een AVB. Drie respondenten gaven een verkeerd antwoord, en twee gaven een gedeeltelijk goed antwoord. De meeste fouten betroffen een verwisseling tussen een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering en een beroepsaansprakelijkheidsverzekering. Zo dacht Respondent 4 dat een beroepsfout (bijvoorbeeld: fouten in een bouwtekening) ook verzekerd zijn met een AVB, terwijl dit onder een beroepsaansprakelijkheidsverzekering valt:

*“Maar dit gaat er meer om dat mensen mij aansprakelijk stellen voor fouten in een bouwtekening. Bijvoorbeeld dat ik, ik ga nooit helemaal in detail, maar dat ik bij wijze van spreken een bad op een verkeerde plaats laat aanleggen ofzo.” (Respondent 4, r. 43-45, Bijlage 10.4)*

Daarnaast was het opvallend dat respondenten veel stiltes lieten vallen en vulwoorden (*fillers*) gebruikten in hun antwoord op de vraag waartegen ze verzekerd zijn met een AVB. Het gebruik van stiltes en vulwoorden duidt op twijfels over de juistheid van een beschrijving of op het zoeken

naar samenhang in een verhaal (Ovchinnikova, 2018). Deze constatering komt naar voren in de volgende quote, waarbij Respondent 7 een goed antwoord gaf met stiltes en vulwoorden:

*“Zo, dat is een goede vraag. Dat is volgens mij schade aan.... Even kijken, want ik heb dat toen uitgezocht. Dat heeft er volgens mij te maken dat wanneer er schade is door mijn toedoen bij andere. Dat de kosten daarvan zeg maar.... Stel dat ik als monteur zijnde iets repareer voor een opdrachtgever en er gaat iets stuk, waardoor er kosten ontstaan.... Volgens mij dat idee. Dat zijn dan niet mijn eigen kosten, maar wel de kosten van anderen.”*

(Respondent 7, r. 34-38, Bijlage 10.7)

Ook is er gevraagd naar redenen om een AVB af te sluiten. Zes van de 14 respondenten sloten een AVB af, omdat opdrachtgevers het verplicht stelden. De overige acht respondenten gaven andere redenen, zoals het afdekken van financiële risico's. Daarnaast gaf de helft van de respondenten aan dat de prijs een van de redenen was om een AVB bij Goedverzekert af te sluiten. Vier keer werd de dekkinggraad benoemd als een belangrijke factor om bij Goedverzekert een AVB af te sluiten. Drie respondenten benoemden dat kennissen een AVB bij Goedverzekert hadden afgesloten, waardoor zij ook besloten om een AVB bij Goedverzekert af te sluiten. Twee respondenten sloten hun AVB bij Goedverzekert af, omdat ze hun privéverzekeringen ook bij Goedverzekert hebben afgesloten. Sommigen benoemden meer dan een reden, bijvoorbeeld Respondent 5:

*“Ik was toen aan het rondkijken en toen hoorde ik van een andere personal trainer dat hij het hier had afgesloten. Dus dat is eigenlijk het eerste waar ik keek. Ik heb ook wel een beetje prijzen vergeleken. Het was die combinatie eigenlijk.”* (Respondent 5, r. 42-44, Bijlage 10.5)

Ongeacht de reden om een verzekering bij Goedverzekert af te sluiten, hebben alle respondenten vertrouwen in Goedverzekert. Geen enkele respondent twijfelde over hun antwoord op de vraag of ze denken goed verzekerd te zijn bij Goedverzekert. Ze gaven dit antwoord zonder van stiltes en vulwoorden, zoals onderstaande quote illustreert:

*“Ja dat denk ik. Ik vind dat men dat ook mag verwachten van de grootste verzekeraar van Nederland”* (Respondent 2, r. 49-50, Bijlage 10.2)

## *Klantreis*

### **Fase 4: beschrijving ervaren klantreizen**

Er is per respondent een visualisatie van zijn/haar ervaren klantreis gemaakt, zie Bijlage 11. Aangezien niet elke ervaren klantreis kan worden toegelicht, beperk ik me tot de beschrijving van twee ervaren klantreizen: de ervaren klantreizen met de meeste en de minste contactpunten. Respondent 1 had de meeste contactpunten in haar klantreis, zie Figuur 5. Zij had zeven contactpunten, waarvan vijf verwachte contactpunten<sup>5</sup>, een ad hoc contactpunt, en een falend contactpunt. Daarnaast had ze een gemist contactpunt. Haar klantreis begon, zoals verwacht, bij

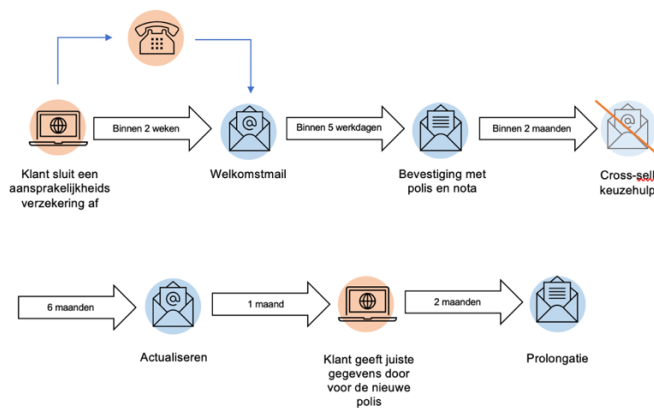
---

<sup>5</sup> Het eerste contactpunt wordt niet gecategoriseerd, zie methodesectie

het afsluiten van een AVB. Daarna volgde een ad hoc contactpunt: ze belde naar Goedverzekert omdat ze niets hoorde van haar verzekeringsaanvraag. Uiteindelijk kwam ze er samen met een medewerker achter dat ze de bevestiging en de welkomstmail wel ontvangen had, maar dat deze in haar spambox terecht waren gekomen. Het volgende contactpunt, de cross-sellmail, was een falend contactpunt. Deze had namelijk een ongewenste uitkomst: er werd niet doorgelinkt naar de website. Hiervoor gaf de respondent de volgende reden:

*“Ja, want ik heb vervolgens aan mijn man gevraagd: heb ik dat nodig? Toen zei hij: nee, want dat hoeft bij het kappersvak niet.”* (Respondent 1, r. 81-83, Bijlage 10.1)

Daarna hervatte ze haar klantreis zoals de huidige geplande klantreis voorspelde.



Figuur 5. Ervaren klantreis van Respondent 1

Respondent 4 had vier contactpunten, zie Figuur 6. Haar reis begon bij het afsluiten van een AVB. Daarna miste ze de welkomstmail. De bevestiging ontving ze wel, hoewel ze deze niet goed had onthouden. Zo illustreert onderstaande quote:

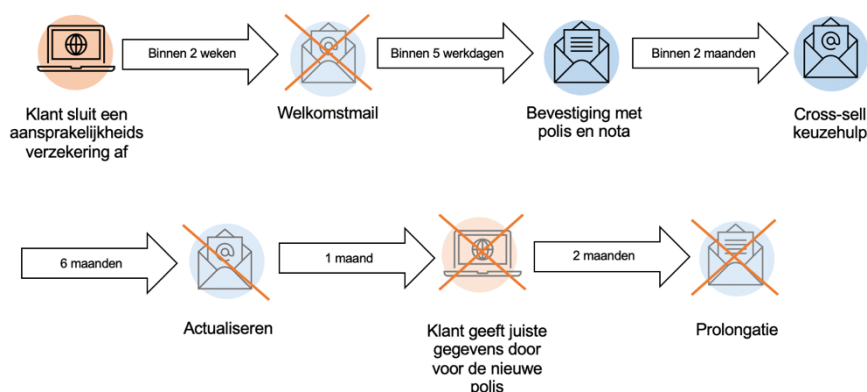
*Vast, maar het zegt me ook niks. Nee, de documenten heb ik per mail inderdaad ontvangen en die heb ik gedownload en de factuur enzovoort, hè voor de boekhouding.* (Respondent 4, r. 76-79, Bijlage 10.4)

Het vierde contactpunt in de geplande klantreis, de cross-sellmail, ontving ze wel. Ze klikte ook door naar de website. Contactpunt 5 was een falend contactpunt, omdat dit contactpunt niet leidde tot het daaropvolgende contactpunt: gegevens controleren. Hiervoor gaf Respondent 4 de volgende reden:

*“Ja nou die ontvang ik regelmatig en ik moet je heel eerlijk zeggen: die vertrouw ik dan nooit. Want dan denk ik: dat is een of andere spammail dat ik mijn gegevens moet invullen, en dan krijg je weer herinnering ‘u heeft uw gegevens nog niet ingevuld’ en ik denk dan eerlijk gezegd altijd: nou ik ga niks veranderen. Mijn gegevens zijn niet veranderd. Ik woon op hetzelfde adres, rekening klopt nog ... Dus die laat ik dan aan mij voorbijgaan.”* (Respondent 4, r. 98-102, Bijlage 10.4)

Ook ontving de respondent de prolongatiemail niet.





Figuur 6. Ervaren klantreis van Respondent 4

### Fase 5: vergelijking geplande en ervaren klantreis

Hoewel de huidige geplande klantreis zeven contactpunten bevatte, was het gemiddeld aantal contactpunten in de ervaren klantreis 5,36 met minimum van drie en een maximum van zeven contactpunten. In totaal zijn er 90 contactpunten in de ervaren klantreizen gecategoriseerd, waarvan 48 verwachte, 29 gemiste en zeven falende contactpunten, zie Tabel 3. Zes contactpunten waren ad hoc.

Tabel 3.

Aantal verwachte, gemiste en falende momenten per contactpunt en gezamenlijk.

Contactpunt	Verwacht	Gemist	Falend
Welkom	2	12	n.v.t.
Bevestiging	13	1	n.v.t.
Cross-sell	4	6	4
Actualisatie	10	1	3
Gegevens doorgeven	10	4	n.v.t.
Prolongatie	9	5	n.v.t.
<i>Totaal</i>	<i>48</i>	<i>29</i>	<i>7</i>

De bevestigingsmail en de actualisatiemail verliepen veelal zoals verwacht, zie Tabel 3. Deze contactpunten vonden in de ervaren klantreizen plaats, zoals de geplande klantreis had voorspeld. De welkomstmail, daarentegen, was vaak een gemist *brand-owned* contactpunt. Dat betekent dat dit contactpunt in de geplande klantreis stond, maar niet voorkwam in de ervaren klantreizen. Daarnaast zijn de cross-sellmail en de prolongatie relatief vaak gecategoriseerd als gemiste contactpunt. Tijdens de interviews met respondenten kwam naar voren dat een gemist contactpunt niet per definitie niet ontvangen is. Respondenten hadden gemiste contactpunten wellicht wel ontvangen, maar ze konden deze contactpunten niet herinneren. De volgende quote illustreert dit:

*“Nee, ik herken deze niet. Ja, ik kan deze wel ontvangen hebben, hoor. Maar, weet je, je krijgt zoveel informatie.”* (Respondent 10, r. 66-68, Bijlage 10.10)

Twee contactpunten zijn in de categorie ‘falend’ geplaatst: de cross-sellmail en de actualisatiemail, zie Tabel 3. Van deze twee e-mails was de actualisatiemail minder vaak falend dan de cross-sellmail: de actualisatiemail was twee keer een falend contactpunt en de cross-sellmail vier keer. Beide e-mails bereikten hun doel niet, omdat respondenten de noodzaak van de boodschap niet inzagen. Onderstaande antwoord van Respondent 5 over waarom de respondent niet doorklikte na het lezen van de cross-sellmail, illustreert dit:

*“Nee heb ik niet gedaan, want ik dacht eigenlijk: oh, het is wel goed hoe ik nu zit.”*

(Respondent 5, r. 75-76, Bijlage 10.5)

Ook de volgende quote van Respondent 8 over de actualisatiemail schetst een lage noodzaak voor het controleren van gegevens. Hij antwoordde op de vraag waarom hij zijn gegevens niet gecontroleerd heeft naar aanleiding van de actualisatiemail:

*“Ja, ik vond dat dermate kort. Ik dacht na negen maanden zal toch niet de hele wereld op zijn kop staan.”* (Respondent 8, r. 102-103, Bijlage 10.8)

Een andere respondent klikte niet door na het lezen van de actualisatiemail, omdat de respondent dacht dat de mail een *phishingmail* was.

Tot slot waren er zes ad hoc contactpunten bij vier respondenten. Alle ad hoc contactpunten waren *customer-owned*. De ad hoc contactpunten waren uiteenlopend. Zo belde Respondent 3 naar Goedverzekert omdat hij zijn premie jaarlijks wilde betalen in plaats van maandelijks, en belde Respondent 13 met de vraag of zijn polis opnieuw verstuurd kon worden.

### *Communicatie- en informatiebehoefte*

Meer dan de helft van de respondenten (8) gaf aan niet meer informatie te willen ontvangen. Zij zeiden dat ze verwachten dat Goedverzekert contact opneemt met hen als er veranderingen zijn in de polisvoorwaarden of in de premie. Zo zei Respondent 2:

*“Ik zal wel geïnformeerd te willen worden uiteraard als de polisvoorwaarden wijzigen of als de kosten wijzigen. Dat is het, denk ik. Ik heb geen behoefte aan ongevraagde informatie.”*

(Respondent 2, r. 178-182, Bijlage 10.2)

Deze groep respondenten stelde een voorwaarde aan contactmomenten die Goedverzekert verstuurt: informatie moet gericht zijn op verzekeringen. Onderstaande quotes illustreren het antwoord dat deze groep respondenten gaf op de vraag wanneer Goedverzekert wel contact met hen moet opnemen:

*“Dan zou ik liever van Goedverzekert hebben dat zij zich richten op datgene wat zij aanbieden: verzekeringen.”* (Respondent 6, r. 115-116, Bijlage 10.6)

*“Ik zou het wel bij het verzekeren houden.”* (Respondent 3, r. 143-144, Bijlage 10.3)

Zes respondenten gaven aan wel meer informatie te willen ontvangen van Goedverzekert. Zij zeiden dat ze één á twee keer per jaar meer informatie willen krijgen over drie onderwerpen: 1) AVB, 2) organisatie en 3) nieuwe verzekeringsproducten. Vier respondenten vonden dat Goedverzekert meer informatie moet verstrekken over het product 'AVB'. Zo zei Respondent 12 dat hij graag wil weten waartegen hij verzekerd is en wat hij moet doen als hij wel schade heeft:

*“Ik hoef niet te weten wie werknemer van de maand is of zo, maar over korting of een inside detail over hoe het verzekerd is. Dat vind ik dan wel interessant. Dus dat ze me sturen waarvoor ik verzekerd ben en wat ik moet doen als je wel je verzekering nodig hebt.”*

(Respondent 12, r. 121-123, Bijlage 10.12)

Respondent 4 vond dat Goedverzekert meer informatie moet verstrekken over het nut van een AVB, waarbij een scheiding tussen privé en zakelijk gemaakt moet worden:

*“Nou ja, misschien over voorbeelden van ondernemers, zoals ik. Over welke risico's we lopen, want ik sluit het ook alleen maar af omdat andere mensen dat doen. En omdat ik lees dat je als zzp'er verzekerd moet zijn voor bepaalde dingen. En misschien is het helemaal niet waar, maar kan ik kosten ook op mijn privéverzekering zetten. Van dat soort dingen heb ik eigenlijk geen idee. Dat zou wel kostenbesparend zijn.”* (Respondent 4, r. 174-178, Bijlage 10.4)

Een van de respondenten wilde graag meer informatie ontvangen over de organisatie, waarmee ze de organisatie 'Goedverzekert' leert kennen. Zo beschreef ze welke informatie ze van Goedverzekert wil ontvangen:

*“Ik denk dat ze nog wel wat aan die branding kunnen doen. Een persoonlijke touch en laat meer medewerkers aan het woord. Geef een kijkje achter de schermen. Hoe gaat het er nou aan toe? Hoe ziet het er daar uit? Het is voor mij nog een heel anoniem bedrijf.”* (Respondent 14, r. 146-148, Bijlage 10.14)

Een andere respondent verwachtte dat Goedverzekert contact opneemt als Goedverzekert een nieuw product lanceert dat voor hem relevant is:

*“En ja, je vertrouwt er dan wel op dat je verzekeraar dan contact opneemt als ze iets nieuws of gaafs hebben dat voor mij relevant is. Iets dat nog niet bestond toen je de verzekering afsloot.”*

(Respondent 9, r. 138-140, Bijlage 10.9)

Tot slot werd er gevraagd via welk communicatiemiddel respondenten Goedverzekert willen bereiken en via welk communicatiemiddel Goedverzekert hen zou moeten bereiken. E-mail werd door alle respondenten genoemd als communicatiemiddel, waarmee Goedverzekert contact op kan nemen. Terwijl tien respondenten de telefoon benoemden als communicatiemiddel, waarmee zij Goedverzekert willen bereiken. Zo reageerde Respondent 2 als volgt op de vraag via welk communicatiemiddel Goedverzekert contact met hem op moet nemen:

*“E mail is prima, maar andersom prefereer ik de telefoon.”* (Respondent 2, r. 160, Bijlage 10.2)

Daarnaast kwam er uit de analyse van communicatiemiddelen een opvallend resultaat: respondenten die geen behoefte hebben aan meer informatie benoemden alleen e-mail of telefoon als communicatiemiddelen, terwijl respondenten die wel behoefte hebben aan meer informatie ook andere communicatiemiddelen noemden, waaronder: een chatbot, app en WhatsApp.

#### *Mogelijk verband tussen kenmerken van respondenten en informatievoorkeuren*

Er is gezocht naar verbanden tussen de drie topics en respondentkenmerken, waaronder beroep, duur zzp'er en datum van afsluiten AVB. Daarin was geen patroon of lijn te vinden. Wel is er een mogelijk verband gevonden tussen de duur dat respondenten zzp'er zijn en de hoeveelheid informatie die zij willen ontvangen. Zo gaven de twee respondenten (1 en 12) die het langst als zzp'er werken, aan meer informatie te willen ontvangen van hun verzekeraar, terwijl de twee respondenten (5 en 8) die het kortst zzp'er zijn, aangaven niet meer informatie te willen ontvangen. Een mogelijke verklaring voor deze bevinding is de grote hoeveelheid informatie die respondenten ontvangen als zij net als zzp'er gestart zijn. Respondenten worden overrompeld door informatie als zij net zzp'er zijn geworden, waardoor zij geen behoefte hebben aan meer informatie. Dit illustreren de onderstaande quotes:

*“Ik krijg sowieso al een overdaad aan informatie over ondernemerschap.”* (Respondent 5, r. 114-115, Bijlage 10.5)

*“Maar, weet je, je krijgt zoveel informatie.”* (Respondent 9, r. 68-69, Bijlage 10.9)

### 3.4 Conclusie

In deze deelstudie stond de volgende deelvraag centraal: *in hoeverre sluiten de geplande en ervaren klantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering op elkaar aan?* Daarvoor zijn twee sub-deelstudies uitgevoerd. Deelstudie 1a onderzocht de geplande klantreis, en deelstudie 1b onderzocht de ervaren klantreis en maakte een vergelijking tussen de twee klantreizen.

Om de geplande klantreis in kaart te brengen, zijn een expertsessie en een interview gehouden en is er bureau-onderzoek gedaan. Daaruit bleek dat de geplande klantreis nog in ontwikkeling is, waardoor deze uiteen valt in twee versies: een huidige en gewenste geplande klantreis. De huidige geplande klantreis bevat zeven contactpunten. Deze contactpunten bestaan uit e-mails en brieven die een klant in het eerste jaar als klant bij Goedverzekert ontvangt. De gewenste geplande klantreis wijkt van de huidige geplande klantreis af op drie punten: chronologie, communicatiemiddelen en de toevoeging van een extra contactpunt. De gewenste geplande klantreis bevat acht contactpunten die enkel uit e-mails bestaan. Uit de expertsessie bleek dat

Goedverzekert ook productspecifieke contactpunten aan de gewenste geplande klantreis wil toevoegen. Deze productspecifieke contactpunten moeten onder andere blijken uit deelstudie 1b.

Deelstudie 1b richtte zich op de ervaren klantreis van zzp'ers met een AVB. Om de ervaren klantreis in kaart te brengen, zijn 14 interviews gehouden met zzp'ers met een AVB. De interviews bestonden uit drie topics: productkennis, ervaren klantreis, en communicatie- en informatiebehoefte. Uit het topic 'productkennis' bleek dat negen van de 14 respondenten weten waartegen ze verzekerd zijn met een AVB, twee respondenten gedeeltelijk en drie respondenten wisten niet waartegen ze verzekerd zijn. In de antwoorden op de vraag waartegen respondenten verzekerd zijn, kwamen stiltes en vulwoorden voor wat kan duiden op twijfels over de juistheid van een antwoord. Deze resultaten liggen in lijn met de bevindingen uit het interview met de salesmedewerker uit deelstudie 1a. Wat opvalt is het vertrouwen dat respondenten hebben in Goedverzekert. Elke respondent gaf aan vertrouwen te hebben in hun verzekeraar, ondanks dat niet iedere respondent wist waartegen ze verzekerd is.

Uit een analyse van de ervaren klantreis bleek dat iedere respondent haar klantreis anders ervaaarde. Zo had Respondent 4 vier contactpunten tijdens haar eerste jaar als klant bij Goedverzekert, terwijl Respondent 1 er zeven had. Gemiddeld betrof het aantal contactpunten 5.36 en zijn er 90 contactpunten ingedeeld in vier categorieën: 1) verwacht, 2) gemist, 3) falend en 4) ad hoc. 48 contactpunten waren verwacht en 29 contactpunten waren gemist. Een gemist contactpunt betekende in deze studie overigens niet per se dat de respondent het contactpunt niet had niet ontvangen. Mogelijk hadden respondenten het contactpunt wel ontvangen, maar konden ze zich dat niet herinneren. Zeven van de 28 cross-sellmails en actualisatiemails waren falend, en zes contactpunten waren ad hoc. De ad hoc contactpunten waren op initiatief van vier respondenten en gingen over allerlei onderwerpen, zoals: een betalingswijziging en een ontbrekende polis. Volgens Halvorsrud et al. (2016) hebben verwachte contactpunten een positieve invloed op klantervaringen. Gemiste en falende contactpunten, daarentegen, beïnvloeden klantervaringen negatief. Voor Goedverzekert is het daarom van belang om het aantal gemiste en falende contactpunten te verlagen, en het aantal verwachte contactpunten te verhogen.

Deelstudie 1b richtte zich ook op de communicatie- en informatiebehoefte van zzp'ers. Daaruit bleek dat acht van de 14 respondenten niet meer informatie willen ontvangen. Dat is in strijd met het onderzoek van Clark et al. (2013), waarin zij veronderstelden dat consumenten te weinig informatie van hun verzekeraar ontvingen. Zes van 14 respondenten, daarentegen, willen meer informatie ontvangen van Goedverzekert. Daarvan willen vier respondenten meer informatie ontvangen over het product AVB. In tegenstelling tot respondenten die niet meer informatie willen ontvangen, wil deze groep respondenten informatie niet alleen via de telefoon of per mail ontvangen. Zij benoemden ook middelen zoals: een chatbot, WhatsApp en een app. Daarmee

kan er voorzichtig verondersteld worden dat deze groep respondenten niet alleen meer informatie wil ontvangen, maar informatie ook via andere middelen wil ontvangen.

Bij de analyse tussen de topics en kenmerken van respondenten bleek geen duidelijk patroon te zijn. Er is wellicht wel sprake van een mogelijk verband tussen de kenmerken van respondenten en informatievoorkeuren. Zo bleek dat de twee respondenten die het langst als zzp'er werken, meer informatie willen ontvangen. Terwijl respondenten die het kortste als zzp'er werken of die het kortst geleden hun AVB hebben afgesloten, niet meer informatie willen ontvangen.

Geen enkele ervaren klantreis sloot aan op de huidige geplande klantreis. Daarom heb ik een aantal aanbevelingen om de gewenste geplande klantreis te optimaliseren, zie hoofdstuk 6. Hiermee kan de gewenste geplande klantreis beter aansluiten op de ervaren klantreis.

## 4 Deelstudie 2. Communicatie in contactpunten

### 4.1 Inleiding

De resultaten in deelstudie 1 lieten zien dat geen enkele ervaren klantreis aansloot op de huidige geplande klantreis. Het kan zijn dat communicatie hierin een rol heeft gespeeld. Daarom wordt in deze deelstudie de communicatie in twee contactpunten op initiatief van Goedverzekert onderzocht. Daarbij is de volgende onderzoeksvraag geformuleerd: *in hoeverre begrijpen en waarderen zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering de communicatie in twee contactpunten van de klantreis?* Voor de beantwoording van deze vraag zijn twee sub-deelstudies opgesteld. Deelstudie 2a onderzoekt de communicatie via een expertgerichte methode en deelstudie 2b onderzoekt de communicatie via een lezersgerichte methode. De methode en resultaten worden hieronder per sub-deelstudie beschreven. Daarna volgt een gezamenlijke conclusie.

### 4.2 Deelstudie 2a. Functionele analyse

#### 4.2.1 Methode

##### *Materiaal*

De twee contactpunten op initiatief van Goedverzekert betroffen de cross-sellmail en de actualisatiemail, zie bijlage 12. Deze twee e-mails zijn belangrijk voor het team klantbehoud en cross-sell. Zo draagt de cross-sellmail direct bij aan het doel van het team: productdichtheid verhogen. De actualisatiemail voorkomt dat klanten onderverzekerd zijn, wat leidt tot minder ontevredenheid bij het indienen van een schade.

##### *Functionele analyse*

De cross-sellmail en actualisatiemail onderzocht ik middels een functionele analyse. Een functionele analyse is een expertgerichte methode die inzicht geeft in de doelen die een schrijver met een tekst probeert te bereiken en daarbij voorspelt in hoeverre deze doelen worden behaald (Lentz 2021). De functionele analyse is uitgevoerd op basis van de literatuur van Karreman en Van Enschot (2018). Allereerst bracht ik de context van de e-mails in kaart. Daarbij zijn de doelgroep en het organisatiedoel van de tekst vastgesteld. Het organisatiedoel is het doel dat de zender beoogt te behalen met de tekst (Karreman & Van Enschot, 2018). Daarna richtte de analyse zich op de tekst, waarbij het consecutieve doel en de bijbehorende communicatieve doelen bepaald zijn. Het consecutieve doel is de gedragsverandering die lezers van de tekst moeten gaan vertonen (Karreman & Van Enschot, 2018). Dat doel vertaalde zich naar meerdere communicatieve doelen: cognitieve effecten die de tekst moet bereiken (Karreman & Van Enschot, 2018). Er zijn zes verschillende communicatieve doelen: informeren, overtuigen, opiniëren, instrueren, activeren en emotioneren (Karreman & Van Enschot, 2018). Deze doelen zette ik in een doelenboom, waarbij het onderste doel telkens invloed heeft op het bovenliggende

doel (Karreman & Van Enschoot, 2018). Vervolgens deelde ik de tekst op in tekstonderdelen. Een tekstonderdeel kenmerkt zich door:

- Visuele criteria. Een visueel geheel per tekstonderdeel, zoals witruimtes, verschillende lettertypes en -groottes, leestekens, etc.
- Inhoudelijke criteria. Er wordt een onderwerp behandeld of een vraag beantwoord per tekstonderdeel.
- Talige criteria. Bepaalde woorden bepalen een tekstonderdeel, zoals titels en kopjes en signaalwoorden (Karreman & Van Enschoot, 2018).

Aan de tekstonderdelen werden teksthandelingen toegeschreven. Een teksthandeling is een handeling die de zender uitvoert, zoals iets meedelen, iets instrueren, iets aanbevelen (Karreman & Van Enschoot, 2018). De teksthandelingen zijn gekoppeld aan de communicatieve doelen van de doelenboom. Daarna onderzocht ik of de teksthandelingen ervoor zorgen dat de communicatieve doelen bereikt worden.

#### 4.2.2 Resultaten

Hieronder beschrijf ik de resultaten van de functionele analyse per e-mail.

##### *Cross-sellmail*

Uit de analyse bleek dat het onderwerp van de cross-sellmail is: aanbevolen verzekeringen voor klanten. Deze e-mail is verstuurd naar mkb-klanten die zich in het eerste jaar van de klantreis bevinden. Echter, de keuze voor aanbevolen verzekeringsproducten wordt bepaald door de huidige verzekering(en) van klanten. Daardoor ontvangt niet elke klant dezelfde mail. Zo krijgt een klant met een verzuimverzekering andere aanbevolen verzekeringsproducten te zien dan een klant met een AVB. Daarbij speelt ook de branche waarin een mkb-klant actief is een rol. De cross-sellmail in deze studie is verstuurd naar klanten die werkzaam zijn in de adviesbranche. In tegenstelling tot de klantreis uit deelstudie 1, is de doelgroep dus niet specifiek zzp'ers met een AVB, maar mkb-klanten met een AVB die werkzaam zijn in de adviesbranche. De zender van de mail is Goedverzekert. Het organisatiedoel dat Goedverzekert met de e-mail wil bereiken, is een hogere productdichtheid: klanten sluiten meer verzekeringen af bij Goedverzekert. Daaruit is het volgende consecutieve doel afgeleid: 'lezers sluiten een nieuwe verzekering af'. Om dat doel te bereiken, bevat de e-mail meerdere communicatieve doelen. Deze zijn in een doelenboom gezet, zie bijlage 13. Vervolgens is de tekst van de cross-sellmail ingedeeld in tekstonderdelen, zie bijlage 12. De cross-sellmail bevat zes tekstonderdelen, waaronder: een inleiding, beroepsaansprakelijkheidsverzekering, CTA, zakelijke rechtsbijstandsverzekering, CTA en slotlinea. De twee tekstonderdelen 'CTA' zijn identiek aan elkaar. Daarom zijn deze tekstonderdelen als één tekstonderdeel meegenomen in de analyse. Aan de tekstonderdelen zijn teksthandelingen toegewezen die bijdragen aan het behalen van de communicatieve doelen. Deze zijn te vinden in de doelenboom, zie bijlage 13. Hieronder wordt de doelenboom met bijbehorende teksthandelingen toegelicht.



Uit de analyse bleek dat het hoofddoel activerend is: 'mkb-kanten die werkzaam zijn in de adviesbranche, zijn van plan om nog een verzekering af te sluiten'. Bij dit doel zijn geen teksthandelingen gevonden. Dat vormt geen probleem voor het behalen van dit activerende doel, zolang de onderliggende doelen wel voldoende teksthandelingen bevatten en aansluiten op het bovenliggende doel (Karreman & Van Enscht, 2018). Dat is van toepassing op deze tekst: de onderliggende doelen sluiten goed aan op het hoofddoel. Zo moeten lezers overtuigd en geïnstrueerd worden. Het overtuigende doel is dat mkb-kanten geloven dat ze nog een verzekering moeten afsluiten. Daarbij behoorde een persuasieve teksthandeling: 'beweren dat ondernemers ook andere verzekeringen afsluiten'. Dit doel werd ondersteund door een informerend en emotionerend doel. Het informerende doel is: 'mkb-kanten weten wat de aanbevolen verzekeringen inhouden'. Dit doel werd ondersteund door één informerende teksthandeling: 'beschrijven wat de aanbevolen verzekeringen zijn'. Deze handeling werd gebruikt bij zowel de beroepsaansprakelijkheidsverzekering als de zakelijke rechtsbijstandsverzekering. Naast het informerende doel, droeg ook het emotionerend doel 'de doelgroep voelt dat ze goed verzekerd zijn bij Goedverzekert' bij aan het overtuigende doel. Bij het emotionerende doel behoorde één emotionerende teksthandeling: 'enthousiasmeren dat de doelgroep haar verzekeringen goed geregeld heeft bij Goedverzekert'. Het instruerende doel is dat de doelgroep in staat is om een verzekering af te sluiten. Bij dit doel zijn geen teksthandelingen gevonden, maar dit doel werd wel ondersteund door twee informerende doelen. De informerende doelen die het instruerende doel ondersteunen, zijn: 1) mkb-kanten weten dat ze online een verzekering kunnen afsluiten en 2) mkb-kanten weten dat ze een verzekering telefonisch kunnen afsluiten. Bij het eerste doel was één informerende teksthandeling gevonden die in het tweede en vierde tekstonderdeel vermeld wordt: 'meedelen dat de verzekering online kan worden afgesloten'. Het tweede doel werd ook ondersteund door één informerende teksthandeling: 'meedelen wanneer en hoe Goedverzekert bereikbaar is'.

#### *Actualisatiemail*

Het onderwerp van de mail is: gegevens actualiseren die nodig zijn voor de nieuwe premieberekening. De doelgroep van de mail is klanten met een AVB. Daarbij wordt geen rekening gehouden met hoeveel verzekeringsproducten klanten afnemen, hoe lang ze klant zijn, en wat voor type onderneming ze hebben. Net als bij de cross-sellmail is de zender van deze e-mail Goedverzekert. Het organisatiedoel dat Goedverzekert met de mail beoogt te behalen, is een lagere werkdruk voor salesmedewerkers en juiste premiebedragen. Indien klanten hun gegevens niet controleren dan dienen salesmedewerkers deze klanten te bellen, wat veel tijd kost. Als Goedverzekert klanten niet kan bereiken, wordt hun premie gebaseerd op een schatting. Dat kan zorgen voor onder- of oververzekering. Na het organisatiedoel is het consecutieve doel van de actualisatiemail bepaald. Dat doel is: 'lezers klikken door naar de website waar ze hun gegevens controleren en zo nodig aanpassen'. Daarbij zijn communicatieve doelen opgesteld die in een doelenboom zijn gezet, zie bijlage 13. Daarna is de tekst van de

actualisatiemail opgedeeld in tekstonderdelen, zie bijlage 12. De actualisatiemail heeft vier tekstonderdelen, waaronder: een inleiding, controle van gegevens, CTA en slotlinea. Aan deze tekstonderdelen zijn teksthandelingen toegeschreven. Deze zijn vermeld in de doelenboom, zie bijlage 13. Hieronder wordt de doelenboom met bijbehorende teksthandelingen toegelicht.

Het hoofddoel van de tekst is het activerende doel: 'de doelgroep is van plan om haar gegevens te controleren.' Daarbij behoorde een activerende teksthandeling: 'gebieden om gegevens te controleren voor een bepaalde datum'. Daarnaast werd het activerende doel ondersteund door een overtuigend en instruerend doel. Het overtuigende doel is dat de klanten het belangrijk vinden om de gegevens van hun aansprakelijkheidsverzekering te controleren en actualiseren. Er waren geen teksthandelingen die dit doel ondersteunen. Wel zijn er drie onderliggende doelen gevonden: twee informerende doelen en een emotionerend doel. Een van de informerende doelen is: 'de doelgroep weet waarom ze haar gegevens moet controleren'. Dit doel werd ondersteund door één informerende teksthandeling: 'meedelen dat er in een jaar veel kan veranderen, wat invloed kan hebben op een verzekering'. Het andere informerende doel is dat de klanten met een AVB weten welke gegevens gecontroleerd moeten worden. Dit doel werd ondersteund door één informerende teksthandeling: 'melden dat de gegevens via de link te zien zijn'. Daarnaast was er een emotionerend doel. Het emotionerende doel moet ertoe leiden dat de doelgroep de noodzaak voelt om gegevens te actualiseren. Dit doel werd door een emotionerende teksthandeling ondersteund: 'enthousiasmeren om samen de verzekeringsgegevens actueel te houden'. Het instruerende doel is: "de doelgroep is in staat om haar gegevens te controleren." Hierbij zijn geen teksthandelingen gevonden om het doel te realiseren. Het instruerende doel had twee ondersteunende informerende doelen: 1) klanten weten hoe ze de gegevens van hun AVB kunnen controleren en 2) klanten weten dat ze Goedverzekert kunnen bereiken bij vragen over hoe ze hun gegevens moeten actualiseren. Het tweede doel kan gezien worden als een soort back-up, wanneer het eerste doel niet bereikt wordt. Het eerste informerende doel werd ondersteund door drie informerende teksthandelingen. Het tweede informerende doel werd ondersteund door één informerende teksthandeling: 'meedelen wanneer en hoe Goedverzekert bereikbaar is'.

## 4.3 Deelstudie 2b. Plus-en-minmethode

### 4.3.1 Methode

#### *Materiaal*

In deze deelstudie zijn de cross-sellmail en actualisatiemail onderzocht via een lezersgerichte methode: de plus-en-minmethode. In tegenstelling tot een functionele analyse, evalueert bij een plus-en-minmethode een lezer een tekst, waardoor lezersproblemen naar voren komen (Lentz, 2021). Daarnaast wordt de begrijpelijkheid, waardering en overtuigingskracht van een tekst getoetst (Lentz, 2021). Hieronder beschrijf ik hoe de plus-en-minmethode is uitgevoerd.

### *Respondenten en procedure*

Aan de plus-en-minmethode deden 14 respondenten mee die ook deelgenomen hadden aan deelstudie 1b. De plus-en-minmethode was namelijk aansluitend aan de interviews van deelstudie 1b. Daardoor hadden de respondenten toestemming gegeven voor opname. Allereerst legde ik aan de respondenten uit dat Goedverzekert de communicatie van e-mails wil verbeteren. Daarna deelde ik mijn scherm via Teams. Daarop zagen respondenten eerst de cross-sellmail en daarna de actualisatiemail. De teksten van beide e-mails had ik opgedeeld in dezelfde tekstonderdelen als bij de functionele analyse. Nadat de respondenten een van de e-mails gelezen hadden, gaven zij per tekstonderdeel een plus of een min. Zo gaven respondenten een plus als zij het tekstonderdeel goed vonden, en een min als zij het onderdeel niet goed vonden. Respondenten waren niet verplicht om een plus of een min te geven. Als ze geen mening hadden over een tekstonderdeel dan gaven ze geen plus of min. Als respondenten een plus of een min gaven dan vroeg ik aan om toelichting. Een transcript van de plus-en-minmethode is te vinden als een onderdeel van de interviews uit deelstudie 1b, zie bijlage 10.

### *Analyse*

Om de data van de plus-en-minmethode te analyseren en te reduceren, heb ik de data deductief gecategoriseerd in type lezersproblemen. Deze lezersproblemen komen voort uit De Jong en Schellens (1995). Volgens de onderzoekers zijn er zes soorten problemen die lezers kunnen hebben:

1. Een relevantieprobleem. Een lezer vindt de informatie niet belangrijk, bijvoorbeeld als een lezer de informatie al wist of als een lezer de informatie nog niet wist maar onbelangrijk vindt
2. Een waarderingsprobleem. Een lezer waardeert de tekst niet, bijvoorbeeld door een verkeerde toon in een passage of doordat een lezer een taalfout denkt te zien.
3. Een aanvaardingsprobleem. Een lezer accepteert de informatie niet, bijvoorbeeld doordat een lezer vindt dat de informatie onjuist is, of twijfelt aan een gegeven advies.
4. Een volledigheidprobleem. Een lezer vindt dat er informatie ontbreekt, bijvoorbeeld doordat een lezer nieuwe of onbeantwoorde vragen heeft na het lezen van de tekst.
5. Een structuurprobleem. Een lezer vindt de structuur van de tekst niet in orde, bijvoorbeeld omdat een lezer een onderwerp op een andere plaats in de tekst verwacht of wordt overrompeld door informatie.
6. Een begripsprobleem. Een lezer begrijpt informatie in de tekst niet, bijvoorbeeld omdat een lezer een woord niet kent.

Bij elk lezersprobleem is een inschatting gemaakt van de aannemelijkheid en de ernst. De aannemelijkheid heeft betrekking op het aantal respondenten die eenzelfde probleem hadden, en bij ernst wordt er ingeschat in hoeverre het probleem leidt tot problemen voor het behalen van het doel van de tekst (De Jong en Schellens, 1995).

Indien ik niet zeker wist tot welke categorie een lezersprobleem behoorde of wat de ernst van een probleem was, vroeg ik een communicatiespecialist van Goedverzekert om hulp. Ik heb haar drie keer om hulp gevraagd. De hulpvragen gingen voornamelijk over de indeling van lezersproblemen. Zo twijfelde ik of onderstaande toelichting over het weglaten van de bulletpoints in het tekstonderdeel ‘beroepsaansprakelijkheid’ in de cross-sellmail tot een relevantie- of begripsprobleem behoorde:

*“Er staat: verzekert financiële schade door een beroepsfout. Nou, dat staat daarboven ook.*

*Dan die regel met die leveringsvoorwaarden. Die ken ik niet dus dat zegt mij niets. En dan dat ik het direct kan afsluiten. Dat is evident” (Respondent 11, r. 183-186, Bijlage 10.11)*

In overleg met de communicatiespecialist is besloten om deze toelichting in te delen in twee soorten lezersproblemen, waarbij de zin over de leveringsvoorwaarden een begripsprobleem was en de rest een relevantieprobleem betrof.

#### 4.3.2 Resultaten

Hieronder beschrijf ik de resultaten van de plus-en-min-methode voor de cross-sellmail en de actualisatiemail.

##### *Cross-sellmail*

Hieronder is een mintabel van de cross-sellmail te zien. Daarin staat het aantal gecategoriseerde lezersproblemen per tekstonderdeel en een inschatting van de ernst van een probleem met de kleuren: groen, geel en oranje.

**Tabel 4.**

*Aantal lezersproblemen per tekstonderdeel en ingeschatte ernst per probleem van tekstonderdelen (groen is niet ernstig, geel is dreigend en oranje is ernstig).*

	Relevantie	Waardering	Aanvaarding	Volledigheid	Structuur	Begrip
Inleiding	6	5	-	2	-	-
Beroeps-aansprakelijkheids-verzekering	4	2	-	3	-	6
CTA	-	2	-	1	4	-
Zakelijke rechtsbijstands-verzekering	4	2	1	1	-	2
Slotalinea	-	-	-	2	-	-
<i>Totaal</i>	<i>14</i>	<i>11</i>	<i>1</i>	<i>9</i>	<i>4</i>	<i>8</i>

Uit Tabel 4 blijkt dat respondenten voornamelijk relevantieproblemen noemden bij de cross-sellmail. De inleiding had de meeste relevantieproblemen. Alle relevantieproblemen betroffen de zinnen “Dat doen we ... specialistische zakelijke dienstverlening.” Zo zei Respondent 9:

*“En dat jullie kennis willen delen, dat mag weg. Ik zou dat ook concreter maken door gewoon letterlijk de naam van de verzekering die klanten hebben benoemen. En dan zou ik gelijk springen naar wat andere ondernemers belangrijk vinden. En ja, welke branche ik in actief ben, zou ik ook weglaten. Dat weet ik zelf heus wel.”* (Respondent 9, r. 205-208, Bijlage 10.9)

Een relevantieprobleem in de inleiding is ernstig, omdat lezers direct kunnen afhaken en de e-mail niet verder lezen. Dat brengt het behalen van de doelen van de tekst in gevaar.

Naast de relevantieproblemen, had de inleiding ook de meeste waarderingsproblemen, zie Tabel 4. Waarderingsproblemen zijn voornamelijk subjectief, waardoor deze niet ernstig zijn (De Jong & Schellens, 1995). Echter, Respondent 6 had zo weinig waardering voor een woord dat hij de gehele tekst niet meer wilde lezen:

*“Alleen de laatste zin, dan kunt u weer lekker door met ondernemen. Dat woordje lekker. Dat doet iets met mij, zeg maar. Ja dat haalt voor mij bij wijze van spreken de rest van de tekst onderuit. Dan probeer je het eerst heel zakelijk in te zetten en dan kun je weer lekker door met ondernemen.”* (Respondent 6, r. 151-155, Bijlage 10.6)

Het tweede tekstonderdeel over een beroepsaansprakelijkheidsverzekering had de meeste begripsproblemen, zie Tabel 4. Respondenten begrepen de afkortingen niet in de zin ‘sluit goed aan op de leveringsvoorwaarden van BNA, Ooa en BNI’. Zo ook Respondent 3:

*“Nou, ik vind dat die drie verzekeringen die daar onderaan staan: BNA, Ooa en BNI. Die worden niet uitgelegd. Dat zou misschien wel handig zijn”* (Respondent 3, r. 177-178, Bijlage 10.3)

De begripsproblemen vormen een bedreiging voor het informerende doel ‘de doelgroep weet wat de aanbevolen verzekeringen inhouden’. Daardoor zijn deze begripsproblemen bestempeld als ernstig. Daarnaast waren er drie volledigheidproblemen, zie Tabel 4. Deze zijn, zeker in combinatie met de begripsproblemen, ernstig. Respondenten misten informatie over het verschil tussen een beroepsaansprakelijkheidsverzekering en een AVB:

*“Het gaat erom dat ze zeggen: nou u heeft nu alleen een x-verzekering, en daarom zijn deze verzekeringen misschien ook wat voor u. Dit is het verschil tussen de twee. Dat is gewoon heel praktisch.”* (Respondent 4 r. 254-257, Bijlage 10.4)

Het feit dat respondenten deze informatie misten, suggereert dat er nog onduidelijkheden zijn over de verzekeringen. Dat brengt het realiseren van het informerende doel ‘de doelgroep weet wat de aanbevolen verzekeringen inhouden’, voortgekomen uit de functionele analyse, in gevaar.

Ook het tekstonderdeel over de zakelijke rechtsbijstandsverzekering zorgde voor begripsproblemen, zie Tabel 4. De begripsproblemen betroffen de zin: ‘verzekert verkeerszaken over de hele wereld’. Respondent 13 zei daarover:

*“En wat me hier opvalt: verzekerd verkeerszaken over de hele wereld. Wat bedoelen jullie daarmee? Echt in het verkeer of in het financiële verkeer?” (Respondent 13, r. 154-156, Bijlage 10.13)*

De zin zorgde ook een aanvaardingsprobleem. Zo kwam deze zin voor Respondent 9 uit de lucht vallen, waarbij hij zich afvroeg of dit wel klopte:

*“Alleen ik ben een beetje getriggerd door die tweede bullet ‘verzekerd verkeerszaken’. Dat voelt een beetje alsof het niet klopt, maar misschien klopt dat wel. Ja dat lijkt een soort van vreemde eend in de bijt.” (Respondent 9, r. 227-229, Bijlage 10.9)*

Zowel de begripsproblemen als het aanvaardingsprobleem vormen een gevaar voor het behalen van het informerende doel ‘de doelgroep weet wat de aanbevolen verzekeringen inhouden’.

Ten slotte kwamen in het tekstonderdeel ‘CTA’ de meeste structuurproblemen naar voren, zie Tabel 4. De respondenten gaven aan dat ze de samenhang tussen de zinnen in het tekstonderdeel missen. Dat illustreert onderstaande quote:

*“Precies weten wat wel en niet verzekerd is’, is dan weer iets anders dan ‘meer informatie’? Dus het staat een beetje.... En ik denk dat ‘precies weten wat wel en niet verzekerd is’ beter is dan ‘meer informatie’. Omdat ik niet precies weet welke informatie ik dan nog mis.” (Respondent 4, r. 266-269, Bijlage 10.4)*

De structuurproblemen in de tekstonderdelen staan de doelen van de tekst niet direct in de weg, waardoor deze niet ernstig zijn. Daarnaast zit er onder alle drie de zinnen een hyperlink die elk een andere bestemming hebben. Dat zorgt voor meer informatieverschaffing, wat kan leiden tot minder volledigheidproblemen. Bovendien werd dit tekstonderdeel twee keer wel gewaardeerd. Zo zei respondent 9:

*“En ja, dat is gewoon super. Je weet dat je meer informatie kan krijgen als je dat wil. En inderdaad gewoon gelijk de knop: actie.” (Respondent 9, r. 224-225, Bijlage 10.9)*

Naast het tekstonderdeel ‘CTA’, kregen de tekstonderdelen ‘beroepsaansprakelijkheidsverzekering’ en ‘zakelijke rechtsbijstandsverzekering’ relatief veel plussen. Vijf respondenten gaven een plus voor de bulletpoints die gebruikt zijn in de tekst. Dat illustreert onderstaande quote:

*“Dat is gewoon kort, maar krachtig. Je weet waar je aan toe bent met die drie punten.” (Respondent 5, r. 180-181, Bijlage 10.5)*

### *Actualisatiemail*

Over het algemeen leverde de actualisatiemail beduidend minder lezersproblemen op dan de cross-sellmail, zie Tabel 5.

#### **Tabel 5.**

*Aantal lezersproblemen per tekstonderdeel en ingeschatte ernst per probleem van tekstonderdelen (groen is niet ernstig, geel is dreigend en oranje is ernstig).*

	Relevantie	Waardering	Aanvaarding	Volledigheid	Structuur	Begrip
Inleiding	1	1	-	2	-	-
Controle	-	5	-	2	1	-
CTA	1	1	-	-	-	-
Slotalinea	1	-	-	-	-	-
<i>Totaal</i>	3	7	-	4	1	-

Er werden twee ernstige volledigheidproblemen genoemd in de inleiding van de actualisatiemail, zie Tabel 5. Na het lezen van de inleiding bleven twee respondenten achter met de vraag: wat kan er veranderen voor je bedrijf? Zo zei Respondent 12 over de inleiding:

*“En er kan van alles veranderen. Nu ben ik wel benieuwd: wat kan er veranderen? Ja, voor je bedrijf natuurlijk.”* (Respondent 12, r. 246-247, Bijlage 10.12)

Deze problemen brengen de informerende doelen ‘de doelgroep weet waarom ze haar gegevens moet controleren’ en ‘de doelgroep weet welke gegevens gecontroleerd moeten worden’ in gevaar. Als de doelgroep niet weet welke bedrijfsveranderingen van invloed zijn op hun verzekering, dan begrijpen ze niet welke gegevens (zoals meer omzet, personeel) ze moeten controleren. Bovendien weten ze dan niet waarom ze die moeten controleren.

In tegenstelling tot de volledigheidproblemen, vonden twee andere respondenten de informatie over veranderingen in een bedrijf wel relevant. Zij herkenden zich in de boodschap. Dat illustreert onderstaande quote:

*“Ja ik denk dat het vooral goed is dat daar staat: in een jaar kan er van alles veranderen. Want als ondernemer heb je een beeld voor ogen, maar dan loopt het ineens heel anders. Dus de bewustwording dat er iets kan veranderen en dat daardoor je verzekering verandert, vind ik heel goed. Die verandering is iets waar ondernemers continue tegenaan lopen.”* (Respondent 1, r. 259-263, Bijlage 10.1)

Het tekstonderdeel ‘controle’ had twee volledigheidproblemen, zie Tabel 5. Een van de twee ging over de mogelijke veranderingen in hun bedrijf, wat wederom het informerende doel ‘de doelgroep weet welke gegevens gecontroleerd moeten worden’ in de weg staat. Zo zei Respondent 6:

*“Nou verwacht u verandering in het komende jaar? Ja, die verwacht ik wel, maar wat die concreet zullen zijn dat weet ik eerlijk gezegd niet. Dat kan over omzet gaan, over uitbreiding van mijn aanbod. Ik begrijp wel waarom je het wil weten, maar ik vind hem vanuit mezelf heel lastig om te beantwoorden.”* (Respondent 6, r. 189-192, Bijlage 10.6)

De andere respondent met een volledigheidprobleem had een tijdsbestek willen zien voor het controleren van gegevens:

*“Nu is het wel handig dat daar staat voor 26 oktober gegevens controleren. Alleen nu zou ik deze mail in mijn map ‘later behandelen’ zetten, terwijl als daar stond: binnen 3 minuten geregeld. Dan zou ik het wel meteen doen.”* (Respondent 12, r. 253-256, Bijlage 10.12).

Hoewel dit volledigheidprobleem niet direct een bedreiging vormt voor het behalen van de doelen, zou een toevoeging van een dergelijk tijdsbestek wellicht wel bijdragen aan het bereiken van het activerende doel: ‘de doelgroep klikt op de link om haar gegevens te controleren’.

Ten slotte had de actualisatiemail zeven waarderingsproblemen, zie Tabel 5. Vijf van de zeven waarderingsproblemen betroffen een spelfout. In sommige gevallen was deze constatering terecht, zoals onderstaande quote aantoont:

*“Ja de tip is ...Nou ja na de dubbele punt moet dan wel een kleine letter.”* (Respondent 3, r. 230-231, Bijlage 10.3)

Terwijl de constatering van een spelfout in sommige gevallen onterecht was:

*“Ik zou alleen zeggen dat polis check aan elkaar moet.”* (Respondent 14, r. 272, Bijlage 10.14)

#### 4.4 Conclusie

In deze deelstudie stond de volgende vraag centraal: *in hoeverre begrijpen en waarderen zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering de communicatie in twee contactpunten van de klantreis?*

Deze vraag werd beantwoord met twee sub-deelstudies die beiden de cross-sellmail en de actualisatiemail onderzochten. Deelstudie 2a evalueerde de tekst van de e-mails middels een functionele analyse en deelstudie 2b evalueerde de tekst middels een plus-en-minmethode. Uit de studies bleek dat zzp'ers met een AVB de informatie in de cross-sellmail en de actualisatiemail deels begrepen en waardeerden. Dat had twee oorzaken: 1) sommige doelen hadden onvoldoende teksthandelingen, en 2) lezersproblemen staan de doelen van de tekst in de weg. Hieronder worden beide oorzaken per contactpunt beschreven.

Allereerst werd het activerende doel van de cross-sellmail ‘de doelgroep is van plan om een nieuwe verzekering af te sluiten’ deels bereikt. Dat kwam onder andere door de ontbrekende teksthandelingen bij het doel. Dat is niet per se een probleem, zolang het doel ondersteund wordt door onderliggende doelen met bijbehorende teksthandelingen (Karreman & Van Enschoot, 2018). De onderliggende doelen sluiten goed aan op het hoofddoel, maar het onderliggende instruerende doel ‘de doelgroep is in staat om een verzekering af te sluiten’ werd niet ondersteund door teksthandelingen. Bovendien bevatte één van de twee onderliggende informerende doelen: ‘de doelgroep weet dat ze telefonisch hun verzekering kunnen afsluiten’ één teksthandeling die niet direct bijdraagt aan het behalen van dit doel. De ontbrekende en onjuiste teksthandelingen bij de communicatieve doelen zorgden ervoor dat het activerende doel deels werd behaald.



Verder liet de plus-en-minmethode een aantal lezersproblemen zien dat het behalen van de doelen uit de functionele analyse bedreigt. De cross-sellmail bevatte 47 lezersproblemen. 14 daarvan waren relevantieproblemen. De inleiding had de meeste relevantieproblemen. Die betroffen de zinnen “Dat doen we ... specialistische zakelijke dienstverlening”. Respondenten vonden deze informatie overbodig, wat ervoor kan zorgen dat zij besluiten de tekst niet meer verder te lezen. Dat vormt een ernstige bedreiging voor het behalen van het hoofddoel van de tekst. Daarnaast waren er negen volledigheidproblemen. Vier daarvan (in tekstonderdeel 2 en 4) waren ernstig. Deze vormden een bedreiging voor het behalen van het informerende doel: ‘de doelgroep weet wat de verzekeringen inhouden’. Ook de begripsproblemen vormden een bedreiging voor het behalen van dit informerende doel. De volledigheds- en begripsproblemen gingen voornamelijk over de afkortingen die respondenten niet kenden. Ondanks de volledigheds- en begripsproblemen, kregen het tweede en vierde tekstonderdeel positieve feedback. Dat betrof de bulletpoints die gebruikt werden.

Uit de functionele analyse van de actualisatiemail bleek dat de doelgroep van de tekst is: zakelijke klanten met een AVB. Het organisatiedoel dat Goedverzekert met de mail beoogde te behalen, was een lagere werkdruk voor salesmedewerkers en het voorkomen van over- of onderverzekering. Daarbij was het volgende activerende doel geformuleerd: ‘de doelgroep is van plan om haar gegevens te controleren’. Uit de doelenboom en teksthandelingen bleek dat dit doel deels zal worden bereikt. Dat kwam doordat het informerende doel ‘de doelgroep weet welke gegevens gecontroleerd moeten worden’ onvoldoende werd ondersteund door teksthandelingen. Dat leidde tot het deels behalen van het bovenliggende overtuigende en activerende doel.

Naast de functionele analyse, kwamen in de plus-en-minmethode lezersproblemen naar voren die een bedreiging vormen voor het behalen van de doelen van de tekst. Er waren namelijk vier volledigheidproblemen die het realiseren van de twee informerende doelen ‘de doelgroep weet welke gegevens gecontroleerd moeten worden’ en ‘de doelgroep weet waarom ze haar gegevens moet controleren’ in gevaar brengen. Deze volledigheidproblemen betroffen de zinnen die gingen over veranderingen in een bedrijf. Twee respondenten gaven juist positieve feedback over deze zinnen.

Kortom, zzp'ers met een AVB toonden begrip en waardering voor een deel van de tekst van de cross-sellmail en actualisatiemail. Voor sommige delen van de e-mails hadden zij geen waardering of begrip. Om ervoor te zorgen dat de e-mails minder lezersproblemen bevatten en meer communicatieve doelen bereiken, geef ik een aantal adviezen in hoofdstuk 6.

## 5 Conclusie

In deze studie trachtte ik antwoord te geven op de hoofdvraag: *hoe kan Goedverzekert de eerstejaarsklantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering optimaliseren?* Deze hoofdvraag viel uiteen in twee deelstudies. De eerste deelstudie richtte zich op de geplande en ervaren klantreis. Daarbij was de volgende onderzoeksvraag geformuleerd: *in hoeverre sluiten de geplande en ervaren klantreis van zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering op elkaar aan?* De tweede deelstudie richtte zich op de communicatie in twee contactpunten in de eerstejaarsklantreis, waarbij de volgende onderzoeksvraag centraal stond: *in hoeverre begrijpen en waarderen zzp'ers met een aansprakelijkheidsverzekering de communicatie in twee contactpunten van de klantreis?*

In deelstudie 1 zijn de geplande en ervaren klantreis met elkaar vergeleken. Om de geplande klantreis te achterhalen, is bureau-onderzoek gedaan, en zijn een expertsessie en een interview gehouden. De geplande klantreis is nog in ontwikkeling, waardoor deze uiteen viel in twee versies: een huidige en gewenste geplande klantreis. De huidige geplande klantreis is de klantreis zoals deze op dit moment eruit ziet. De gewenste geplande klantreis is hoe de klantreis zou moeten worden, waarbij de adviezen uit deze studie moeten bijdragen aan een verdere ontwikkeling van de klantreis. De ervaren klantreis is onderzocht middels 14 interviews met zzp'ers met een AVB. Bij de vergelijking tussen de gewenste geplande en ervaren klantreis bleek dat geen een ervaren klantreis aansloot op de geplande klantreis. Bovendien weken de ervaren klantreizen onderling van elkaar af. Zo had respondent 4 drie contactpunten met Goedverzekert, terwijl respondent 1 zeven contactpunten had. Er zijn 90 contactpunten geïdentificeerd, waarvan 48 verwachte contactpunten, 29 gemiste contactpunten, zeven falende contactpunten en zes ad hoc contactpunten. Daarnaast werd in deze studie onderzocht wat de productkennis is van respondenten over een AVB. Hieruit bleek dat negen respondenten wisten waartegen ze verzekerd zijn met een AVB. Vijf van de veertien respondenten wisten niet of gedeeltelijk waartegen ze verzekerd zijn met een AVB. Ten slotte werd er onderzocht welke communicatie- en informatiebehoefte respondenten hebben. Daaruit bleek dat zes respondenten meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert, en acht respondenten niet meer informatie willen ontvangen. Opvallend bij deze resultaten is het verschil in voorkeur voor communicatiemiddelen tussen de twee groepen. Respondenten die niet meer informatie willen ontvangen, communiceren het liefst via de telefoon e-mail. Terwijl respondenten die meer informatie willen ontvangen bij voorkeur via andere middelen communiceren, zoals chatbot, WhatsApp en een app.

Vervolgens is in deelstudie 2 onderzocht hoe er gecommuniceerd wordt in een contactpunt. Hiervoor zijn de cross-sellmail en de actualisatiemail onderzocht via een functionele analyse en een plus-en-minmethode. Uit de functionele analyse bleek dat sommige doelen van beide e-mails

te weinig teksthandelingen bevatten, waardoor de activerende hoofddoelen van beide e-mails deels behaald worden. Zo had het informerende doel 'de doelgroep weet welke gegevens gecontroleerd moeten worden' in de actualisatiemail onvoldoende teksthandelingen en geen onderliggende doelen, waardoor de bovenliggende doelen deels behaald zullen worden. Uit de plus-en-minmethode bleek dat de cross-sellmail 47 lezersproblemen had en de actualisatiemail 15 lezersproblemen had. Sommige lezersproblemen staan de doelen, voortgekomen uit de functionele analyse, in de weg. Deze problemen zijn ernstig en dienen gereviseerd te worden. Zo bevatte de actualisatiemail vier volledigheidproblemen, waarbij respondenten zich afvroegen welke gegevens gecontroleerd moeten worden. Deze problemen vormen een bedreiging voor de informerende doelen: 'de doelgroep weet waarom ze haar gegevens moet controleren' en 'de doelgroep weet welke gegevens gecontroleerd moeten worden'.

In het theoretisch kader werd beschreven dat verzekeraars een bijdrage moeten leveren aan het verhogen van productkennis van klanten en consumenten (Ruefenacht, 2017). Dat dit nodig is, blijkt uit de resultaten van beide deelstudies. Beide studies lieten zien dat de productkennis verbeterd kan worden. Zo wisten vijf van de 14 respondenten niet precies waartegen ze verzekerd zijn met een AVB en waren er acht begripsproblemen in de cross-sellmail. De actualisatiemail, daarentegen, bevatte geen begripsproblemen. Een verklaring voor het verschil in lezersproblemen tussen de twee mails is de inhoud van de e-mails. In de cross-sellmail staat productinhoudelijke informatie van twee verzekeringsproducten, terwijl de actualisatiemail een oproep is om gegevens te actualiseren.

Naast het verhogen van de productkennis, liet een vergelijking tussen de deelstudies nog een ander resultaat zien: een mogelijke verband tussen gemiste contactpunten en lezersproblemen. Uit de klantreisanalyse van deelstudie 1 bleek dat 29 contactpunten gemist waren, waarbij de cross-sellmail beduidend vaker gemist (6) was dan de actualisatiemail (1). Een gemist contactpunt betekende in deze studie overigens niet per definitie gemist, maar kan ook vergeten zijn. Respondenten hebben deze dan wel ontvangen, maar niet onthouden. Een mogelijke verklaring voor de gemiste contactpunten bevindt zich in de resultaten van deelstudie 2. Daar gaven respondenten aan relevantieproblemen te hebben met de inleiding van de cross-sellmail, terwijl de actualisatiemail geen ernstige relevantieproblemen bevatte. De relevantieproblemen van de cross-sellmail kunnen ertoe leiden dat lezers afhaken tijdens het lezen van de inleiding, waardoor respondenten de mail niet hebben onthouden.

Ten slotte heeft deze studie een bijdrage geleverd aan de kennis over klantreizen bij verzekeraars en de communicatie tussen verzekeraars en haar klanten. Goedverzekert kan de eerstejaarsklantreis van zzp'ers met een AVB optimaliseren door minder gemiste en falende contactpunten te hebben en door lezersproblemen in contactpunten te verminderen. Hoe Goedverzekert deze twee punten kan realiseren, is beschreven in het volgende hoofdstuk.

## 6 Adviezen voor de gewenste geplande klantreis

Hieronder beschrijf ik adviezen voor de contactpunten van de gewenste geplande klantreis, en de communicatie in die contactpunten. De adviezen kunnen leiden tot een optimalisatie van de eerstejaarsklantreis.

### **Verstuur minder informatie in het begin van de eerstejaarsklantreis**

Zzp'ers die klant zijn geworden bij Goedverzekert, zijn vaak op datzelfde moment als zzp'er begonnen. Zo waren er van de 14 respondenten slechts drie respondenten die al zzp'er waren, toen zij klant werden. Respondenten vertelden dat ze veel informatie ontvingen toen ze startten als zzp'er. Wellicht werden ze daardoor overspoeld met informatie, waardoor ze e-mails van Goedverzekert misten. Zoals Halvorsrud, et al (2016) veronderstellen kunnen gemiste en falende contactpunten zorgen voor negatieve klantervaringen. Daarom is het belangrijk om gemist en falende contactpunten te voorkomen. Mijn advies is dan ook om minder informatie te versturen in het begin van de eerstejaarsklantreis en informatie meer te verspreiden over de eerstejaarsklantreis.

### **Verstuur meer informatie over het verzekeringsproduct**

Uit de interviews bleek dat vijf van de 14 respondenten niet precies weten waartegen ze verzekerd zijn met een AVB. Ook bleek uit de interviews dat respondenten niet weten hoe ze een beroep kunnen doen op hun AVB, en wat er gebeurt met hun premie als ze een schade indienen. Terwijl productkennis een positieve invloed kan hebben op klantervaringen. Zo kan Goedverzekert teleurstellingen bij klanten voorkomen als klanten weten wat er wel en niet onder hun dekking valt voordat ze een schade willen indienen. Daarom raad ik Goedverzekert aan om meer te communiceren over het verzekeringsproduct.

### **Communiceer ook via andere middelen dan telefoon en e-mail**

Zes van de 14 respondenten zeiden meer informatie te willen ontvangen. Deze respondenten benoemden andere communicatiemiddelen dan telefoon en e-mail, waaronder chatbots, apps en WhatsApp. Daarom is mijn advies om ook te communiceren via andere communicatiemiddelen dan telefoon en e-mail.

### **Laat zzp'ers zelf bepalen hoeveel informatie ze ontvangen**

Sommige zzp'ers sluiten een AVB af, omdat het moet van hun opdrachtgever. Terwijl andere zzp'ers een AVB afsluiten, omdat zij graag verzekerd zijn tegen risico's. Ik kan me voorstellen dat dit verschil in aankoop van een AVB zorgt voor een verschil in informatiebehoefte. Bovendien wilden zes respondenten meer informatie ontvangen, terwijl acht respondenten niet meer informatie wilden ontvangen. Daarom is het een goed idee om zzp'ers te vragen of zij informatie willen ontvangen, bijvoorbeeld over juridische zaken, het verzekeringsproduct,

ondernemerschap, etc., zodra zij klant worden. Zo kunnen zzp'ers zelf bepalen hoe veel informatie zij willen ontvangen.

### **Houd de inleiding kort en bondig**

Uit de plus-en-minmethode bleek dat respondenten veel relevantieproblemen ondervonden met de inleiding van de cross-sellmail. Deze inleiding is beduidend langer dan de inleiding van de actualisatiemail, waarbij respondenten geen relevantieproblemen hadden. Relevantieproblemen kunnen ervoor zorgen dat lezers afhaken en niet meer verder lezen. Daarom is mijn advies om de inleiding van e-mails of brieven kort en bondig te houden.

### **Gebruik geen afkortingen**

De resultaten uit de plus-en-minmethode van de cross-sellmail lieten zien dat de afkortingen leidden tot begripsproblemen. Terwijl begripsproblemen voorkomen zouden moeten worden. Zeker in de cross-sellmail, waarbij mogelijk relevante verzekeringen aan klanten worden aangedragen en klanten dus een beslissing moeten maken. Laagdrempelige en simpele communicatie helpt consumenten namelijk bij het maken van een weloverwogen beslissing (Clark et al., 2015; Ruefenacht, 2017). Daarom is het belangrijk om het gebruik van afkortingen te vermijden.

### **Geef voorbeelden in de tekst**

De functionele analyse van de actualisatiemail liet zien dat het informerende doel 'de doelgroep weet welke gegevens gecontroleerd moeten worden' niet voldoende werd ondersteund door teksthandelingen en geen onderliggende doelen had. Uit de plus-en-minmethode bleek dat vier volledigheidproblemen dit doel ook bedreigen. Zo vroegen vier respondenten zich bij de actualisatiemail af welke bedrijfsgegevens ze moeten actualiseren. Daarom adviseer ik Goedverzekert om voorbeelden van bedrijfsgegevens toe te voegen. Voorbeelden kunnen zorgen voor verduidelijking, wat leidt tot minder vragen en minder volledigheidproblemen. Daarbij is het waarschijnlijker dat het activerende doel van de tekst behaald wordt.

### **Reviseer spelfouten**

Een aantal waarderingsproblemen uit de plus-en-minmethode betrof spelfouten. Ondanks dat spelfouten geen directe bedreiging vormen voor de doelen van de tekst in de cross-sellmail en de actualisatiemail, dienen alle terecht opgemerkte spelfouten gereviseerd te worden.

### **Breng het Vertrouwd Communiceren handboek onder de aandacht**

Een aantal van bovenstaande adviezen ligt in lijn met de adviezen die gegeven worden in het handboek Vertrouwd Communiceren. Dat betekent dat sommige lezersproblemen voorkomen hadden kunnen worden als een tekst volgens het handboek geschreven werd. Daarom is mijn advies om het handboek onder de aandacht te brengen bij medewerkers.

## 7 Discussie

In dit hoofdstuk worden discussiepunten per deelstudie en gezamenlijk besproken. Daarbij geef ik aanbevelingen voor vervolgonderzoek.

### 7.1 Deelstudie 1

In deze studie beoogde ik respondenten te interviewen die geen andere verzekering hadden afgesloten bij Goedverzekert dan een aansprakelijkheidsverzekering. Dat was dan ook een van de voorwaarden die ik had gesteld bij de werving van respondenten. Ruefenacht (2017) veronderstelt namelijk dat het afnemen van andere producten invloed kan hebben op de klantervaringen, wat invloed kan hebben op de resultaten van deze studie. Zo kan een positieve klantervaring bij een ander verzekeringsproduct een positieve invloed hebben op de beantwoording van de vraag of respondenten vertrouwen hebben in Goedverzekert. Het is mij niet gelukt om de voorwaarde na te komen: respondenten hadden geen andere zakelijke verzekeringen, maar sommigen hadden wel een particuliere verzekering. Zo benoemden twee respondenten het hebben van een privéverzekering bij Goedverzekert als reden om hun zakelijke AVB ook bij Goedverzekert af te sluiten. In de huidige studie konden respondenten met een particuliere verzekering niet uitgesloten worden vanwege de scheiding tussen de particuliere en zakelijke afdeling bij Goedverzekert. Het was onmogelijk om binnen het tijdsbestek van deze studie ook particuliere gegevens te verzamelen van respondenten. Hierdoor kan het hebben van een particuliere verzekering invloed hebben gehad op de resultaten. Dat geldt zeker voor zzp'ers, bij wie de scheiding tussen privé en zakelijk klein is. Het hebben van meerdere verzekeringen bij Goedverzekert vormt een bedreiging voor de interne validiteit van dit onderzoek.

Naast het hebben van één verzekering, had ik bij de werving van respondenten de voorwaarde gesteld dat zzp'ers tussen 1 november 2020 en 31 oktober 2021 klant zijn geworden. Respondenten moeten namelijk hun eerste jaar als klant bij Goedverzekert volledig hebben doorlopen. Daarnaast mogen ze niet te lang geleden klant zijn geworden, aangezien ze de contactpunten in de eerstejaarsklantreis nog moeten kunnen herinneren. Hoewel ik de dreiging van het hebben van geen herinneringen trachtte te minimaliseren, vormt dit alsnog een bedreiging voor de interne validiteit. Zo werd aan respondenten gevraagd of ze een bepaald contactpunt kunnen herinneren. Dat contactpunt kan voor respondenten inmiddels twee jaar geleden zijn geweest. Het beroep op de herinneringen van respondenten vormt een bedreiging voor de interne validiteit.

Tot slot is de klantreis in de huidige studie een langdurige klantreis. De klantreis betrof namelijk een periode van één jaar met zeven geplande contactpunten, wat door Halvorsrud en Kvale (2017) gezien wordt als een langdurige klantreis. Zoals Halvorsrud en Kvale (2017) veronderstellen, moet een langdurige klantreis onderzocht worden met dagboekstudies.

Daarmee wordt er voorkomen dat contactpunten in vergetelheid raken. Dagboekstudies waren bij de huidige studie niet haalbaar door een te kort tijdsbestek. Daarom heb ik ervoor gekozen om interviews af te nemen. Een afwijkende meetmethode (het gebruiken van interviews in plaats van dagboekstudies) kan een verklaring zijn voor de vele gemiste contactpunten. Desalniettemin blijft de vergelijking tussen de verwachte, gemiste en falende contactpunten in deze studie interessant. Daarbij kan Goedverzekert zich afvragen waarom bepaalde contactpunten relatief vaak gemist of juist verwacht waren.

## 7.2 Deelstudie 2

Uit de functionele analyses in deelstudie 2 bleek dat de doelgroep van de cross-sellmail was: mkb-klanten met een AVB die werkzaam zijn in de adviesbranche, en de doelgroep van de actualisatiemail was: klanten met een AVB. Echter, aan de plus-en-minmethode in deelstudie 2 deden dezelfde respondenten mee als aan deelstudie 1: zzp'ers met een AVB. Vanwege een te kort tijdsbestek was het niet mogelijk om de daadwerkelijke doelgroep van de e-mails te werven. Doordat de doelgroepen van de e-mails niet per se zzp'ers met een AVB zijn, schetsen de resultaten wellicht een verkeerd beeld. Zo kan het zijn dat de afkortingen van de brancheverenigingen (BNA, Ooa en BNI) in de cross-sellmail niet begrepen werden, omdat sommige respondenten niet werkzaam zijn in de adviesbranche. Het afnemen van de plus-en-minmethode bij een andere doelgroep dan voor wie de tekst geschreven is, heeft een negatieve invloed op de externe validiteit. Daardoor kunnen de resultaten niet gegeneraliseerd worden naar de doelgroepen van de e-mails. Ondanks de verschillende doelgroepen raad ik aan om het gegeven advies 'gebruik geen afkortingen', voortgekomen uit de begripsproblemen, op te volgen. Het vermijden van afkortingen kan de tekst namelijk verduidelijken. Dat geldt ook voor lezers die wel werkzaam zijn in de adviesbranche.

Verder had de indeling van lezersproblemen bij de plus-en-minmethode een negatieve invloed op de betrouwbaarheid. Zo had ik de lezersproblemen bij de plus-en-minmethode zelf ingedeeld in categorieën. Hier was geen tweede beoordelaar bij betrokken. Daardoor kan er niet aangetoond worden dat de indeling betrouwbaar is. Dat wil zeggen: een herhaling van het huidige onderzoek kan leiden tot andere resultaten. Hoewel ik van mening ben dat dit risico minimaal is. De categorieën waren namelijk uitgebreid omschreven, wat het risico op een andere indeling van lezersproblemen in de categorieën verlaagt. Bovendien heb ik om de mening van een communicatiespecialist gevraagd als ik twijfelde over de indeling van een lezersprobleem in een categorie.

## 7.3 Deelstudie 1 en 2

In beide deelstudies zijn twee perspectieven onderzocht. Bij deelstudie 1 is de klantreis onderzocht vanuit het perspectief van Goedverzekert (geplande klantreis) en vanuit het

perspectief van zzp'ers met een AVB (ervaren klantreis). Bij deelstudie 2 zijn twee e-mails onderzocht vanuit het perspectief van een expert (expertgericht) en vanuit het perspectief van zzp'ers met een AVB (lezersgericht). Op basis van deze twee perspectieven zijn er aanbevelingen gedaan. Deze aanbevelingen komen overeen met sommige adviezen uit het handboek 'Vertrouwd Communiceren'. Daarmee kan verondersteld worden dat Goedverzekert op de goede weg is met het concept Vertrouwd Communiceren. Echter, vanwege een te kort tijdsbestek zijn de aanbevelingen niet getoetst. Zo is er niet getoetst of de adviezen voor de gewenste geplande klantreis resulteren in een betere aansluiting op de ervaren klantreizen, en of de aanbevelingen voor de cross-sellmail en actualisatiemail leiden tot meer begrip en waardering. Het toetsen van de aanbevelingen had de interne validiteit van deze studie bevorderd. In een vervolgstudie zouden de aanbevelingen kunnen worden getoetst. Aangezien de eerstejaarsklantreis een langdurige klantreis is, zou deze klantreis in een vervolgonderzoek onderzocht moeten worden met dagboekstudies. De e-mails kunnen kwantitatief onderzocht worden, waarbij de originele en herschreven versie in een A/B-test tegenover elkaar kunnen worden gezet. Met een dergelijk vervolgonderzoek kan Goedverzekert de eerstejaarsklantreis verder optimaliseren.



## 8 Literatuurlijst

- Broeder, S., Treur, H. F. & van Rijckevorsel, J. L. A. (2008). *CVS Consumentenmonitor*. Verbond van Verzekeraars, 5<sup>e</sup> editie. Geraadpleegd van <https://www.verzekeraars.nl/media/3488/cvs-consumentenmonitor-2008-editie-5.pdf>
- Brüggemann, P., Catlin, T., Chinczewski, J., Lorenz, J. & Prymaka, S. (2018). *Claims in the digital age: How insurers can get started*. McKinsey & Company. Geraadpleegd van <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/claims-in-the-digital-age>
- Clark, P., Delany, C., & Burns, S. (2013). The Customers Have Spoken, are the Insurance Companies Listening? A Survey of the Global Insurance Market. *Journal of Financial Perspectives*, 1(1), 1-18.
- De Jong, M. & Schellens, P.J. (1995). *Met het oog op de lezer. Pretestmethoden voor schriftelijk voorlichtingsmateriaal*. Thesis Publishers.
- Halvorsrud, R., Kvale, K., & Følstad, A. (2016). Improving service quality through customer journey analysis. *Journal of service theory and practice*, 26(6), 840-867. <https://doi.org/10.1108/JSTP-05-2015-0111>
- Halvorsrud, R. & Kvale, K. (2017). Strengthening customer relationships through customer journey analysis. *Innovating for Trust*. <https://doi-org.proxy.library.uu.nl/10.4337/9781785369483.00021>
- Karreman, J., & Van Enschot, R. (2013). *Tekstonderdelen* (3de ed.). Koninklijke Van Gorcum.
- Klostermann, J. (2021). *Praktische handleiding interviewen*. Wageningen University and Research.
- Lemon, K. & Verhoef, P. (2016). Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96. <https://doi-org.proxy.library.uu.nl/10.1509/jm.15.0420>
- Lentz, L. (2021). *Methoden. Didactiek Nederlands – Handboek*. Geraadpleegd van <https://didactieknederlands.nl/handboek/2021/01/lezersonderzoek-deel-2-methoden/>.

- Ovchinnikova, I. (2018). Effect of the content complexity on hesitations in adolescents' narratives. *Psychology of Language and Communication*, 22(1), 1-20. <https://doi.org/10.2478/plc-2018-0001>
- Ruefenacht, M. (2017). The role of satisfaction and loyalty for insurers. *International Journal of Bank Marketing*, 36(6), 1034-1054. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2016-0152>
- Verbond van Verzekeraars. (2022, 27 januari). Zakelijke klanten positiever over schadeverzekeraar in coronatijd. <https://www.verzekeraars.nl/publicaties/actueel/zakelijke-klanten-positiever-over-schadeverzekeraar-in-coronatijd>

## 9 Bijlagen

### 9.1 Bijlage 1. Handboek Vertrouwd Communiceren

# Schrijf een brief of e-mail in 15 stappen

Elke stap lichten we kort toe.

#### **Stap 1.**

##### ***Bedenk wat de lezer moet weten***

Schrijven begint met nadenken. Een lezer heeft 1 of meer vragen. Of jij wilt de lezer iets vertellen. Voordat je gaat schrijven, bedenk je eerst wat je wilt vertellen. Maak een lijstje van de boodschappen. Welke boodschap is het belangrijkste? Zet die bovenaan. Streef naar maximaal 3 boodschappen.

#### **Stap 2.**

##### ***Vraag je af wat het beste communicatiemiddel is***

Als je iets wilt of moet communiceren, stel je jezelf de volgende 3 vragen:

- Welk communicatiemiddel is het meest geschikt voor deze boodschap?
- Welk communicatiemiddel is het meest geschikt voor deze lezer?
- Heeft de lezer de informatie nu echt nodig?

#### **Stap 3.**

##### ***Schrijf de boodschappen in korte zinnen op***

Maak van de kernboodschappen antwoorden op de lezersvragen. De lezer verwacht antwoord op zijn vragen. Beantwoord de lezersvragen in de koppen. Heb je geen directe lezersvraag? Kruip dan in de huid van de lezer. En bedenk welke vragen de lezer kan hebben. Zo zorg je dat de kopjes 'het verhaal' vertellen. De lezer hoeft alleen de kopjes te lezen om te weten wat hij moet doen. Of moet weten.

#### **Stap 4.**

##### ***Maak de boodschappen dikgedrukt***

Je hebt nu de belangrijkste boodschappen. Deze boodschappen zijn de kopjes in je brief. Maak ze dikgedrukt, dan vallen ze op.

#### **Stap 5.**

##### ***Onderbouw de boodschappen***

Door de kopjes te lezen, kent de lezer 'het verhaal'. Wil hij meer weten? Dan leest hij in de alinea eronder de toelichting. Daar leest hij antwoord op de vragen 'waarom?' 'hoe?' en 'wanneer?'.

- Schrijf alleen informatie op die nodig is, in maximaal 5 regels per alinea.
- Behandel 1 onderwerp per alinea.
- Maak de alinea afrolbaar.
- Verwijs in de alinea niet naar de kop. Gebruik dus geen woorden als 'dit', 'deze' of 'namelijk'.

#### **Stap 6.**

##### ***Schrijf een inleiding***

Schrijf de aanleiding in 1 zin. Soms komt dat wat bot over. Dan kun je nog 1 zin toevoegen om de inleiding wat meer 'vertrouwd' te maken. Bijvoorbeeld: 'U stuurde ons de nota's. Hartelijk dank.' Streef dan naar maximaal 2 regels. Zet geen kopje boven de inleiding.

### **Stap 7.**

#### ***Schrijf een slot dat vertrouwen wekt***

Geef in het slot het volgende contactmoment aan. Maak duidelijk waar in het proces de lezer zich bevindt. En wat de vervolgstappen zijn. Laat merken dat je openstaat voor vragen. Wees helder over wat de lezer van je kan verwachten. Vergeet daarom nooit je telefoonnummer of e-mailadres in het slot te zetten. En wanneer je bereikbaar bent. Zet een kopje boven het slot.

### **Stap 8.**

#### ***Schrijf de aanhef en afsluiting***

Begin met: 'Beste meneer <Achternaam>,' of met 'Beste mevrouw <Achternaam>,'. 'Beste' kun je ook prima gebruiken als je reageert op een klacht. Of als je een geschil hebt met een klant. 'Geachte' gebruiken we niet. Sluit af met 'Met vriendelijke groet,' of 'Met hartelijke groet'. In een e-mail kun je ook kiezen voor een wat persoonlijker aanhef of eindgroet. Bijvoorbeeld: 'Hallo', 'Dag', 'Veel succes' of 'Groeten'.

### **Stap 9.**

#### ***Vul de onderwerpregel in***

Bij een brief omschrijf je het onderwerp duidelijk en concreet in maximaal 3 woorden. Begin met een kleine letter en zet geen punt aan het eind. Voorkom dat er nieuws in het onderwerp staat. Dus niet de kernboodschap. De onderwerpregel in je e-mail is juist wél de kernboodschap. Dus de 1e dikgedrukte kop van je e-mail. Want bij een e-mail is dat vaak het 1e wat iemand leest. Maar houd rekening met gevoeligheden bij de lezer. Soms kan de kernboodschap in een onderwerpregel direct en hard overkomen.

### **Stap 10.**

#### ***Schrijf voor lezers met taalniveau B1***

█ kiest voor taalniveau B1 voor particuliere klanten. Voor andere doelgroepen zoals zakelijke klanten of zorgverleners kies je een ander taalniveau. Als we op taalniveau B1 schrijven, begrijpt de meerderheid van onze klanten ons. Daarnaast hebben de meeste mensen geen interesse in en kennis van onze diensten en producten. Dat is ook een reden om niet moeilijk te schrijven.

Samengevat schrijf je:

- Kort: schrap overbodige zinnen en woorden.
- Consequent: gebruik steeds dezelfde woorden.
- Concreet: noem de datum, het bedrag, de persoon of de plaats.
- Bekend: kies woorden die mensen veel gebruiken.

### **Stap 11.**

#### ***Schrijf vertrouwd***

Bied service zodra het kan. Meedenken met de lezer schept vertrouwen. Daarom streven we ernaar om extra informatie te geven. En schrijf positief en persoonlijk. Vermijd dus ook machtswoorden of negatieve woorden. Ga daarom altijd uit van een gelijkwaardige relatie en de goede wil van de lezer. Wees eerlijk!

### **Stap 12.**

#### ***Zorg voor samenhang met andere documenten***

Stuur bijlagen mee of maak een hyperlink naar de plek waar je lezer meer informatie vindt. Stuur een bijlage maar 1 keer mee. Heeft een klant op moment A al de voorwaarden ontvangen? Dan stuur je die niet nog 1 keer op moment B of C. We zetten als het kan alle informatie rondom een proces in 1 brief. Kun je niet alle informatie bundelen? Beschrijf dan duidelijk welke vervolgstappen de lezer kan verwachten.

**Stap 13.*****Maak je tekst op maat voor de lezer***

Schrijf alleen informatie die nu voor deze lezer belangrijk is. Je laat weg wat overbodig is voor deze lezer of wat je later kunt communiceren. Maak bijlagen specifiek en geef aan waarom de lezer bijlagen krijgt. Verwijs naar een gepersonaliseerde website als die er is.

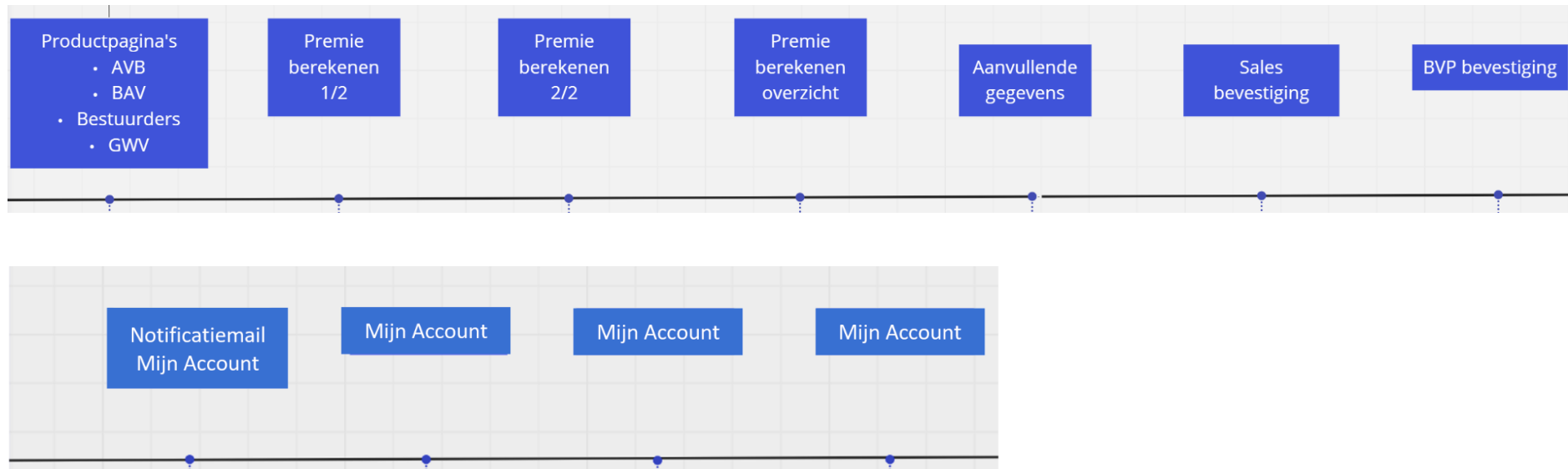
**Stap 14.*****Houd je aan de huisstijlafspraken***

Je vindt in de volledige handleiding onze huisstijlafspraken. De algemene afspraken gelden voor heel [REDACTED]. Ook lees je hier de aanvullende of afwijkende huisstijlafspraken van de merken. Je vindt ze ook op [REDACTED] onder merken bij [REDACTED] huisstijl.

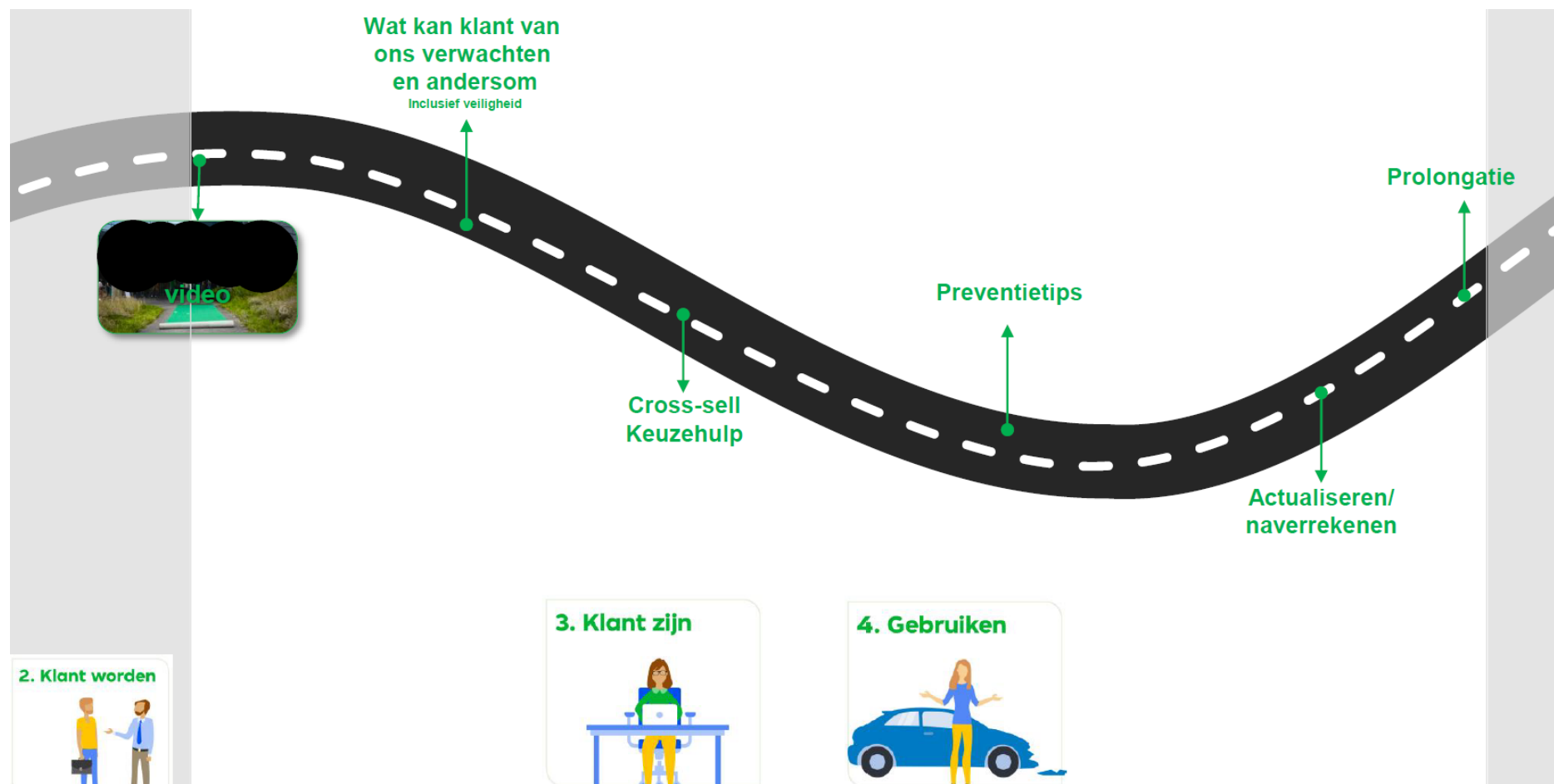
**Stap 15.*****Controleer of je foutloos geschreven hebt***

Maak geen spelling- en grammaticale fouten. We volgen de Woordenlijst Nederlandse taal. De enige uitzondering is dat we getallen altijd als cijfer schrijven.

## 9.2 Bijlage 2. Klantreis website – productaankoop



### 9.3 Bijlage 3. Generieke eerstejaarsklantreis



## 9.4 Bijlage 4. Topiclijst expertsessie

Welkom allemaal! Bedankt dat jullie mee willen doen aan deze expertsessie. Hierbij laat ik zien hoe de door mij opgestelde geplande eerstejaarsklantreis eruit ziet. Daarover stel ik jullie een aantal vragen. Voel je vrij om vragen tussendoor te stellen en om op elkaar te reageren. Vinden jullie het goed als ik de sessie opneem? Van de opname schrijf ik een transcript.

*Nadat iedereen heeft ingestemd, startte de opname.*

### Doel klantreis

- Wat is het doel van de klantreis?
  - Wat wil Goedverzekert hiermee bereiken?
  - Wat moet het de klant opleveren?
- Waarom is de klantreis bedacht?
  - En hoe? Komt dit voor uit wensen van klanten of is dit een initiatief van Goedverzekert?

### Geplande klantreis

*Onderzoeker laat de geplande klantreis zien*

- Staan alle contactpunten in het eerste jaar hierin? Denk aan generiek en productspecifiek
- Waarom hebben jullie voor deze zeven contactmomenten gekozen?
  - Waarop is deze keuze gebaseerd? Zijn dit bijvoorbeeld de meestvoorkomende vragen van klanten?
- Waarom bevat de klantreis zeven contactmomenten?
  - Waarop is dat aantal gebaseerd? Waarom niet meer of minder?
- Hoe wordt de informatie per contactpunt verstuurd? Per post of per mail?
  - Met de overstap naar online *funnel*, worden deze dan allemaal per mail verstuurd?
- Welke contactpunten zijn al gerealiseerd en welke nog niet?
  - Zijn er specifieke preventietips voor AVB?  
*In de klantreis heb ik tot nu toe alleen stormpreventietips staan*
    - Zo ja, welke?
    - Zo nee, wat zouden die kunnen zijn?

### Ervaren Klantreis

- Wat denken jullie dat een zzp'er met een AVB wil ontvangen van hun verzekeraar?
- Op welke punten loopt een klant vast? Vullen klanten bijvoorbeeld vaak hun gegevens niet in na een mail over prolongatie?
- In hoeverre worden contactpunten geëvalueerd/ gemonitord?
  - Hebben jullie daar gegevens van per contactpunt?



## 1 9.5 Bijlage 5. Expertsessie

2 *EvH:* Ik zal jullie even laten zien wat ik tot nu toe heb gemaakt als klantreis vanuit het perspectief  
3 van Goedverzekert. Zeg het vooral als er iets niet klopt of anders moet.

4 Het eerste contactpunt is het punt waarop de verzekering wordt afgesloten. Dan belt de klant of  
5 gaat hij/zij naar de website om de verzekering af te sluiten. Daarna krijgen ze van Goedverzekert  
6 een mail met: dit is je nieuwe verzekering inclusief nota en ... Dan krijgen ze het Welkomvideo  
7 per mail toegestuurd, daarna de verwachtingen en veiligheidsmail. Die is er dan nog niet. Dan  
8 volgt de cross-sell en daarna de actie die de klant in de gewenste situatie doet, namelijk: naar de  
9 website gaan om een verzekering af te sluiten. Zelf dacht ik daarover dat het afsluiten op de  
10 website voor het team online gemak is. Dus jullie doel zal dan zijn om zo veel mogelijk kliks te  
11 behalen?

12 Col C: Bedoel je dan kliks vanuit de mail?

13 *EvH:* Ja klik vanaf de mail naar de website.

14 Col B: Ja dat is het doel van de campagne die we hebben. Want de website daarna valt onder  
15 iemand anders verantwoordelijkheid.

16 Col A: Ja maar het doel wat wij ook hebben is dat we meer producten bij die klanten verkopen.

17 Col B: Ja dat is het hogere doel maar het doel van deze campagne is dat we kliks naar de  
18 website genereren. En als ze dat doen dan geven we ze aan het team van online gemak.

19 Col A: Ja, zo. Ja uiteindelijk moet het wel leiden tot meer verkoop

20 Col B: Ja het gezamenlijke doel van de hele afdeling is dat hij dan een verzekering gaat sluiten,  
21 maar het doel van het onderdeel van deze klantreis is dat wij de klant naar de website brengen in  
22 de juiste state of mind.

23 *EvH:* Ja precies. Dan volgen de preventietips. Die heb ik tot nu toe alleen voor schade dus niet  
24 specifiek voor aansprakelijkheidsverzekeringen.

25 Col A: Nee klopt. Die ligt dus nog open

26 *EvH:* Dus dan kan ik voor de klantreis van AVB zeggen: die zijn er nog niet?

27 Col D: Nee die we nu hebben liggen zijn voor weersomstandigheden, maar die sturen we naar  
28 alle klanten. Dus ook een AVB-klant krijgt mails met het gaat stormen dus neem deze  
29 maatregelen.

30 *EvH:* Waarom dan? Wat hebben AVB-klanten daar precies aan?

31 Col D: Als uhm ...

32 Col B: Als jouw stoel bij het bedrijf ernaast door het raam waait dan gaan ze dat wel degelijk op  
33 jouw AVB verhalen.

34 Col D: Ja dat ook! En het is ook een stukje service. Wij weten wat je moet doen als het gaat  
35 stormen dus laten we alle klanten vertellen wat ze kunnen doen.

36 Col A: En we hebben deze op dit moment nog niet gespecificeerd naar productgroepen toch?

37 Col D: Nee

38 Col B: Nee maar de vraag is ook of je sympathie krijgt als we tips om schade te beperken alleen  
39 gaat sturen naar klanten die wij daarvoor verzekeren.

40 Col D: Het is een bewust keuze geweest om dat niet te doen

41 Col B: We hebben toen gezegd dat we om sympathie te kweken, niet alleen aan klanten met een  
42 glasverzekering gaan zeggen om hun ramen te bedekken.

43 EvH: Dus iedereen krijgt de preventiemails?

44 Col B: Iedereen die een schadeverzekering heeft en dan afhankelijk of we wel of niet met  
45 postcodegebieden gaan werken. We kijken nu nog naar de mogelijkheid of we deze op  
46 demografisch niveau kunnen versturen. Als het slecht weer is in Zeeland dan hoeven klanten in  
47 Groningen geen preventietips te ontvangen.

48 EvH: Oké nou dan hoort de mail er wel bij.

49 Col B: Maar die is misschien lastig om in zo'n lijstje te zetten, want die laat zich natuurlijk niet  
50 echt plannen in een tijd.

51 EvH: Nee klopt. Ik heb hem nu hier gezet maar in principe kan deze overal terugkomen.

52 Col B: Ja je ziet de laatste jaren vooral in januari/ februari de stormen.

53 Col E: Ja en in het voorjaar de overstromingen in Limburg.

54 EvH: Ja dus ik weet niet echt hoe ik deze. Ja hij staat nu wel echt als punt op de klantreis.

55 Col B: Ja je zou dat als kanttekening bij dat blauwe bolletje kunnen zetten. Dat je daarbij zet:  
56 afhankelijk van de weersomstandigheden.

57 EvH: Ja precies. En dan als doel bij deze mail hoort dat de klant hun schade via de mail of via de  
58 website meldt.

59 Col B: Ja en secundair nog wel een beetje goodwill van we denken met je mee. Maar het is  
60 vooral: ga niet bellen want dan sta je heel lang in de wacht.

61 Col A: Maar mail moet er denk ik uit, of niet?

62 Col D: Ja mail moet eruit. Alleen online via de website

63 EvH: Oké. Dan de actualisatiemail met daarbij het doel dat de klant zijn gegevens checkt en  
64 doorgeeft voor de nieuwe premieberekening. Hij krijgt dan een mail waarbij hij moet doorklikken  
65 naar de webpagina waarbij hij deze gegevens kan checken.

66 Col B: Ja die pagina beheren wij ook en hopelijk komt die ooit in MijnGoedverzekert

67 Col A: De actualisatiemail is natuurlijk wel iets meer dan alleen gegevens checken. Die  
68 actualisatie is natuurlijk ook om te kijken of de verzekering nog wel aansluit bij een klant. Dus als  
69 iemand met een AVB ineens heel veel meer omzet heeft, of hij is andere dingen erbij gaan doen,  
70 dan betekent dat dat de verzekering die hij heeft niet meer past. Dus dan moet een klant echt  
71 een aanpassing gaan doen aan zijn verzekering of aan zijn dekking. Het is dus ook om de klant  
72 te helpen kijken of hij nog wel goed verzekerd is. En daarnaast gebruiken we hem om zijn  
73 gegevens actueel te hebben als we de verzekering gaan verlengen.

74 EvH: Ja precies

75 Col D: Maar vanuit de verzekering die geactualiseerd moet worden gezien, wordt deze  
76 geactualiseerd op basis van of het premiebepalende factoren zijn. En daarom willen wij die  
77 weten.

78 Col A: ja maar hij vraagt ook naar hoedanigheid en als die verandert is dan valt deze uit en  
79 worden klanten gebeld en wordt hun verzekering aangepast.

80 Col D: Ja, oké

81 Col A: Want het is alleen maar productspecifiek. Dus niet om te kijken of hij heel zijn  
82 onderneming nog goed verzekerd heeft. Maar voor dat specifieke product klopt de verzekering  
83 nog met wat je nu aangeeft.

84 Col D: Ja maar hoe jij het nu brengt is het dat wij een service bieden dat de verzekering nog past.  
85 Maar volgens mij is het meer dat wij niet te veel hoeven te betalen op het moment dat een klant  
86 schade heeft. En dat wij dus de juiste premie ontvangen voor dat wat klanten willen verzekeren.

87 Col A: Naja, het is natuurlijk wel om te voorkomen dat klanten te horen krijgen dat ze niets  
88 vergoed krijgen omdat ze niet gedekt zijn.

89 Col B: Ja en vooral ook dat wij een goed onderbouwde nieuwe prolongatievoorstel kunnen  
90 uitbrengen. Dat is wel de hoofdreden: dat we weten wat er bij de klant speelt en dat we op basis  
91 daarvan een voorstel kunnen doen

92 EvH: Ja deze toch?

93 Col B: Ja

94 Col D: Dat is een AVB voorbeeld.

95 EvH: Oké, en dan als laatste de prolongatie zelf. Dus het nieuwe voorstel. Per post wordt deze  
96 verstuurd toch?

97 Col E: Ik dacht per mail

98 Col F: Esmee

99 EvH: Ja

100 Col F: Het wordt nu per post verstuurd, maar dit was toch de ideale klantreis? En is dat dan nog  
101 steeds post of is dat dan een combinatie?

102 EvH: Ja dat wilde ik inderdaad nog vragen. Want de AVB gaat natuurlijk naar de online *funnel*, en  
103 dan wordt alles per mail verstuurd?

104 Col B: Ja ik denk dat dat een beetje zal afhangen of klanten meerdere producten hebben. Of ze  
105 dan niet de ene digitaal prolongeren en de ander per post, want dat zou wel heel lelijk zijn.

106 EvH: Ja ...

107 Col B: Want zoals helemaal aan het begin bij de reis zoals die nu is, gaat dat ook per post. Dus  
108 klanten ontvangen hun nieuwe verzekeringsvoorstel per post.

109 EvH: Deze? De nieuwe verzekering

110 Col B: Ja die gaat ook per post.

111 Col D: Maar dit is de geplande klantreis.

112 Col B: Ja dat is dus even de vraag. Als dit is hoe je het idealiter zou willen, dan is het per mail. Ja  
113 je kan ook met twee werken: een van hoe het nu is en een hoe deze zou moeten worden.

114 EvH: Ja want dat is inderdaad hoe ik het ook wil doen.

115 Col A: Ja dat je ook een soort GAP analyse kan maken met welke stappen zijn er nog ...

116 Col B: Het lijkt me dat in de ideale klantreis alle envelopjes sowieso weg zijn.

117 EvH: Ja maar nu wordt dus de nieuwe verzekering per post verstuurd.

118 Col B: Ja je krijgt nu je polisblad en je voorwaarden per post gestuurd.

119 EvH: Dus deze en deze?

120 Col A: Ja wat je nu hebt is wel al voor de nieuwe *funnel*.

121 Col D: Maar dat is toch goed?

122 Col A: Dit is wat we hebben klaarstaan voor de AVB *funnel*.

123 Col D: Dit zijn de polis en nota voor de AVB, ja.

124 Col A: Ja dat is goed. Die gaan dan in een mailtje en worden nu per post verstuurd inderdaad

125 EvH: Oké maar dat is het enige wat anders is?

126 Col A: Ja, nee dat is het enige verschil

127 Col D: Nou, de polis en nota zien er nu niet zo uit.

128 Col A: Hoe zien die er nu uit dan?

129 Col B: Lelijk

130 Col D: Veel lelijker

131 Col A: Nou dan moeten we die boven water zien te krijgen.

132 Col D: Ja die kan ik wel ergens vinden.

133 Col A: Ja daar heb ik geen voorbeelden van. Hoe die eruit zien

134 Col D: Ik wel

135 EvH: Oké, kun jij die aan mij sturen? Want die is dus nieuw maar de prolongatie is dan ook in de

136 nieuwe wereld al?

137 Col D: Ja maar uiteindelijk is het toch ook hoe we die willen

138 Col A: Dit is hoe we het willen maar als je dus ook de ervaren klantreis wil dan kom je dus bij die

139 brieven.

140 EvH: Oké maar dat is het in principe gewoon hetzelfde alleen zijn er twee per post i.p.v. mail.

141 Col A: Ja, ja

142 EvH: Oké dan had ik nog een aantal vragen. Met als eerste vraag: wat is het doel van de

143 klantreis? En die is tweeledig dus wat willen jullie ermee bereiken en wat moet het klanten

144 opleveren?

145 Col A: Het doel is dat we in eerste instantie goede klanten hebben. Het is een soort klant

146 onboarding, waarbij we ze proberen bij de club te houden. Dat zijn klanten die lang klant blijven,

147 meerdere producten afnemen, en weten wat ze moeten doen als ze schade hebben. Zo hoeven

148 ze ons dan niet te bellen, wat ons tijd en geld scheelt. We merken dat klanten aan het begin veel

149 contact met ons hebben, maar nadat ze hun product afgesloten hebben dan horen ze niks meer.

150 We willen ze daarom beter meenemen op het moment dat ze een product gesloten hebben. Dat

151 we ze dan niet in een soort put laten vallen, maar dat we ze aangehaakt houden.

152 EvH: Ja dus de klant moet ook wat aan Goedverzekert hebben als ze geen schade melden

153 Col A: Als ze geen schade hebben, ja. Dus een soort constante bevestiging krijgen van: ik zit nog  
154 goed, ik heb het goed geregeld. En tegelijkertijd: ik weet wat ik moet doen op het moment dat ik  
155 schade heb.

156 EvH: Dus eigenlijk moet het vertrouwen in hun verzekeraar opleveren?

157 Col A: Ja!

158 EvH: En voor jullie: klanten die lang klant blijven?

159 Col A: Ja!

160 Col C: En dat ze doen wat ze moeten doen op het moment dat er wel iets is. Dus dat ze dat niet  
161 hoeven te vragen

162 EvH: Ja dus dat ze niet gaan bellen?

163 Col C: Nee, want dat kost ons extra tijd.

164 EvH: Oké, en waarom is de klantreis bedacht?

165 Col D: Klanten zeiden in loyalonderzoeken dat ze bij ons een verzekering afsluiten, waarna ze  
166 hun eerste premie betaalden, en dat het daarna stil blijft. En dat was het moment dat wij gingen  
167 nadenken over wat we voor die klanten kunnen doen, zodat ze ook bij ons verzekerd blijven.  
168 En wij willen ook iets laten horen voordat klanten hun actualisatiemail en de daaropvolgende  
169 nieuwe premie ontvangen. Dus niet dat ze niets horen en dan van ons ontvangen: "hier alsjeblieft  
170 een verhoging van je premie". We wilden deze nieuwe premie iets zachter laten landen door het  
171 contact warm te houden, zodat ze niet alleen wat van Goedverzekert horen als het hun geld kost.

172 EvH: Oké dus het kwam wel echt vanuit de klanten?

173 Col A: Ja, ja er waren wel klantsignalen waardoor wij gingen bedenken hoe we dit gaan  
174 oppakken.

175 EvH: Oké en dan de vraag of alle contactpunten in de reis zitten, maar die hebben we al  
176 beantwoord denk ik?

177 Col A: Ja naja geldt dit voor de bestaande of de gewenste klantreis?

178 EvH: Beiden

179 Col A: Oké, want we hebben nog geen product specifieke contactpunten. Die willen we wel graag  
180 hebben in de gewenste klantreis. We weten alleen nog niet hoe we daar invulling aan kunnen  
181 geven. Voor AVB vind ik het even heel lastig om die zo te verzinnen, maar voor verzuim  
182 bijvoorbeeld willen we de klanten meenemen in hoe ze hun medewerkers ziek moeten melden,  
183 hoe meld ik het als er een uit dienst gaat, etc.

184 EvH: Oké want voor AVB zijn die er dus nog niet, maar hebben jullie wel een idee wat dat dan  
185 zou kunnen zijn?

186 Col A: Voor aansprakelijkheid nog niet. Nee we hopen eigenlijk dat jij daarin wat kan betekenen.

187 EvH: Oké en waarom hebben jullie nou voor deze zeven contactpunten gekozen? Waarom zijn  
188 het er bijvoorbeeld geen 5 of 6 of 10?

189 Col B: Ja de actualisatiemail die wordt eigenlijk altijd 3 maanden voordat een verzekering afloopt  
190 verstuurd, zodat er voldoende tijd is om de gegevens te checken maar ook om de gegevens te  
191 verwerken en de nieuwe premie te berekenen. Voor de welkomstvideo hebben we bewust

192 gekozen. Dat klanten die hun verzekering afsluiten en de video ontvangen, denken: tof, ik zit nu  
193 bij Goedverzekert en ik hoor er meteen bij. De andere contactmomenten komen voort uit een  
194 brainstorm. De veiligheidsmail is bedacht, omdat we vaak vragen kregen over veiligheid. Denk  
195 hierbij bijvoorbeeld aan vragen over of men wel op een link kan klikken, en of een mail wel echt  
196 van Goedverzekert afkomt. Dus we dachten dat het goed is om die meteen even te tackelen. De  
197 cross-sellmail zit ook redelijk vroeg in de klantreis, omdat uit onderzoek van een van onze  
198 collega's bleek dat klanten vaak vlak na het sluiten van een product nog in de koopmodus zitten.  
199 Van als ik dan toch bezig ben dan neem ik die verzekering er ook meteen bij. Dus dat is de reden  
200 dat die daar zit. De preventiemails hebben we zelf bedacht. De tips die daarin staan leken ons  
201 een goede toevoeging. Wij denken dat deze heel handig zijn, maar dat zal moeten blijken.

202 Col D: We hebben een brainstorm gehad over dingen die goed en tof zouden zijn om te sturen  
203 naar klanten. Daarin hadden we nog wel meer dingen bedacht, maar we hebben er een paar  
204 uitgekozen waarmee we eerst aan de slag gaan. Dan kunnen we de rest daarna altijd nog doen.

205 Col A: We kregen ook de onderliggende beweging van de organisatie was dat we meer  
206 merkbeleving bij de klant wilden laten voelen. Bij zakelijk roepen we dat we persoonlijk,  
207 oplossingsgericht en positief zijn, maar hoe ervaart die klant dat nou? Waaruit blijkt dat dan?  
208 Behalve op het moment dat je schade hebt en we met je meedenken. Oké, en wat als een klant  
209 geen schade heeft? Dan doen we eigenlijk niets. Dus hoe maken we de POP (persoonlijk,  
210 oplossingsgericht en positief) bij die klanten waar? En daar kwam onder andere de  
211 welkomsvideo uit, want die past bij onze merkwaarden. Die video past ook goed bij de pijler  
212 'persoonlijk' van de POP. Het is niet voor niets een video met personalisatie i.p.v. een mailtje. Dat  
213 brengt namelijk minder gevoel over.

214 EvH: Ja precies, oké

215 Col A: Dus dat is denk ik wel waar we de laatste vier/vijf jaar wat meer op zitten. Dat we de  
216 merkbeleving van Goedverzekert, die bij particulieren al wat meer is, naar zakelijke klanten  
217 overbrengen.

218 EvH: Oké, en worden er dan nog meer dingen vanuit jullie verstuurd om dat gevoel over te  
219 brengen? Behalve dan deze zeven contactpunten.

220 Col A: Nou we hebben af en toe wel events, zoals cabaret, waarover ze dan bericht krijgen.

221 EvH: Ja oké, maar niet standaard?

222 Col D: Nee niet standaard.

223 EvH: Want de punten in deze klantreis worden verstuurd sinds september vorig jaar?

224 Col A: Actualisatie, collega E, die hebben we sinds 2020 live gezet?

225 Col E: Toen ik begon, op mijn eerste dag, toen ging die live

226 EvH: Maar dat was nog niet in de vorm van de klantreis?

227 Col A: Nee dat begon met het afstudeeronderzoek van collega C. Dus misschien kan collega C  
228 daar iets over vertellen?

229 Col C: Ja dat was inderdaad voor groot zakelijk eigenlijk bedacht. Dus in plaats van het  
230 naverekenmoment per post wordt het gedigitaliseerd.

231 EvH: En dat dus vooraf te doen?

232 Col C: En dat dus inderdaad, ja het narekenen gaat altijd vooraf, maar per mail te versturen.

233 EvH: Oké maar dat was nog niet in de klantreis. Dus de welkomstvideo was er nog niet?

234 Col D: Nee dat was al een bestaand proces.

235 Col A: Dat was gewoon een stapel post die we naar klanten verstuurdten wat ze in moesten

236 vullen. Dan konden wij een goed voorstel voor hen maken voor volgend jaar. En daar kwam nog

237 geen 10 % van terug, wat we per post verstuurdten.

238 Col C: Post raakte kwijt, of bij de klant, of bij de post, of bij ons.

239 Col A: Of het was onleesbaar.

240 Col D: En bij MGB had je dan ook nog dat we gingen sturen dat ze het nog in moeten vullen. En

241 dan gingen we bellen. En als je hem dan nog niet invulde dan gingen we zelf bepalen hoe hoog

242 de premie moet zijn.

243 Col C: Dan kreeg je een forse stijging in premie. Dan maakten wij zelf een schatting van hoe

244 hoog de premie zou moeten zijn.

245 EvH: Oké en dat heeft dus ook veel werk gescheeld? Want jullie hoeven nu niet meer na te

246 bellen of zoiets.

247 Col A: Nee klopt. We zijn gewoon van nog geen 10 % respons naar ...

248 Coll E: meer dan 60 % respons gegaan.

249 Col A: En dan ook nog eens met veel meer gemak. En het proces van actualiseren is achter de

250 schermen volledig geautomatiseerd, waardoor we nog minder omkijken ernaar hebben.

251 EvH: Ja dat kan ik me voorstellen

252 Col A: Dus dat online gemak dat we willen bieden, daar begon het eigenlijk mee. En die is nu

253 onderdeel van de klantreis geworden.

254 EvH: Ja en die klantreis bestaat sinds vorig jaar?

255 Col A: De welkomstmail is vorig jaar live gegaan.

256 EvH: En toen is ook de klantreis gestart en hebben jullie de contactpunten daarop aangehaakt?

257 Col A: Ja toen zijn we bij zakelijk ook meer met klantreizen gaan werken.

258 Col E: Ja dat kwam ook een beetje omdat we aan het begin veel contact hebben. Daarna valt de

259 klant in een soort gat, waarbij ze niets van ons horen. Tenzij ze iets moeten betalen of iets

260 dergelijks. En dan is het meteen actualiseren. En daar wilden wij ook tussen gaan zitten met de

261 communicatie.

262 EvH: Ja precies

263 Col A: Ja want dat bleek ook uit veel studies. Klanten horen een tijd niets van ons en dan krijgen

264 ze ineens een mail over hun nieuwe premie. We wilden kijken wat we kunnen verzinnen om de

265 nieuwe premie iets zachter te laten landen. Dat ze niet ineens een mail krijgen met: Bam hier heb

266 je je nieuwe premie. We wilden dat contact wat warmer houden zodat een klant niet verrast wordt

267 of niet .... Dat ze niet alleen wat van ons horen als het geld kost.

268 EvH: Precies, ja. Dus dat ze ook fijne associaties met Goedverzekert hebben?

269 Col A: Juist

270 EvH: Dus het was niet van: nou het moeten er per se zeven zijn want ...?

271 Col A: Nee absoluut niet, nee. Dit is wat we tot nu toe generiek vonden voor alle producten.

272 EvH: Oké dan alleen nog: hoe krijgen ze de mails. Dus in een app of hun account, of per mail?

273 Ze krijgen gewoon een mail toch?

274 Col D: Ja tenzij je het hebt over polis en nota. Daarover wordt een notificatiemail verstuurd.

275 EvH: Oké dus die staat klaar in je app?

276 Col D: Niet in je app, maar in je account. Zakelijk heeft geen app.

277 EvH: Oh ja dat bedoel ik, ja. Dus daarover krijg je een mail dat er iets klaar staat in je account?

278 Col D: Dan kun je inloggen en kun je hem in je postvak vinden

279 Col A: Ik zit even te denken. Want in de nieuwe *funnel* van AVB sturen we hem als bijlage mee in

280 de mail. In ieder geval bij nieuwsluit.

281 Col E: Is het niet beiden? Dat die en daar staat en in je mail?

282 Col A: Ja want de notificatiemail die heb ik niet gemaakt.

283 Col D: Oh ja want we hebben het nu over de nieuwe wereld.

284 Col A: Ja in de nieuwe wereld dan wordt de mail verstuurd met polis en nota als bijlage. Dat

285 hebben we bedacht omdat klanten ervan baalden dat ze telkens moeten inloggen. Dan staat er in

286 de notificatiemail: er staat iets voor je klaar. Spannend. En klanten denken dan ja, verdorie, wat

287 was mijn inlogcode nou, wat was mijn wachtwoord, laat maar... Dus daarom hebben we gezegd:

288 nee gelijk ter plekke laten zien waarover we het hebben. Als je mijn inbox ziet van Rabobank of

289 Interpolis dan is dat allemaal ongelezen.

290 Col E: Ja bij mij ook. Behalve dan het jaaroverzicht.

291 Col A: Terwijl, als je kijkt naar mijn energiecontract, daar zit het direct bij. En die bekijk ik wel.

292 Col E: Vanuit een veiligheidsaspect doen ze dat ook, he. Voor phishing bijvoorbeeld. Dus dat ze

293 het meteen rechtstreeks vanuit de mail sturen.

294 Col A: Ja dus dat is de reden waarom we het volgens mij zo willen versturen.

295 Col D: Ja we hebben het nu natuurlijk over de nieuwe wereld. Dan klopt het ja.

296 Col A: Ja hij staat en in het account. Daar kunnen ze altijd hun polis en nota terugvinden. En we

297 sturen het mee in de mail

298 EvH: Ja en in de oude wereld dan krijgen ze hem dus per post of via een notificatiemail?

299 Col A: Ja er is nu een kleine stroom die nu ook een account heeft en zij krijgen een melding van:

300 joh er staat wat voor je klaar.

301 EvH: En dan krijgen ze het niet meer per post?

302 Col D: Het ligt eraan of dat aangegeven is. Er zijn twee processen. Je hebt het proces dat de

303 klant aangeeft dat hij geen post wil ontvangen. Dan zetten ze een notificatiemail aan en de

304 poststroom uit. En je hebt het proces dat de klant een account aanmaakt maar niets zegt over de

305 hoe ze de polis en nota willen ontvangen. Dan kan hij wel in zijn account de polis en nota zien,

306 maar krijgt hij geen notificatiemail. En dan krijgt hij deze ook per post toegestuurd.

307 EvH: Oké, oké



308 Col A: Ja dus in de oude wereld hij heeft een keuze, maar in de nieuwe wereld gaat het gewoon  
309 per mail.

310 EvH: Oké dan is dat helder. Dan had ik nog een vraag: wat denken jullie dat een zzp'er met een  
311 AVB wil ontvangen?

312 Col D: Korting

313 Col A: Ja, korting

314 Col E: Dat is ook de eerste zoekopdracht.

315 Col A: Een kortingscode. Nee maar wat wij denken dat hij nog wil ontvangen. Ja ik denk dat er  
316 nog wel wat productspecifieke momenten tussen kunnen. Maar ja wat ik net ook zei, ik kan ze zo  
317 niet bedenken. Col F, heb jij nog een idee? Als je naar AVB kijkt?

318 Col F: Nee ik vind het ook lastig. Want dan moet je je verplaatsen in een zzp'er die net wat heeft  
319 gesloten omdat hij wat wil afdekken. Ja, je gaat hem al de verwachtingen managen met die  
320 parallax, maar wat specifiek ...

321 Col A: Hebben we inzicht in telefoontjes ofzo? Welke vragen er voor worden gesteld?

322 EvH: Volgens mij niet echt toch Col F?

323 Col F: Nou we hebben wel wat, maar bij AVB gaat het vaak om voor het afsluiten. Van kan ik het  
324 afsluiten? Is het voor mij? Dat komt er wel vaak uit.

325 Col A: Als in oriëntatie maar daarna eigenlijk niet meer zo dus?

326 Col F: Maar daarna heb ik niet iets. Ik kan niet zo een rijtje opnoemen, anders had ik dat  
327 natuurlijk ook al gedaan. Ik kan naar telefoniedata kijken of ik daar wat uit kan halen.

328 Col A: Ja we zijn er nu wel mee bezig met .... Of we misschien categorieën kunnen maken van  
329 vragen die binnen komen in de mailbox. Zijn er bijvoorbeeld klanten die een KVK-nummer  
330 aanpassen per mail. Dat moet dus via de telefoon maar dat weten klanten niet en doen ze per  
331 mail. Dus zij ging kijken naar wat komt er binnen en hoe kunnen we dat categoriseren.

332 Col F: Ja maar Esmee kan toch gewoon een gesprek aangaan met iemand van aansprakelijkheid  
333 en die aan de telefoon zit en de mailbox doet? Want daar haal je denk ik het snelst en meeste  
334 informatie uit.

335 EvH: Ja dat ga ik inderdaad doen. Dus als er geen data zijn of deze moeilijk te verkrijgen zijn dan  
336 is dat niet heel erg.

337 Col F: Nee want bij data moet je ook echt de hele dataset door om er iets uit te halen. Dus dat is  
338 ja het kan wel, maar dat is wel veel werk. Terwijl als je een gesprek aangaat met sales dan weten  
339 zij zo wat veel voorkomende vragen zijn. Dat gaat veel sneller.

340 EvH: Nee oké dat snap ik. Ehm, oké ... worden de contactmomenten die jullie versturen  
341 bijgehouden, gemonitord of gemeten.

342 Col E: Deze worden gemeten ja.

343 EvH: Oké, dus met kliks naar de website dan denk ik?

344 Col E: Ja klopt!

345 EvH: Oké nou dan was dit het. Bedankt voor jullie input!

## 9.6 Bijlage 6. Topiclijst salesmedewerker

Bedankt dat ik u mag interviewen! U helpt mij enorm met mijn onderzoek. Sinds september loop ik stage bij Goedverzekert. Ik doe onderzoek naar de klantreis van zzp'ers met een AVB. Van collega X begreep ik dat u een salesmedewerker bent die zich richt op AVB. Vandaar dat ik u gevraagd heb voor een interview. Uw deelname aan het interview is vrijwillig en u kunt op ieder moment stoppen. Vindt u het goed als ik dit gesprek opneem? Deze beluister alleen ik terug om een transcript te maken van het interview. De audio-opname verwijder ik daarna. U blijft natuurlijk anoniem in mijn onderzoek. Als u nog wat wil vragen heeft dan mag u die tussendoor stellen.

### **Inleiding**

- Wat doe je precies voor CB?
- Richt je je specifiek op aansprakelijkheidsverzekeringen? Sta jij dan alleen mensen te woord over aansprakelijkheidsverzekeringen?
- Wat heb je hiervoor moeten behalen? Certificaten om mensen te woord te staan toch?

### **Product**

- Waarvoor hebben zzp'ers een aansprakelijkheidsverzekering nodig?
- Hoe veel kost een AVB gemiddeld?
- Hoe sluit je een AVB af? Moet dat via telefoon, mail, of al online?
- Hoe ziet een contract van een AVB eruit als een klant deze voor het eerst afsluit?
  - Is deze eenjarig? Of kan deze opgezegd worden in een eerste jaar als klant?

### **Telefoongesprekken**

- Wat zijn veelvoorkomende vragen over AVB? Gaan die voornamelijk over hoe mensen hun claim indienen of zijn er ook andere vragen over een AVB?
- Wat zijn veelvoorkomende klachten over AVB?

## 1 9.7 Bijlage 7. Interview salesmedewerker

- 2 EvH: Bedankt dat ik u mag interviewen! U helpt mij enorm met mijn onderzoek. Sinds september  
3 loop ik stage bij Goedverzekert. Ik doe onderzoek naar de klantreis van zzp'ers met een AVB.  
4 Van collega X begreep ik dat u een salesmedewerker bent die zich richt op AVB. Vandaar dat ik  
5 u gevraagd heb voor een interview. Uw deelname aan het interview is vrijwillig en u kunt op ieder  
6 moment stoppen. Vindt u het goed als ik dit gesprek opneem? Deze beluister alleen ik terug om  
7 een transcript te maken van het interview. De audio-opname verwijder ik daarna. U blijft natuurlijk  
8 anoniem in mijn onderzoek. Als u nog wat wil vragen heeft dan mag u die tussendoor stellen.  
9 Heeft u nog vragen? Dan zal ik laten zien wat ik tot nu toe heb als klantreis. Mijn eerste vraag  
10 daarover is: mis jij nog wat in de klantreis op basis van jouw ervaringen?
- 11 Col S: Mist er iets? Ja je hebt hier natuurlijk dat een klant het product afsluit maar je hebt hier  
12 natuurlijk ook het proces ervoor dat de klant een offerte ontvangt. Dat heb je natuurlijk net gezien  
13 met de telefoongesprekken. Je hebt een meteen sluit maar je kan ook eerst een offerte  
14 ontvangen. Maar dit is wel het proces natuurlijk als een klant een product gesloten heeft.
- 15 EvH: Ja team bereik of online gemak heeft de klantreis in kaart gebracht totdat de klant een  
16 product afsluit.
- 17 Col S: Oké, oké dus dat is ondervangen.
- 18 EvH: Dus bij mij begint de klantreis als ze hem afsluiten, en direct erna krijgen ze dan de nieuwe  
19 verzekeringsmail, toch?
- 20 Col S: Ja je hebt natuurlijk direct sluiters. Bij hen regel ik het meteen. Maar als het een OKZ is,  
21 dus online, dan kan daar dus 4, 5 of 10 dagen tussen zitten voordat ze de nieuwe  
22 verzekeringsmail krijgen. Dat is afhankelijk van hoe druk het is,
- 23 EvH: Oké dus het is afhankelijk van welk middel ze gebruiken wanneer ze een nieuwe  
24 verzekeringsmail krijgen?
- 25 Col S: Ja vandaar dat wij dat ook telefonisch hebben geïntroduceerd. Dat is voor mensen die  
26 spoed hebben om die mensen snel te kunnen helpen. Maar in die OKZ groep zitten ook heel veel  
27 spoed dingen. Dus ze bellen daarna om te vragen of we hun aanvraag eruit kunnen halen en dus  
28 eerder kunnen behandelen.
- 29 EvH: Oké en daarna krijgen ze een Groene welkomstmail, die volgt meteen erna. Daarin is een  
30 persoonlijke videoboodschap te zien. Heb jij die wel eens gezien?
- 31 Col S: Ja die heb ik wel eens gezien toen de video geïntroduceerd werd.
- 32 EvH: Oké en dan cross-sell, actualiseren en prolongeren ...
- 33 Col S: Ja alleen de prolongatie kan via de mail en per post worden verstuurd. Je kan in kameleon  
34 aangeven of het per mail kan en dan krijg je een mailtje met: let op je nieuwe polis staat klaar.
- 35 EvH: Oké dus in principe krijgen ze deze per post, maar klanten kunnen aangeven dat ze een  
36 mail willen?
- 37 Col S: Ja, ja.
- 38 EvH: Verder mist er dus niets?

39 Col S: Nee volgens mij mist er niets, want hij sluit af. En als er niks bijzonders is dan belt hij niet,  
40 en bellen wij niet. Wat je al zei: er zijn weinig contactmomenten, tot de actualisatie. Wij versturen  
41 verder niets.

42 Col S: Het kan natuurlijk zijn dat de premie niet betaald wordt. Dat ze in een aanmaanproces  
43 komen en dat ze uiteindelijk gezien worden als wanbetaler. Die zitten er echt wel in hoor die  
44 klanten die niet betalen. Daar hebben wij veel werk aan.

45 EvH: Ja want dan krijgen ze dus een aanmaningsbrief met daarin als ze niet betalen dat ze dan  
46 een deurwaarder kunnen verwachten?

47 Col S: Ja ze krijgen van tevoren wel eerst drie keer een herinnering. En dan pas krijgen ze een  
48 aanmaningsbrief.

49 EvH: En gebeurt het vaak dat klanten in hun eerste jaar meteen niet betalen?

50 Col S: Ja dat gebeurt best wel vaak. Aantallen weet ik niet, maar dat is misschien ook helemaal  
51 niet relevant. Het gebeurt.

52 EvH: En zijn er nog andere vragen die vaak gesteld worden? En dan specifiek, als je dat weet,  
53 van zzp'ers met een AVB?

54 Col S: Ja wat ik al wel zei dat zo'n zzp'er dan druk is en dat iemand hem dan even snel moet  
55 helpen. Dat kan familie zijn of een buurvrouw of een stagiaire. En dan bellen ze even snel om te  
56 vragen of zij dan ook onder de verzekering vallen.

57 EvH: En is dat verzekerd?

58 Col S: Dat is verzekerd ja. Iemand die hetzelfde werk als de zzp'er doet en onder zijn aansturing  
59 staat, die valt gewoon onder de dekking van de polis.

60 EvH: Oké want je verzekert dus niet in personen, maar in omzet?

61 Col S: Ja je verzekert de werkzaamheden van het bedrijf. En wie dat uitvoert namens het bedrijf  
62 dat is eigenlijk niet zo relevant. Dus als je personeel hebt dan is het gedekt. Ook als je een  
63 stagiaire bent en je gaat bijvoorbeeld even twee weken constructiewerk doen. En er gaat iets mis  
64 dan is dat gewoon verzekert. Dat is werkgeversaansprakelijkheid.

65 EvH: Kunnen mensen dan niet wachten tot de actualisatiemail? Of weten ze niet dat die komt?

66 Col S: Je kan niet wachten op een aanpassing van verzekering, omdat je nu andere  
67 werkzaamheden uitvoert. Klanten wachten dus niet tot de actualisatiemail.

68 EvH: En zzp'ers bellen dan omdat ze dan nieuwe medewerkers hebben of tijdelijke invalkrachten  
69 ...

70 Col S: Ja vooral tijdelijke medewerkers waarbij ze zich afvragen: he, ik krijg een stagiaire is die  
71 dan wel meeverzekert? Vooral dan.

72 EvH: Oké en niet over andere vragen?

73 Col S: Ja ook wel over dat ze tijdelijk een zzp'er in dienst krijgen. Dan stellen ze de vraag of hij/zij  
74 dan ook is meeverzekert. Nou ja, maar het is wel zijn werk die verzekerd is. Dus niet dat een  
75 invalkracht hele andere werkzaamheden gaan doen. Die zijn namelijk niet verzekert. Niet dat een  
76 zzp'er iemand inhuurt om bijvoorbeeld een keuken te plaatsen. Dat is niet verzekert. Dus het  
77 werk onder aansturing van een zzp'er is verzekerd.

78 EvH: Oké dus zijn hoedanigheid, die is verzekerd, ongeacht het aantal mensen. Alleen zzp'ers  
79 weten niet dat dat zo werkt?

80 Col S: Nee meestal weten ze niet wie de kring van verzekerden zijn, en dat iedereen die voor hen  
81 werkt eronder valt. Dat klopt ja.

82 EvH: En dat zijn dus de voornaamste twee redenen waarover ze bellen? Dus de dekking in  
83 medewerkers en hoedanigheid?

84 Col S: Ja dus de dekking van de medewerkers en dat er een wijziging komt in hoedanigheid. Of  
85 dat nou meteen in het eerste jaar zal zijn, dan ga je wel heel snel iets anders doen maar in  
86 theorie kan het. Dus het eerste jaar is denk ik met name: ik neem even snel iemand in dienst, is  
87 die persoon ook meeverzekert. En verder, ja dan gaat het vaak over een premie die nog  
88 openstaat. Ehm... naja of ze zijn nog bezig en ze willen graag informatie over het afsluiten van  
89 een rechtsbijstandsverzekering. Dus niet zozeer over de AVB zelf. Maar dat ze vragen, over wat  
90 jij ook al zei met de cross-sellmail, van goh is een rechtsbijstandsverzekering niet wat voor mij.

91 EvH: En sluit jij die dan ook af? Of doe jij alleen aansprakelijkheidsverzekeringen?

92 Col S: Nee wij doen alles.

93 EvH: En jij ook? Van elk product weet jij wat vanaf?

94 Col S: Ja, ja

95 EvH: Zit je dan ook in meerdere lijnen tegelijk?

96 Col S: Ja je kan in dat menuutje zien waarin je bent ingelogd: dus verkeer, aansprakelijk, overig,  
97 brand en actie. Dus als jij een opleiding hebt gehad in AVB dan kunnen ze jou dus inschakelen  
98 op die AVB dat je alleen maar daar gesprekken over hebt.

99 EvH: En je doet ook alle contactkanalen? Dus chat, telefoon en mail?

100 Col S: Ja ik sta gewoon op alles ingeschakeld.

101 EvH: Ook sociale media?

102 Col S: Nee die doen wij niet.

103 EvH: Oké ehm, even kijken hoor. Wat is nou de voornaamste reden dat mensen een AVB  
104 afsluiten?

105 Col S: Ik denk dat dat er twee zijn. Ten eerste omdat mensen dat risico graag willen afdekken.  
106 Dus die zijn er bewust mee bezig van: ik ga dit en dit doen, als er wat misgaat, ben ik dan  
107 verzekert? En je hebt ook een grote klantengroep die een polis nodig heeft voor een  
108 opdrachtgever. Zoals die belde. Hij zei al: als ik dit niet had gehoeven dan zou ik het helemaal  
109 niet afsluiten. Dus die ziet dat risico helemaal niet voor zichzelf maar die doet dit dan puur voor  
110 de klus. Even zijn polis laten zien en hij mag dat werk doen.

111 EvH: En dat zijn dan vaak ook zzp'ers lijkt me? Die dan een klus hebben, waarbij ze zichzelf  
112 moeten verzekeren?

113 Col S: Ja precies, heel veel zzp'ers. Heel vaak zit er een bemiddelingsbureau ook tussen. En dat  
114 bemiddelingsbureau stelt dan vaak een AVB als eis. Dus een AVB is vaak een eis van de  
115 opdrachtgever of van een bemiddelingsbureau dat ertussen zit.

116 EvH: En die sluit jij dan af, en aan de telefoon zei je al dat dat minimaal voor een jaar is.  
117 Tussendoor kunnen ze dus niet opzeggen?

118 Col S: Nee de enige reden waarom je de AVB wel zou kunnen opzeggen is als je geen KVK-  
119 nummer meer hebt. Dus als jij denkt nou dat wordt helemaal niets dat zzp, dus ik kap ermee. Dan  
120 schrijf je je uit bij de Kamer van Koophandel en je mailt die naar ons

121 EvH: Oké dus alleen als een KVK-nummer opgeheven wordt, dan stopt de verzekering?  
122 Col S: Ja dan wordt de verzekering opgeheven.

123 EvH: En na dat jaar kunnen klanten maandelijks opzeggen?  
124 Col S: Ja ze kunnen opzeggen met een maand opzegtermijn. Het is nu de 21<sup>ste</sup> dus als ze  
125 vandaag opzeggen dan stopt de verzekering op 21 november.

126 EvH: Welke vragen worden vaak gesteld tijdens het afsluiten van een AVB?  
127 Col S: Hoe bedoel je precies? Even voor mijn beeldvorming

128 EvH: Nou stel dat ze een AVB willen sluiten, stellen ze dan tijdens het afsluiten vragen? Proberen  
129 ze de verzekering bijvoorbeeld eerst via de website te sluiten, waarna ze toch maar jullie gaan  
130 bellen?

131 Col S: Oh zo, ja. Wat ik ook wel vaak vraag aan ze is wat zie je zelf voor risico's? Die vraag  
132 maakt het vaak voor een klant heel duidelijk wat ze nodig hebben. Die man bijvoorbeeld van de  
133 telefoon, hij zat eigenlijk alleen maar binnen. Hij kwam heel af en toe maar buiten. Dus ja op die  
134 manier probeer ik altijd te achterhalen wat voor risico's ze hebben met hun werk. Want soms  
135 bellen klanten ook wel met de vraag: ja wat als ik mijn klus niet afkrijg, kan ik dat ook  
136 verzekeren? Nou dat is geen schade dus dat is geen aansprakelijkheidskwesitie. Dus ze komen  
137 soms met een heel verkeerd beeld binnen over een AVB. Sommigen denken dat alles wat er  
138 gebeurt onder een AVB valt.

139 EvH: Dus eigenlijk weten sommigen niet zo goed wat een AVB is en wat ze precies verzekeren?  
140 Col S: Ja sommigen weten echt niet wat het is.

141 EvH: Nee, en als ze bellen dan kun je ze dat uitleggen, maar als ze via de website afsluiten ...  
142 Col S: Precies. Het kan best zijn dat ze een AVB sluiten, maar een heel verkeerd beeld hebben  
143 van wat er dan gedekt is met een AVB. Dus een heel goed voorbeeld die ik gebruik is de  
144 personal trainer. Als je je verstart tijdens het sporten dan kan die personal trainer daar niets aan  
145 doen. Dan is het dus ook niet zo dat het onder een AVB valt, ondanks dat je last hebt van je  
146 enkel. Maar stel dat je als zzp'er een touw tussen twee bomen spant en iemand verstart zich  
147 daarover. Ja dan heb je die zzp'er wel iets te verwijten en stel je hem/haar aansprakelijk. En als  
148 je dat dan uitlegt dan denken ze vaak: oh ja. Dan hoor je pas: oh zo zit dat.

149 EvH: Dan valt het kwartje.  
150 Col S: Ja precies. Zo zit dat dus

151 EvH: Want kopen klanten ook bepaalde dekkingen? Zoals bijvoorbeeld een WA of WA+ bij een  
152 autoverzekering

153 Col S: Ja een AVB dekt eigenlijk altijd de gevolgschade die ontstaat. Maar je hebt ook wel  
154 dekkingen. Bij bijvoorbeeld klusbedrijven, timmermannen of mensen die iets maken zeg maar,

155 daarvoor hebben we een aparte dekking: opzicht. Stel je hebt een installatiebedrijf en die plaatst  
156 keukens. En je komt bij iemand een keuken plaatsen, en je laat per ongeluk het keukenblad  
157 vallen. Die valt op de tegels die kapot zijn. Die tegels dat is de gevolgschade maar het  
158 keukenblad zelf eigenlijk niet. Dus de schade die ik onder handen heb, is niet automatisch gedekt  
159 en die kun je apart meeverzekeren. En dat heet opzicht.

160 *EvH:* Komen er veel klachten binnen over een aansprakelijkheidsverzekering als een klant die  
161 heeft afgesloten?

162 *Col S:* Ja, de klachten lopen altijd via XXX dus ook één van onze medewerkers in een andere  
163 groep en alle klachten die binnenkomen, die gaan naar haar. Ik heb daar niet beeld op of d'r op  
164 de AVB veel klachten binnenkomen.

165 *EvH:* Ze melden dus geen klachten in een telefoongesprek en met jou?

166 *Col S:* Nou, klachten, ja, waar is een klacht? Die verschillende gradaties zijn natuurlijk: ja, iemand  
167 die ontevreden is. Ja. Is dat meteen een klacht? Ja, als die goed helpt, dan is die klant weer  
168 tevreden. Bij een klacht denk ik toch meer iemand die iets schriftelijk indient.

169 *EvH:* En bellen ze jou dan wel eens ontevreden op?

170 *Col S:* Nou, nee, weinig.

171 *EvH:* Weinig...

172 *Col S:* Ja, ja, en ik denk dat ook weinig mensen een klacht indienen.

173 *EvH:* Oké, en waarmee zouden we de bestaande klanten in hun eerste jaar als klant kunnen  
174 helpen als ze een aansprakelijkheidsverzekering hebben afgesloten. Je zei al dat ze soms niet  
175 weten wat een aansprakelijkheidsverzekering bijvoorbeeld is. Zouden we ze daarmee kunnen  
176 helpen? Of heb je nog andere ideeën van hoe we klanten kunnen helpen?

177 *Col S:* Geen idee. Nou ja, de meeste zijn gewoon blij dat er eentje loopt en dan gaan ze weer  
178 aan de slag.

179 *EvH:* Nee-ja, je hoeft geen antwoord te geven hoor. Als je niks weet, dan is dat ook een  
180 antwoord.

181 *Col S:* Ik denk het niet.

182 *EvH:* Nee, en dan nog een vraag over het einde van hun klantreis zeg maar. Zeggen veel zzp'ers  
183 is eigenlijk op na één jaar?

184 *Col S:* Ja, ook daar weet ik niet echt het cijfers van, maar ik weet wel dat mensen wel vaak  
185 vragen: hoe lang moet mijn verzekering lopen? Dan hebben ze een klus voor een paar maanden  
186 of zo, waarvoor ze een verzekering nodig hebben. Wij zeggen dan altijd: ja, de verzekering moet  
187 minimaal een jaar lopen en dan mag je deze opzeggen. Ja, of ze dat dan ook doen, dat weet ik  
188 eigenlijk niet. Ik denk wel dat het gebeurt. En of het vaak is, ja, dat vind ik moeilijk te zeggen.

189 *EvH:* Nee precies

190 *Col S:* Er zijn wel veel zzp'ers die het proberen: voor zichzelf beginnen. Ik denk wel dat er best  
191 wel veel zijn die redelijk snel weer stoppen. Of dat dan precies een jaar is of iets langer. Dat vind  
192 ik dan. Ja, dat staat daar los van. Maar ja, best veel die voor zichzelf beginnen en dan toch weer  
193 in loondienst gaan uiteindelijk.

194 *EvH:* Ja, precies, en de volgende vraag sluit er wel op aan. Wat zijn redenen om een  
195 aansprakelijkheidsverzekering op te zeggen?

196 *Col S:* Nou, omdat ze weer in loondienst gaan. Ja, ook wel, dat de premie erg hoog is, en dat ze  
197 dat niet meer kunnen betalen. Ja en soms ook gewoon de noodzaak er niet meer van inzien of  
198 zo. Maar ik denk dat die eerste twee, stoppen en de premie niet meer kunnen betalen, de  
199 grootste reden zijn.

200 *EvH:* Is een aansprakelijkheidsverzekering duur dan?

201 *Col S:* Ja, het ligt eraan natuurlijk wat voor werk je doet.

202 *EvH:* Oké, ja.

203 *Col S:* Als je een installatiebedrijf hebt, betaal je natuurlijk meer premie dan iemand die op  
204 kantoor zit. Dan zit je al gauw op 60,70, 80 euro per maand.

205 *EvH:* Oh oké.

206 *Col S:* Nou en als je er een auto bij hebt die verzekerd moet worden. Ja, dan heb je al behoorlijke  
207 maandlasten.

208 *EvH:* Ja precies.

209 *Col S:* Ja.

210 *EvH:* En wat moeten ze doen om een aansprakelijkheidsverzekering op te zeggen? Kan dat via  
211 de telefoon of moet dat via de website? Of.

212 *Col S:* Ze kunnen mailen. Als ze via hun account op de website willen opzeggen dan krijgen ze  
213 een telefoonnummer te zien. Dus dan moeten ze alsnog bellen. Ja dus bellen of mailen.

214 *EvH:* En om te verlengen na een eerste jaar, dan hoeven ze niks te doen, toch? Dus dan vullen  
215 ze de actualisatie in, dan krijgen ze de prolongatie en dan wordt die automatisch verlengd.

216 *Col S:* Dan wordt die verlengd, ja.

217 *EvH:* Oké, en dan nog een vraag: heb je nog dingen die relevant zouden kunnen zijn voor dit  
218 onderzoek?

219 *Col S:* Nee, denk het niet.

220 *EvH:* Oké, nee, nou ja, dat was het. Bedankt voor je tijd.



## 9.8 Bijlage 8. Uitnodiging interview

Beste ...,

Voor het laatste jaar van mijn studie 'communicatie en organisatie' aan de Universiteit Utrecht loop ik stage bij Goedverzekert. Daarbij doe ik onderzoek naar klantreizen.

### **Ik nodig u uit voor een interview**

Om inzicht te krijgen in hoe klanten hun eerste jaar bij Goedverzekert beleefd hebben, wil ik graag met u in gesprek gaan. Daarbij probeer ik te achterhalen hoe u uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert beleefd heeft. Daarom nodig ik u uit voor een interview. Dat kan op twee manieren:

1. Op locatie. Ik kom langs bij uw bedrijf of u komt langs bij Goedverzekert.
2. Via beeldbellen.

### **Wat vraag ik van u?**

Maximaal een uurtje van uw tijd tussen ... en ... november.

### **Vindt u het leuk om mij verder te helpen met mijn onderzoek?**

Dan hoor ik het graag! Geef daarbij a.u.b. aan welke voorkeur u heeft voor een interview en op welke data u kan. Voor het plannen van een interview kunt u reageren op deze mail of mailen naar: (MAILADRES)

### **Heeft u andere vragen over mijn onderzoek?**

Stel ze dan gerust via bovenstaand e-mailadres.

Alvast bedankt!

Met vriendelijke groet,

Esmee van Herpen

## 9.9 Bijlage 9. Interviewschema zzp'ers met AVB

Goedemorgen/-middag

Bedankt dat ik u mag interviewen! U helpt mij enorm met mijn onderzoek. Ik zal me even kort voorstellen. Ik ben Esmee van Herpen en ik ben sinds september stagiaire bij Goedverzekert. Daar onderzoek hoe klanten hun eerste jaar als klant bij Goedverzekert hebben ervaren.

Uw deelname aan het interview is vrijwillig en u kunt op ieder moment stoppen. In het eerste deel stel ik u een aantal vragen. De vragen gaan over hoe u uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert heeft beleefd. In het tweede deel leg ik u een aantal e-mails voor, waarbij u aan kan geven wat u van de e-mail vindt. Daarover vertel ik u straks meer.

Vindt u het goed als ik dit gesprek opneem? Deze beluister alleen ik terug om een transcript te maken van het interview. De audio-opname verwijder ik daarna. U blijft natuurlijk anoniem in mijn onderzoek. Als u nog wat wil vragen heeft dan mag u die tussendoor stellen. Heeft u nu vragen? Zo niet, dan begin ik met het eerste deel van het interview en start ik de opname.

### 9.9.1 Eerste deel: interview

#### **Persoonsgegevens**

- Wat voor bedrijf heeft u?
- Wat doet u precies voor werkzaamheden?
- Doet u deze werkzaamheden sinds dat u uw bedrijf heeft opgericht?
  - Of heeft u ook andere werkzaamheden verricht met uw bedrijf?
- Heeft u tijdelijk iemand in dienst gehad?
  - Helpt iemand u wel eens met werkzaamheden?
- Heeft u wel eens een claim bij Goedverzekert ingediend?
  - Zo ja, hoe heeft u de oplossing hiervan ervaren?

#### **Topic 1. Aansprakelijkheidsverzekering**

- Waarom heeft u een AVB afgesloten? (*Productkennis*)
- Waartegen bent u verzekerd met een AVB, denkt u? (*Productkennis*)
- Waarom heeft u een AVB bij Goedverzekert afgesloten? (*Verwachte spijt verzekeraar*)
- Denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert? (*Verwachte spijt product*)
  - Dus niet onderverzekerd

#### **Topic 2. Klantreis**

##### **A) Geplande klantreis**

Ik laat u een aantal e-mails zien die Goedverzekert verstuurt. Hierover stel ik een aantal vragen.

- Heeft u het contactpunt in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert ontvangen?

Zo ja, dan:

- Wanneer ontving u het contactpunt?
  - Was dat na ... dagen/maanden nadat u uw verzekering afsloot?
- Begreep u wat er van u verwacht werd, na het zien van het contactpunt?
- Wat heeft u na het zien van dit contactpunt gedaan?

Zo nee, dan:

- Waarom heeft u deze niet ontvangen, denkt u?
  - Bijvoorbeeld e-mailadres gewijzigd, beheer van mail door iemand anders

### **B) Ervaren klantreis**

- Heeft u in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert contact gezocht met Goedverzekert?

Zo ja, dan:

- Wanneer was dat?
- Waarom zocht u contact met Goedverzekert?
- Hoe zocht u contact?
  - Via de telefoon, mail, website
- Waarover ging het contactmoment?

- Heeft u berichten tussen Goedverzekert en andere klanten/bedrijven gezien op sociale media?

Zo ja, dan:

- Wanneer was dat contactmoment?
- Waarover ging het contact?
- Wat vond u van het contact?
- Hoe vindt u dat Goedverzekert daarop handelde/ reageerde?

## **Topic 3. Communicatie- en informatiebehoefte**

### **A) Communicatiemiddel**

- Via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?  
Bijv. per post, mail, via account op website, via een app, via WhatsApp, telefonisch, met een nieuwsbrief
- Via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?  
Bijv. per post, mail, via account op website, via een app, via WhatsApp, telefonisch, met een nieuwsbrief

### **B) Informatiebehoefte (kwaliteit en kwantiteit)**

- Wilt u meer informatie ontvangen van Goedverzekert?
  - Bijv. over uw verzekering of andere verzekeringen, over ondernemen

Zo ja, dan:

- Waarover zou u meer informatie willen?
- Hoe wilt u die informatie ontvangen?  
Bijv. per post, mail, via account op website, via een app, via WhatsApp, telefonisch, met een nieuwsbrief
  
- Op welke momenten zou Goedverzekert contact met u moeten zoeken?
  - Bijv. Elk half jaar nadat u uw verzekering heeft afgesloten, als u een mijlpaal bereikt, zoals nieuw personeel in dienst of aantal jaar zzp'er
  
- Hoe vindt u het als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u te informeren over eventuele wijzigingen in uw verzekering?
  - Zoals het KVK-nummer

#### 9.9.2 Tweede deel: plus-en-min-methode

Voor het tweede deel van dit interview leg ik u twee e-mails voor die Goedverzekert verstuurt naar haar klanten. Dat zijn de cross-sellmail en de actualisatiemail die u zojuist ook gezien heeft. Goedverzekert wil graag weten op welke punten de mails verbeterd kunnen worden. Daarom ziet u deze mails straks een voor een voor. U kunt ze dan rustig doorlezen. De tekst van deze e-mails heb ik opgedeeld in tekstonderdelen. U kan, nadat u klaar bent met lezen, aan mij aangeven wat u van elk tekstonderdeel vond. Dat doet u met een of meerdere plussen of minnen. Zo geeft u plussen of minnen aan elk tekstonderdeel die volgens u:

- Informatie bevat die belangrijk is om te weten
- Onduidelijke informatie bevat
- Onjuiste informatie bevat
- U op een juiste manier aanspreekt
- Informatie bevat waarmee u het eens bent
- Informatie mist of juist te veel informatie biedt

U mag ook geen mening hebben over een tekstonderdeel. Nadat u de tekst gelezen heeft en plussen of minnen heeft gegeven aan de tekstonderdelen, bespreken we de e-mail. Daarbij vraag ik u waarom u een passage goed of juist niet goed vond.

Heeft u hierover nog vragen?

Dan kunnen we beginnen met de tekst van de eerste e-mail. Voor alle duidelijkheid: u wordt niet getest. Ik test juist de e-mails. Als u iets niet begrijpt, dan is de tekst dus niet duidelijk. Dat is een reden om de tekst te verbeteren.

## 1 9.10 Bijlage 10. Interviews

### 2 9.10.1 Respondent 1

3 EvH: Dan begin ik met de eerste vraag. Wat voor bedrijf heeft u?

4 Respondent: Ik heb een kapsalon en ik werk als natuurkapper. Ik werk helemaal biologisch,  
5 zonder schadelijke ingrediënten.

6 EvH: Oké en hoe lang werkt u al als kapper?

7 Respondent: Ik werk nu negentien jaar in het kappersvak.

8 EvH: En als zzp'er?

9 Respondent: Aankomende mei heb ik tien jaar mijn bedrijf.

10 EvH: Oké, en u bent altijd natuurkapper geweest? Of heeft u ook nog wat anders gedaan?

11 Respondent: Toen ik in loondienst werkte deed ik natuurlijk gewoon wat mijn werkgever deed. Ik  
12 ben zo groen mogelijk begonnen. En na twee jaar kwam ik erachter dat ik nog groener wilde dan  
13 de Greenwashing, zoals dat in kapperstermen heet. Dus toen ben ik me gaan specialiseren in  
14 plantenkleuringen en ingrediënten.

15 EvH: Oké en heb je dan je eigen kapsalon?

16 Respondent: Ik ben in eerste instantie als ambulante kapper begonnen dus bij mensen thuis en  
17 sinds oktober 2018 ben ik gevestigd dus toen heb ik mijn eigen kapsalon geopend. En ik heb nu  
18 sinds een maand een stoelhuurder erbij. Dus dat is iemand die een werkplek bij mij huurt en  
19 dezelfde producten gebruikt als mij.

20 EvH: Oké dus zij werkt niet voor jou maar ze huurt een kappersstoel?

21 Respondent: Ja, ja

22 EvH: En heb je wel eens iemand in dienst gehad?

23 Respondent: Ik heb een leerling gehad, maar dat was geen aanrader. Dat doe ik niet meer.

24 EvH: En heb je wel eens een claim bij Goedverzekert ingediend?

25 Respondent: Nee, gelukkig niet.

26 EvH: Want je bent nu sinds anderhalf jaar verzekert bij Goedverzekert. Was je daarvoor dan  
27 ergens anders verzekert?

28 Respondent: Ja ik heb daarvoor inderdaad verzekeringen gehad bij andere bedrijven. En ik heb  
29 het ook een tijdje niet gehad door corona, want het geld was er gewoon niet. En daarop kan je  
30 dan heel makkelijk besparen. En zo vaak, gebeurt er niks.

31 EvH: Nee klopt, gelukkig niet.

32 Respondent: Nee want ik heb nu tien jaar mijn bedrijf en ik heb in al die jaren een keer een shirtje  
33 van iemand vergoedt.

34 EvH: Oké

35 Respondent: En toen dacht ik nou die vier tientjes betaal ik zelf wel. Dat is veel makkelijker.

36 EvH: Nee snap ik. En waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

37 Respondent: Nou er zijn wel schadeclaims van 30 tot 40 duizend euro geweest in het  
38 kappersvak. Dat heb ik zelf niet gehad, maar daarvan heb ik gehoord. Voor een verbrandde

39 hoofdhuid, en van dat soort dingen. Ja ik werk zo verstandig mogelijk, maar ik heb zoiets van ja  
40 allergieën kunnen ontstaan en je weet gewoon niet wat er gebeurt. Voorkomen is dan beter dan  
41 genezen.

42 EvH: Ja, en waarom heb je die bij Goedverzekert afgesloten?

43 Respondent: Dat was de goedkoopste.

44 EvH: En waartegen bent u denk u verzekert met een aansprakelijkheidsverzekering?

45 Respondent: Uhm nou vlekken in kleding, brandwonden, maar ik heb meer zoiets van: mocht  
46 iemand zijn veel te dure bril op hebben en ik maak daar vlekken in dan moet ik dat betalen. Dat is  
47 mijn grootste angst.

48 EvH: Ja begrijpelijk. En denkt u dat u dan goed genoeg verzekerd bent bij Goedverzekert?

49 Respondent: Goed genoeg voor wat ik zou moeten doen.

50 EvH: Oké, even kijken hoor. Dan laat ik u nu een aantal e-mails zien die Goedverzekert naar  
51 haar klanten verstuurt. Dan zal ik even mijn scherm delen. Als t goed is zien m'n scherm.

52 Respondent: Ja klopt

53 EvH: Yes, oké. Top! Uhm even kijken hoor. Dit is dan de eerste mail die Goedverzekert verstuurt.  
54 Uhm, heeft u deze mail gehad als klant?

55 Respondent Ja, deze denk ik.... Ja, die heb ik gehad. Ja.

56 EvH: Oh ja oké. En weet u nog wanneer dat ongeveer was?

57 Respondent: Voor mijn gevoel was dat echt gewoon de dag nadat ik m heb afgesloten.

58 EvH: Ok. En uhm. Begreep u het? Het doel van de mail?

59 Respondent: Uhm vooral volgens mij hoe ik m'n verzekeringen kan aanpassen en wat er waar ik  
60 er allemaal terug kon vinden. En nu ik het zie denk ik oh ja, zo kon ik dat terugvinden.

61 EvH: Ja en uh er zit een video in, heeft u die ook bekeken?

62 Respondent: Ja, ik weet zeker dat ik hem heb bekeken want ik heb altijd wel ziet jou. Als ik dan  
63 ergens mee samenwerk wil ik weet hoe het werkt.

64 EvH: Ja. Ja,

65 Respondent: Ik heb het geopend. Maar als je me nu vraag wat er hier gezegd wordt, geen idee.

66 EvH: Nee oké, dan even kijken hoor. De volgende uhm e-mail die ze hebben gestuurd. Dat was  
67 deze. Heeft u deze mail gehad? Ik zal net iets groter maken want je kunt ze niet zien.

68 Respondent: Ja. Ik. Ja heb ik gehad.

69 EvH: Ja ja

70 Respondent: Ergens in mijn mail nog dat ik denk die die bewaar ik.

71 EvH: Ja, voor de zekerheid. Ja. Uhm. En begreep u wat het doel was van deze mail. Wat erin  
72 stond? En wat je ermee kunt verder?

73 Respondent: Nou ja, ik vond vooral bijzonder dat er dan inderdaad staat dat je veertien dagen  
74 bedenktijd hebt, maar dat vind ik altijd heel raar. Want ik denk dan je kiest je ergens voor omdat  
75 je dat graag wilde afsluiten. Maar dat is misschien meer mijn gedachtegang dat ik denk joh. Ik  
76 bedoel, ik heb volgens mij toen ik hem afsloot een jaar geen verzekering gehad. Toen dacht ik ja

77 om de een of andere reden voelt dat toch eng om het niet te hebben. Uhm. En dan ja voor mij is  
78 het vrij logisch dat het afgeschreven wordt van je rekening. Maar er zullen vast mensen zijn die  
79 daar anders over denken.

80 EvH: Ja ja. Uhm oké en dan heb ik nog een mailtje. Dat is deze. Heeft u deze ontvangen?

81 Respondent: Ja, want ik heb vervolgens aan mijn man gevraagd: heb ik dat nodig? Toen zei hij:  
82 nee, want dat is bij het kappersvak niet. Bel je branchevereniging maar. Dus. En die zeggen al:  
83 een beroepsaansprakelijkheidsverzekering is inderdaad iets wat ze bij kappers niet hebben.

84 EvH: Nee, nee en uhm u heeft dus ook niet verder geklikt neem ik aan. Op uh op breken uw  
85 premie. Meer informatie?

86 Respondent: Nee nee

87 EvH: Nee helemaal goed. Dan de volgende en een na laatste. Uhm. Als t goed is dan zou u ook  
88 deze mail hebben ontvangen?

89 Respondent: Ja

90 EvH: En begreep u wat u moest doen na het zien van de mail?

91 Respondent: Ja, want ik heb inderdaad zelf ook even uh m'n gegevens gecontroleerd en toen  
92 dacht ik: ja alles klopt nog.

93 EvH: Oké dus u heeft wel doorgeklikt op mijn gegevens controleren? Ook al is er niks veranderd

94 Respondent: Ja maar ik heb eigenlijk vooral gedaan omdat ik zoiets had van: oké klopt het stukje  
95 inkomen nog waar ik over verzekerd ben en alles, want dat is volgens mij ook iets wat je moet  
96 aanpassen.

97 EvH: Ja

98 Respondent: Ik weet nog wel dat ik het raar vond dat ik moest opgeven. Uh wat mijn een  
99 inkomen was volgens mij. Wat het inkomen is van mij als ondernemer, want het bedrag wat ik al  
100 minimaal moest invullen was € 30.000 op jaarbasis. En dat heb ik helemaal niet. Maar het is raar  
101 dat dat bij een hele hoop, want dat is niet alleen bij Goedverzekert, maar meerdere bedrijven. En  
102 ja, je bent ondernemer, dus er wordt vanuit gegaan dat je minimaal € 30.000 per jaar uit je bedrijf  
103 haalt. En dat is gewoon niet waar.

104 EvH: Nee oké

105 Respondent: Joh, dat ik wel denk oké. Ik vind prima hoor, dat jullie daar op willen baseren, maar  
106 ik heb het tien minder.

107 EvH: Ja oké. Ja, hoe dat precies zit met die bedragen en waarom daarom ze dat vragen weet ik  
108 niet hoor. Maar goed u heeft de mail wel ontvangen en u heeft wel doorgeklikt en gecontroleerd  
109 dus?

110 Respondent: Ja dat doe ik eigenlijk altijd hoor. Als ik een mailtje krijg van iets waar ik mee  
111 samenwerk waarin staat: 'u moet controleren' dan check ik het altijd. Ja, voor hetzelfde geld staat  
112 toch ergens typefout?

113 EvH: Ja nou zou kunnen natuurlijk ja. Uhm, even kijken, dan heb ik er nog één. Dat is deze mail.  
114 En heeft u die ook ontvangen?

115 Respondent: Die krijg ik vast ieder jaar weer netjes opnieuw. En dan stuur ik m door naar mijn  
116 man, want die moet het in de boekhouding zetten.

117 EvH: Oké, dus u heeft hem zelf niet zo heel goed gelezen denk ik?

118 Respondent: Nou het was meer. Ik heb een nieuw verzekeringsdocument en ik blijf waar ik zit en  
119 dat ik denk oh ja en ik moet gewoon even zorgen dat die in mijn uh boekhoudsysteem goed  
120 staat.

121 EvH: Ja. Ja. Dus u heeft het gewoon doorgezet naar uw man en die...

122 Respondent: Ik heb het gelezen en toen dacht ik die moet naar hem toe want ik kan hier niets  
123 mee

124 EvH: En hij houdt het bij. Uhm oké dan hem heb ik gewoon nog een vraag over of u zelf contact  
125 heeft gezocht met Goedverzekert tijdens uw eerste jaar als klant?

126 Respondent: Nee nee, ik ben toevallig net uh ik heb net iets opgeslagen van Goedverzekert. Dat  
127 ik dacht dat ga ik zo meteen even regelen. Ik wil mijn autoverzekering overzetten dat ik denk oh,  
128 dit is iemand die kent dit bedrijf.

129 EvH: Ja oké, maar u heeft geen contact gezocht met Goedverzekert? Gemaild of gebeld?

130 Respondent: Volgens mij heb ik een keer gebeld omdat ik me vooral afvroeg hoelang iets duurde  
131 voordat het werkte. Maar dat was meer dat ik gewoon mail in mijn spam had zitten.

132 EvH: En weet u nog wanneer dat was?

133 Respondent: Dat was toen ik net had uh aangemeld dat ik geen e-mail binnenkreeg. Dat ik dacht  
134 d'r klopt iets niet. Maar toen bleek dus dat ie in mijn spam terecht kwam.

135 EvH: Oh ok, dus u had uw verzekering zeg maar online afgesloten. En daarover u hoorde u niks  
136 per mail?

137 Respondent: Nee.

138 EvH: Nee. Ok. Maar die, die zat dus uiteindelijk in uw spambox.

139 Respondent: Ja.

140 EvH: Uhm. Ja en heeft u wel eens berichten van zitten tussen Goedverzekert en andere klanten  
141 of bedrijven op sociale media gezien?

142 Respondent: Nee, want daar doe ik zelf bijna niks mee.

143 EvH: Nee. Oké. En dan nog de vraag: via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen  
144 bereiken?

145 Respondent: Ik vind mail zelf het handigst, maar dat heeft vooral te maken met het feit dat je dan  
146 gewoon alles op papier hebt staan en makkelijk terug kunt lezen. Dus vandaar dat ik haast altijd  
147 mail.

148 EvH: Ja oké, en via welk middel zou Goedverzekert u moeten bereiken?

149 Respondent: Ja ik vind mail zelf het fijnste

150 EvH: Ook per mail dus. Oké. Uhm en dan nog een vraag zou u meer informatie willen ontvangen  
151 van Goedverzekert? Bijvoorbeeld over uw verzekering of over ondernemingszaken of zulk soort  
152 dingen.



153 Respondent: uhm voor het feit dat het misschien heel interessant is om het wel te krijgen. Ik weet  
154 ook dat ik geen tijd voor heb om het te lezen.

155 EvH: Oké

156 Respondent: Dat is gewoon heel eerlijk. Het is waarschijnlijk heel interessant om te weten hoe  
157 andere mensen dingen doen. Nee, ik heb gewoon geen tijd. Ik ben al heel blij dat ik bijna geen uh  
158 reclame meer in m'n mail krijg. Dus dat ik denk oké, alles wat ik binnenkrijg moet ik ook echt  
159 serieus lezen.

160 EvH: Ja precies. Dus u zou het op zich wel willen, maar dan wel over dingen die u echt moet  
161 weten. Want dan neemt u de tijd om het te lezen, zeg maar.

162 Respondent: Ja.

163 EvH: Uhm ja en de volgende vraag. Waarover zou u dan meer informatie willen ontvangen?

164 Respondent: Uhm, nou ja, ik heb toevallig zelf net een training gedaan over uhm juridische  
165 dingen en waar een aansprakelijkheidsverzekering dan ook onder valt. Tenminste voor mij valt  
166 het onder het juridische. Uhm hoe het inderdaad juridisch werkt als je een claim krijgt en uh hoe  
167 je dat dan aanpakt. En nou ja, dat mensen gewoon weten: wanneer sta ik in mijn recht en moet ik  
168 er iets mee of moet ik er niks mee? Of hoe werkt dit? Ik bedoel dat het heel leuk was die training  
169 die ik heb gedaan van de advocaat. Maar dit zijn wel zaken waarover een hele hoop  
170 ondernemers nog niets weten. Ik kan natuurlijk wel een claim binnenkrijgen, maar ben ik  
171 inderdaad aansprakelijk of absoluut niet.

172 EvH: En hoe zou u dan die informatie willen ontvangen? Is dat ook per mail? Of is dat liever op  
173 een bijeenkomst waar u naartoe kunt gaan, of ...?

174 Respondent: Als ik even puur naar mezelf kijk. Ik heb dan die online training gedaan, maar dat  
175 was echt even zoeken naar tijd die ik ervoor vrij moest maken. Als het een training was geweest  
176 waar ik live naartoe moest dan had ik daar zeker tijd voor gemaakt. Dus bijeenkomsten op een  
177 avond met daarin informatie van: u krijgt een klacht binnen waarvoor u aansprakelijk gesteld  
178 wordt, wat is nu de volgende stap? En hoe ga je hiermee verder? Volgens mij zijn dat echt wel  
179 dingen waar ondernemers tegenaan lopen. En live zou voor mij beter zijn, want dan komt het  
180 beter binnen.

181 EvH: Ja oké, en op welke momenten zou Goedverzekert met u contact moeten zoeken?

182 Respondent: Oh uhm, ik heb eigenlijk zoiets van: geen contact opnemen is het beste want dan  
183 weet ik ook zeker dat er niets veranderd. Maar ik vind het fijn dat als er iets veranderd dat ik dat  
184 dan hoor. En volgens mij krijg ik dat ook wel netjes in de mail.

185 EvH: Ja, ja en mijn volgende vraag is dan ook: hoe zou u het vinden als Goedverzekert openbare  
186 gegevens gebruikt, zoals het KVK, om u te informeren over wijzigingen in uw verzekering als er  
187 wat veranderd?

188 Respondent: Uhm, ik zou dat eigenlijk wel heel goed vinden. Want ik had er nooit over nagedacht  
189 dat mijn verzekering verandert als er gegevens veranderen.

190 EvH: Ja dat hangt af van de verzekering hoor

191 Respondent: Ja maar ik heb toen inderdaad een medewerker gehad, maar ik heb eigenlijk geen  
192 idee hoe dat toen zat. Daar heb ik ook niets mee gedaan hoor.

193 EvH: Nee daar heeft u niet over gebeld of iets?

194 Respondent: Nee

195 EvH: Dus als er iets in uw gegevens veranderd die u niet zelf doorgeeft, dan vindt u het goed als  
196 Goedverzekert dan openbare gegevens gebruikt, bijvoorbeeld het KVK, om u bij voorbaat te  
197 informeren wat dat betekent voor uw verzekering?

198 Respondent: Ja wat ik zei. Ik heb dus een leerling gehad maar ik heb er nooit over nagedacht dat  
199 daar iets met verzekeringen mee gedaan zou moeten worden.

200 EvH: Nee, oké.

201 Respondent: Ik heb wel uitgezocht wat dat financieel zou doen, maar ik heb niet over  
202 verzekeringen nagedacht hoor.

203 EvH: Nee dat snap ik hoor

204 Respondent: En dan is het heel fijn als jouw verzekeringsagent aan jou laat weten: goh, je hebt  
205 een medewerker in dienst, daarvoor moet je deze verzekeringen afsluiten.

206 EvH: Ja oké, nou top. Dat was het eerste deel van het interview, dan gaan we nu door naar deel  
207 2. Daarvoor leg ik u twee e-mails voor van Goedverzekert. Die heeft u zojuist ook gezien. Dat zijn  
208 de cross-sellmail en de actualisatiemail. Goedverzekert wil graag weten op welke manier deze  
209 mails verbeterd kunnen worden. Daarvoor heb ik de tekst opgedeeld in tekstonderdelen en dan  
210 kunt u per tekstonderdeel aangeven of u die goed of niet goed vond. Dat doet u met plussen en  
211 minnen. U kunt de tekst rustig doorlezen en aan mij vertellen of u een plusje of minnetje wil  
212 zetten bij het eerste tekstonderdeel. U zet bijvoorbeeld een plusje of minnetje als er informatie in  
213 staat die u niet belangrijk vindt, onduidelijk is, onjuist is, u op een goede manier aanspreekt. Of bij  
214 een tekstonderdeel waarin te veel of te weinig informatie staat, of waarin informatie staat die u  
215 niet begrijpt. U mag echt alles zeggen. En dan bespreken we daarna de plussen en minnen die u  
216 heeft aangegeven. Ik vraag u dan dus waarom u een plus of min heeft gezet. Dit is de eerste.  
217 Deze heeft u net ook gezien. Ik zal het even vergroten dan kunt u de mail rustig doorlezen.

218 Respondent: Bij tekstonderdeel 1 word ik getriggerd om verder te lezen. Dus daar zet ik een plus  
219 EvH: Oké.

220 Respondent: Bij tekstonderdeel 2 denk ik dat deze inhoudelijk klopt. Ja wat moet je weten. Ja  
221 waarom staat daar sluit u direct online af. Dat is iets waarvan ik denk: moet dat daarbij staan. In  
222 mijn ogen hoeft dat niet. En bij dat stukje 'sluit goed aan op leveringsvoorwaarden ...'. Daarbij  
223 heb ik geen idee wat BNA Ooi, etc. is. Maar dat is waarschijnlijk omdat het in mijn branche niet  
224 noodzakelijk is dat ik dat ook niet ken.

225 EvH: Nee oké.

226 Respondent: Ik vind het ook vrij irritant, maar dat vind ik overal, dat alles onderaan staat. Dat je  
227 eerst vijftien pagina's door moet scrollen voordat je een prijs ziet. Dus ja tekstonderdeel 3:  
228 bereken uw premie. Ja volgens mij willen mensen dat direct weten.

229 EvH: Dat het daarnaast staat bijvoorbeeld?

230 Respondent: Ja of prijs vanaf. Zoiets dat ik denk. Dat mensen weten wat het ongeveer kost.

231 EvH: Een prijsindicatie, oké.

232 Respondent: Ja tekstonderdeel vier daar staat alles wel wat er moet staan. Ja ik vind het gewoon

233 ontegelijk saaie stof. Dat ik denk: moet ik dat echt lezen. Ja het hoort er wel bij. Dus ja ik lees dat

234 en dan denk ik oh ja, ja, misschien moet ik er wel over na gaan denken nu ik samen met mensen

235 werk. Daar moet ik dan misschien toch over nadenken.

236 EvH: Ja oké

237 Respondent: En tekstonderdeel 5 hetzelfde als tekstonderdeel 3. Ik zou een prijsindicatie erbij

238 zetten. En tekstonderdeel zes. Dat hoort er gewoon bij.

239 EvH: U hoeft geen mening te hebben hoor over een tekstonderdeel.

240 Respondent: Ja ik vind dit ja dat hoort gewoon als afsluiter. Daarop heb ik niets aan te merken. Ik

241 blijf hem goed vinden: 'even Apeldoorn bellen'.

242 EvH: Ja fijn! Uhm, oké. En dan heb ik hier de actualisatiemail. Ik maak hem weer even groter.

243 Lees hem gerust even door.

244 Respondent: Ja ik zit even te denken wat ik ook alweer bij deze mail dacht toen ik hem kreeg. Ik

245 las toen: controleer uw gegevens voor. Dat vond ik heel goed. Alleen had ik wel het idee dat daar

246 nog duidelijk mocht staan dat je ze moest controleren om te bevestigen. In tekstonderdeel 2 staat

247 dan: kloppen deze gegevens wel dan horen we het ook graag van u. Maar dat moet sowieso

248 bevestigd worden. Dus ik denk dat er een hoop mensen zijn die niet klikken omdat er niets

249 veranderd is. Dan hoeven ze hun gegevens niet te controleren.

250 EvH: Nee precies. Dus dat het duidelijker is dat als er niets veranderd is, dat mensen dan ook

251 hun gegevens moeten controleren?

252 Respondent: Ja gegevens bevestigen is dan misschien beter dan controleren. Dat was wel iets

253 dat ik dacht: oh ja, dat moet ik dan dus ook doen. Maar ik vind controleren dan niet het goede

254 woord.

255 EvH: Nee oké.

256 Respondent: Ja voor de rest duidelijk

257 EvH: Oké en dan tekstonderdeel 1 bijvoorbeeld. Kunt u dan ook aangeven wat u goed vond? Of

258 juist niet goed?

259 Respondent: Ja ik denk dat het vooral goed is dat daar staat: in een jaar kan er van alles

260 veranderen. Want als ondernemer heb je een beeld voor ogen, maar dan loopt het ineens heel

261 anders. Dus de bewustwording dat er iets kan veranderen en dat daardoor je verzekering

262 verandert, vind ik heel goed. Die verandering is iets waar ondernemers continue tegenaan lopen.

263 EvH: Oké helemaal goed. Dat was het! Dan wil ik u alleen nog bedanken voor uw input en tijd.

1 9.10.2 Respondent 2

2 EvH: Ja, hij doet het. Ik zal gewoon met de eerste vraag beginnen: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik heb een technisch adviesbureau. Ik ben zelfstandige, dus ik werk in mijn eentje.

4 Ik heb geen personeel en mijn achtergrond is ook techniek. Dus ik help ondernemers, bedrijven.

5 Ik voorzie ze van technische adviezen. Dat is tegenwoordig natuurlijk veel in het kader van

6 duurzaamheid of verduurzaming, dat is dan ook een beetje mijn specialisme. Maar verder is het

7 ook techniek in de breedste zin van het woord, dus bij verbouwingen, uitbreidingen,

8 verbeteringen.

9 EvH: Oké. En sinds wanneer bent u dan zzp?

10 Respondent: Ja, dat loopt gelijk op met de dekking van de verzekering, dus vanaf januari 21 ben  
11 ik begonnen, ja.

12 EvH: Oké en u doet dat alleen, zei u. Heeft u ooit wel personeel in dienst gehad of iemand die u  
13 heeft geholpen?

14 Respondent: Nee, ik was er voor 25 jaar in loondienst, dus ja.

15 EvH: Oké ja in hetzelfde beroep, zeg maar.

16 Respondent: Zelfde segment. Alleen dan als intern adviseur en dat dat hield midden 2020 op.

17 Dus toen ben ik op deze wijze begonnen en dat is nog steeds dezelfde hetzelfde format. Dus in  
18 mijn eentje ja.

19 EvH: Oké.

20 Respondent: En, dat bevalt ook prima.

21 EvH: Gelukkig en heeft u wel eens een claim ingediend bij Goedverzekert.

22 Respondent: Nee.

23 EvH: Nee, oké. En waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

24 Respondent: Nou, ja, ik heb er twee, hè? Dus de wettelijke afspraak kijk in de

25 beroepsaansprakelijkheid. Ja enerzijds eigenlijk twee redenen. Het kan voorkomen dat ik

26 ontwerp ben, dus dan kan die beroepsaansprakelijkheid ook werkelijk aan de orde kan zijn. Ik

27 kan aansprakelijk kan worden door een fout in een advies of een ontwerp. Dus dat is de ene

28 kant. Daarnaast verlangt de markt het ook. Voor technische adviseurs is het toch wel gebruikelijk

29 dat ze ook een beroepsaansprakelijkheid hebben.

30 EvH: Oké, dus uw opdrachtgevers vragen erom?

31 Respondent: Ja, daar kan naar gevraagd worden. Ja, dat komt voor dat beide verzekeringen heel

32 bewust worden gevraagd en dat ik ook de polissen moet overleggen, of in ieder geval bewijs van

33 verzekering moet overleggen.

34 EvH: Oké. De volgende vraag sluit een beetje aan op wat u al gezegd heeft, maar waartegen

35 bent u denkt u verzekerd met een aansprakelijkheidsverzekering?

36 Respondent: Nou met de gewone aansprakelijkheidsverzekering is dat de dekking voor schade

37 aan derden. Als ik het goed zeg, is de beroepsaansprakelijkheid .... Ja de ene is de normale

38 dekking voor directe schade en letsel. En de beroepsaansprakelijkheid gaat dan eigenlijk met

39 name om gevolgschade, waaronder omzetsderving. Bijvoorbeeld als door een fout van mij in een  
40 ontwerp een ondernemer zijn winkel moet sluiten. En dat is dan de indirecte schade die wordt  
41 dan gedekt door de beroepsaansprakelijkheidsverzekering.

42 EvH: Ja. En waarom heeft u deze verzekering bij Goedverzekert afgesloten?

43 Respondent: Ja, Ik heb ooit een kort, een klein tendertje gedaan, dus een uitvraag bij een aantal  
44 partijen en voorwaarden en kosten vergeleken. En Ik weet de exacte reden niet meer, maar daar  
45 kwam Goedverzekert als meest geschikte uit de bus.

46 EvH: Bent u daarvoor bij een bureau geweest?

47 Respondent: Nee dat heb ik zelf gedaan

48 EvH: En denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

49 Respondent: Ja dat denk ik. Ik vind dat men dat ook mag verwachten van de grootste  
50 verzekeraar van Nederland.

51 EvH: Ja oké, uhm even kijken hoor. Dan laat ik nu een aantal e mails zien die al heeft ontvangen  
52 als het goed is, of niet tijdens uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert. Daarvoor zal ik even  
53 mijn scherm delen, want dan kunt u ze zo zien. Oké, als eerste. Heeft u deze mail ontvangen?

54 Respondent: Nou, dat kan ik me niet herinneren, maar ja... Dat is dan twee jaar geleden. Ik zou  
55 het niet weten.

56 EvH: Nee, oké dan ga ik gewoon door met de volgende mail. Heeft u deze ontvangen per mail?  
57 Of per brief? Dat zou ook kunnen.

58 Respondent: Ik denk dat ik dat wel heb ontvangen. Ja, dat denk ik wel.

59 EvH: En weet u nog of dat per post of per mail was?

60 Respondent: Dat is per mail gebeurt. Volgens mij heb ik niks per post ontvangen.

61 EvH: Oké. En, begreep u waarom u die mail kreeg?

62 Respondent: Ja, volgens mij kun je met deze mail naar Mijn Goedverzekert en kun je dan bij je  
63 polis. Dus die heb ik gedownload en opgeslagen.

64 EvH: Oké.

65 Respondent: En ik kan me ook herinneren dat ik later nog die ... Ja, die zaten er niet bij ... die  
66 verzekeringsbewijzen heb opgevraagd, gekregen en ook heb opgeslagen.

67 EvH: Oké.

68 Respondent: Wat ik overigens ..., ik weet niet of het onderdeel van je onderzoek. Maar wat ik niet  
69 handig vind, is dat in de digitale omgeving zakelijk en privé verschillend zijn. Dat ik twee keer  
70 moet inloggen en als ik privé inlog, dan zie je wel een tabje zakelijk geloof ik, maar daar zit daar  
71 niet mijn zakelijke omgeving achter.

72 EvH: Nee, dat is inderdaad niet geïntegreerd, nee.

73 Respondent: En ja, Ik vind het gewoon niet handig en niet logisch bovendien ook onpraktisch.  
74 Omdat je met twee inloggegevens bij hetzelfde bedrijf zit. Dus op de één ben ik  
75 (GEBRUIKERSNAAM) en op de andere (GEBRUIKERSNAAM)

76 EvH: Ja. Dat snap ik.

77 Respondent: Ja dan denk van: het is gewoon automatisering. Regel dat gewoon ja.

78 EvH: Ja snap ik. Ik weet dat we die vraag hebben vaker gehoord. En ik weet dat ze er mee bezig  
79 zijn. Maar ja of het allemaal kan.... Ik zal het in ieder geval doorgeven. Dat u dat ook onhandig  
80 vindt.

81 Respondent: Oké.

82 EvH: Ja, want die horen wij dus inderdaad vaker terug. Maar dan wil ik toch doorgaan naar de  
83 volgende mail. Heeft u deze ontvangen?

84 Respondent: Maar dit is voor het afsluiten, of niet? Omdat daar staat berekening premie.

85 EvH: Als het goed is, kreeg u deze toen u al klant was toegestuurd per e mail.

86 Respondent: Nou, dat kan ik me niet meer herinneren. Ik weet wel dat ik in oktober vorig jaar, en  
87 ook dit jaar, de mail heb ontvangen om de dekking te controleren. Die was dan met name gericht  
88 aan de omzetgegevens van de onderneming.

89 EvH: Ja.

90 Respondent: Dat kan ik me wel herinneren

91 EvH: Deze niet?

92 Respondent: Deze kan ik me niet herinneren.

93 EvH: En kan dat komen doordat bijvoorbeeld iemand anders uw mailbox ook beheert? Dat u het  
94 daarom niet heeft gezien? Of dat u een ander e-mailadres had?

95 Respondent: Nee, maar ik er komt zoveel voorbij, dus of ik deze nou herken dan? Nee, dat geen  
96 idee. Nee, nee.

97 EvH: Nee, oké. Dan gewoon ga ik gewoon door een volgende. Ik denk dat u net deze mail  
98 bedoelde.

99 Respondent: Ja, die kan ik me wel herinneren. Ja, en die heb ik ook .... Daar heb ik ook twee  
100 keer gebruik van gemaakt.

101 EvH: Oké, want u had op 'mijn gegevens controleren' geklikt, zeg maar. En toen bent u  
102 doorgezet naar een webpagina en daarin heeft uw gegevens gecontroleerd en doorgegeven.

103 Respondent: Ja, ik heb de dekking verhoogd of in ieder geval de omzetgegevens aangepast, ja.

104 EvH: Ja oké, helemaal goed. En dan de laatste mail. Dat is deze.

105 Respondent: Die herken ik wel. Ja. Ik heb vorig jaar naar aanleiding van die voorgaande mail de  
106 omzetgegevens aangepast en die heb ik later nog een keer telefonisch gecorrigeerd.

107 EvH: Oké.

108 Respondent: En toen heb ik deze mail gekregen als bevestiging van dat het gecorrigeerd was.

109 EvH: Oké, oké.

110 Respondent: Dat is zo gegaan, ja.

111 EvH: Ja. Nee helemaal goed, dan zal ik weer even stoppen met delen, want dan heb ik weer een  
112 aantal vragen. Heeft u in uw eerste jaar als klant, en u zei het al een beetje, maar heeft u toen  
113 zelf nog contact gezocht met Goedverzekert?

114 Respondent: Ja een aantal keren. Ja, ik heb het twee keer over grote klanten gehad die speciale  
115 condities wenste. Zij wezen de DNR, dus de onderliggende voorwaarden, wezen ze af.

116 EvH: Oké.

117 Respondent: Dus ik ben in overleg met Goedverzekert geweest, met specialisten die dat  
118 bekeken hebben.

119 EvH: Oké, en dat was een aantal keer zei u?

120 Respondent: Dat is twee keer gebeurd, ja

121 EvH: En weet u nog wanneer dat ongeveer was?

122 Respondent: Ja, dat kan ik na zien. Maar dat is denk ik ja één keer vorig jaar en één keer dit jaar  
123 geweest.

124 EvH: Oké.

125 Respondent: Beiden denk ik ongeveer juni, juli. Dus 2021? 20? Nee sorry 21 en 22 ja.

126 EvH: Ja ja, en hoe zocht u contact?

127 Respondent: Ja telefonisch.

128 EvH: Dat was via de telefoon. Oké, helemaal goed. En dan heeft u nog een aantal keer contact  
129 gehad, zei u over bijvoorbeeld over de aanpassing van uw omzet?

130 Respondent: Ja, daar had ik de eerste keer de verkeerde waarde ingevuld. Of in ieder geval ik  
131 wilde de waarde die ik had opgegeven corrigeren. Dus daar heb ik telefonisch contact voor  
132 gezocht. Nou dan die twee keer met de ... speciale condities. Uhm en dan heb ik recent nog  
133 contact gezocht, omdat ik was benaderd door een onderzoeksbureau.

134 EvH: Oké.

135 Respondent: Die hadden gegevens van mij waarvan ik dacht dat ze die niet zouden mogen  
136 hebben. En daar heb ik een melding van gemaakt.

137 EvH: Oké en om wat voor bureau en gegevens ging het dan?

138 Respondent: Ik werd gebeld en iemand wist welke verzekering ik bij jullie had en hoe ik  
139 verzekerd was. En dat was een marketingbureau.

140 EvH: Oké. Ja.

141 Respondent: Dus dat heb ik nagevraagd. Dat bleek uiteindelijk wel te kloppen, maar ik heb  
142 alsnog bezwaar gemaakt. Want volgens mij hebben ze geen recht op die gegevens, dus dat loopt  
143 volgens mij nog. Ja, ik heb daar nog geen antwoord op gehad.

144 EvH: Oké, oké, dus dat loopt nog. En heeft u verder nog contact gezocht dat u weet?

145 Respondent: Het zou best kunnen, maar niet dat dat me is bijgebleven. Ja, ik geloof dat ik ook  
146 nog een keer contact heb gezocht over het betalen van de premie.

147 EvH: Oké.

148 Respondent: Volgens mij was dat in het begin maandelijks en dat heb ik gewijzigd naar jaarlijks.

149 EvH: En was dat ook telefonisch, weet u dat nog?

150 Respondent: Ik denk telefonisch ja, volgens mij. Ja, ik weet bijna wel zeker dat dat telefonisch  
151 was.

152 EvH: En weet u nog ongeveer wanneer dat was?

153 Respondent: Dan zou ik het terug moeten kijken. Maar ja, volgens mij was dat toen ik net klant  
154 was. Ja.

155 EvH: Oké en dan de volgende vraag: heeft u nog berichten tussen Goedverzekert en andere  
156 klanten of bedrijven gezien op sociale media?

157 Respondent: Nee.

158 EvH: Nee, oké goed. Dan heb ik nog een vraag: via welk communicatiemiddel zou  
159 Goedverzekert u moeten bereiken?

160 Respondent: E mail is prima, maar andersom prefereer ik de telefoon.

161 EvH: Oké, dus u krijgt liever e-mails, maar u belt liever zelf.

162 Respondent: Ja. En wat dan wel van belang is, en dat gaat bij Goedverzekert ook wel goed, is  
163 dat je direct bij de juiste afdeling terechtkomt.

164 EvH: Als u belt bedoelt u, ja, oké.

165 Respondent: Dat ja precies. Dus het nummer gebruik ik waardoor je al bij ... of dat gaat via het  
166 menu geloof ik. Het voice responsmenu.

167 EvH: Ja, dat zou kunnen.

168 Respondent: Ja, Dat is het. Dan kies je voor de zakelijke afdeling en dan is het gewoon prettig  
169 dat je meteen op de goede afdeling zit en iemand spreekt die kennis van zaken heeft.

170 EvH: Ja oké helemaal goed. En zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert.

171 Respondent: Nee liever niet.

172 EvH: Nee oké.

173 Respondent: Nee nee.

174 EvH: En op welke momenten zou Goedverzekert wel contact met u kunnen zoeken?

175 Respondent: Uhm ...

176 EvH: Bijvoorbeeld elk half jaar, als u net klant bent, elk jaar, als u een nieuwe medewerker in  
177 dienst heeft, of ...

178 Respondent: Nee, ik zal wel geïnformeerd te willen worden uiteraard als de polisvoorwaarden  
179 wijzigen of als de kosten wijzigen.

180 EvH: Oké ja.

181 Respondent: Dat is het denk ik. Ik heb geen behoefte aan ongevraagde informatie. Ik meld me  
182 daar ook altijd voor af.

183 EvH: Oké, en hoe vindt u het als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u te informeren  
184 over eventuele wijzigingen In uw verzekering?

185 Respondent: Uhm.... Dat is om mij gericht informeren, bedoel je dat?

186 EvH: Ja dus stel u neemt wel een medewerker in dienst. Dat wij dat zien via de KVK en dat wij u  
187 dus gaan informeren van: u heeft een medewerker in dienst. Denkt u ook hieraan met uw  
188 verzekering?

189 Respondent: Ja over het algemeen vind ik dat irritant, omdat het ook ongevraagd is.

190 EvH: Ja.

191 Respondent: Als het meerwaarde biedt dan wordt het natuurlijk anders. Ik kan me dan wel  
192 voorstellen dat je voor zoiets eigenlijk wel beetje vooraf aan de klant wil vragen van: wilt u dat wij  
193 dit In de gaten houden voor u?



194 EvH: Oké ja.

195 Respondent: Dus dat je dat in je portal kunt aanvinken, dat dat wel of niet kan, want je krijgt als  
196 ondernemer echt zoveel mailtjes van allerlei partijen en dan zit je er gewoon echt niet op te  
197 wachten. Maar als het waardevol is, dan vind ik eigenlijk dat je dan de klanten de vraag moet  
198 stellen: wilt u dat wij dat doen?

199 EvH: Ja.

200 Respondent: En als de leverancier het niet doet. Ja, dan ligt de verantwoordelijkheid gewoon bij  
201 de klant natuurlijk.

202 EvH: Nee, oké duidelijk.

203 Respondent: Maar met name de Kamer van Koophandel, de beschikbaarheid van die data, die is  
204 natuurlijk ook een aantal keer in de media geweest. Dat dat eigenlijk te openbaar was, hè? Dat er  
205 ook misbruik van wordt gemaakt.

206 EvH: Ja.

207 Respondent: En dat zullen jullie niet doen, hoop ik. Maar ja, daardoor irriteert het wel. Dan denk  
208 je al gauw alweer dat organisaties meeliften op de openbaarheid van die gegevens.

209 EvH: Ja ja.

210 Respondent: Dat is gewoon echt vervelend. Je krijgt gewoon allerlei rommel. Ongevraagde mails  
211 komen voorbij doordat mensen gewoon die database raadplegen, die dan zogenaamd openbaar  
212 moet zijn.

213 EvH: Nee. Het is inderdaad wel dan de bedoeling om u daarmee te informeren, maar ook te  
214 zorgen dat u nog steeds voldoende verzekerd bent, zeg maar.

215 Respondent: Ja nee snap ik ja. Als daar de meerwaarde blijkt dan ja, dan is dat natuurlijk nuttig.  
216 Ik kan me voorstellen als je daar een vinkje in de portal voor maakt, dat de klant kan kiezen of ze  
217 dat wel of niet willen, dat lijkt me dan klantvriendelijker.

218 EvH: Ja, oké. Dat was deel 1. Dan gaan we door naar deel 2. Daarvoor leg ik u twee e mails voor  
219 die Goedverzekert heeft gestuurd en die heeft u ook zojuist gezien. Dat zijn de cross-sellmail en  
220 de actualisatiemail. Goedverzekert wil graag weten op welke punten deze mails verbeterd  
221 kunnen worden. Ik leg ze zo aan u voor, en dan kunt u ze rustig een voor een doorlezen. Er  
222 staan tekstonderdelen in de mail daarbij kunt u aangeven of u het tekstonderdeel goed vond.

223 Bijvoorbeeld omdat het informatie bevat die belangrijk is of omdat de informatie op de juiste  
224 manier aanspreekt, omdat het informatie bevat waarmee u het eens bent. Of u vindt het niet  
225 goed. Bijvoorbeeld omdat de tekst onduidelijk is, omdat de tekst niet juist is, of omdat er te veel  
226 informatie in staat.

227 Respondent: Oké.

228 EvH: Dan zegt u of u een plusje of een minnetje geeft aan een tekstonderdeel. En daarna  
229 bespreek ik dan die plusjes en minnetjes met u die u heeft gegeven.

230 Respondent: Ja.

231 EvH: Dan zal ik weer even mijn scherm delen.

232 Respondent: Zijn het bestaande e mails?

233 EvH: Ja dit zijn de e mails die u net ook heeft gezien. Ik weet niet of u het zo kan lezen.

234 Respondent: Ja het kan net. Nog een tikje groter als dat kan.

235 EvH: Ja

236 Respondent: Moet ik in al reageren, of nog niet?

237 EvH: U mag een plusje of een minnetje geven per tekstonderdeel en later zal ik vragen waarom u

238 een minnetje of een plusje heeft gezet.

239 Respondent: Ja, nou een is prima. Dat is een inleiding, dus dat is een plusje. Twee is ook wel

240 prima, maar wat mij opvalt is dat er alleen wordt geschreven over de beroepsaansprakelijkheid

241 en ik weet dat voor veel mensen niet duidelijk is hoe die twee verzekeringen zich tot elkaar

242 verhouden.

243 EvH: Oké. Ja.

244 Respondent: Dus die informatie mis ik. Leg nou eerst eens het verschil tussen die twee uit.

245 EvH: Ja. Dus u mist daar eigenlijk nog informatie over de verhouding tussen de twee, zeg maar?

246 Respondent: Ja de bedrijfsaansprakelijkheid en beroepsaansprakelijkheid. En hier staat alleen de

247 beroeps genoemd.

248 EvH: Ja.

249 Respondent: Dus in die zin een minnetje?

250 EvH: Ja.

251 EvH: En u mag, want 3 is alleen maar de button zodat u door kan klikken, ook geen mening

252 hebben over een tekstonderdeel hoor.

253 Respondent: Ja nou, wat me dan bij 'bereken uw premie' opvalt, is dat er staat dat het alleen

254 gaat om de premie. Maar het gaat natuurlijk om wat je betaalt en wat je ervoor krijgt. Dus

255 eigenlijk is het 'bekijken uw polis' of 'bekijk de voorwaarden en berekening premie'.

256 EvH: Ja.

257 Respondent: Het lijkt zo ja, alsof het alleen maar om het betalen van een premie gaat, maar ik

258 wens er ook iets voor terug te krijgen en dat hoort erbij. Net zoals op de kassabon van de

259 supermarkt staat een prijs en ...

260 EvH: Wat u heeft gekocht.

261 Respondent: En die rookworst, die staan beide genoemd. Ja en hier ontbreekt de rookworst. Dus

262 als het alleen plus en min is, zou ik zeggen, minnetje, Dat is voor verbetering vatbaar.

263 EvH: Ja.

264 Respondent: Ja vier is prima en vijf staat gelijk aan drie.

265 EvH: Ja hetzelfde als 3, oké

266 Respondent: En zes is ook prima. Dat is ook een plusje, dus. En comfortabel dat je bij

267 Goedverzekert ook gewoon meteen het telefoonnummer belt en niet dat je daar heel lang voor

268 door moet klikken. Dat het ergens verborgen zit.

269 EvH: Nee precies. En kunt u alleen nog uitleggen wat u goed vond aan de eerste alinea? Het

270 eerste tekstonderdeel, zeg maar ...

271 Respondent: Nou ja goed, het is een inleiding. Dus het feit dat dat de mail wordt ingeleid of dat  
272 het bericht wordt ingeleid, is gewoon positief. Je kunt even bedenken waar het om gaat, en dat  
273 vind je daar.

274 EvH: Ja oké en vier vond u ook goed zei u?

275 Respondent: Ja prima. Ja Ik heb het niet die rechtsbijstand, maar de uitleg is prima.

276 EvH: Oké dus duidelijk. Uhm even kijken, dan ga ik door naar de naar de volgende. Dat is de  
277 actualisatiemail, die u zelf dus ook heeft ontvangen.

278 Respondent: Dit is allemaal helder. Netjes. Dit is prima, ja.

279 EvH: Alles? Of denkt u van ik begreep iets niet, of ik vond iets niet passen, of ik snap niet  
280 waarom dit er staat ...?

281 Respondent: Ja ik heb hier wel een keer iets mee gehad. Even denken hoor... Ja, Ik weet het  
282 alweer. Ik heb, maar dat is voor jou denk ik niet van belang, ik kreeg een keer zo'n actualisatie  
283 mail van een andere verzekeraar en ... Hoe zat dat nou? Dat had ik niet In de gaten, Dat was  
284 van EON.

285 EvH: O, die hadden die mail verkeerd verstuurd?

286 Respondent: Een jongen had een software fout in hun systeem, waardoor dus klanten die ooit  
287 een offerte hadden opgevraagd. Die kregen de actualisatiemailing. Alleen ik dacht: 'Hé, dat is  
288 mijn verzekeraar', dus ik heb contact met jullie gezocht. Ik zei: wat maak je me nou dit, dit, dit  
289 klopt, ja. Dat had ook even denken, hoe zat dat nou? Ja in tegenstelling tot Goedverzekert,  
290 corrigeert EON achteraf de premie afhankelijk van je omzet.

291 EvH: O oké.

292 Respondent: En, dat doet Goedverzekert niet. Je moet je omzet wel opgeven, maar er wordt  
293 achteraf niet gecorrigeerd.

294 EvH: Nee.

295 Respondent: En, dat doet EON wel, dus die hadden zo'n correctie aangezet. En toen dacht ik  
296 van ja, maar dat was helemaal niet afgesproken. Toen heb ik ook telefonisch contact gezocht.

297 EvH: Ja.

298 Respondent: En toen was het antwoord: ja, maar we herkennen die mail helemaal niet. Ik zei: ja,  
299 het staat er echt. Toen heb ik hem toegestuurd. En toen zag ik het: ja, die was niet van jullie.

300 Maar goed, dus ook daarvoor heb ik een keer contact gezocht. Nee, voor de rest is dit helder. Ik  
301 ga ervan uit dat als je op die oranje knop duwt, dat het daar dan voor zich spreekt.

302 EvH: Ja dan wordt u geleid naar de webpagina waarin uw gegevens staan en die u controleert en  
303 misschien bijwerkt.

304 Respondent: Ja dit is helder. Dus vier plusjes.

305 EvH: Ja oké, helemaal goed. Dat was het. Ik wil u graag bedanken voor uw tijd en input.

### 1 9.10.3 Respondent 3

2 EvH: Nou dan begin ik gewoon met mijn eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik heb een communicatiebureau. Eenmanszaak. En verder heb ik nog een klein  
4 project. Dat is een... ja, hoe moet ik het zeggen? Een klein bedrijfje in Italiaanse olijfolie.

5 EvH: Oké, leuk.

6 Respondent: Dus ja, dat is wat ik zelf heb.

7 EvH: Ja en bij Goedverzekert bent u verzekerd met uw communicatiebureau, denk ik?

8 Respondent: Klopt, ja. Ja, dat andere is heel kleinschalig. Dit is dit echt voor (BEDRIJFSNAAM  
9 COMMUNICATIEBUREAU).

10 EvH: Ja oké, en wat voor projecten heeft u dan precies met uw communicatiebureau?

11 Respondent: Sorry, wat voor?

12 EvH: Wat voor projecten of wat voor opdrachtgevers heeft u?

13 Respondent: Ja, ik schrijf met name voor de groene sector. Communicatieonderzoek,  
14 marketingplannen, mailingen, website, kijken of het beter kan en ook wel eens een leercurve  
15 gemaakt voor een school. Ja een beetje de non profit sector, maar ook wel voor wat  
16 commerciële groene bedrijven. Dus dat is een beetje waarin ik opereer. Maar het kan ook iets  
17 heel anders zijn. Dat is maar net wat er aan bod komt.

18 EvH: Ja heel divers dus. Oké leuk, en sinds wanneer bent zzp'er?

19 Respondent: Sinds 2018.

20 EvH: Oké en heeft u altijd dezelfde werkzaamheden gedaan?

21 Respondent: Ja hiervoor heb ik andere werkzaamheden gedaan. Ik heb wel in het bedrijfsleven  
22 gezeten, maar toen mijn kinderen werden geboren toen heb ik een tijdje wat dingen gedaan voor  
23 het kantoor van mijn man. Dat doe ik nog steeds. En ja, gaandeweg werd het tijd om weer het  
24 één en ander op te pakken. Ik ben me gaan ontwikkelen in communicatie, omdat ik dat ook als  
25 onderdeel bij mijn vorige werkzaamheden al had. Dat was bij een pensioenfonds. En ik dacht: ja  
26 ik ga me hier verder in verdiepen, en zo ben ik dit gaan doen.

27 EvH: Ja leuk. En sinds 2018 zei u. Heeft u dan, want u bent nu bijna twee jaar klant bij  
28 Goedverzekert, hiervoor bij een ander bedrijf een aansprakelijkheidsverzekering gehad?

29 Respondent: Nee, dat kwam op een gegeven moment aan bod, omdat ik een vaste  
30 opdrachtgever kreeg die daarnaar vroeg. Toen dacht ik: ja, dat is wel professioneel om dat te  
31 hebben. En nou ja, voor het schrijven van tekst zit niet zoveel risico aan vast, omdat andere  
32 mensen je werk controleren. En als je een plan maakt, dan bespreek je dat met anderen. En als  
33 een bedrijf iets wil dan doe je dat in opdracht. Dus er is niet een groot risico. Ik heb het meer  
34 genomen, omdat ik het professioneel vond en omdat er ook naar werd gevraagd.

35 EvH: Ja dus uw opdrachtgevers vroegen daarnaar?

36 Respondent: Ja, en nu houd ik het maar

37 EvH: Ja en waartegen bent u dan, denkt u, verzekerd met een aansprakelijkheidsverzekering?

38 Respondent: Ja voor het maken van fouten. Dat je iets misschien op zou schrijven ... Uhm ja,  
39 een verkeerd getalletje of zo. Maar in de praktijk komt dat eigenlijk niet voor. Andere mensen van  
40 opdrachtgevers beheren bijvoorbeeld de website. Je werk wordt gecontroleerd. Het risico dat ik  
41 probeer af te dekken, bepaalde kosten bijvoorbeeld. Dus je probeert heel veel uit te sluiten.  
42 EvH: Ja, en de volgende vraag is: heeft u wel eens een claim ingediend bij Goedverzekert?  
43 Respondent: Nee, ik hoop dat ook niet te doen, maar ja het kan.  
44 EvH:  
45 Waarom heeft u dan een aansprakelijkheid....  
46 Respondent: Ja..., sorry ik zit te onderbreken. Maar ik ben volgens mijn ook verzekerd als ik op  
47 kantoor ben en ik stoot iets om of zo. Dat zit volgens mij ook in de verzekering.  
48 EvH: Ja precies.  
49 Respondent: Zo is mij voorgehouden. Dus daar zit nog een andere component aan. Behalve dus  
50 inhoudelijk ook dat als je ergens bij een opdrachtgever bent en je hebt je maakt iets kapot. Dat is  
51 wel belangrijk.  
52 EvH: Ja zeker. En waarom heeft u dan uw aansprakelijkheidsverzekering bij Goedverzekert  
53 afgesloten?  
54 Respondent: Ja, ik heb alle andere privé verzekeringen ook bij Goedverzekert. Dus ja, dan is de  
55 stap wel logisch.  
56 EvH: Ja oké, en denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?  
57 Respondent: Ja, ik denk het wel. Ja, ik zit er al jaren.  
58 EvH: U heeft nog nooit problemen gehad?  
59 Respondent: Nee, ik vind wel dat, ik weet niet of dat voor nu is hoor, maar ik vind het wel wat  
60 stroever lopen bij de klantenservice. Ik kan echt merken dat daar mensen te kort zijn. Dat is dan  
61 privé, ja...  
62 EvH: Omdat u langer in de wacht staat bijvoorbeeld? Of geen antwoord krijgt?  
63 Respondent: Ja of eerdere verzekeringsmeldingen worden niet behandeld. Er wordt niet op  
64 teruggekomen. Dus dat is dan wel even een uitstapje van het zakelijk naar privé.  
65 EvH: Ja, oké. Ik heb dan een aantal e mails samengesteld die Goedverzekert verstuurd. Die zal  
66 ik even aan u laten zien. Oké als eerste deze mail. Heeft u deze mail ontvangen?  
67 Respondent: Nee volgens mij niet. Nee  
68 EvH: Nee, want hier zit een video onder met een persoonlijke boodschap, zeg maar. Die heeft u  
69 niet ontvangen?  
70 Respondent: Nee ik, deze komt me totaal niet bekend voor.  
71 EvH: Nee, nee oké. En heeft u enig idee waarom u deze niet ontvangen heeft? Bijvoorbeeld  
72 omdat wij een ander e mailadres van u hebben of omdat iemand anders ook uw mailbox  
73 beheert?  
74 Respondent: Nee, ik heb eigenlijk alles in eigen beheer. Nee, deze komt me gewoon niet bekend  
75 voor ik. Ik heb geen idee waarom niet.  
76 EvH: Nee, oké dan de volgende. Dat is deze mail. Heeft u deze ontvangen?

77 Respondent: Ik heb geen idee

78 EvH: Dit was een mail, waarin de polis is bijgevoegd van uw nieuwe verzekering en een  
79 bevestiging dat u een verzekering heeft afgesloten.

80 Respondent: Ik heb wel een bevestiging gehad, hoor. Maar ik weet niet of dat precies deze vorm  
81 had. Dat is ook alweer twee jaar geleden.

82 EvH: Ja, dan ga ik gewoon door naar de volgende: herkent u deze mail?

83 Respondent: Ik kan hem niet herinneren.

84 EvH: Dat is de mail, waarin staat dat u bij Goedverzekert een verzekering heeft en dat deze  
85 verzekeringen misschien ook interessant voor u zijn. Nee, ook niet? Dan de volgende.

86 Respondent: Ja, die heb ik volgens mij wel gehad. Ik heb het verzoek om te controleren ook  
87 gedaan. Ja, dus dat is die geweest.

88 EvH: Ja dat klopt inderdaad. Via deze mail kon u inderdaad uw gegevens controleren. En als het  
89 goed is, ontving u dat contactpunt ongeveer drie maanden voordat het nieuwe verzekeringsjaar  
90 in ging?

91 Respondent: Ja, dat zou wel kunnen.

92 EvH: En u heeft ook op 'controleer uw gegevens' geklikt?

93 Respondent: Ja heb ik ook gedaan, ja.

94 EvH: Oké, en dan de laatste. Dat is deze mail.

95 Respondent: Ik denk het wel. Dat was de bevestiging, nadat ik mijn gegevens had aangepast,  
96 toch?

97 EvH: Ja.

98 Respondent: Ja die heb ik wel ontvangen.

99 EvH: En weet u nog wat er in de mail stond?

100 Respondent: Nee op zich niet. Nee, ik archiveer het allemaal wel. Dus ik kan het in theorie ook  
101 nakijken hoor.

102 EvH: Oké dan zal ik even stoppen met mijn scherm delen, want dan heb ik nog een aantal  
103 vragen: heeft u in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert contact gezocht met Goedverzekert?

104 Respondent: Nee alleen bij het afsluiten heb ik gewoon wat vragen gesteld. Bijvoorbeeld omdat  
105 ik zo nu en dan privé Italiaanse lesgeeft. Daarbij vroeg ik me af of dat ook verzekerd is. En dat  
106 hebben ze erbij genoteerd, want dan ga ik ook naar mensen toe.

107 EvH: Oké.

108 Respondent: Dat soort vragen. Die heb ik gesteld, maar verder niet.

109 EvH: Nee dus alleen toen u de verzekering telefonisch afsloot?

110 Respondent: Ja, klopt.

111 EvH: Heeft u dan nog berichten tussen Goedverzekert en andere klanten of bedrijven gezien op  
112 sociale media?

113 Respondent: Nee.

114 EvH: Nee oké, nee.

115 Respondent: Niet gezien, nee. Ik volg Goedverzekert niet op sociale media, dus....

116 EvH: En dan nog de vraag: via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

117 Respondent: Goeie vraag. Tja. Ik weet het niet. Omdat het zakelijk is, zou ik zeggen LinkedIn.

118 EvH: Ja?

119 Respondent: Ja Facebook vind ik niets voor een bureau. Instagram ook niet. Misschien is een

120 leuk filmpje op YouTube of zo? Maar ja, ik zou voor LinkedIn kiezen.

121 EvH: Ja, en stel dat u een vraag heeft, hoe zou u die dan willen stellen?

122 Respondent: Liefst per telefoon, maar ook wel per mail. Omdat je natuurlijk dan dingen zwart op

123 wit krijgt. Via WhatsApp en sociale media vind ik echt heel vervelend. Ja, vind ik echt niks.

124 EvH: Nee oké.

125 Respondent: Via sociale media zie je wel diverse bedrijven die je dan van alles en nog wat

126 aanbieden om contact te hebben. En ondertussen zijn ze zelf heel slecht telefonisch bereikbaar.

127 Nou ja, als consument en als ondernemer heb ik daar echt een hekel aan.

128 EvH: Oké helemaal goed. En via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten

129 bereiken?

130 Respondent: Telefoon en per mail, ja.

131 EvH: En wilt u graag meer informatie ontvangen van Goedverzekert?

132 Respondent: Nee op dit moment niet. Nee, je ziet wel allerlei aanverwante dingen, ook in de

133 particuliere sector. Bijvoorbeeld hoe maak je je huis duurzamer of hoe ...? Dus je krijgt wel wat

134 tips. Maar ja, ik zit er ook niet echt op te wachten om nog veel meer informatie te krijgen. Het kan

135 zijn dat ik het een keertje lees, maar het zou goed kunnen dat ik extra informatie gewoon terzijde

136 schuif.

137 EvH: Ja precies. En is er dan wel een moment waarvan u denkt: op dat moment zou

138 Goedverzekert contact met mijn moeten zoeken?

139 Respondent: Ja, je zou, bijvoorbeeld als je weer een nieuwe polis opstuurt, kunnen zeggen van:

140 'heb je hier al aan gedacht?' of bijvoorbeeld: 'heeft ze een nieuw personeel?' of 'is er ... gebeurt?

141 Let op, want signaleringsfunctie ...'. Ook vanuit jullie gedacht: wat kun je als Goedverzekert nog

142 meer aanbieden? Ja, dat soort dingen. Natuurlijk ook een beetje uitkijken dat je voorbeeld niet de

143 Kamer van Koophandel gaat worden die allerlei ondernemers tips geeft. Ik zou het wel bij het

144 verzekeren houden.

145 EvH: Ja oké dus wel verzekering gerelateerde tips zou wel mogen?

146 Respondent: Ja, ja. Maar ik zou het allemaal inderdaad combineren.

147 EvH: Ja oké. En hoe zou u het dan vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u

148 te informeren over wijzigingen in uw verzekering?

149 Respondent: Ik zit dan toch een beetje op de gedachte van ja de enorme grip die bedrijven en

150 overheden op mensen en bedrijven gaan krijgen door allerlei data te gaan gebruiken. En ik ben

151 daar zelf heel erg argwanend in, omdat ik denk dat instanties steeds meer grip op mensen

152 krijgen. En voordat je het weet, kan het misbruikt worden.

153 EvH: Ja ...

154 Respondent: En ja, persoonlijk hoeft dat van mij dan ook niet.

155 EvH: Nee, oké. Ja, dat was eigenlijk deel een, dan ga ik nu door naar deel twee. Daarvoor leg ik  
156 u twee mails voor. Dat zijn mails die u zojuist ook gezien heeft: de cross-sellmail en de  
157 actualisatiemail. Goedverzekert wil graag weten op welke punten deze mails verbeterd kunnen  
158 worden. Ik zal weer even mijn scherm delen dan kunt u ze rustig doorlezen. Ik heb de tekst  
159 opgedeeld in tekstonderdelen. Per tekstonderdeel kunt u aangeven of u daar een plusje of een  
160 minnetje bij wil zetten. U zet bijvoorbeeld een plusje of minnetje als er informatie staat die  
161 belangrijk is om te weten, onduidelijk is, onjuist is, of als het u op een verkeerde manier  
162 aanspreekt. Als er informatie ontbreekt of juist te veel informatie in staat. U mag het zelf eigenlijk  
163 allemaal bedenken. Dan ziet u nu als het goed is de eerste mail.

164 Respondent: Ja, dus ik ga nu even de eerste lezen en dan moet ik er wat van vinden, hè?

165 EvH: Ja inderdaad. U kunt de tekst eerst lezen en dan kunt u gewoon zeggen of u een plus of  
166 een min daarbij wil zetten. En dan vraag ik daarna aan u waarom u dat vindt.

167 Respondent: Nou ja, voor mij hoeft dat kennis delen niet. Ik vind dat wel een vriendelijke toon  
168 hebben. Moet ook wel lachen, omdat 'beste meneer' echt een taalkundige ontwikkeling is. Ik vind  
169 het eigenlijk wel lelijk, maar ik snap wel dat we over moeten stappen van 'geachte' naar 'beste'.  
170 Dat is wel een taalkundig dingetje, maar ja, zo gaat het nu eenmaal tegenwoordig.

171 EvH: Ja.

172 Respondent: Ik vind het positief dat er nog even wordt bevestigd dat ik het goed geregeld heb.  
173 Daar ga ik ook wel vanuit, maar dat mag best bevestigd worden. Ja ik vind het voldoende als  
174 Goedverzekert zich bij de verzekering houdt. Kennisdelen heb ik dan niet zoveel behoefte aan. Ik  
175 kan me voorstellen dat anderen dat wel hebben, hoor. Het is heel individueel.

176 EvH: Nee, helemaal prima. Dan door naar vak twee.

177 Respondent: Nou, ik vind dat die drie verzekeringen die daar onderaan staan: BNA, Ooa en BNI.  
178 Die worden niet uitgelegd. Dat zou misschien wel handig zijn.

179 EvH: Ja.

180 Respondent: Ja, nou volgens mij ben ik ook verzekerd voor bijvoorbeeld het omstoten van een  
181 kopje koffie op een laptop bij een bedrijf, maar dat haal ik er niet helemaal uit. Ja ik ga dan  
182 twijfelen van: oh, is het dan wel goed wat? Heb ik het wel goed gezien? Dus dan zou ik  
183 bijvoorbeeld gaan bellen.

184 EvH: Ja precies oké. Dus de tekst roept vragen op, zeg maar?

185 Respondent: Ja dat roept weer een vraag op, ja. Verder ziet het er gewoon overzichtelijk uit hoor  
186 met die bullets.

187 EvH: Oké dan het derde tekstonderdeel

188 Respondent: Ja 'precies weten wat wel en niet verzekerd is?' en 'bereken uw premie' dat vind ik  
189 wel twee tegenstrijdige dingen. Het gaat eerst om de vraag waarvoor je precies verzekerd bent  
190 en daarna komt de premie. Ja ik vind dat die twee niet met elkaar overeenkomen.

191 EvH: Nee oké.

192 Respondent: Ja, maar goed 'meer informatie'. Wie weet biedt dat nog een oplossing. Ik zou op  
193 meer informatie klikken, ja.



194 EvH: Ja oké goed ...

195 Respondent: Nou de volgende. Ik zou die hoofdletter B weghalen. Bij: 'biedt...'. Die moet dan ook

196 met een kleine letter.

197 EvH: Oh ja.

198 Respondent: Ja, verder vind ik het wel goed. Ja, geen opmerkingen.

199 EvH: Verder is die goed? Oké. En dan de volgende ja, die lijkt natuurlijk op tekstonderdeel 3.

200 Respondent: Ja eigenlijk is de vraag: waar wil je voor verzekerd zijn? En dan je premie

201 berekenen? Dat is Als je hem nog niet hebt. Ja Ik weet even niet meer wat de titel was van deze

202 mail. Het gaat dus om de vraag: heb je al zo'n verzekering? Of wil je zo'n verzekering?

203 EvH: Ja, dat laatste. Dus deze mail wordt verstuurd naar mensen die nog deze verzekeringen

204 nog niet hebben.

205 Respondent: Maar ja, ik zou hem iets strakker formuleren, toch? Waar wilt u voor verzekerd zijn?

206 EvH: Ja.

207 Respondent: Misschien niet letterlijk 'waar wil je verzekerd voor zijn?', maar 'bekijk welke

208 onderdelen u kunt verzekeren'.

209 EvH: Ja.

210 Respondent: Ja dan die laatste. Tja bel gerust... Ik denk dat de zakelijke lijnen sneller

211 opgenomen worden dan de particuliere lijnen. Niet dat je heel lang in de wacht moet staan.

212 EvH: Nee, ik moet eerlijk zeggen dat ik daarover geen idee heb. Dan ...

213 Respondent: Ja, misschien nog wel dat veel ondernemers liever 's avonds bellen. Dat is dan

214 misschien nog een optie om mee te nemen. Je mist eigenlijk nog net een uurtje na de

215 kantoortijden of werktijden. Stel dat je een aannemer bent en je bent op jouw bouwplaats, dan ga

216 je overdag niet zo snel bellen.

217 EvH: Nee.

218 Respondent: Ja, dat is mijn suggestie.

219 EvH: Ja helemaal goed. Dan pak ik de volgende mail erbij. En dat is deze: de actualisatiemail.

220 Respondent: Nou, de eerste heb ik geen opmerkingen over. Lijkt mij een goede intro. Dus

221 helemaal oké.

222 EvH: Die is goed, oké

223 Respondent: Twee, nou ja, ziet er goed uit. Alleen ... volgens mij moet 'polis check' aan elkaar.

224 EvH: Oké ja.

225 Respondent: Mag ik wat zeggen over de inhoud van de tekst?

226 EvH: Ja zeker! Ja, ja.

227 Respondent: Ja, volgens mij moet je taalkundig zeggen: met deze polischeck zorgen we er

228 samen voor dat u gegevens blijft kloppen. Dus 'er' moet ervoor.

229 EvH: Ja, oké. Juist fijn dat u wat erover wil zeggen.

230 Respondent: Ja, ja, dat is natuurlijk ook mijn werk hè? Ja nou, de tip vind ik leuk. Ja de tip is

231 ...Nou ja na de dubbele punt moet dan wel een kleine letter.

232 EvH: Ja, klopt.

233 Respondent: Ja bel gerust... Ja ook hierbij geldt dat het misschien fijn is om tijd in de avond of op  
234 zaterdag open te stellen.

235 EvH: Ja.

236 Respondent: En ik denk dat de afsluiting ook goed is hoor. 'Met vriendelijke groet,  
237 Goedverzekert' daar hoeft niet altijd per se een persoonsnaam achter. Goedverzekert als  
238 organisatie is prima.

239 EvH: Ja prima. Oké nou helemaal goed. Ja, dit was het. Dus ik zal even de opname stoppen.

1 9.10.4 Respondent 4

2 EvH: Oké, ja laten we maar meteen beginnen met de eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik heb een interieur en tuin ontwerp bedrijfje.

4 EvH: Oké.

5 Respondent: Dus ik doe een ja in principe interieurs, maar – omdat vaak bij verbouw ook de tuin

6 wel een beetje overhoop ligt – is de tuin er uiteindelijk bij gekomen. Dus ja, die combinatie

7 eigenlijk.

8 EvH: Dus binnen en buiten?

9 Respondent: Binnen en buiten ja.

10 EvH: Ja oké, en doet u dat al lang?

11 Respondent: Zeg maar je trouwens hoor, dat doe ik bijna twee jaar.

12 EvH: Oké, oké. En dan gelijk begonnen als ZZP er?

13 Respondent: Nee, Ik ben, ja, ik weet nooit het verschil heel erg goed. Ja, ik laat me per uur

14 inhuren., Maar ik heb gewoon een eenmansbedrijf.

15 EvH: Ja.

16 Respondent: Dus Ik ben gewoon ondernemer eigenlijk. Ja.

17 EvH: Ja u heeft geen personeel in dienst gehad?

18 Respondent: Nee.

19 EvH: Nee oké. En in 2020 bent u gestart?

20 Respondent: Ja klopt. Nou ja, in januari 21 ja, dus dat is straks alweer twee jaar.

21 EvH: Ja oké precies, en toen heb je direct een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

22 Respondent: Ja.

23 EvH: En, heeft u ooit wel eens een claim ingediend bij centraal weer?

24 Respondent: Nee, gelukkig niet, want dan is er ook niets gebeurd.

25 EvH: Nee precies. En waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

26 Respondent: Nou ja. Omdat je bij veel bij mensen thuis bent en ik doe ... Nou aan de ene kant

27 ben ik bij mensen thuis en kan ik daar ... weet ik veel ... verkeerd advies geven, waardoor zeg

28 maar een vloer opnieuw geschuurd moet worden, of ander kleurtje.

29 EvH: Ja.

30 Respondent: Andere kleur op de muur geschilderd moeten worden. Ik zeg maar wat. En ik schrijf

31 wel in al mijn opdrachten die ik doe, schrijf ik altijd dat: maten in het werk moeten worden

32 nagemeten, enzovoort. Dus ik heb me eigenlijk wel in alle voorwaarden van verantwoordelijkheid

33 afgewend. Maar ja, ik kan ook bij die mensen binnenkomen en ja, gewoon iets kapot maken of

34 zoiets. Dus vandaar dat ik dat heb gedaan. Ja en mijn man is namelijk, die werkt ook bij Achmea,

35 maar totaal andere tak. En, die heeft heel lang in die shade gezeten, dus hij zei: zorg dat je ...

36 Zo meteen sla je een lamp van het plafond. Ik zeg maar wat ... En dat je daar wel voor verzekerd

37 bent. Dus vandaar ja.

38 EvH: Ja, en mijn volgende vraag die sluit daar eigenlijk op aan: waartegen bent u verzekerd met  
39 een aansprakelijkheidsverzekering, denkt u?

40 Respondent: Nou ja voor de dingen die ik al zei. Wat ik net zei over dat ik een lamp omverloop of  
41 zo, dan zou ik volgens mij nog een andere verzekering voor moeten hebben, maar dat kan ik ook  
42 via mijn persoonlijke verzekering doen, denk ik. Kijk als ik bij andere mensen thuis een kopje  
43 koffie over de bank gooi, dan kan ik daarover mijn verzekering aanspreken. Maar dit gaat er meer  
44 om dat mensen mij aansprakelijk stellen voor fouten in een bouwtekening. Bijvoorbeeld dat ik, ik  
45 ga nooit helemaal in detail, maar dat ik bij wijze van spreken een bad op een verkeerde plaats  
46 laat aanleggen of zo. Waardoor iemand een gat boort waar het niet kan. Dat soort dingen.

47 EvH: Ja precies. En waarom heeft die verzekering bij Goedverzekert afgesloten?

48 Respondent: Ja, Ik denk toch omdat mijn man daar werkt. Volgens heb ik helemaal geen korting  
49 gekregen of zo hoor. Ik geloof dat hij toen zei van: kijk maar eens daar en daar op die link. Dus  
50 het is niet dat ik ben gaan shoppen naar de goedkoopste of zo.

51 EvH: Nee, omdat uw man daar werkt, dacht u: nou dan neem ik hem daar.

52 Respondent: Ja, volgens mij gaf hij een tip dat jullie net iets zijn gestart met ondernemers, en dat  
53 ik daar maar even moest kijken. Dus vandaar ja.

54 EvH: Oké, ja en denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

55 Respondent: Ja, dat denk ik wel. Ik kan het ook nergens op baseren, maar mijn gevoel is wel dat  
56 dat goed is, ja.

57 EvH: Gelukkig. Oké, dan laat ik u nu een aantal e-mails zien die Goedverzekert verstuurd.  
58 Daarvoor zal ik even mijn scherm delen. De eerste is deze mail. Ik weet niet of u het zo kan lezen  
59 of dat ik hem iets groter moet maken? Nee oké, helemaal goed. Herkent u deze mail? Heeft u die  
60 ook ontvangen?

61 Respondent: Nou dat zou kunnen, maar dat weet ik echt niet. Staat me niet helder voor de geest

62 EvH: Nee.

63 Respondent: Dat is twee jaar geleden, dus dan. Ja, geen idee.

64 EvH: Nee. Ook niet als ik erbij vertel dat er een video achter zit? Dus dat u op de knop kon  
65 drukken en dat u dan een video te zien kreeg ...

66 Respondent: Nee.

67 EvH: Nee, nee oké goed.

68 Respondent: Ik denk dat als je net start met een bedrijf dan moet je zoveel dingen regelen. Dat je  
69 dan denkt: ja dat geloof ik wel, doei.

70 EvH: Nee dat is ook zo.

71 Respondent: Met alle goede bedoelingen, maar ...

72 EvH: Ja snap ik. Dan de volgende mail. Herkent u deze mail? Hij is wat wazig.

73 Respondent: Ja.

74 EvH: Dit is de mail die u krijgt als uw verzekering net begint met daarin uw polis. Heeft u die  
75 ontvangen? Nee ...

76 Respondent: Vast, maar het zegt me ook niks. Nee.

77 EvH: Oké.

78 Respondent: Nee, de documenten heb ik per mail inderdaad ontvangen en die heb ik  
79 gedownload en de factuur enzovoort, hè voor de boekhouding. Maar ik zit niet op mijn  
80 Goedverzekert. Dat heb ik niet geactiveerd. Nee.

81 EvH: Nee oké. Dan de volgende mail. Weet u nog of u deze heeft ontvangen?

82 Respondent: Ja, dat denk ik wel, want toen ik alleen de aansprakelijkheid had ... Toen ben ik  
83 daarna ook verkoopstyling en andere dingen erbij gaan doen, waardoor je echt heel veel bij  
84 mensen ook wel actief bezig gaat. Laat ik het maar zo zeggen. Ik ga ook in een leegstaand huis  
85 bedden neerzetten en dat soort dingen. En toen zei mijn man van ja, maar dan moet je juist geen  
86 aansprakelijkheid, maar ook nog een ... Nou ja nog iets anders hebben. Ik weet niet wat je hebt:  
87 aansprakelijkheid en nou ja, gevolgschade, of weet ik veel. En, toen heb ik dat denk ik wel.... Ik  
88 kan me wel herinneren dat ik dacht van: ja, moet ik dat weer erbij nemen of zo. Dat ik dat heb  
89 gelezen, maar dat klopt wel dat ik deze heb ontvangen. Ja.

90 EvH: Want weet u dan misschien ook nog of u toen heeft doorgedrukt op 'meer informatie' of  
91 'bereken uw premie'?

92 Respondent: Ja denk het wel. Nou volgens mij kreeg ik al iets met: als je dit erbij neemt, dan  
93 wordt het nu zo en zo. Met een soort van berekening, maar ik ben daar niet op in gegaan. Nee.

94 EvH: Nee, dus u heeft na het zien van deze mail niet een verzekering afgesloten?

95 Respondent: Nee niet in de actie gegaan. Nee.

96 EvH: Ja dan de volgende: weet u nog of u deze heeft ontvangen? En de datum kan dan afwijken  
97 ...

98 Respondent: Ja nou die ontvang ik regelmatig en ik moet je heel eerlijk zeggen: die vertrouw ik  
99 dan nooit. Want dan denk ik: dat is een of andere spammail dat ik mijn gegevens moet invullen,  
100 en dan krijg je weer herinnering 'u heeft uw gegevens nog niet ingevuld' en ik denk dan eerlijk  
101 gezegd altijd van: nou ik ga niks veranderen. Mijn gegevens zijn niet veranderd. Ik woon op  
102 hetzelfde adres, rekening klopt nog ... Dus die laat ik dan aan mij voorbijgaan.

103 EvH: Oké, nee.

104 Respondent: Want ik ga dan niet bellen om te vragen van: goh klopt dit? Is dat spam of niet?  
105 Want dan denk ik ja dat nummer komt misschien ook van het spamadres af.

106 EvH: Ja precies ja, want u ontvangt hem regelmatig, zei u?

107 Respondent: Ja, omdat er dan staat: voor een bepaalde datum. En als je dat niet hebt gedaan,  
108 krijg ik volgens mij nog een keer zo een herinnering van: 'u heeft uw gegevens nog niet ingevuld'.  
109 Dus deze herinner ik me wel.

110 EvH: Ja, deze wordt inderdaad ..., want u heeft dus niet op mijn gegevens controleren geklikt,  
111 zeg maar?

112 Respondent: Nee, omdat ik toch dacht van: ja, dat zou misschien ook weer iets bijzonders  
113 kunnen zijn. En omdat mijn gegevens niet veranderd waren, vond ik dat niet nodig eigenlijk.

114 EvH: Nee oké, helemaal goed. Ja, dan de laatste eigenlijk, Dat is deze mail of brief dat zou ook  
115 kunnen. Weet u nog of u deze heeft gehad?

116 Respondent: Nou, dat zegt mij ook niet wat. Nee.

117 EvH: Nee.

118 Respondent: En, dat zegt niet dat ik het niet gehad heb. Maar het kan gewoon zijn dat ik dacht:

119 het zal wel.

120 EvH: Want daarin staat de polis voor het volgende jaar. U kunt zich niet herinneren dat u die

121 gehad heeft?

122 Respondent: Ja, ik denk dat ik hem gehad heb. Maar weet je, dit zijn van die dingen .... Ja, Je

123 moet verzekerd zijn en de premie zal niet 100% gestegen zijn of zo. Dus daar maak ik me dan

124 verder niet al te druk om met alle andere kosten die heel erg stijgen. Dus ik neem het ter

125 kennisgeving aan, laat ik het maar zo zeggen.

126 EvH: Ja, ja precies.

127 Respondent: Weet je, het is belangrijk voor mij dat ik de factuur krijg en de factuur inboek. En of

128 het € 1 of € 5 duurder is, weet je dat is helemaal niet zo interessant.

129 EvH: Nee, nee snap ik. Ik zal het delen weer even stoppen, want dan kunnen we elkaar weer

130 zien. Heeft u zelf wel eens contact gezocht in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert?

131 Respondent: Nee.

132 EvH: U heeft niet gebeld of gemaïld, of ...?

133 Respondent: Nee. Nee, ik zou niet weten waarvoor

134 EvH: En heeft u berichten tussen Goedverzekert en andere bedrijven of andere klanten gezien

135 op sociale media?

136 Respondent: Nee.

137 EvH: En dan de volgende vraag: via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen

138 bereiken?

139 Respondent: Ja, ik vind dan de mail toch nog steeds van het handigst. Ja en gewoon via jullie

140 eigen website dat je daarop iemand kan contacten. Dat is gewoon het handigst of een chatbox of

141 zoiets dergelijks. Weet je, ik vind tegenwoordig met mail: of er is een enorme lap tekst of in de

142 bijlage zijn 20 bijlages, waar ik me altijd aan irriteren. Ik weet niet of het bij Achmea zo is hoor.

143 Dan staan er ik weet niet hoeveel foto's, en dan kom je pas bij de bijlagen waar het over gaat.

144 EvH: Ja.

145 Respondent: En dan is het toch net een onderwerp waarvan je denkt: ja, het zal wel en dan klik je

146 door. Maar ja ik denk dat als je zelf echt iets wil weten dat ik dan toch naar de website ga en

147 daarop even snel zoek. En als het me dan niet snel genoeg lukt, dan via een chatbot de vraag

148 stel.

149 EvH: Ja dus u zoekt eerst op de website, en als u het niet vindt dan schakelt u een chatbot in?

150 Respondent: Ja.

151 EvH: En via, welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken.

152 Respondent: Nou ja. Dat is dus een beetje lastig. Als het een mail is, wat ik al zei dan denk ik: ja,

153 als ik mijn gegevens moet invullen dat geloof ik dan nooit zo. Het is niet dat je je pincode meteen

154 moet geven, maar.... En intussen alle mails die je krijgt. Het interesseert je te weinig. Alle leuke

155 dingen die je in je mail ziet, denk je: oh nou, dat open ik eventjes en dat lees ik vluchtig, maar  
156 hiervan denk ik: ja.... Het is iets wat moet. Er zijn geen grote dingen. Ik heb geen enorme groot  
157 risico. Ik heb geen hele grote verzekering afgesloten. Voor mij geldt dat gewoon niet. Dus ik vind  
158 het toch een beetje lastig. Ja, ze kunnen we toch alleen maar per mail bereiken, denk ik.  
159 EvH: Nou, ze zouden ook kunnen bellen als u dat liever zou willen.

160 Respondent: Ja, maar dan weet je ook niet of het echt iemand van Goedverzekert is en ik kan  
161 me voorstellen dat ze dat niet met alle klanten kunnen doen. Maar ja, ik denk toch dat mailen  
162 misschien het handigste is. En misschien als ze meteen? Ja, nee, ... dat is ook onzin. Ik zat te  
163 denken als ze een polisnummer hebben of zo. Maar goed, dat kan iedereen ook jatten hè? En  
164 dan kopiëren als je kwaad wil. Ik zou het zo niet weten. Anders dan e mail denk ik toch maar.

165 EvH: Ja ja, en op welke momenten zou Goedverzekert contact met u moeten zoeken?

166 Respondent: Nou ja, Ik kan me voorstellen dat – want Ik heb volgens mij per jaar afgesloten – ze  
167 aan het eind van het jaar misschien contact opnemen van: goh je hebt dit en dit afgesloten, maar  
168 je premie verandert. Misschien moeten we samen kijken naar een ander model wat voor jou  
169 beter is. Dat zou kunnen. Maar ik moet je heel eerlijk zeggen. Als ik dat nu zeg, denk ik: ja,  
170 volgens mij hebben ze dat gedaan en lees ik dat niet. Dus het is niet zozeer onwil maar het is niet  
171 belangrijk genoeg voor mij. Laat ik hert zo maar zeggen. Mijn hele werk hangt er niet vanaf.

172 EvH: Nee dat snap ik snap. Ja, de volgende vraag is: waarover zou u meer informatie willen  
173 ontvangen van Goedverzekert?

174 Respondent: Nou ja, misschien over voorbeelden van ondernemers, zoals ik. Over welke risico's  
175 we lopen, want ik sluit het ook alleen maar af omdat andere mensen dat doen. En omdat ik lees  
176 dat je als zzp'er verzekerd moet zijn voor bepaalde dingen. En misschien is het helemaal niet  
177 waar, maar kan ik kosten ook op mijn privéverzekering zetten. Van dat soort dingen heb ik  
178 eigenlijk geen idee. Dat zou wel kostenbesparend zijn.

179 EvH: Ja en hoe zou je dat dan willen ontvangen? Die informatie? Want ja, het kan per mail, maar  
180 het zou bijvoorbeeld ook met een bijeenkomst kunnen, of telefonisch.

181 Respondent: Nou toen ik net begon, Kamer van Koophandel heeft ook altijd een heleboel  
182 bijeenkomsten, en dan denk ik van: als dat daar samengevoegd zou zijn. Want als ik iets van de  
183 Kamer van Koophandel kreeg, dan stond daar wel in dat je verzekert moet zijn en waaraan je  
184 moet denken. Maar waarvoor je verzekert moet zijn, wat het kost, en waarom je dan precies  
185 verzekerd moet zijn...

186 EvH: Dat zeggen ze niet ...

187 Respondent: Moet je dat nou niet doen of juist wel doen? En wat is het verschil tussen zzp of een  
188 eenmanszaak? Dus misschien in samenwerking met de KVK. Misschien is dat er al hoor, maar  
189 dat zou ik me kunnen voorstellen.

190 EvH: Ja, want zij zeggen dus wel dat u zich moet verzekeren, maar niet waarvoor, waarom en  
191 wat dan?

192 Respondent: Nee dat denk ik niet. Weet je wat ik vind? Je krijgt zoveel boekjes en folders als  
193 starter en je weet dat je verzekerd moet zijn en dan regel je dat. En de kosten zijn niet zo hoog.

194 En dan denk je van: ja, wat kan ik allemaal laten afbranden? Een woning? En dan geloof je het  
195 wel. Maar het is wel goed als iemand dat in normale mensentaal komt uitleggen, denk ik. En zelf  
196 iets doorlezen en zo .... Ik denk dat wij daar allemaal een beetje te lui voor zijn. Maar als iemand  
197 dat vertelt op zo'n bijeenkomst dan denk je misschien: oké.

198 EvH: Ja precies. Ja mijn volgende vraag die sluit eigenlijk heel erg op aan: hoe zou je het vinden  
199 als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u te informeren over eventuele wijzigingen in  
200 verzekering? En met openbare gegevens bedoel ik dan inderdaad het KVK bijvoorbeeld. Dus als  
201 wij zien dat u toch een medewerker in dienst neemt dat we dan zeggen: nou, dan zouden deze  
202 verzekeringen voor uw relevant zijn en deze niet meer.

203 Respondent: Nou, dat denk ik wel dat ze ... kijk. Aan de ene kant heb je dan misschien een  
204 gevoel van Big Brother is watching you. Ze weten alles wat ik doe. Maar goed, zo is het nu toch  
205 hè? Zodra ik mijn gegevens ergens geef.

206 EvH: Ja.

207 Respondent: Maar juist ja, je moet het dan positief benaderen en denken van: als je omzet op  
208 een gegeven moment boven een bepaald bedrag uitsteekt, dan is het belangrijk dat ook iemand  
209 denkt van hé, wacht even. Ze is volgens mij iets meer gaan doen dan een paar kussens op een  
210 bank leggen ofzo. Dus het risico zou groter zijn. Ja dan is het wel handig dat je een bericht krijgt.  
211 Als het niet een heel commercieel iets is maar meer dat ze je willen behoeden voor weet ik wat  
212 voor ellende.

213 EvH: Ja.

214 Respondent: En ook hè, misschien als mensen denken van: goh, de Kamer van Koophandel  
215 heeft mijn adres doorgegeven of zo dat je het ook gewoon per omgaande meteen weer kan  
216 opzeggen. Daar heb ik geen behoefte aan of zo. Maar ik denk dat als het echt heel doelgericht is  
217 en als ze weten dat je ze daarbij helpt in plaats van dat je ze nog een verzekering verkoopt. Dat  
218 het dan wel heel slim is.

219 EvH: Ja het is inderdaad de bedoeling om te helpen, dus ook om te zeggen: nou, deze  
220 verzekeringen heb je niet meer nodig.

221 Respondent: Ja.

222 EvH: Ja dat is inderdaad wel het doel van dit soort dingen.

223 Respondent: Ja. En ik denk dat ... Achmea heeft ook een heleboel onderdelen. Het is misschien  
224 handig om daarbinnen te zeggen van: jij kan je het beste voor die of die verzekeren. Er is niks  
225 irriteranter dan als bedrijven je een mail sturen van iets wat je al hebt afgesloten. Ik denk, ja kijk  
226 even eerst zelf in je eigen administratie.

227 EvH: Ja precies. Nou dat was eigenlijk deel een en dan wil ik nu graag door naar deel twee.  
228 Daarvoor leg ik u twee e mails voor. Nou, die heeft hij zojuist ook gezien. Dat zijn de cross e mail  
229 en de actualisatie mail. Goedverzekert wil graag beter op welke manier die mails verbeterd  
230 kunnen worden. Dus ik laat ze zo via mijn scherm weer zien en dan kunt u ze rustig doorlezen. Ik  
231 heb de tekst opgedeeld in tekstonderdelen en dan kunt u per tekstonderdeel aangeven of u daar  
232 een plusje of een minnetje voor wil zetten. U zet een plus of minnetje, omdat een tekstonderdeel



233 informatie bevat die niet belangrijk is of niet juist is of die juist wel heel relevant is. Of ja,  
234 informatie die op een juiste manier aanspreekt of waar informatie mist. Nou u mag alles  
235 verzinnen. Ik zal mijn scherm weer even delen, want dan kunt u ze gelijk zien. Deze mail heeft u  
236 zojuist ook gezien. Ik hoop dat hij ze zo kan lezen.

237 Respondent: Ja.

238 EvH: Oké, u kunt deze gewoon rustig doorlezen en dan per tekstonderdeel aangeven of u daar  
239 een plus of een min bij wil zetten. En dan vraag ik u daarna waarom u dat vindt.

240 Respondent: Ja uh... tekstonderdeel een is een plusje. Wat ik net zei hè, dat het handig is dat je  
241 weet wat andere mensen in mijn branche doen. Dan is het handig als je dan leest dat ze ook dit  
242 verzekeren. Dus dat vind ik eigenlijk wel goed.

243 EvH: Ja.

244 Respondent: Alleen staat dan in tekstonderdeel twee een beroepsaansprakelijkheidsverzekering.  
245 En dan denk ik, dat heb ik toch? Of heb ik dan wat anders? Is het dan een  
246 beroepsaansprakelijkheid of heb ik alleen maar een aansprakelijkheidsverzekering?

247 EvH: Ja waarschijnlijk inderdaad het laatste. Dus een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering. Dat  
248 is net anders inderdaad dan een beroepsaansprakelijkheidsverzekering. Wat precies het verschil  
249 tussen de twee is, kan ik u ook niet helemaal uitleggen, maar er zit wel verschil tussen.

250 Respondent: Nou ja. Dat is denk ik ook omdat mensen daar helemaal niet thuis in zijn, hè? In die  
251 verzekeringswereld.

252 EvH: Ja.

253 Respondent: Want ik ben er ook niet in thuis en ik denk van nou, dat heb ik toch? Dus dan hoef  
254 je niet met dit aan te komen, maar blijkbaar heb ik dit dus niet. Het gaat erom dat ze zeggen: nou  
255 u heeft nu alleen een x-verzekering, en daarom zijn deze verzekeringen misschien ook wat voor  
256 u. Dit is het verschil tussen de twee. Dat is gewoon heel praktisch. Want als ze zeggen iemand  
257 uit uw branche'... ja. Misschien moet je dan een voorbeeld echt uitlichten. Ik begrijp dat je niet te  
258 veel tekst wil, maar dit is te algemeen, waarbij mensen denken: nou dat heb ik toch?

259 EvH: Ja, snap ik.

260 Respondent: Dus op zich is de tekst duidelijk en kort, en begrijp ik nu wat een  
261 beroepsaansprakelijkheidsverzekering is. Maar ik denk nog steeds dat ik het al heb, wat dus  
262 blijkbaar niet zo is.

263 Respondent: Ja en tekstonderdeel drie is duidelijk

264 EvH: Ja u mag ook geen mening hebben hoor over een tekstonderdeel. Dus als u denkt: nou ja,  
265 daar vind ik niks van dan mag u dat ook vinden.

266 Respondent: Ja aan de ene kant denk ik bij drie: 'precies weten wat wel en niet verzekerd is', is  
267 dan weer iets anders dan 'meer informatie'? Dus het staat een beetje.... En, terwijl ik denk dat  
268 precies weten wat wel en niet verzekerd is beter is dan meer informatie. Omdat ik niet precies  
269 weet welke informatie ik dan nog mis.

270 EvH: Ja.

271 Respondent: Ja. En 4 ... Ja prima. Het legt uit waarvoor een Rechtsbijstand is.

272 EvH: Ja.

273 Respondent: Ja geen opmerkingen over en tekstonderdeel 5 hetzelfde eigenlijk als 3.

274 EvH: Oké, nee goed. En bij 3 bedoelde u dat het eigenlijk dubbelop staat: 'precies weten wat wel  
275 en niet verzekerd is' en 'meer informatie'?

276 Respondent: Nou ja, kijk. Ik snap dat het daar staat, hè? Maar als er staat 'meer informatie' dan  
277 denk ik: ja ik hoef toch niet meer informatie. Maar dan lees ik de zin: wil je precies weten wat wel  
278 en niet verzekerd is? Dan denk ik: ja dat is nog wel handig om te weten. Want dan denk ik altijd:  
279 er zit vast een addertje onder het gras of er zijn ergens kleine lettertjes. Want het zijn nu eigenlijk  
280 klik blokjes hè. Je wil weten wat er niet verzekerd is en je premie berekenen en nog meer  
281 informatie. Dus het zijn allemaal blokjes waar je drie keer op kan klikken?

282 EvH: Ja precies ja.

283 Respondent: En dan weet ik uit ervaring: dan kom ik misschien niet meer terug bij de mail, dus  
284 het ... ja.

285 EvH: Dan vergeet u die andere twee. Ik snap hem. Ja.

286 Respondent: En bel gerust als u vragen heeft. Ja, nee, ook duidelijk.

287 EvH: Even kijken dan door naar de volgende. En dat is de actualisatiemail. Kunt u de mail zo  
288 lezen?

289 Respondent: Ja hoor. Ja, Ik denk in tekstonderdeel een – althans, dat geldt voor mij, hè? – er kan  
290 van alles veranderen in een jaar en dan ook voor mijn bedrijf. Maar geef dan eens een voorbeeld,  
291 hè, is dat bijvoorbeeld omdat ik medewerker heb gekregen of dat ik veel meer omzet draai en  
292 daardoor een groter bedrijfsrisico loop. Er is niets veranderd. Nee ik heb hetzelfde  
293 telefoonnummer nog, ik zit op hetzelfde adres. Ik denk dat veel mensen praktisch denken. Maar  
294 als daar bijvoorbeeld een voorbeeld in staat. Dan denken mensen: oh dat bedoelen ze. Nu denk  
295 je meteen van ja dat is een nepper en ze willen mijn bankgegevens weten.

296 EvH: Ja dus het had u geholpen als er een voorbeeld in de tekst had gestaan. Dan had u  
297 gedacht: oh daarom moet ik dat gaan doen.

298 Respondent: Ja, want dat was volgens mij in die vorige mail daarin stond wel zoiets van een  
299 voorbeeld.

300 EvH: Deze bedoelt u?

301 Respondent: Nee, ja dat ik nog niet echt een concreet voorbeeld.

302 EvH: Nee dus dat mist er nog.

303 Respondent: Ja nou ja missen... Daar ben je dan wat meer gerustgesteld door. Het gaat niet  
304 alleen om mijn gegevens, maar daarom willen ze mijn gegevens weten. En niet dat het dan  
305 meteen ongunstige gevolgen heeft. Niet dat ik dan meer premie moet betalen.

306 EvH: Nee precies, ja dat snap ik.

307 Respondent: Dus meer de positieve insteek. Nou ja bij blok twee 'of verwacht u veranderingen  
308 het komende jaar?' Daar geldt eigenlijk hetzelfde. Dus een voorbeeld zoals uitbreiding van uw  
309 werkzaamheden of meer personeel of u gaat er een andere bedrijfstak bij doen. Ik verzin maar  
310 even wat.

311 EvH: Ja.

312 Respondent: Want ik denk dan steeds, hè, uw gegevens blijven kloppen. Dat is bijna als NAW-  
313 gegevens dat dat klopt. Mijn bankrekening klopt, mijn adres, .... Denk dat dat het verschil is voor  
314 mij.

315 EvH: U wilt graag weten over wat voor gegevens het dan gaat en wat voor veranderingen we dan  
316 bedoelen, zeg maar.

317 Respondent: Ja dat is voor mij interessant. Als Goedverzekert bang is dat mijn adres veranderd  
318 en dat daarom de factuur niet meer aankomt, dan is dan mijn zorg, weet je? Om het maar even  
319 heel zwart-wit te zeggen. Dus als er meer geschreven wordt vanuit de klant en wat jullie willen  
320 met dit formulier, dan zal het wel meer gelezen worden.

321 EvH: Ja.

322 Respondent: Tekstonderdeel 3 geloof ik wel. Dat begrijp ik. En bel gerust. Ja op zich is het  
323 duidelijk. Ik weet alleen nooit als ik dat nummer bel of ik dan echt iemand van de afdeling krijg die  
324 dit weet. Of moet ik dan helemaal uitleggen waarvoor ik bel. Daarom bel ik eigenlijk nooit.

325 EvH: Snap ik. Volgens mij is dit het zakelijke telefoonnummer en dan moet u nog wel aangeven  
326 om welke verzekering het gaat. Tenminste, dat zou ik logisch vinden. Ik heb zelf ook nooit  
327 gebeld. En dat u dan direct de juiste medewerker aan de telefoon krijgt.

328 Respondent: Ja en er staat hierboven volgens mij niet.... Want nu staat er: beste meneer  
329 Huppeldepup. Er kan van alles veranderen. Maar misschien heb ik wel meer privé verzekeringen  
330 lopen bij Goedverzekert. En dan zou ik er misschien in het tekstonderdeel nog bij zetten: wij  
331 nemen contact met u op in verband met uw bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering. En niet met  
332 mijn glasverzekering bijvoorbeeld.

333 EvH: Dat snap ik.

334 Respondent: Maar misschien staat dat al in de aanhef?

335 EvH: Nee volgens mij niet. Nee, nee, Dit is hem dus dit en hij heet: 'want in een jaar kan alles  
336 veranderen'. Dus u weet inderdaad niet om welke verzekering het gaat, als u meerdere  
337 verzekeringen heeft, zakelijk of privé.

338 Respondent: Nee. Nou ja, dat zou wel handig zijn, denk ik.

339 EvH: Ja goeie tip. En heeft u verder nog dingen? Want in principe was dit het. Heeft u nog  
340 vragen? Of dingen die u te binnen schieten waarvan u denkt, nou, dat moet ik nog u zeggen.

341 Respondent: Nou, de reden dat toen jij dat mailtje stuurde, dacht ik dus dat is weer zo'n  
342 herinnering. Ik denk, oh ja, dat interesseert mij. Ik heb altijd bij Ikea gewerkt op het hoofdkantoor  
343 en daar deden we ook mailing uit en dan was ik zelf altijd heel verbaasd: waarom reageren  
344 mensen nou niet of wat dan ook? Dus ik vind het ook wel heel erg interessant. Ik heb zelfs  
345 volgens mij nog iets gekregen van Achmea van: niet aanklikken, want er gaan spammails in  
346 omloop. Dan denk je als snel van: nou delete en ik zoek het wel uit. Er is niets veranderd dus  
347 vandaar dat ik dacht dan wil ik wel meedoen om te kijken of ik de enige ben die zo stom is of dat  
348 het meer gebeurd.

349 EvH: Nee, u bent niet de enige die dat inderdaad heeft. Er gaan ook veel nepmails rond en  
350 daarom zijn we bezig met een mail waaraan u onze mails kan herkennen.

351 Respondent: Ja ja.

352 EvH: Dus wij weten dat veel mensen onze mails niet openen omdat er nepmails rondgaan.

353 Respondent: Ja maar die oplichters kunnen die mail sturen. Sorry, ik bedoel je vertrouwt mails  
354 dus niet snel. En ik vind het ook moeilijk te herkennen.

355 EvH: En, wat zou u helpen? Zodat u zeker weet: dat is Goedverzekert

356 Respondent: Ja misschien toch... Je moet heel veel met een DigiD doen en dan wil ik geen DigiD  
357 van Achmea. Maar aan de andere kant, je persoonlijke gegevens staan erin, hè? Dan is dat  
358 misschien best wel handig dat je dan met een pincode weet van: dit is echt. Ik log hier in en daar  
359 staan mijn vragen.

360 EvH: Zoiets als Mijn Goedverzekert bedoelt u dan?

361 Respondent: Die mail die ik gekregen had, waar ik geen gebruik van maak. Die bedoel ik. Dan  
362 zou het inderdaad kunnen dat daar meer belang bij is. Dat je weet dat je geen mails meer krijgt,  
363 maar dat je moet inloggen en alleen jij kan zien welke vragen relevant zijn.

364 EvH: Ja, dus toch wel een online omgeving?

365 Respondent: Ja, denk het dan wel en dan is het de kunst om mensen daar het nut van in te Laten  
366 zien. Dat scheelt ook weer heel veel mailtjes.

367 EvH: Ja nee snap ik. Ja zeker.

368 Respondent: Nee we verder geen vragen. Nee, leuk.

369 EvH: Oké top. Nou, dan zal ik in ieder geval even de opname van stoppen. En dan wil ik u  
370 bedanken voor uw tijd en ideeën.

1 9.10.5 Respondent 5

2 EvH: Ik zal gewoon gelijk beginnen met de eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Personal training bedrijf.

4 EvH: Oké en wat doe je dan precies?

5 Respondent: Ja, Ik ben personal trainer en ik coach eigenlijk mensen om fitness doelen te

6 behalen. Dus ja, dat eigenlijk. Het zijn voornamelijk fysieke transformaties waar ik voor sta en om

7 mensen te helpen een betere shape te krijgen en tegelijkertijd lekkerder in hun vel te zitten.

8 EvH: Ja en heb je dan je eigen zaal? Of heb je je eigen sportschool?

9 Respondent: Ik huur van de basic fit dus Ik ben personal trainer bij basic fit, maar wel gewoon

10 zzp. Ik huur daar een zaaltje om leden te kunnen coachen.

11 EvH: Oké en dat en dat doe je alleen neem ik aan? Daarvoor heb je geen niemand in dienst?

12 Respondent: Nee, klopt dat doe ik alleen.

13 EvH: En sinds wanneer ben je ermee begonnen?

14 Respondent: Vorig jaar oktober, dus nu iets langer dan een jaar

15 EvH: Oké, en toen heb je gelijk ook je aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

16 Respondent: Ja klopt, net voordat ik ging starten al.

17 EvH: Oké en deed je daarvoor hetzelfde? Of heb je toen wat anders gedaan?

18 Respondent: Ja totaal iets anders. Ik doe dat nog steeds wel hoor. Maar ja in de psychiatrie. Dat

19 heb ik nu alleen afgebouwd naar 12 uur en dat deed ik toen fulltime.

20 EvH: Oké, en het personal trainen doe je ook een aantal uur per week?

21 Respondent: Ja. Dat is nu wel wat ik het meeste doe. Alhoewel dat wisselt wel een beetje per

22 week, maar er komt natuurlijk wel veel administratie bij kijken, zoals dingen achter de laptop,

23 schema's, voeding, etc. Dus ik geef niet alleen maar les.

24 EvH: Nee.

25 Respondent: Dus ja, het wisselt een beetje per week met hoeveel ik er dan precies mee bezig

26 ben. Maar ja, ik werk zeker wel fulltime zo alles bij elkaar.

27 EvH: Nee oké, en heb je wel eens een claim ingediend bij Goedverzekert?

28 Respondent: Een claim ...

29 EvH: Ja een situatie waarbij je je aansprakelijkheidsverzekering nodig had

30 Respondent: Nee volgens mij niet.

31 EvH: Nee, en waarom heb je een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

32 Respondent: Omdat het toen wel echt gevraagd werd. Toen ik daar bij de Basic fit kwam. Dat

33 stond ook in het contract dat dat wel moest. Je wil jezelf ook wel gewoon aansprakelijk stellen.

34 Dat stel er gebeurt iets met de apparaten of met een van de mensen die je coacht dan ja.... Dan

35 wil je die wel hebben, zeg maar.

36 EvH: Snap ik. En de volgende vraag die sluit daarop aan: waartegen bent u verzekerd met een

37 aansprakelijkheidsverzekering, denkt u?

38 Respondent: Ja dus als er iets gebeurt met de dames of de mensen die ik coach, of ze hebben  
39 een ongeluk. Dan ben ik daarvoor verzekerd, denk ik. Of op het moment dat er iets kapot gaat in  
40 de sportschool. Ik denk daarvoor eigenlijk. Alles wat met mijn bedrijf te maken heeft, zeg maar.  
41 EvH: Ja oké. En waarom heeft u de aansprakelijkheidsverzekering bij Goedverzekert afgesloten?  
42 Respondent: Ik was toen aan het rondkijken en toen hoorde ik van een andere personal trainer  
43 dat hij het ook hier had. Dus dat is eigenlijk het eerste waar ik keek. Ik heb ook wel een beetje  
44 prijzen vergeleken. Het was die combinatie eigenlijk.  
45 EvH: Oké en denk je dat je goed verzekerd bent bij Goedverzekert?  
46 Respondent: Ja.  
47 EvH: Ja  
48 Respondent: Zeker, zeker. Ik heb me daar niet mega erg in verdiept dit jaar. Maar toen rond die  
49 tijd wel en het was gewoon een aansprakelijkheidsverzekering waar alles in zat wat ik op dat  
50 moment nodig had. Dus ik ga ervan uit dat dat niet veranderd is.  
51 EvH: Nee oké, je hebt je wel echt ingelezen voordat je het afsloot?  
52 Respondent: Ja en dat werd ook nog verteld. Want ik had er nog een telefoongesprek gehad,  
53 volgens mij. Dus ja, zeker.  
54 EvH: Ja oké. Dan laat ik je zo een aantal e mails zien die Goedverzekert verstuurt. Daarvoor zal  
55 ik even mijn scherm delen, want dan kun je ze ook zien. Dit is de eerste mail. Heb je deze  
56 gehad?  
57 Respondent: Uh ja misschien wel, maar die heb ik dan niet geopend.  
58 EvH: Je kan je deze niet herinneren?  
59 Respondent: Nee.  
60 EvH: Nee oké, dan ga ik door naar de volgende. Dat is deze. Heb je deze ontvangen? Dat kan  
61 per mail, maar kan ook per brief zijn geweest.  
62 Respondent: Ja, die heb ik gehad.  
63 EvH: En, heb je na het zien van deze mail of brief nog wat gedaan?  
64 Respondent: Nee, ik heb het zo gelaten. Want als je niks deed, dan was het goed, toch?  
65 EvH: Ja, dit was inderdaad je bevestiging. Het enige wat je had kunnen doen, is een account  
66 voor mijn Goedverzekert aanmaken. En de polis zat erbij als bijlage. Dus die had je kunnen  
67 opslaan.  
68 Respondent: Ja inderdaad die polis heb ik opgeslagen en in mijn map gedaan, maar ...  
69 EvH: Geen account aangemaakt?  
70 Respondent: Dat denk ik niet durf niet met zekerheid te zeggen, maar nee dat denk ik niet  
71 EvH: Nee. Dan door naar de volgende. Dat is deze mail. Heb je deze gehad?  
72 Respondent: Ja heb ik wel eens gelezen.  
73 EvH: Heeft u na het zien van deze mail nog wat gedaan? Heeft u bijvoorbeeld op bereken uw  
74 premie geklikt? Of meer informatie?  
75 Respondent: Nee heb ik niet gedaan, want ik dacht eigenlijk van: oh, het is wel goed hoe ik nu  
76 zit.

77 EvH: Ja ja.

78 Respondent: Misschien is het wel nodig hoor, maar ik ben daar soms iets te makkelijk in.

79 EvH: Nee helemaal goed. U heeft dus niet een verzekering afgesloten of doorgeslekt naar de  
80 website?

81 Respondent: Nee.

82 EvH: Nee, oké goed. Dan deze mail. Heeft u deze gehad?

83 Respondent: Controleren gegevens. Oh, die heb ik dan wel gemist, denk ik. Voor 26 oktober....  
84 Nou, die heb ik dan denk ik gemist.

85 EvH: Ja het kan zijn dat er bij u een andere datum stond hoor. Als het goed is, krijgt u deze  
86 namelijk drie maanden voordat uw verzekeringscontract afloopt. Dus dat is voor iedereen  
87 verschillend. Herkent u deze mail?

88 Respondent: Ja nou, ik heb wel zoiets gehad in de richting van dat ik een heel jaar lang al  
89 betaald had, zeg maar. Of ja, dat ik een heel jaar lang deze verzekering had. En of ik daarmee  
90 door wilde gaan. Dus wel iets in die trant. Als ik niks deed dan zou die automatisch doorgaan.  
91 Maar dat is deze mail niet dan?

92 EvH: Nee dat is denk ik de volgende mail, maar deze heeft u dus niet gezien? Dat u via de knop  
93 uw gegevens gecontroleerd heeft.

94 Respondent: Nee, ik moet eigenlijk beter opletten. Ik heb hem niet gezien, maar gelukkig kloppen  
95 al mijn gegevens nog dus.

96 EvH: Oké, en weet u hoe dat kan dat u het niet gezien heeft? Hebben wij misschien nog een  
97 ander e-mailadres? Of heeft u de mail wel ontvangen, maar heeft u het niet gelezen?

98 Respondent: Ik denk het tweede.

99 EvH: Oké. Er is niet iemand anders die bijvoorbeeld uw mailbox beheert?

100 Respondent: nee

101 EvH: Of dat u een ander emailadres heeft gehad?

102 Respondent: Nee, maar ik krijg zoveel

103 EvH: Ja veel mailtjes binnen zeker. Ik snap het.

104 Respondent: Ja en ook reclame, en zo. Dus ja ik moet misschien iets secuurder kijken daarin

105 EvH: Ja dat snap ik hoor. Dat een mail je dan niet opvalt

106 Respondent: nee precies

107 EvH: Dan de volgende en ik denk dat je net deze bedoelde

108 Respondent: Ja precies ja.

109 EvH: Die heeft u wel gehad?

110 Respondent: Ja die heb ik toch wel ontvangen. Gewoon na een jaar, zeg maar.

111 EvH: Ja precies. Oké top. Dan stop ik even met delen. Dan is mijn volgende vraag: heeft u in uw  
112 eerste jaar als klant bij Goedverzekert wel eens contact gezocht met Goedverzekert?

113 Respondent: Ja helemaal aan het begin. Dat was om de aansprakelijkheidsverzekering te  
114 regelen. Omdat ik per ongeluk een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten had voor privé in  
115 plaats van zakelijk. Dus toen zijn er wat telefoontjes achteraan gegaan om dat te regelen. Maar

116 dat ging best wel makkelijk en snel. Dus toen is dat gewoon overgezet naar zakelijk en verder  
117 heb ik het eigenlijk nooit nodig gehad.

118 EvH: Nee, dus wel even om het goed af te sluiten en daarna niet meer?

119 Respondent: Nee ook niet echt meer naar omgekeken. Dan denk ik: o ja, het is wel goed. Ik heb  
120 het niet nodig. Ik ben verzekerd.

121 EvH: Ja snap ik en heeft u berichten tussen Goedverzekert en andere klanten of bedrijven gezien  
122 op sociale media?

123 Respondent: Je bedoelt reclame?

124 EvH: Ja bijvoorbeeld reclame van Goedverzekert waarop mensen reageren.

125 Respondent: Nee, niet echt. Ja op televisie zie ik wel eens wat, maar nooit op Instagram of zoiets

126 EvH: Nee, oké en via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

127 Respondent: Telefoon. Ja dat vind ik altijd wel het makkelijkst en dan niet van die eeuwenlange  
128 wachtrijen.

129 EvH: Nee precies en via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?

130 Respondent: Telefoon of ja misschien dat email het makkelijkste. Of eerst mail misschien en als  
131 het heel belangrijk is, dan de vraag sturen of ze kunnen bellen. Een bel afspraak of zo?

132 EvH: Ja oké, en ...

133 Respondent: Want meestal als ik ineens gebeld word door een nummer wat ik niet ken en het is  
134 iets van KPN of Ziggo, dan klik ik meteen weg zonder dat ik dat verhaal überhaupt wil aanhoren.  
135 Dus ik zou eerst eventjes vragen of ze kunnen bellen.

136 EvH: Ja precies. En zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?

137 Respondent: Nou, als er echt belangrijke wijzigingen zijn wat betreft mijn verzekering, kortingen  
138 of dingen die echt belangrijk zijn, dan wel. Maar niet zomaar, bijvoorbeeld voor dingen waar ik  
139 zelf niks aan heb.

140 EvH: Nee, alleen voor de belangrijke dingen, zoals wijzigingen in uw verzekering bijvoorbeeld?

141 Respondent: Ja.

142 EvH: En, kunt u ook een moment bedenken wanneer Goedverzekert contact met u zou moeten  
143 zoeken?

144 Respondent: Nou ja, dus inderdaad als er wat wijzigt qua kosten. Of als ik ineens niet meer  
145 ergens verzekerd voor ben, terwijl ik denk van wel. Dus op het moment dat er echt iets verandert  
146 in mijn verzekeringspakket.

147 EvH: Oké. En, hoe zou je het vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u te  
148 informeren over wijzigingen in hun verzekering?

149 Respondent: Hoe bedoel je dat?

150 EvH: Dus stel dat u toch een medewerker in dienst neemt, en dat zet u dan in de KVK. Dat  
151 Goedverzekert dat dan ziet en dat wij dan naar u sturen: oké, u heeft nu een medewerker in  
152 dienst. Daarvoor is deze verzekering relevant en deze niet meer.

153 Respondent: Oh ja hoor, dat is helemaal goed.



154 EvH: Oké nou top dat was eigenlijk deel een en dan ga ik nu door met deel twee. Daarvoor laat ik  
155 je twee e mails zien en die heeft u zojuist ook gezien. Dat zijn de cross-sellmail en de actualisatie  
156 mail. Goedverzekert wil die twee mails verbeteren en daarom willen we vragen wat u vindt van de  
157 twee e mails. De tekst heb ik opgedeeld in tekstonderdelen. U kan per tekstonderdeel aangeven  
158 of je het goed vond of niet goed vond. Dat doe je met plusjes en minnetjes. Dit kan bijvoorbeeld  
159 zijn omdat de informatie In de tekst niet belangrijk is of niet relevant is, onduidelijk is of onjuist is.  
160 Of dat de tekst juist wel relevant is of u op een goede manier aanspreekt. Ik zal weer even mijn  
161 scherm delen, en dan kun je ze gewoon eerst rustig lezen. Kun je het zo lezen?

162 Respondent: Ja.

163 EvH: En dan kun je gewoon aangeven: tekstonderdeel één vind ik een plusje of een minnetje. En  
164 dan de reden waarom je dat vindt. En als je geen mening hebt over een tekstonderdeel, dan mag  
165 dat ook. Dus je mag ook zeggen: nou hier vind ik eigenlijk niet zoveel van.

166 Respondent: Oké. De eerste vind ik een minnetje

167 EvH: Oké, en waarom?

168 Respondent: Nou sowieso vind ik de opbouw niet echt netjes. Als ik het zelf zou doen, dan zou ik  
169 niet alle zinnen zo aan elkaar doorzetten. Ik weet niet of dat officieel in de mail ook zo is, maar  
170 dan had ik niet zo alles aan elkaar vastgeplakt. En in combinatie met dat er eigenlijk heel veel  
171 geluld wordt wat eigenlijk over heel weinig gaat. Snap je wat ik bedoel?

172 EvH: Ja, sommige dingen zijn niet relevant, zeg maar? Die hierin staan.

173 Respondent: Nee, eventjes in nette woorden inderdaad. Dus bijvoorbeeld: 'wij helpen  
174 ondernemers als u graag verder dat doen wij onder meer door kennis te delen'. Dat is een hele  
175 lange zin waar je eigenlijk drie woorden van zou kunnen maken.

176 EvH: Oké ja.

177 Respondent: Dus Ik denk dat als het wat korter zou zijn en wat anders opgebouwd, dat mensen  
178 daar ook makkelijker en sneller lekker doorheen lezen.

179 EvH: Ja precies en dan ook sneller doorlezen.

180 Respondent: Ja, de tweede. Ja duidelijk. Gewoon een plusje. Dat is gewoon kort, maar krachtig.  
181 Je weet waar je aan toe bent met die drie punten.

182 EvH: Oké. Dan de derde.

183 Respondent: Ja, daar is het kort maar krachtig. Dat is ook gewoon top. Bij de vierde dan een  
184 halfje, want ik zou gewoon achter elkaar opsommen waar je precies voor verzekerd bent, en dan  
185 niet twee of 3 zinnen van maken, zeg maar. Dus ook hier had dat wel iets korter gekund. Dan  
186 heb ik het over het eerste stuk. Verder die puntjes met dat groene vinkje, dat is gewoon top en  
187 duidelijk.

188 EvH: Oké dus dat vind je goed, maar het bovenste deel had iets korter gemogen?

189 Respondent: Ja iets meer samenvattend in plaats van weer hele lange zinnen.

190 EvH: Ja ja oké.

191 Respondent: Ja, verder is het gewoon goed. Dat is gewoon duidelijk dat de tijd erbij staat.

192 EvH: Oké, 5 en 6 zijn gewoon prima?

193 Respondent: Ja.

194 EvH: Oké. Dan de volgende. En de laatste.

195 Respondent: Dat zou krachtiger kunnen, dat eerste stuk. Korter en krachtiger. Ja, sommige  
196 stukken zijn ... dat kan korter en meer samenvattend, dan leest het gewoon wat lekkerder.

197 EvH: Ja dus te veel lange zinnen?

198 Respondent: Ja inderdaad. De opbouw, dat het achter elkaar geschreven is, dus daarom lijkt het  
199 heel veel tekst. Dat had ook wel in een of twee zinnen gekund. Snap je wat ik bedoel?

200 EvH: Jazeker. Het moet gewoon korter en meteen geschreven worden naar het punt wat we  
201 willen vertellen.

202 Respondent: Straight to the Point.

203 EvH: Ja, precies.

204 Respondent: Nou ja, deze is op zich prima. Maar ik zou dat stukje voor 'kloppen de gegevens  
205 niet?' Nou die zinnen daarvan, die zou ik dan apart zetten. Dus 'kloppen de gegevens wel' apart  
206 en niet alles achter elkaar schrijven. Dat leest gewoon veel makkelijker.

207 EvH: Ja precies. Dan zie je twee opties duidelijk naar vorenkomen

208 Respondent: Ja precies.

209 EvH: Dat snap ik.

210 Respondent: Ja, die is gewoon goed. Ja en die onderste ook gewoon weer met die tijd, Top.

211 EvH: Ja, oké. Die laatste twee zijn dus goedgekeurd. Dat was het dan. Heb jij nog vragen of  
212 opmerkingen die je nog wil vertellen?

213 Respondent: Nee hoor.

214 EvH: Nee oké. Dan wil ik je bedanken voor je tijd en ideeën.

1 9.10.6 Respondent 6

2 EvH: Ja dan begin ik gelijk met de eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik ben zzp'er in interim-management.

4 EvH: Oké en wat houdt het precies in?

5 Respondent: Dat ik mezelf verhuur aan organisaties die behoefte hebben aan tijdelijke

6 ondersteuning op managementgebied, teamleider, teammanager of afdelingsmanager.

7 EvH: Oké en doet u dat al sinds dat u uw bedrijf heeft opgericht?

8 Respondent: Ja, Ik ben juni vorig jaar 2021 gestart, dus 1,5 jaar bezig.

9 EvH: En op dat moment heeft u ook gelijk een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

10 Respondent: Ja

11 EvH: Ja, en heeft u ooit wel iemand in dienst gehad of iemand die u hielp tijdelijk?

12 Respondent: Nee, Ik heb niemand in dienst gehad. Nee, Ik ben zelfstandig.

13 EvH: Oké en heeft u wel eens een claim ingediend bij Goedverzekert?

14 Respondent: Gelukkig niet, nee.

15 EvH: Nee helemaal goed. En waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

16 Respondent: Het is een stuk preventie, hè? Risicobeheersing en er wordt ook naar gevraagd

17 door opdrachtgevers.

18 EvH: Ja en waartegen bent u, denkt u, verzekerd met een aansprakelijkheidsverzekering?

19 Respondent: De aansprakelijkheidsverzekering is voor eventuele fouten die ik maak tijdens mijn

20 uitvoering van mijn opdracht of werkzaamheden bij de klant.

21 EvH: En waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering bij Goedverzekert afgesloten?

22 Respondent: Nou ik ben al eerder, ook 1,5 jaar, zzp'er geweest, en toen zat ik volgens mij ook bij

23 Goedverzekert. Toen ik weer op zoek was toen ... ja, ik kijk ook even naar de prijzen en wat kost.

24 Zo kwam ik bij Goedverzekert uit.

25 EvH: Ja.

26 Respondent: Het is geen levensdoel om klant te zijn bij Goedverzekert, maar het paste gewoon

27 ook qua kosten.

28 EvH: Ja prima, en denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

29 Respondent: Ja dat denk ik wel. Ik heb daarnaar gekeken op het moment dat ik de verzekering

30 afsloot. Ik ga er nu vanuit dat die dekkend is, ja.

31 EvH: Oké, helemaal goed. Dan laat ik u nu een aantal e mails zien die Goedverzekert verstuurd.

32 En ja, daarover stel ik eigenlijk telkens de vraag of u hem ontvangen heeft. Ik zal even mijn

33 scherm delen, dan kunt u meekijken. Dit is de eerste. Heeft u deze ontvangen?

34 Respondent: Dat denk ik wel. Zal ik voor de aardigheid eens kijken? Dan kijk ik of ik deze terug

35 kan vinden.

36 EvH: Want hier zat een video achter. En ja, mijn volgende vraag is, heeft u die bekeken?

37 Respondent: Nou.... Ik denk het eerlijk gezegd wel, dat doe ik over het algemeen wel. Maar als je

38 naar de inhoud gaat vragen, dan weet ik het eerlijk gezegd niet

39 EvH: Nee, nou dat was ik ook niet van plan. Gelukkig. Maar u heeft deze dus wel gehad en u  
40 heeft de video ook bekeken, denkt u?

41 Respondent: Ik denk het, maar ik zit even te zoeken. Ik zie niet waar die staat in mijn archief.  
42 Want deze zou eigenlijk vrij snel nadat ik contact heb gehad, denk ik, hè?

43 EvH: Ja. Als het goed is, heeft u deze inderdaad toen u de verzekering afsloot ontvangen

44 Respondent: Nee, ik zie deze niet. Dus dan denk ik dat ik hem niet gehad heb.

45 EvH: Oké, dat kan hoor.

46 Respondent: Ja. Nee heb ik niet gehad.

47 EvH: Oké, nee, dan de volgende. Dat is deze mail. Deze is wat wazig, maar heeft u deze  
48 ontvangen?

49 Respondent: Wat is de titel? Verzekeringsdocumenten? Ik heb wel mails gekregen. Dat soort  
50 informatie..., maar niet van...

51 EvH: Hierin stond uw polis. En het zou ook een brief geweest kunnen zijn. Misschien dat u hem  
52 zich zo herinnert? Dat u deze met de post ontvangen heeft.

53 Respondent: Dat zou kunnen, maar als ik hem gehad heb dan heeft hij geen indruk gemaakt.

54 EvH: Deze is u niet bijgebleven?

55 Respondent: Nee, nee.

56 EvH: Nee oké, ja dan ga ik gewoon door met deze mail. Heeft u deze ontvangen?

57 Respondent: Nou niet helemaal, maar wel iets wat daarop lijkt.

58 EvH: Het zou kunnen dat als u een beroepsaansprakelijkheid heeft, die er in ieder geval niet  
59 tussen staat. Dus dan wijkt die iets af.

60 Respondent: Ja nee, niet precies deze mail, maar wel iets dat daarop lijkt.

61 EvH: Ja en heeft u toen ook doorgelikt op 'meer informatie' of 'bereken uw premie'?

62 Respondent: Dat denk ik wel. Durf ik niet met hem met 100% zekerheid te zeggen, maar ik zou  
63 als ik deze nu zou ontvangen ook doorklikken. Om toch even te kijken wat het precies inhoudt.

64 EvH: Ja, en u heeft geen nieuwe verzekering met deze mail afgesloten?

65 Respondent: Nee, ik heb twee afgesloten: een beroepsaansprakelijkheidsverzekering en de  
66 bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering. En dat was op dat moment het enige wat nodig was.

67 EvH: Oké dan deze e mail. Weet u nog of u deze heeft ontvangen?

68 Respondent: Ja, die heb ik ook wel gekregen.

69 EvH: En, heeft u toen ook geklikt op 'mijn gegevens controleren'?

70 Respondent: Ja.

71 EvH: Dat heeft u ook gedaan. Oké en de laatste, dat is deze. Weet u of u deze ontvangen heeft?  
72 En dat kan per post zijn of per mail.

73 Respondent: Via de mail in ieder geval. Ik kan me niet herinneren dat ik iets via de post krijg.

74 EvH: Nee. En heeft u misschien enig idee waarom u ze niet ontvangen heeft? Heeft u  
75 bijvoorbeeld een ander e mailadres gekregen of heeft u een ander adres?

76 Respondent: Nee dat is allemaal hetzelfde gebeven. De titel is 'aanpassing van de verzekering'  
77 neem ik aan? Als ik geen aanpassingen gedaan had, kreeg ik deze mail dan ook? Ja dat geldt  
78 zeker ook voor premieverhoging, etc.....

79 EvH: Ja ja, Als het goed is, krijgt u deze mail elk nieuw jaar van de verzekering.

80 Respondent: Ja.

81 EvH: En het ligt er dus een beetje aan wanneer u uw verzekering afgesloten heeft

82 Respondent: Ja, dat had ik hem dus in 2021 moeten hebben en nu ook tweeëntwintig.

83 EvH: Ja. En beheert iemand anders bijvoorbeeld nog uw mailbox behalve u?

84 Respondent: Volgens mij heb ik ook wel aangegeven dat ik, maar ik weet niet zeker of dat kan,  
85 alles digitaal wil ontvangen.

86 EvH: Ja heeft u een Mijn Goedverzekert account? Want dan kan dat.

87 Respondent: Ja, ja dat.

88 EvH: Ja daarin kunt inderdaad aangeven dat u alles per mail wil ontvangen. Dus dat zou heel  
89 goed kunnen.

90 Respondent: Dat heb ik vast gedaan, want dat vind ik zelf makkelijker. Dus als ik dit zou krijgen,  
91 dan zou dat via de mail moeten zijn en deze staat er niet tussen.

92 EvH: Nee helemaal goed. Dan stop ik even weer met delen, want dan heb ik nog een aantal  
93 vragen. Heeft u in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert nog contact gezocht met  
94 Goedverzekert?

95 Respondent: Nee, daar was geen aanleiding voor.

96 EvH: U heeft niet gebeld of gemailld?

97 Respondent: Nee.

98 EvH: Nee oké, en heeft u nog berichten tussen Goedverzekert en andere bedrijven of klanten  
99 gezien op sociale media?

100 Respondent: Ja, hoe bedoel je dat precies? Berichten tussen klanten en Goedverzekert?

101 EvH: Bijvoorbeeld dat Goedverzekert iets post en dat een klant of een bedrijf daarop reageert.

102 Respondent: Nee, dat heb ik niet gezien. Af en toe reclame, maar niet zoiets wat je beschrijft.

103 EvH: Nee wel de reclame inderdaad die op sociale media rondgaat. Oké, en via welk  
104 communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

105 Respondent: Via mail of via telefoon.

106 EvH: Ja, en via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?

107 Respondent: Ja ook via mail of telefoon. En dan ga ik ervan uit dat mail voor de niet urgente  
108 communicatie het meest praktisch is. De mails die je liet zien, daarvan denk ik: ja die zouden  
109 gewoon via de mail moeten.

110 EvH: En zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?

111 Respondent: Nee, want dan is eigenlijk de vraag of ik iets mis op dit moment. Nee niet dat ik  
112 weet.

113 EvH: Bijvoorbeeld over uw verzekering of over ondernemen of andere verzekeringen?

114 Respondent: Nee, dat zou ik niet ... ik krijg sowieso al een overdaad aan informatie over  
115 ondernemerschap. Dan zou ik liever van Goedverzekert hebben dat zij zich richten op datgene  
116 wat zij aanbieden: verzekeringen.

117 EvH: Nee, en op welke momenten zo Goedverzekert wel contact met u moeten zoeken?

118 Respondent: Op het moment van wetswijzigingen of andere veranderingen die van invloed zijn  
119 op de verzekering die ik afneem. Dat zou het belangrijkste zijn. Uiteindelijk gaat het over  
120 veranderingen in de relatie die ik met Goedverzekert heb en zij met mij.

121 EvH: Ja. En bijvoorbeeld niet elk half jaar nadat u uw verzekering heeft afgesloten? Of als u een  
122 mijlpaal heeft bereikt met een nieuw personeelslid?

123 Respondent: Nee, ik ga ervan uit dat als ik iets nodig heb, dat ik dan zelf contact kan opnemen  
124 met Goedverzekert. Ik kan me voorstellen dat zij af en toe een keer kijken of er nog meer te  
125 halen is bij mij, maar dat moeten ze niet maandelijks doen, zeg maar.

126 EvH: Nee. En hoe zou u het vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u te  
127 informeren over eventuele wijzigingen in uw verzekering?

128 Respondent: Wat bedoel je dan met openbare gegevens?

129 EvH: Bijvoorbeeld het KVK. Dat u daarin zet: ik heb toch een medewerker in dienst en dat wij dat  
130 dan zien. En daarop dus aan u sturen: u heeft nu een medewerker, denkt u aan deze  
131 verzekeringen? En deze verzekeringen zijn misschien niet meer relevant voor u.

132 Respondent: Ja dat zou prima zijn, ja. Voor mij persoonlijk geldt weer dat ze dat niet maandelijks  
133 zouden moeten doen, bij wijze van spreken. Want dan zou ik het al heel gauw stom vinden. Ik wil  
134 er wel wat aan hebben. Het moet wel van toegevoegde waarde zijn.

135 EvH: Ja precies. Ja het gaat er echt om dat als er iets verandert in uw ondernemerszaak en wij  
136 zien dat. Dat wij dan aan u sturen: oké, dan zou deze verzekering interessant zijn en deze niet  
137 meer.

138 Respondent: Ja dan is het goed.

139 EvH: Oké, dan ga ik door naar deel twee. Daarin leg ik u twee e-mails voor die Goedverzekert  
140 verstuurt. Nou, die heeft hij zojuist ook gezien. Dat zijn de cross-sellmail en de actualisatiemail.  
141 Die mails heb ik opgedeeld in tekstonderdelen en u kunt per tekstonderdeel aangeven wat u vindt  
142 van het tekstonderdeel. Dat doet u met plussen en minnen. U geeft aan mij door: tekstonderdeel  
143 1 is een plus omdat .... En dat kan bijvoorbeeld gaan over informatie die belangrijk is, onduidelijk  
144 is, niet belangrijk is, u op een juiste manier aanspreekt, informatie waarmee u het eens bent of  
145 informatie die mist of juist te veel informatie. U mag dus alles aangeven. Het mag ook gaan over  
146 spelfouten, etc. Dan pak ze er even bij en dan zal ik weer mijn scherm delen. Ja dan is dit de  
147 eerste. Ik zal hem even vergroten, zodat u het kan lezen.

148 Respondent: Gaat het jou om het totale tekst of ...?

149 EvH: Ja u mag ook inzoomen op een zin of op een woord. Of als u een woord ziet waarvan u  
150 denkt: ik begrijp niet wat dat betekent of ik begrijp niet waarom dat er staat.

151 Respondent: Ja, Ik vind het op zich prima tekst. Alleen de laatste zin, dan kunt u weer lekker door  
152 met ondernemen. Dat woordje lekker. Dat doet iets met mij, zeg maar.

153 EvH: Dus in principe is het goed. Alleen dat woordje lekker, daar struikelt u over, zeg maar?

154 Respondent: Ja dat haalt voor mij bij wijze van spreken de rest van de tekst onderuit. Dan

155 probeer je het eerst heel zakelijk in te zetten en dan kun je weer lekker door met ondernemen. En

156 ja ....

157 EvH: Ik snap het

158 Respondent: Ja twee is goed.

159 EvH: En kunt u uitleggen waarom u die goed vindt?

160 Respondent: Omdat het helder is. Ik zat nog heel even te lezen. De eerste zin: dekt schade

161 ontstaan door een beroepsfout van u of uw medewerkers. Ik zou denken daar moet ... maar dat

162 is een beetje zuur ... of een verkeerd advies van u of uw medewerkers staan.

163 EvH: Ja. Het woordje een ontbreekt daar nog dus.

164 Respondent: Ja, als ik het zeg, dan schaam ik me bijna.

165 EvH: Nee dat is helemaal niet erg. Nee, u mag alles zeggen.

166 Respondent: Ja en dan staat er: precies weten wat wel of niet verzekerd is, bereken de premie.

167 Daar zit iets tegenstrijdigs in volgens mij, ja.

168 EvH: Ja dat had anders gekund. Iets wat op elkaar aansloot, zeg maar.

169 Respondent: Ja. Snap je wat ik bedoel?

170 EvH: Ja zeker ja.

171 Respondent: Ja vier is duidelijk. Nou vijf hebben we al gehad. Dat is volgens mij hetzelfde als

172 drie.

173 EvH: Ja dat is dezelfde als 3 inderdaad, ja.

174 Respondent: Nou.

175 EvH: U mag ook geen mening hebben over een tekstonderdeel hoor.

176 Respondent: Nou ja. Bij dat laatste, hè? Bereikbaar tot 17:30 uur. De gemiddelde ondernemer

177 die zou ook na half zes aan het werk kunnen zijn zeg maar. Wanneer moet hij dan bellen?

178 EvH: Ja. Dus iets ruimere openingstijden?

179 Respondent: Nou of een of twee avonden, ik zit zo maar wat te bedenken hoor, maar dat je

180 eventueel twee avonden tot 8 uur open bent.

181 EvH: Ja, oké snap ik. Dan ga ik door naar de volgende. Dat is de actualisatie mail.

182 Respondent: Ja nou een is duidelijk.

183 EvH: En, waarom is die duidelijk?

184 Respondent: Omdat het gaat over de boodschap die erin staat. En ik vind het mooi dat er gezegd

185 wordt: dat staat ook in de voorwaarden.

186 EvH: Oké ja.

187 Respondent: Ja, de tweede vind ik wat lastiger. Ten eerste beginnen ze met: kloppen deze

188 gegevens niet. Dan is er dus de aanname dat ze niet kloppen, want die staat als eerste. Mijn

189 aanname is dat de gegevens nog gewoon hetzelfde moeten zijn. Nou verwacht u verandering in

190 het komende jaar? Ja, die verwacht ik wel, maar wat die concreet zullen zijn, dat weet ik eerlijk

191 gezegd niet. Dat kan over omzet gaan, over uitbreiding van mijn aanbod. Ik begrijp wel waarom  
192 je het wil weten, maar ik vind hem vanuit mezelf heel lastig om te beantwoorden.

193 EvH: Ja snap ik. Het is te vaag, zeg maar?

194 Respondent: Ja, en nou is het eigenlijk ook een gesloten vraag: verwacht u veranderingen  
195 komend jaar? Ja, nee, oké. Dan pas je dit zelf aan. Maar jij bent de communicatiedeskundige dus  
196 of dit een activerende tekst is ...

197 EvH: Ja, dat ben ik nu aan het toetsen inderdaad.

198 Respondent: Ja, ik zou zeggen nodig mij maar gelijk uit om gegevens te controleren. Gelijk mij in  
199 de actiestand zetten, want dat doe je nu eigenlijk niet hierzo.

200 EvH: Nee snap ik.

201 Respondent: Ja 3, dat lijkt me duidelijk.

202 EvH: Die is goed, ja?

203 Respondent: Ja alleen vraag ik me af, want er worden vier browsers genoemd en volgens mij zijn  
204 dat ook de meest gangbare browsers in Nederland. Dus...

205 EvH: Ja, geen idee. Ja, is dat zo? Ja, dit zijn er inderdaad veel.

206 Respondent: Er zijn ook ..., ja, maar dit zijn degene die voor 95% wordt gebruikt, dus.

207 EvH: Ja en die laatste is hetzelfde eigenlijk als de vorige tekstonderdeel.

208 Respondent: Ja, ik denk dat nummer doet vermoeden... dat is een algemeen nummer waar je  
209 dan terecht komt?

210 EvH: Ik heb zelf nooit gebeld, maar volgens mij komt u dan op de zakelijke afdeling en dan moet  
211 u nog wel kiezen over welke verzekering het gaat. Volgens mij met een keuzemenu, maar dat  
212 weet ik niet 100% zeker.

213 Respondent: Ja, oké

214 EvH: Nee helemaal goed. Nou dit was hem eigenlijk. Ik zal stoppen met delen en opnemen.



1 9.10.7 Respondent 7

2 EvH: Oké, dan begin ik gewoon met de eerste vraag, wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik heb een coaching en training bedrijf.

4 EvH: En waarin coach je dan precies? Waarin geef je training?

5 Respondent: Ja ik coach een op een. Dus stukje bewustwording, mindset, maar ook sport en  
6 beweging. Daarnaast geef ik ook trainingen aan bedrijven over medewerkers. Dus alle neuzen  
7 dezelfde kant op. Een soort bewustwordingstraining. Dat is een stukje eigenaarschap dus hè?  
8 Bepaalde dingen die spelen binnen het bedrijf. En dat je dan met groepen medewerkers eigenlijk  
9 bekijkt: wat vinden jullie daarvan? En hoe sta je erin? En hoe kun jij ervoor zorgen dat dit beter  
10 wordt? Dat soort dingen dus.

11 EvH: Ja.

12 Respondent: Heb je dan een duidelijk beeld of...?

13 EvH: Ja wel redelijk, ja

14 Respondent: Ja, ik vind het altijd lastig om echt exact te zeggen wat ik doe.

15 EvH: Ja.

16 Respondent: Ja, het is best wel divers.

17 EvH: Het is heel breed. Ja ik hoor het inderdaad. En hoe lang doet u dit al?

18 Respondent: Twee jaar.

19 EvH: Oké. En sindsdien heeft u ook uw aansprakelijkheidsverzekering afgesloten bij  
20 Goedverzekert?

21 Respondent: Ik ben net mijn tweede jaar ingegaan, dus ik heb net een jaar.... Ik heb dat later  
22 gedaan, zeg maar.

23 EvH: Oh ja, een jaar nadat u begonnen bent. En waarom heeft u aansprakelijkheidsverzekering  
24 afgesloten?

25 Respondent: Nou, ik heb die afgesloten, omdat ik soms nog wel eens voor opdrachtgevers werk.  
26 En toen ik de verzekering afsloot deed ik ook nog wel een wat voor technische bedrijven. En nou  
27 goed, ja het risico is niet heel groot dat er iets gebeurt, maar het kan natuurlijk zijn dat er ... ja...  
28 Op dat soort locaties misschien? Ja dat er iets gebeurt waardoor je kosten maakt bij een klant.  
29 En in die zin dacht ik van nou: dat is wel handig om daar een beetje voor verzekerd te zijn. En om  
30 ervoor te zorgen dat ik een partij achter me heb staan die mij daarmee kan helpen... als er iets  
31 gebeurt dan.

32 EvH: Ja precies ja. En de volgende vraag die sluit daar eigenlijk een beetje op aan: waartegen  
33 bent u verzekerd met een aansprakelijkheidsverzekering, denkt u?

34 Respondent: Zo, dat is een goede vraag. Dat is volgens mij schade aan.... Even kijken, want ik  
35 heb dat toen uitgezocht. Dat heeft er volgens mij te maken dat wanneer er schade is door mijn  
36 toedoen bij andere. Dat de kosten daarvan zeg maar... Stel dat ik als monteur zijnde iets  
37 repareer voor een opdrachtgever en er gaat iets stuk, waardoor er kosten ontstaan... Volgens mij  
38 dat idee. Dat zijn dan niet mijn eigen kosten maar wel de kosten van anderen.

39 EvH: Dat u dit op uw verzekering kunt verhalen?

40 Respondent: Ja.

41 EvH: En waarom heeft u uw verzekering bij Goedverzekert afgesloten?

42 Respondent: Nou, omdat mijn vrouw daar ook zit. Dus ja dat was eigenlijk een beetje de reden.

43 En ja ik moet je ook wel zeggen dat ik het lastig vond om echt duidelijk te maken wat de grote

44 verschillen waren tussen verzekeraars. Ja ik had wel iets goedkoper gekund, maar ik had ook

45 duurder uit kunnen zijn. En ik heb wel gekeken naar wat er dan verzekerd is voor die prijs.

46 EvH: Ja.

47 Respondent: Dus ik heb wel wat vergeleken, maar uiteindelijk kwam ik erop uit dat mijn vrouw

48 goede ervaringen heeft met deze verzekeraar dus ja.

49 EvH: Nee ik, ik snap het. En denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

50 Respondent: Jawel ik heb gelukkig nog geen gebruik van hoeven maken van mijn verzekering.

51 Maar ja ik ga ervan uit dat ik wel goed verzekerd ben.

52 EvH: U heeft nog geen claims ingediend?

53 Respondent: Nee, gelukkig niet. Nee, ik moet zeggen dat het ook niet zo snel voorkomt. Ik loop

54 niet zo heel veel risico.

55 EvH: Nee.

56 Respondent: Maar ja net wat ik zeg. Nu zit ik meer bij van die bedrijven die theoretisch zijn. Dat

57 klinkt misschien raar. Ik bedoel dat ik voorheen veel meer trainingen deed voor praktische

58 bedrijven. Dus ik kwam in werkplaatsen en dergelijke. En dat heb ik nu niet meer dus. Maar ik

59 denk dat in werkplaatsen nog wel eens het een en ander rondslingert. Dus dan kan ik nog op de

60 verkeerde dingen staan of zoiets.

61 EvH: Ja ik snap hem. Oké, dan laat ik u nu een aantal e-mails zien die Goedverzekert verstuurd

62 in het eerste jaar dat u klant bent. Daarvoor zal ik even mijn scherm delen, want dan kunt u ze

63 ook zien. Dan begin ik met de eerste. Dat is deze. Heeft u deze mail ontvangen?

64 Respondent: Ja.

65 EvH: En heeft u ook de video gezien die erbij hoort?

66 Respondent: Nee.

67 EvH: Nee, u heeft het geopend en daarna weer weg geklikt?

68 Respondent: ja.

69 EvH: Top dan volgende. Dat is deze en die is wel wat wazig, maar heeft u deze mail ontvangen?

70 Respondent: Uhm ... ja.

71 EvH: En, heeft u nog wat gedaan na het zien van de mail?

72 Respondent: Nee. Ik heb wel even gekeken wat Mijn Goedverzekert is, waarbij ik overigens altijd

73 weer opnieuw mijn wachtwoord moet aanvragen want die vergeet ik altijd.

74 EvH: Ja herkenbaar 'wachtwoord vergeten'. Dus u heeft wel een account?

75 Respondent: Ja ja.

76 EvH: Oké, die heeft die aangemaakt na het zien van deze mail?

77 Respondent: Ja.

78 EvH: Dan de volgende. Dat is deze. Heeft u deze mail gehad?

79 Respondent: Ja, die heb ik ook gehad.

80 EvH: En, heeft u na het zien van deze mail nog op 'bereken uw premie' geklikt of op 'meer  
81 informatie'?

82 Respondent: Dat weet ik eigenlijk niet meer. Ik heb volgens mij namelijk niet alleen maar een  
83 aansprakelijkheidsverzekering, maar dat weet ik eigenlijk niet zeker. Ik durf het niet te zeggen.  
84 Aan de ene kant wil ik zeggen van wel, maar ik ben bang van niet. Ik denk het niet. Nee.

85 EvH: Ja, u heeft een aansprakelijkheidsverzekering en hier gaat het om een  
86 beroepsaansprakelijkheidsverzekering.

87 Respondent: Nee, dat denk ik niet hoor. Nee, ik heb gewoon een wel ... want u bedoelt het  
88 verschil tussen gewone aansprakelijkheidsverzekering en een  
89 beroepsaansprakelijkheidsverzekering? Dat betekent voor een eigen bedrijf, toch?

90 EvH: Er zit een wel een verschil tussen. Maar wat dat precies is, kan ik u ook niet uitleggen.

91 Respondent: Ik zal voor de zekerheid eventjes kijken wat ik wat ik nou precies heb, want ik begin  
92 nu te twijfelen.

93 EvH: Als het goed is, heeft u in ieder geval een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering.

94 Respondent: Dat ja...

95 EvH: En het kan zijn dat u ook een beroepsaansprakelijkheidsverzekering heeft

96 Respondent: Ja, maar ik denk het niet hoor.

97 EvH: Nee, maar in deze mail heeft u niet geklikt op 'bereken uw premie' of 'meer informatie'?

98 Respondent: Nee, dat denk ik niet.

99 EvH: Nee u heeft ook geen nieuwe verzekering dan afgesloten na het zien van de mail?

100 Respondent: Nee, ik denk dat ik gewoon de basisdingen gedaan heb, en nou .... toen was het  
101 wel goed.

102 EvH: Oké, dan de volgende. Dat is deze mail. Heeft u die ontvangen?

103 Respondent: Ja, dat klopt.

104 EvH: En, heeft u toen op 'mijn gegevens controleren' geklikt?

105 Respondent: Dat niet direct, Maar ik heb het wel gedaan.

106 EvH: U heeft het wel gedaan?

107 Respondent: Ja, Ik heb hem niet via deze mail ... gegevens gedaan..., maar ik heb op een later  
108 moment wel ingelogd om sowieso mijn nieuwe polis te kijken en om ook de gegevens op te  
109 geven voor het volgende jaar, zeg maar.

110 EvH: Ja, oké dus uiteindelijk wel gedaan, maar niet na het zien van deze mail?

111 Respondent: Nee, niet specifiek.

112 EvH: Oké en dan de laatste. Dat is deze mail. Heeft u deze ontvangen?

113 Respondent: Niet dat Ik weet, maar zou ook kunnen dat ik die gewoon gemist heb, hoor.

114 EvH: Ja, want dit was de mail over de nieuwe polis, zeg maar .... Voor een nieuw  
115 verzekeringsjaar.

116 Respondent: Ja het zou best kunnen. Ik durf het je eigenlijk niet te zeggen. Ik kan wel even in  
117 mijn mail kijken hoor, of die inderdaad wel ... langskomt. Nou ja, ik vind deze ook niet in mijn  
118 mailbox. De laatste mail die ik van jullie heb gehad, was: 'Wat kwam er uit ons onderzoek?'

119 EvH: Oké nee, dat is deze niet. Oké, dan zal ik hem even weer stoppen met delen, want dan heb  
120 ik nog een aantal vragen: heeft u in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert nog contact  
121 gezocht met Goedverzekert?

122 Respondent: Ja, een paar keer ofzo.

123 EvH: Een paar keer ... en weet u nog wanneer dat was en waarover het ging?

124 Respondent: Sowieso afgelopen maand. Ik weet niet meer exact wanneer. En in het begin een  
125 keertje. En, dat ging over de facturen.

126 EvH: Oké.

127 Respondent: Dat was dus een beetje een probleem en dat is eigenlijk nog steeds een probleem.  
128 Goedverzekert heeft een polis. Ja een soort overzicht, zeg maar. En daar staat dan de prijzen op  
129 per jaar.

130 EvH: Ja.

131 Respondent: Alleen zijn ze incasseren per maand en als ik het zeg maar uitrekenen, dan klopt  
132 mijn bedrag niet. Dus het bedrag wat ik betaal is anders dan wat daarop staat, en ik weet  
133 eigenlijk niet hoe ik dat in mijn boekhouding moet doen. Want normaal gesproken krijg ik gewoon  
134 een factuur, en dan kan ik daaraan iedere keer de automatische incasso hangen. Op de een of  
135 andere manier doet Goedverzekert dat niet? En ik weet nog goed dat ze het eerste jaar gezegd  
136 hebben: nee, maar dat kun je gewoon zo erin zetten. Ja, nu ben ik dus aan mijn tweede jaar  
137 begonnen en toen ben ik dus gaan rekenen. Maar het klopt niet. Dus Ik heb ook onlangs nog een  
138 keertje contact opgenomen. Alleen ja, er is nog niemand die daarop gereageerd heeft dus .... Dat  
139 zit mij wel een beetje dwars.

140 EvH: Ja, dat snap ik. De eerste keer dat u dus contact zocht, ging het over de facturen, en de  
141 tweede keer dus ook. Omdat er de eerste keer een antwoord was gegeven wat niet klopt?

142 Respondent: Dat ook en ik ben het er ook eigenlijk niet mee eens, want ik wil eigenlijk gewoon  
143 een factuur.

144 EvH: Ja.

145 Respondent: In plaats van ... ik zal heel even kijken hoe dat heet, want ik ben inmiddels bijna  
146 ingelogd .... En dan kunnen we het .... Oh site niet bereikbaar? Hoe kan dat nou? Oké nou, ik  
147 mag nu niet inloggen. De site is niet bereikbaar. Voor jouw onderzoek maakt het verder niet uit.  
148 Dat is niet van toepassing.

149 EvH: Nee dus toen je klant werd, heb je daarover al contact gezocht?

150 Respondent: Ja ja.

151 EvH: Ja mijn volgende vraag is: wat vond u van het contact en hoe vond u dat Goedverzekert  
152 daarop handelde of reageerde?

153 Respondent: Ja, ik vond het contact op zich wel goed. Alleen ik vond de oplossing een beetje  
154 matig, zeg maar. En dat heeft te maken met ... kijk ... toen vond ik dat oké, omdat ik was net

155 begonnen. Ik heb daar nog niet zoveel ervaring mee. Ik heb voor een eerste jaar een goede  
156 omzet gedraaid. En dit jaar is mijn omzet verdubbeld en dat is supermooi. Alleen dat betekent  
157 ook dat ik wat serieuzer om moet gaan met mijn boekhouding en met andere dingetjes. En dan  
158 kom je er nu op terug dat dat antwoord wat ik toen gekregen heb ... ja eigenlijk niet helemaal het  
159 antwoord is, wat ik nodig heb. Dus ja, het contact was goed, maar de oplossing vond ik een  
160 beetje laks. Totdat de belastingdienst bij mij komt en zegt: ja meneer, dat is niet goed zo. Dan  
161 heb ik een uitdaging.

162 EvH: Ja ik snap het en heeft u dan nog op andere momenten contact gehad met Goedverzekert?

163 Respondent: Nee eigenlijk niet. Ja, als het niet nodig is, dan is het niet nodig. Dus dan laat ik het  
164 lekker voor wat het is en dan vind ik het wel prima.

165 EvH: Ja. Dan de vraag: via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

166 Respondent: Ja, ik houd ervan om te bellen. En nou weet ik het niet zeker, maar volgens mij doet  
167 Goedverzekert dat. Ik heb wel eens het contactgedeelte geraadpleegd en volgens mij kan je dan  
168 een contactverzoek achterlaten. Dat ze je terugbellen.

169 EvH: Ja, oké.

170 Respondent: Persoonlijk zou ik inderdaad het liefste bellen. Volgens mij heb ik zo'n verzoek wel  
171 eens achtergelaten omdat ik buiten kantooruren belde.

172 EvH: Ja, en mijn volgende vraag is: via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten  
173 bereiken?

174 Respondent: Dat ligt eraan. Als het gaat om updates ofzo dan kan dat prima via de mail.

175 Alhoewel ik moet eerlijk bekennen dat mails niet altijd even goed gelezen worden. Maar ja, dat is  
176 dan mijn eigen verantwoordelijkheid. Ja, ze mogen altijd bellen natuurlijk. Daar gaat het niet om.  
177 Alleen ik denk dat het meest praktisch is om gewoon via de mail te communiceren.

178 EvH: Ja, en zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?

179 Respondent: Nou, ik denk dat ze het goed doen. Ik denk dat over de dingen die belangrijk zijn,  
180 daar wordt gewoon over gecontacteerd. En ja, ik zou niet weten wat ze verder moeten  
181 communiceren. Heel af en toe krijg je een update als ze iets bij is geplaatst ofzo. Zoals de update  
182 voor volgend jaar.

183 EvH: Ja.

184 Respondent: Maar ja, wat ik lastig vind, is hoe maak je onderscheid tussen reclame en hetgeen  
185 wat wel echt relevant is voor jou als klant. Ik denk dat daarover nagedacht kan worden hoe dat  
186 duidelijker kan worden, zeg maar. Zodat ik niet bij ieder mailtje het idee heb: oké, de reclame doe  
187 ik weg. Als het dan een keer geen reclame is, maar specifiek voor mij dat ik dat meteen herken.  
188 Bijvoorbeeld als het over mijn polis of gegevens gaat.

189 EvH: Ja, want mijn volgende vraag is: op welke momenten zou Goedverzekert contact met u  
190 moeten zoeken?

191 Respondent: Nou ja, ik denk inderdaad als er een moment is dat er, zeg maar, drastische  
192 wijzigingen zijn. En dan praat ik niet over tientjes of zo. Maar als echt de polissen erg

193 omhooggaan of waardoor er iets ander is, waardoor dat komt, weet je wel. Dus wijzigingen aan  
194 mijn polis, wijzigingen aan de verzekering die ik heb. Ik denk dat dat het belangrijkste is.

195 EvH: Ja.

196 Respondent: Kijk, en als er volgend jaar bij wijze van spreken € 3 bijkomt. Ja, dat mag je prima  
197 even mailen, omdat het natuurlijk wel zo klantvriendelijk is om dat even door te geven. Maar  
198 tegelijkertijd vind ik dat dan ook weer niet zo heel erg belangrijk. Alleen als er inderdaad gezegd  
199 wordt bijvoorbeeld vanuit de regering, dat er bepaalde dingen gedekt moeten worden en  
200 daardoor wordt de premie in 1 keer € 50 per maand, hè? Ja, dan vind ik het wel handig om dat  
201 van tevoren te weten.

202 EvH: Ja dat snap ik, en hoe zou je het vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om  
203 u te informeren over eventuele wijzigingen in uw verzekering?

204 Respondent: Hoe bedoel je openbare gegevens?

205 EvH: Daarmee bedoel ik bijvoorbeeld de Kamer van Koophandel.

206 Respondent: Ja, ik moet even denken... Dat bijvoorbeeld ....

207 EvH: Bijvoorbeeld als u toch een medewerker in dienst neemt en dat Goedverzekert dan aan u  
208 meedeelt: u heeft nu een medewerker in dienst, denkt u ook aan deze verzekeringen en deze zijn  
209 misschien niet meer relevant voor u.

210 Respondent: Oh ja prima toch. Ja ik bedoel: je denkt ook niet altijd overal zelf aan. En dan vind ik  
211 het helemaal niet erg. Als ik het niet interessant vind dan gooi ik het gewoon weg, dus.

212 EvH: Ja.

213 Respondent: Maar ik denk wel dat het handig is om mee te denken. Dus ja, als er dat soort  
214 wijzigingen zijn dan helemaal prima. En ja, als Goedverzekert het niet doet dan word ik wel  
215 gebeld door iemand anders, dus wat dat betreft....

216 EvH: Oké, top. Dan ga ik nu door naar deel twee van onderzoek. Daarvoor leg ik u twee e mails  
217 voor. Die heeft u zojuist ook gezien. Dat zijn de cross-sellmail en de actualisatiemail, en  
218 Goedverzekert wil graag weten op welke punten die mails verbeterd kunnen worden. Dus, ik zal  
219 zo weer mijn scherm delen, dan kunt u de mail rustig doorlezen. De tekst heb ik opgedeeld in  
220 tekstonderdelen. Per tekstonderdeel kunt u aangeven of u deze goed of juist niet goed vond. Dat  
221 doet u met plussen en minnen. U zegt bijvoorbeeld een plusje of een minnetje als er informatie  
222 in staat die belangrijk is, die onduidelijk is, die onjuist is, die u op een juiste manier aanspreekt,  
223 waarbij u het niet eens bent of juist wel eens bent, of te veel informatie bevat, informatie geeft die  
224 u niet begrijpt. U mag van alles bedanken. Dan deel ik nu even weer mijn scherm. En dan begin  
225 ik met de eerste mail. Dat is deze. Kunt u het zo lezen?

226 Respondent: Ja, ja zeker. Oké, ja dan moet ik een plusje en minnetje geven, hè?

227 EvH: Ja een plusje of een minnetje per tekstonderdeel. En dan vraag ik u waarom u dat vindt.

228 Respondent: Oké, nou de eerste twee zijn allebei plus.

229 EvH: En kunt u ook uitleggen wat u goed vindt aan het eerste tekstonderdeel?

230 Respondent: Nou ja, het is gewoon .... Ik denk dat er gezegd wordt wat er gezegd moet worden.  
231 En dat er ook niet te veel verteld wordt. Ik weet dat het doel van deze mail is om ervoor te zorgen

232 dat ik naast mijn huidige verzekering ook nog een andere verzekering afsluit. Ik denk dat dat ook  
233 hetgeen is wat hieruit blijkt. Bij de tweede mail staat een opsomming dus dat maakt het duidelijk.  
234 Ja prima.  
235 EvH: Ja, oké.  
236 Respondent: Tekstonderdeel drie is ook prima zo. Dus een plus. Ik denk dat daar niet meer tekst  
237 nodig is.  
238 EvH: Nee.  
239 Respondent: Nou, tot nu toe vind ik ze allemaal wel gewoon goed hoor. Gewoon, omdat ... ja, ik  
240 denk dat het doet wat het moet doen, zeg maar. Er staat even in het klein van: nou wat is het  
241 precies? Wat houdt het in en wat krijg je er dan voor? En vervolgens ja, wil je weten wat het  
242 kost? Ja, dan moet je op de button klikken. Dus ja, prima.  
243 EvH: En tekstonderdeel vier?  
244 Respondent: Ja, gewoon tekstonderdelen vier, vijf en zes een plus.  
245 EvH: Oké.  
246 Respondent: Dus ik vind dat een goede mail.  
247 EvH: Ja, oké, dan zal ik de volgende openen. Ik hoop dat je het zo kan lezen.  
248 Respondent: Nou ja, tekstonderdeel een tot en met vier zijn allemaal een plus. Dat is ook gewoon  
249 prima. Ik denk dat, wat ik ook bij de vorige mail al zei, er staat wat er moet staan. Het enige wat ik  
250 als verbeterpunt mee zou geven, is dat er duidelijker gemaakt wordt dat het gaat over mijn polis.  
251 Dat staat er natuurlijk wel in de mail, maar ik vraag me af of het terugkomt in het onderwerp van  
252 de mail, zeg maar.  
253 EvH: Ja.  
254 Respondent: Maar goed dat weet ik nu dus niet, omdat ik die mail niet meer heb.  
255 EvH: Nee, inderdaad. Het onderwerp van de mail is: want in een jaar kan er van alles  
256 veranderen.  
257 Respondent: Ja en dan lees ik dat als zijnde van: nou ja, dat zal wel een update zijn of reclame.  
258 En dan gooi ik het weg. En als ik deze mail dan zo lees dan denk ik: ja, het is toch wel handig om  
259 even mijn gegevens te checken. Maar dat leid ik dan niet uit het onderwerp. Terwijl ik denk dat  
260 dat wel belangrijk is, want ik krijg dan vanaf januari een nieuw kantoor. Dat is een ding wat  
261 veranderd. En ik weet niet of dat dan hè? Of dat dan onder die gegevens valt.  
262 EvH: Precies, ja.  
263 Respondent: Maar het onderwerp van de mail geeft mij niet de aanleiding, zeg maar, om deze  
264 mail te openen. Als ik het onderwerp lees dan denk ik: oh ja, er gaat veel veranderen dan zullen  
265 ze wel weer nieuwe producten hebben of zo. En ik hoef dan geen nieuwe producten en dan klik  
266 ik het weg.  
267 EvH: Ja snap ik. En zou u dan bijvoorbeeld ook, want in tekstonderdeel twee staat gegevens  
268 controleren, willen weten welke gegevens dan bedoeld worden?

269 Respondent: Nou, ja, wat ik hieruit opmaak is dat ze gewoon mijn persoonsgegevens bedoelen.  
270 Of de bedrijfsgegevens dus: het adres, de dingen die ik doe, contactpersoon telefoonnummers,  
271 dat soort dingen. Daar ga ik vanuit als ik dit lees.  
272 EvH: Oké ja, ja.  
273 Respondent: Dat is een aanname. Ik weet niet of dat uiteindelijk zo is, maar zo vat ik deze tekst  
274 op.  
275 EvH: Ja  
276 Respondent: Nou ja, goed hè? En ja, ik denk dat, net wat ik zeg, als ik jou dan niet spreek nu,  
277 dan weet ik dat niet. Want ja als ik het onderwerp van de mail zie dan denk ik aan reclame.  
278 EvH: Ja snap ik. En als het reclame is dan leest u het niet.  
279 Respondent: Ja dus bij deze mail mag er van mij wel echt staan: goh, we zijn een jaar verder en  
280 je moet je gegevens controleren.  
281 EvH: Ja.  
282 Respondent: Dus letterlijk wat er gevraagd wordt. Ik weet dan van oké, dit gaat over mijn  
283 bedrijfsgegevens. We zijn inderdaad een jaar verder. Klopt dat inderdaad nog? En dan ga ik  
284 kijken  
285 EvH: Oké, dus iets meer duidelijkheid en directer?  
286 Respondent: Ja, ik denk dat voor dit soort dingen dat wel handig is.  
287 EvH: Nee precies, maar als u de mail opent dan vindt u de tekst wel goed?  
288 Respondent: Ja de tekst is prima. Er staat hier gewoon duidelijk wat het is en waar het om gaat.  
289 En ik heb het ook begrepen dus ik snap wel wat er gevraagd wordt. Alleen dan moet ik wel de  
290 mail openen.  
291 EvH: Ja oké dan zal ik de opname stoppen, want dit was het.



1 9.10.8 Respondent 8

2 EvH: Dan begin ik met de eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik heb een bedrijf waarin ik training geef aan mensen op het gebied van het werken  
4 met hoogwerksystemen en hoogwerkers. Mensen zeggen vaak dat zijn kranen met bakjes eraan,  
5 maar eigenlijk hoogwerkers waarmee je op hoogte mensen veilig kunt vervoeren. Zodat ze veilig  
6 kunnen werken. Dat doe ik via een aangesloten organisatie, dat heet IPAF. Dat is een vrijwillige  
7 organisatie waar je aan kan deelnemen als lid en ik zorg dan voor de trainingen. Wij zijn eigenlijk  
8 de enige in Europa die officieel gecertificeerd zijn om dit te mogen doen. Dus het is voor  
9 bedrijven eigenlijk een 100 % zekerheid dat ze geaccrediteerd worden en gecertificeerde mensen  
10 hebben voor trainingen.

11 EvH: En u doet dat als zzp'er. Heeft u wel eens iemand in dienst gehad of iemand die u daarbij  
12 helpt?

13 Respondent: Nee, ik heb nooit iemand in dienst gehad. Ik heb er wel eens een keer aan gedacht,  
14 want soms ben je zo gigantisch druk dat je wel even twee mensen kunt gebruiken. Maar goed,  
15 gezien mijn situatie doe ik dat niet. Ik ben twee jaar geleden uitgevallen in verband met ziekte bij  
16 mijn vaste werk, zeg maar. En toen ben ik in mijn ziekteperiode op zoek gegaan naar wat ik nou  
17 de rest van mijn tijd nog ga doen. Ik ben al midden 50 en we mogen in Nederland tot 68 jaar  
18 werken dus ja de hele tijd achter de geraniums zitten willen we niet. Dus ik heb gekeken wat ik  
19 leuk vind en daarom heb ik me omgeschoold. Ik heb met bij IPAF aangemeld en daar heb ik nu  
20 een paar dagen in dagen in de week werk van. En dat is gewoon goed te doen in combinatie met  
21 mijn ziekte. Dat is een goede mix en de reden waarom het voor mij werkt.

22 EvH: Ja en dus ook nooit iemand gehad die u helpt?

23 Respondent: Nee, ik heb eigenlijk ... door IPAF heb je natuurlijk meerdere trainers in Nederland.  
24 Dus als je vragen hebt dan kun je natuurlijk altijd daarbij terecht. Het is een vakgebied wat ik 25  
25 jaar gedaan heb, hè? Als werkzaamheden. Dus ja, ik ben bekend in dat vakgebied, in die wereld  
26 en dan zijn er niet zo heel veel vragen meer, hè?

27 EvH: Nee, en u bent nu jaar ongeveer begonnen, zei u. Heeft u toen direct een  
28 aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

29 Respondent: Ja, ik vond het gewoon belangrijk omdat je op bezoek gaat bij klanten. Je komt op  
30 bouwlocaties, je gebruikt materialen van een ander, je zit aan het koffiezetapparaat van de ander,  
31 je gebruikt een beamer en nog een scherm van iemand anders. En ja, dan wil je wel gewoon  
32 verzekerd zijn.

33 EvH: Ja, ja, en heeft u weleens een claim ingediend bij Goedverzekert?

34 Respondent: Nee nooit.

35 EvH: Gelukkig niet

36 Respondent: Gelukkig niet, nee.

37 EvH: Nee, en waarom ... Ja, u zei het net al een beetje, maar waarom heeft u een  
38 aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

39 Respondent: Nou, Je moet het gewoon doen, hè? Je moet gewoon verzekerd zijn en je kunt hem  
40 niet op je op je eigen polis dekken, omdat je zakelijk bezig bent en niet privé.

41 EvH: Nee oké, en waartegen bent u, denkt u, verzekerd met een aansprakelijkheidsverzekering?

42 Respondent: Ja die punten wat ik net noemde, zeg maar. Als ik bij een klant schade maak waar  
43 ik niks aan kan doen dat dat gewoon verzekerd is. Ik ga koffie halen voor de kandidaten en  
44 onderweg struikel ik en ik donder tegen een mooie Chinese vaas aan met mijn koffie, en dat ding  
45 ... dat dondert op de grond. Dan ben ik in ieder geval verzekerd, hè? En niet dat ik onhandig ben,  
46 maar ja, je wil gewoon het zekere voor het onzekere, hè?

47 EvH: Ja, ja ...

48 Respondent: Ik wil zeker niet over verzekeren. Maar ik wil ook niet achteraf zeggen: jongens,  
49 hadden we maar ons maar verzekert, hè?

50 EvH: Ja precies, nee snap ik. En waarom heeft u de verzekering bij Goedverzekert afgesloten?

51 Respondent: Ik heb gekeken op internet naar 3 of 4 aanbieders. Ik heb niet gekeken wat het kost,  
52 maar Goedverzekert heb ik in het verleden wel vaker contact mee gehad. En nou, het lijkt mij wel  
53 voldoende deugdelijke en grote landelijke organisatie die als er echt wat is, dingen bespreekbaar  
54 kunnen maken. En ik zeg ook eerlijk in de verzekeringswereld zijn er altijd dingetjes die dan net  
55 wel of net niet gedekt zijn. En in gesprek met elkaar kom je een heel eind. In het uiterste geval  
56 kun je de schade nog delen uit coulance, hè? Maar zit je bij een hele kleine plaatselijke  
57 verzekeringsmaatschappij? Die hebben vaak niet die buffer om uit coulance wat te kunnen doen.

58 EvH: Nee, nee, precies.

59 Respondent: En je betaalt misschien een tietje of twintig euro per jaar meer. Maar goed, op  
60 honderd euro is dat het overwegen waar om gewoon die zekerheid te hebben, hè. Dus je gaat  
61 ervan uit dat je bij zo'n maatschappij gewoon verzekerd bent. Je bent geen verzekeringsagent en  
62 geen expert daarin, maar je mag aannemen dat het voor een eerlijke prijs is en dat je een goede  
63 dekking hebt, en dat je in geval van nood er ook echt hulp aanwezig is. En niet dat je terugkrijgt:  
64 in het kleine regeltje op pagina 388 ziet u dat we dat niet verzekeren.

65 EvH: Nee precies, en mijn volgende vraag is: denkt u dat u goed verzekerd bent bij  
66 Goedverzekert?

67 Respondent: Ja wat net zei ik. Ik ga ervan uit dat als je bij een grote maatschappij zit, dat je  
68 gewoon een goede dekking hebt. Nogmaals je bent geen verzekeringsexpert. Jullie kennen de  
69 risico's. Jullie kennen alle claims door de jaren heen en ik wil gewoon weten wat er verzekerd  
70 moet zijn en wat niet. Je gaat gewoon vanuit dat jullie daar dermate veel ervaring mee hebben  
71 dat je een goede polis aangeboden krijgt voor een marktconforme prijs met een goede dekking.

72 EvH: Nee, ik snap het. Dan laat ik nu een aantal e-mails zien die Goedverzekert verstuurd. En  
73 daarbij heb ik eigenlijk telkens dezelfde vraag, namelijk: heeft u deze ontvangen? Ik zal even mijn  
74 scherm delen, dan kunt u meekijken. En dan beginnen we bij de eerste. Heeft u deze ontvangen?

75 Respondent: Maar wanneer moet ik de ontvangen hebben? Afgelopen week?

76 EvH: Nee, als het goed is vlak nadat u uw verzekering afsloot.

77 Respondent: Hm, tja dat zal ik dan even na moeten kijken in mijn administratie.

78 EvH: Oké, de mail is u niet bijgebleven?

79 Respondent: Nee nee niet zo 1, 2, 3, nee. Dit komt me niet bekend voor.

80 EvH: Nee, oké dan de volgende. Dat is deze en deze is wat wazig. Heeft u deze ontvangen?

81 Respondent: Ja die volgens mij wel, ja. Ja, die heb ik via de mail ontvangen en via de post.

82 EvH: En, heeft u ook iets gedaan na het zien van de mail? Heeft u bijvoorbeeld een Mijn

83 Goedverzekert account afgesloten of heeft u de polis opgeslagen?

84 Respondent: Ja, ik weet dat ik in Mijn Goedverzekert kan kijken. Maar ik heb ook gewoon een

85 geprinte versie in mijn map zitten.

86 EvH: Oké, ja precies.

87 Respondent: Gewoon digitaal en ouderwets In de map.

88 EvH: Ja oké, dan ga ik gewoon naar de volgende. Dat is deze mail. Weet u nog of u deze

89 ontvangen heeft?

90 Respondent: Ja, die heb ik ook al gekregen. Maar die heb ik meteen weer weggedaan, want het

91 is niet voor mij van toepassing. Ik werk vanuit een ziekwetconstructie, zeg maar, dus ik hoeft

92 mijzelf niet verzekeren voor arbeidsinvaliditeit, omdat ik die dekking al heb via het UWV.

93 EvH: En ik neem dan ook aan dat u niet op 'bereken uw premie' of 'meer informatie' heeft

94 geklikt?

95 Respondent: Nee, dat heb ik niet gedaan. Dat is dus niet van toepassing.

96 EvH: Nee, helemaal goed. Dan ga ik gewoon door met de volgende. Heeft u deze ontvangen?

97 De datum kan afwijken...

98 Respondent: Ja, volgens mij heb ik die wel gehad. Daar heb ik ook weinig mee gedaan, omdat

99 die vrij snel kwam nadat ik mijn verzekering had afgesloten. Ik denk dat dat een mail is die je na

100 twee of drie jaar krijgt, dat je dan alles nog een keer checkt.

101 EvH: Als het goed is, wordt deze 9 maanden nadat u uw verzekering afsloot, verstuurd.

102 Respondent: Ja, ik vond dat dermate kort. Ik dacht na negen maanden zal toch niet de hele

103 wereld op zijn kop staan. Dat ik weer alles moet gaan nakijken. Dus je gaat ervan uit dat je daar,

104 zeg maar, gebruik van kunt maken. En als het echt hele zware wijzigingen zijn dan ontvang je die

105 wel op papier of via de mail van je verzekeringsmaatschappij.

106 EvH: Oké, dus u heeft ook niet op 'mijn gegevens controleren' geklikt?

107 Respondent: Nee, nee.

108 EvH: Nee, oké. Dan de volgende en de laatste mail. Heeft u deze ontvangen?

109 Respondent: Als ik hem gekregen heb dan heb ik deze waarschijnlijk meteen weer weggeklikt.

110 Want ja, als ik zo'n mail zie dan heb ik altijd het idee alsof er een commercieel verhaal achter zit.

111 Dat ga ik allemaal niet lezen, daar doe ik niet mee.

112 EvH: Oké, nee helemaal goed. Dat was de laatste. Dan stop ik weer even met delen, want dan

113 heb ik weer een aantal vragen. Heeft u in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert contact

114 gezocht met Goedverzekert?

115 Respondent: Nee, hierover niet

116 EvH: Wel over iets anders?

117 Respondent: Nee, niet dat ik niet dat ik weet.

118 EvH: En heeft u berichten tussen Goedverzekert en andere klanten of bedrijven gezien op  
119 sociale media?

120 Respondent: Tussen Goedverzekert en andere klanten ... dus daar bedoel je mee, zeg maar, de  
121 goede dingen en de minder goede dingen?

122 EvH: Ja, dat kan van alles zijn. Bijvoorbeeld als Goedverzekert iets post en een klant of bedrijf  
123 daarop reageert.

124 Respondent: Nee, eigenlijk niet. En als ik eerlijk ben, ik heb daarop ook niet gelet. Dus ik heb het  
125 zo niet echt helder voor me staan. Als je de vraag gisteren had gesteld dan was ik even gaan  
126 zoeken, maar nu heb ik dat niet zo helder in beeld.

127 EvH: Nee en via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?

128 Respondent: Ja, ik denk gewoon via de mail. Als er belangrijke dingen zijn die je moet bewaren  
129 dan per post. Dan kan het in mijn administratie. Ach, eigenlijk hoeft dat ook niet. Je kunt het  
130 natuurlijk net zo makkelijk printen en in de map doen.

131 EvH: Ja, en via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

132 Respondent: Ik denk gewoon bellen of mailen. De beller is sneller, zeg ik altijd. En als je weinig  
133 tijd hebt om te bellen dan pak je de mail. Dus ik zal altijd in eerste instantie bellen en daarna  
134 mailen.

135 EvH: Ja en zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?

136 Respondent: Als het aangaande mijn aansprakelijkheidsverzekering is, wat van toegevoegde  
137 waarde is voor mij of mijn bedrijf dan is het prima. Andere informatie eigenlijk niet, want je gaat  
138 op een gegeven moment alles verwijderen. Als je wat langer bezig bent dan heb je alles wel voor  
139 elkaar en dan zijn er geen dingen die nog aandacht behoeven. Ik kan me voorstellen dat als je  
140 twintig bent dat je wel behoefte hebt aan meer informatie, want dan moet je alles nog regelen.

141 EvH: Ja, en u zei dat u over dingen die uw bedrijf aangaan, wel meer informatie zou willen. Kunt  
142 u daarvan een voorbeeld geven?

143 Respondent: Nou stel dat er dat er op het gebied van... nou, jullie hebben een bepaalde  
144 omschrijving gemaakt van mijn werkzaamheden 'bemiddeling op het gebied van machines,  
145 verzorgen van theoretische trainingen en testen, stel dat daar bijvoorbeeld een aanvulling of iets  
146 dergelijks zal zijn. Dat zou ik dan wel willen weten. Dan krijg je ook het gevoel dat ze niet alleen  
147 de factuur sturen, maar ook met je meedenken. Of als er een uitbreiding op de polis is of als ze  
148 juist dingen weghalen dan is het fijn als je dat weet.

149 EvH: Ja precies, maar niet over bijvoorbeeld juridische dingen, zoals wanneer kan ik  
150 aansprakelijk worden gesteld?

151 Respondent: Nee, want ik denk dat als je net in de wereld komt dan zijn er veel dingen waar je  
152 op moet letten. Ik zeg altijd dat je als klant zijnde geen verzekeringsexpert bent en je verwacht  
153 van je verzekeraar dat ze het achter de schermen gewoon op een nette manier voor je regelen.  
154 Zonder jou daarmee te belasten.

155 EvH: Ja.

156 Respondent: En je hebt, denk ik, niet de tijd om alles te lezen. Die juridische stukken hebben  
157 allemaal weer 10 paragrafen en verwijzen naar elkaar. Dan ben je zo de hele avond aan het  
158 lezen. En aan het einde van de avond zeg je tegen je vrouw: ik heb alles gelezen maar ik snap er  
159 geen biet van.

160 EvH: Ja en hoe zou u het vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u te  
161 informeren over wijzigingen in hun verzekering?

162 Respondent: Kun je een voorbeeld van geven?

163 EvH: Ja dus stel u voert in de Kamer van Koophandel op dat u toch een medewerker in dienst  
164 neemt. Dat zien wij dan en dat wij dan zeggen: goh, u heeft u een medewerker in dienst, denkt u  
165 ook aan deze verzekeringen? En deze verzekeringen zijn niet meer relevant voor u.

166 Respondent: Ja als dat inderdaad belangrijk is voor je dekkingsgraad, zeg maar, dan zou ik er  
167 graag een bericht van willen hebben. Als het iets is dat automatisch in je polis valt dan hoef ik  
168 daar niet mee belast te worden. Dan ga je er gewoon vanuit dat het automatisch geregeld is.

169 Mocht het anders zijn dan hoor ik het graag. Dat scheelt weer een hoop mail en brieven.

170 EvH: Ja precies, dus als het echt van belang is, dan zou u dat wel willen horen?

171 Respondent: Zeker ja.

172 EvH: En dan ook per mail, denk ik?

173 Respondent: Ja per mail, ja.

174 EvH: Oké dan ga ik nu naar het tweede deel. Daarvoor laat ik u twee e-mails zien die  
175 Goedverzekert verstuurt. Die heeft u zojuist ook gezien. Goedverzekert wil graag weten op welke  
176 punten deze mails verbeterd kunnen worden. Ik heb de tekst opgedeeld in tekstonderdelen. U  
177 kunt per tekstonderdeel aangeven of u die goed of niet goed vond. Dat doet u met plussen en  
178 minnen.

179 Respondent: Ja.

180 EvH: Ik zal zo weer mijn scherm delen en dan kunt u de tekst rustig doorlezen. Daarna geeft u  
181 gewoon aan mij door per tekstonderdeel of u daar een plusje of minnetje bij wil zetten. Daarna  
182 vraag ik u waarom u daar een plus of min bij zet. En u mag van alles zeggen. Bijvoorbeeld de  
183 informatie is onbelangrijk, onduidelijk, onjuist, begrijp ik niet, er mist wat of er staat te veel in. Of  
184 de tekst spreekt me op een goede manier aan. U mag alles verzinnen. Ik zal mijn scherm delen  
185 en dan beginnen we met de eerste mail. Dat is deze. Kunt u de mail zo lezen?

186 Respondent: Ja, prima zo. Ja tekstonderdeel een is in feite goed. Dat komt natuurlijk door de  
187 vorige vraag die je vroeg: wil je extra informatie hebben? Nou, dit is inderdaad een stukje extra  
188 informatie wat je via andere ondernemers die je niet persoonlijk kent, zou kunnen krijgen. Dat zou  
189 ook betekenen dat ik mijn informatie weer deel met andere mensen. Tja, nogmaals als dat een  
190 toegevoegde waarde heeft op je polis of op je bedrijf en je kunt daar positieve dingen uithalen  
191 dan moet je dat gewoon doen.

192 EvH: Oké, dus de tekst is goed verder?

193 Respondent: Ja, ja.

194 EvH: Oké, dan door naar de volgende.

195 Respondent: Ja die beroepsaansprakelijkheidsverzekering hoef ik volgens mij voor mijn bedrijf  
196 niet te doen, want ik heb geen medewerkers. En beroepsfout of een verkeerd advies ...? Ja wij  
197 hanteren eigenlijk het verhaal van de IPAF, zeg maar. Dus dat is ... En dan de onderste drie  
198 punten 'verzekerd vermogensschade aan anderen'. Ja daar ga je al, dan moet je het begrip  
199 vermogensschade eigenlijk heel goed kennen.

200 EvH: Ja.

201 Respondent: 'Sluit goed gaan op leveringsvoorwaarden', nou de meeste mensen die het woord  
202 leveringsvoorwaarden lezen, denken waarschijnlijk: 'oei, dat zijn allemaal kleine lettertjes die ik  
203 nooit lees. Ooa, BNI zegt mij ook allemaal niets. Ik denk dat veel collega's van mij dat ook niets  
204 zegt. En ja, omdat je de tekst eigenlijk niet zo goed begrijpt, denk ik dat veel mensen deze alinea  
205 zullen overslaan.

206 EvH: Ja.

207 Respondent: Dat ze er niets mee gaan doen, want het is te onduidelijk, denk ik. Zo ga niks meer  
208 doen, denk ik,

209 EvH: Ja precies, ja.

210 Respondent: Misschien is het ook goed om een voorbeeld erbij te zetten van een beroepsfout,  
211 hè? Wat kan bijvoorbeeld zo'n beroepsfout zijn? Ik zeg vaak tegen mijn kandidaten om dingen uit  
212 te leggen in Jip en Janneke taal, zodat iedereen het snapt.

213 EvH: Ja, want u heeft eigenlijk geen idee wat de beroepsaansprakelijkheidsverzekering precies  
214 inhoudt?

215 Respondent: Nee dus ik zou dat meteen overslaan.

216 EvH: Nee, oké helemaal goed dan naar nummer 3. Die is vrij kort.

217 Respondent: Ja 'bereken premie' staat er vrij groot en het ziet er bij mij uit .... Ik kijk al snel  
218 dingen vanuit een commerciële bril. Dus het ziet eruit alsof ze geld van me willen hebben.

219 EvH: Ja oké, dus die had iets kleiner gemogen en misschien 'meer informatie' wat groter?

220 Respondent: Ja, ik zou wel willen betalen als ik exact weet wat het voordeel voor mij is. Maar als  
221 ik dat daarboven lees dan heb ik het niet het gevoel dat ik er een moet afsluiten. Er worden naar  
222 allerlei regeltjes verwezen die ik niet snap, dus ik weet niet waar ik dan voor betaal, zeg maar.

223 EvH: Ja, snap ik. Dan de volgende, over de rechtsbijstandsverzekering.

224 Respondent: Ja, ik zou daar zelf wel vragen over kunnen stellen, want ik heb privé wel een  
225 rechtsbijstandsverzekering. Maar goed, dat is privé en ik werk natuurlijk zakelijk. Dus ik weet niet  
226 of ik mijn privéverzekering mag gebruiken voor mijn zakelijke dingen, omdat ik zzp'er ben.

227 EvH: Ja, die vraag blijft hier onbeantwoord, zeg maar?

228 Respondent: Ja, ja. Mijn vraag is dan of je die echt nodig hebt. Omdat ik dus ook privé een  
229 verzekering heb. Dus een toevoeging van: let op, bent u zzp'er en hebt u privé een  
230 rechtsbijstandsverzekering? Dan kunt u die wel of niet gebruiken...

231 EvH: Ja precies, ja.

232 Respondent: Nou denk ik wel dat mijn verzekeraar me daarbij zal helpen, maar misschien dus  
233 iets meer duidelijkheid tussen zakelijk en privé.

234 EvH: Ja precies. Dan tekstonderdeel 5 die is eigenlijk hetzelfde als nummer 3.  
235 Respondent: Ja kijk.... Als het bovenstaande duidelijker is dan is het tekstonderdeel gewoon  
236 goed.  
237 EvH: Ja precies. En de laatste, dat is de afsluiting.  
238 Respondent: Ja altijd goed. Ik denk dat jullie een hele krachtige kreet hebben met 'even  
239 Apeldoorn bellen', hè? Dat is dus gewoon iets waar je je aan vast moet houden tot in eeuwigheid.  
240 Iedereen kent dat hè? Met grappen en grollen. En dan is het heel belangrijk dat je dat als  
241 organisatie waarborgt dat je over alle dingen kan bellen. En dat je er dan ook bent, want anders  
242 kan het tegen je gebruikt worden. Dat heb ik nog nooit gehoord hoor dus ik zou zeggen: prima en  
243 houd dat vast.  
244 EvH: Ja oké helemaal goed, dan ga ik door naar de volgende mail. Dan beginnen we gewoon  
245 weer bij een.  
246 Respondent: Ja, prima. Ja als dat belangrijk is dan moeten we dat gewoon ieder jaar doen. En ja,  
247 als er niets gewijzigd hoeft te worden dan is het prima toch? Dan hoeft er niets aangepast te  
248 worden, hè? Ja en stel dat ik in een keer vijf mensen in dienst neem dan weet ik ook wel dat ik  
249 even een belletje naar jullie moet doen van: goh, wat betekent dat voor mijn verzekering? Ik vind  
250 dat je dat als ondernemer ook zelf een beetje moet regelen. Als ik het niet aangeef dan weten  
251 jullie het ook niet, hè? Dus ik denk dat je daarin een wederzijdse informatieverplichting naar  
252 elkaar hebt.  
253 EvH: Ja.  
254 Respondent: Ja dus die zo duidelijk, ja.  
255 EvH: Ja een is dus goed.  
256 Respondent: Ja.  
257 EvH: Oké, dan twee.  
258 Respondent: Ja prima gewoon duidelijk. Informatie uitwisselen indien nodig. Ja, dat lijkt me goed.  
259 EvH: Oké, dan door naar drie.  
260 Respondent: Ja eigenlijk hetzelfde als wat we net zeiden, hè? Prima, simpel en duidelijk.  
261 EvH: Ja oké, en vier wat vindt u daarvan?  
262 Respondent: Ja, ook gewoon hetzelfde antwoord op. Ja, houd het gewoon vast en ja .... Alleen  
263 de meeste zzp'ers werken van acht uur tot half zes.  
264 EvH: Ja.  
265 Respondent: Dus ja, die mensen, zeg maar .... Ik heb bijvoorbeeld heel veel klanten die wat  
266 ouder zijn en zij geven ook eerlijk aan dat ze allemaal niet zo veel zin hebben om via de  
267 computer alles te regelen. Dus ja, die groep missen jullie hiermee. Je kan natuurlijk altijd mailen  
268 of via internet, maar als mensen dat niet kunnen. Misschien kunnen jullie die groep mensen een  
269 uitzondering geven door toch te kunnen bellen, op afspraak bijvoorbeeld.  
270 EvH: 's Avonds bedoelt u?  
271 Respondent: Ja in de avond of op een zaterdag of zondag wat mij betreft. We gaan steeds meer  
272 naar een vierentwintig uurseconomie zeven dagen per week. Dus ja, ik moet zeggen dat veel

273 bedrijven ook werken in zo'n situatie en jullie hebben gewoon de standaard kantoortijden, zeg  
274 maar.  
275 EvH: Ja.  
276 Respondent: Dus misschien nog iets extra's dat klanten 's avonds kunnen bellen, zodat jullie  
277 mensen in de gelegenheid stellen om contact met jullie te krijgen. Dat is wel een heel vriendelijk  
278 gebaar. Dat is dan natuurlijk wel een hele organisatiewijziging dus het moet allemaal maar  
279 kunnen.  
280 EvH: Ja precies. Ja deze heb ik vaker gehoord dus misschien moeten we daar inderdaad iets  
281 mee doen.  
282 Respondent: Nou, gelukkig dan ben ik niet de enige.  
283 EvH: Ja goed, nou dat was het. En ja, dan wil ik u nog vragen of u zelf vragen heeft? Nee, oké  
284 dan zal ik de opname stoppen.



1 9.10.9 Respondent 9

2 EvH: Oké, dan begin ik gewoon met de eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik heb een eenmanszaak, dus ik ben zzp'er.

4 EvH: Ja.

5 Respondent: En ik werk in de data-analyse.

6 EvH: Oké...

7 Respondent: Dus ik ondersteun bedrijven met data om daar meerwaarde uit halen.

8 EvH: Oké, en sinds wanneer doet u dat?

9 Respondent: Ik doe dat nu anderhalf jaar. En, het is wel grappig, want daarvoor werkte bij

10 Goedverzekert.

11 EvH: Oh oké. Als data-analist?

12 Respondent: Ja, dat klopt. Ik heb daar gewerkt als manager van een data-team aan de

13 particuliere kant. Daarvoor werkte ik altijd als consultant en eigenlijk ben ik nu weer consultant,

14 maar dan als zzp'er. Dus ik word ingehuurd door bedrijven. En ja, dat kunnen echt allerlei soorten

15 bedrijven zijn, als ze maar veel data hebben en daar wat mee willen doen. Ik heb bijvoorbeeld

16 voor Hema, bol.com en Vodafone gewerkt. En voor farmaceuten. Nou, je kunt het eigenlijk zo

17 gek niet verzinnen.

18 EvH: Oké, en sinds anderhalf jaar werkt u dus als zzp'er?

19 Respondent: Ja klopt.

20 EvH: En toen heeft u ook gelijk een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

21 Respondent: Ja niet per direct, want ik mijn eerste klus was voor een bedrijf die dat allemaal niet

22 zo belangrijk vond. En ikzelf had er nog niet echt bij stilgestaan. Maar ik kreeg een tweede klus

23 bij een wat groter bedrijf en dat was allemaal wat formeler en daar stond het gewoon in het

24 contract. Dat ik een aansprakelijkheidsverzekering moest hebben. Dus toen heb ik het

25 afgesloten. Daarvoor had ik het nog niet.

26 EvH: Nee oké, dus u heeft het afgesloten omdat uw opdrachtgever daarom vroeg?

27 Respondent: Ja klopt, ja.

28 EvH: En heeft u wel eens iemand tijdelijk in dienst gehad?

29 Respondent: Nee, nee

30 EvH: Nee, oké en waartegen bent, u denkt u, verzekerd met een aansprakelijkheidsverzekering?

31 Respondent: Oh dat weet ik niet meer uit mijn hoofd, maar ik heb het toen wel allemaal

32 doorgelezen. Dat is alweer even geleden. Volgens mij is het voornamelijk als ik iets overhoop zou

33 halen bij een klant. Als ik dus echt een grote fout maak en dat heeft impact op mij, financieel op

34 het bedrijf zeg maar. Dat is dan gedekt?

35 EvH: Ja, en waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering bij Goedverzekert afgesloten?

36 Respondent: Ja, dat komt toch omdat ik daar vandaan kom.

37 EvH: Ja

38 Respondent: Maar ook wel een tweede reden. Mijn andere privé verzekeringen heb ik ook bij  
39 Goedverzekert afgesloten en we hadden privé een keer schade en dat werd mega goed  
40 afgehandeld. En toen dacht ik ja, de voorwaarden zijn ook echt goed. Dat gaf mij wel heel veel  
41 vertrouwen om deze verzekering ook bij Goedverzekert af te sluiten.

42 EvH: Ja en mijn volgende vraag sluit daarop aan: denkt u dat u goed verzekerd bent bij  
43 Goedverzekert?

44 Respondent: Ja, het is natuurlijk heel lastig, hè? Maar via mijn andere verzekering heb ik dus wel  
45 echt ervaren dat ik goed verzekerd ben. En ja, we hadden gewoon een simpele schade. Er was  
46 iets vanuit onze tuin met een storm bij de burens door het raam gevlogen. Zij waren ergens anders  
47 verzekerd en ze hebben echt maanden langer moeten wachten op de afhandeling. Bij ons was  
48 het gewoon binnen twee dagen geregeld.

49 EvH: Ja.

50 Respondent: Ja en dat geeft gewoon heel veel vertrouwen. En ik ben echt niet zo'n type die al  
51 het kleine uit zijn hoofd weet, waarvoor ik allemaal verzekerd ben. Maar ik weet wel dat als ik wat  
52 heb dat het dan ook goed geregeld is.

53 EvH: Ja oké nou top. Dan wil ik u nu een aantal mails voorleggen die Goedverzekert verstuurd  
54 naar klanten. Daarvoor zal ik even mijn scherm delen, want dan kunt u ze ook zien. En dan begin  
55 ik met de eerste, heeft u deze mail ontvangen?

56 Respondent: Ja, Het is denk ik te lang geleden om dat om dat echt goed te kunnen  
57 beantwoorden. Maar ja, ik kan me niet herinneren dat ik een video bekeken heb, want het is een  
58 video, hè?

59 EvH: Ja.

60 Respondent: Dan ja, het zou kunnen. Maar dat is dan gewoon te lang geleden, want ik ben ook al  
61 meer dan een jaar geleden klant geworden.

62 EvH: Ja ja nee snap ik hoor. Dan ga ik gewoon door naar de volgende. Heeft u deze ontvangen?

63 Respondent: Ja, dit ziet er wel meer uit als wat ik ontvangen heb. Ja.

64 EvH: En heeft u na het zien van deze mail nog wat gedaan? Heeft u bijvoorbeeld een Mijn  
65 Goedverzekert Account afgesloten? Of de polis in de bijlage opgeslagen?

66 Respondent: Ja, ik zit even terug te denken, want volgens mij heb ik mijn polis per post  
67 gekregen.

68 EvH: Dat kan.

69 Respondent: Ja en Mijn Goedverzekert had ik al vanuit mijn particuliere verzekeringen. Dus die  
70 heb ik niet opnieuw afgesloten.

71 EvH: Nee, oké dan de volgende. Dat is deze mail. Heeft u deze ontvangen?

72 Respondent: Durf ik niet te zeggen, dat weet ik niet meer.

73 EvH: Nee.

74 Respondent: Er gaat er geen lampje branden.

75 EvH: Nee, en dan heb ik er nog geen. Heeft u deze ontvangen?

76 Respondent: Ja, dat komt wel iets bekender voor, ja.

77 EvH: De datum zou kunnen afwijken, hoor.

78 Respondent: Ja. Ik kan me wel herinneren dat ik vlak voordat dat er een verlenging was, een  
79 dergelijke mail kreeg met controleer of je gegevens nog steeds goed staan. En dat heb ik wel  
80 aangeklikt en toen heb ik ook die gegevens gecontroleerd. Dus dat moet haast wel deze e-mail  
81 geweest zijn.

82 EvH: Ja.

83 Respondent: Je moet daar je omzetgegevens en dergelijke invullen. Dat moet ook wel goed  
84 staan voor de dekking. Dus dat heb ik wel even gecheckt.

85 EvH: Oké, goed dan de volgende en de laatste. Dat is deze. Heeft u deze ontvangen?

86 Respondent: Nee volgens mij niet, want mijn verzekering was niet aangepast. Ja, het zou kunnen  
87 hoor. Ik ben niet iemand die dat allemaal super strak onthoudt. Maar mijn polis is verlengd en niet  
88 per se aangepast.

89 EvH: Nee.

90 Respondent: Dus dat denk ik niet.

91 EvH: Nee oké, dan stop ik even met delen, want dan heb ik nog een aantal vragen. Heeft u in uw  
92 eerste jaar als klant bij Goedverzekert contact gezocht met Goedverzekert?

93 Respondent: Nee, Goedverzekert heeft mij volgens mij gebeld. Nadat ik de verzekering had  
94 ingediend, ben ik gebeld met wat over wat aanvullende vragen. En toen is het bevestigd dat ik  
95 verzekerd was. Vervolgens heb ik geen contact meer gelegd.

96 EvH: Nee, u heeft dus niet gebeld of gemaïld?

97 Respondent: Nee, ik had ook geen reden daarvoor. Ik had geen schade of iets dergelijks, dus dat  
98 nee .... Dat is niet gebeurd.

99 EvH: En, heeft u dan nog berichten op sociale media gezien, bijvoorbeeld tussen Goedverzekert  
100 en andere klanten of bedrijven?

101 Respondent: Nee.

102 EvH: Nee oké, en via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

103 Respondent: Ja dat ligt eraan. Ik ben altijd van de e-mails en chat, en dat soort dingen. Alleen  
104 toen ik schade had, wilde ik toch wel echt graag bellen. Maar ja dat was particulier. Dat is echt de  
105 enige reden om de telefoon te pakken.

106 EvH: Ja.

107 Respondent: Maar goed, ik vind allebei wel prima hoor. Dus toen ze me belde om nog wat af te  
108 stemmen voor het afsluiten van de verzekering dan is bellen toch echt veel sneller dan heen en  
109 weer pingpongen via mail. Stel dat ik een kleine aanpassing heb, bijvoorbeeld andere omzet  
110 getallen, dan kan ik dat prima online. Dat hoeft echt niet via de telefoon.

111 EvH: Nee.

112 Respondent: Alleen stel dat ik het verkeerd doe en ze bellen me even terug om het uit te leggen.  
113 Dat is dan wel heel prettig, want dat gaat gewoon sneller.

114 EvH: Ja, en mijn volgende vraag is via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten  
115 bereiken?

116 Respondent: Ja, ik vind dat dus afhankelijk van wat de wat de inhoud is. Dus het welkom heten,  
117 of zo .... Dat ze mij gebeld hebben, geeft mij toch wel meer een soort van contact. Dan voel je  
118 echt dat er wat mee wordt gedaan. Daarna vind ik eigenlijk dat het allemaal wel per mail mag,  
119 omdat het soms super hectisch is en dan ben je blij dat het in een mail staat.

120 EvH: Ja.

121 Respondent: En dan kan ik op een ander tijdstip reageren. Dus ja, het ligt eraan wat het is.

122 EvH: Ja precies. Maar wel via telefoon of per mail?

123 Respondent: Ja, dat is wel het voornaamste wat ik gebruik. Want je vroeg net ook naar sociale  
124 media, hè? Maar ik zou niet zo snel via Twitter of zo contact leggen. Of Facebook of Instagram...  
125 nee, ik vind dat het ook niet past bij een zakelijke verzekering.

126 EvH: Nee nee.

127 Respondent: Nee, dus dat ... ja, ik zou zeggen gewoon per e mail en desnoods bellen.

128 EvH: Ja, en zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?

129 Respondent: Weet ik niet. Dat vind ik een moeilijke vraag, want toen je net vroeg: waarvoor ben  
130 je verzekerd? Toen dacht ik ja, oeps, ik weet het eigenlijk niet goed. Maar als jullie me iets  
131 zouden sturen dan weet ik ook niet of ik dat zou lezen. Dus dat is wel een beetje een soort van  
132 spanningsveld.

133 EvH: Ja.

134 Respondent: Bij verzekeringen is net zoiets als je internetaansluiting. Je kijkt daar een keer naar  
135 en daarna nooit meer. Als het werkt dan is het prima. Ik snap ook wel dat het lastig is om in  
136 contact te blijven met je klanten. Maar ik heb zelf niet per se veel behoefte om meer in contact te  
137 staan. Ja, tenzij er dingen wijzigingen in de verzekering of dat er een ander type verzekering  
138 bijkomt die beter past bij mij. En ja, je vertrouwt er dan wel op dat je verzekeraar dan contact  
139 opneemt als ze iets nieuws of gaafs hebben dat voor mij relevant is. Iets dat nog niet bestond  
140 toen je de verzekering afsloot.

141 EvH: Ja precies ja ja in hoe zou u dan die informatie willen ontvangen? Is dat ook per mail of  
142 bijvoorbeeld op een bijeenkomst of een online event?

143 Respondent: Ja ik denk dat het qua ... Tja, hoe reëel is het om echt live events te organiseren?  
144 Want voor dit uurtje dacht ik: oh ja leuk om weer een keer naar kantoor in Apeldoorn te komen.  
145 Maar het is gewoon niet praktisch. Ik wil daaraan gewoon niet te veel tijd verliezen. Dus als er  
146 online dingen zijn, dan kom ik waarschijnlijk wel. Maar als het op locatie is dan kom ik  
147 waarschijnlijk niet omdat dat te veel tijd inneemt. Maar ja ... het heeft ook wel weer een hoge  
148 attentiewaarde als je wel ergens een keer fysiek komt.

149 EvH: Ja.

150 Respondent: Maar ja als ze gewoon iets hebben wat inhoudelijk is, een nieuw product bij wijze  
151 van spreken. Dan zou ik het prima vinden als een filmpje uitlegt wat het product inhoudt. Dat kun  
152 je dan gewoon op je eigen moment doen.

153 EvH: Ja.

154 Respondent: Wat ik bijvoorbeeld wel meegemaakt heb. Als je net ondernemer wordt, word je  
155 continu platgebeld door van alles en nog wat. Omdat je dan in het kadaster staat. Je wordt dan  
156 gewoon overvallen. Bedrijven hebben dan iets nieuws en dan vertellen ze een hele hoop. Daar  
157 kan je je gewoon geen beeld bij vormen. Dus daar heb ik nooit wat aan.

158 EvH: Ja precies.

159 Respondent: Dus dan vraag ik heel vaak: stuur mij even wat op. Gewoon een paar bullets of  
160 even een pdf van wat het is, en dan lees ik het later wel. Ik denk dat je daar wel op voorbereid  
161 moet zijn dat niet iedereen dan *on spot* kan zeggen: ja dat wil ik wel.

162 EvH: Nee.

163 Respondent: Ja, ik vind het zelf altijd wel prettig om rustig te kunnen nalezen, zeg maar. Waar ik  
164 dan voor kies.

165 EvH: Ja. Ja, mijn volgende vraag is: hoe zou u het vinden als Goedverzekert openbare gegevens  
166 gebruikt om u te informeren over wijzigingen in uw verzekering? Zoals bijvoorbeeld het KVK.

167 Respondent: Ja, kijk.... Als ze dat doen omdat ik daar klant ben en ze halen iets uit de KVK op  
168 dat mij een goede richting opstuurt, dan vind ik dat goed.

169 EvH: Ja.

170 Respondent: Maar ik vind het niet passen bij het bedrijf om gewoon gegevens te kopen en dan  
171 een soort van te gaan spammen. Maar dat komt omdat ik dus best wel veel gebeld ben. Ook  
172 door bedrijven waarmee ik helemaal geen connectie had over dingen waar ik echt gewoon  
173 helemaal geen behoefte aan heb.

174 EvH: Ja.

175 Respondent: Daar moet je wel heel erg mee uitkijken, zeg maar. In dezelfde periode dat ik  
176 ondernemer werd, werd mijn vrouw dat ook en we stonden gewoon dezelfde bellijst. Ik werd dan  
177 gebeld en een half uur later werd zij gebeld door dezelfde organisatie. En ja, op een gegeven  
178 moment dan heb je daar gewoon een allergie voor.

179 EvH: Nee, dat is vervelend.

180 Respondent: En als je al een verbinding, zeg maar, met een bedrijf hebt dan is het veel logischer  
181 om dan iemand vanuit het bedrijf te laten bellen. Bijvoorbeeld als er een nieuw product is dat  
182 relevant is voor die klant. Dan heb je een heel ander gesprek.

183 EvH: Ja, ja. Dat was inderdaad ook de bedoeling hoor. Dus stel dat u toch een medewerker in  
184 dienst neemt en u zet dat in het KVK. Dat zien wij dan en dat we u mailen of bellen: u heeft een  
185 medewerker in dienst. Deze verzekeringen zijn daardoor niet meer relevant en deze juist wel.

186 Respondent: Ja, dat zou ik dan heel logisch vinden en dan mag het inderdaad uit de uit openbare  
187 gegevens komen.

188 EvH: Ja oké nou, dan ga ik nu naar het naar het tweede deel van het interview. Daarbij leg ik u  
189 twee e mails voor die Goedverzekert verstuurd. Die heeft u net ook gezien. Goedverzekert wil  
190 graag weten op welke punten die mails verbeterd kunnen worden. Ik zal zo weer mijn scherm  
191 delen dan kunt u de tekst rustig doorlezen. De tekst heb ik opgedeeld in tekstonderdelen en dan  
192 kunt u per tekstonderdeel aangeven of u daar een plusje of een minnetje bij wil zetten. U zegt

193 bijvoorbeeld een plusje of minnetje als er informatie in staat die onduidelijk, onjuist,  
194 oninteressant, niet relevant is of juist bij informatie die u wel aanspreekt, relevant is, duidelijk is.  
195 Of als u informatie niet begrijpt. U mag van alles verzinnen. Ik zal mijn scherm weer even delen  
196 dan kunt u de eerste mail zien. Kunt u de mail zo lezen?  
197 Respondent: Ja, ja. Niet helemaal, maar het eerste tekstonderdeel staat er nu goed.  
198 EvH: Die is oké.  
199 Respondent: Ja, ik vind sowieso het eerste tekstonderdeel heel massief. Dat is het eerste doel  
200 dat ik het moet gaan lezen. En dan vind ik het wel veel. En het is ook ... ja, die eerste zin komt  
201 wat wollig op mij over, of zo. Dat ik het goed heb geregeld. Tja, daar ga ik vanuit anders zou ik  
202 niet voor Goedverzekert hebben gekozen, lijkt mij.  
203 EvH: Ja.  
204 Respondent: En dat jullie kennis willen delen dat mag weg. Ik zou dat ook concreter maken door  
205 gewoon letterlijk de naam van de verzekering die klanten hebben te benoemen. En dan zou ik  
206 gelijk springen naar wat andere ondernemers belangrijk vinden. En ja, welke branche ik in actief  
207 ben, zou ik ook weglaten. Dat weet ik zelf heus wel.  
208 EvH: Ja.  
209 Respondent: Dus dat soort dingen zou ik gewoon weglaten. Ik zou echt gewoon zeggen van: joh,  
210 u heeft deze verzekering en dan gewoon de naam. En dan dat andere ondernemers deze  
211 verzekeringen afnemen. En dan verder...  
212 EvH: Ja precies. Oké dan door naar twee  
213 Respondent: Ja deze vind ik wel fijner qua hoeveelheid tekst. En ik vind het prima dat jullie de  
214 beroepsaansprakelijkheidsverzekering afkortten, maar daarna dus die Ooa, BNI, etc. Dat zegt mij  
215 niets.  
216 EvH: Nee.  
217 Respondent: Nee, ik weet ook niet of ik dat had moeten weten. Maar dat zegt mij niets en ik vind  
218 dat ook gelijk vervelend, of zo. Dan moet ik gelijk gaan opzoeken wat dat is  
219 EvH: Ja precies.  
220 Respondent: Dat soort jargon dingetjes, dat zou ik zoveel mogelijk eruit laten.  
221 EvH: Ja.  
222 Respondent: Maar voor de rest vind ik het wel helder. En ja, die vinkjes lezen gewoon lekker.  
223 EvH: Ja precies, die bullets die helpen, zeg maar. Oké dan de volgende.  
224 Respondent: Ja, die is heel kort. En ja, dat is gewoon super. Je weet dat je meer informatie kan  
225 krijgen als je dat wil. En inderdaad gewoon gelijk de knop: actie. Dus dat is prima.  
226 EvH: Dat is prima. Ja oké, dan naar vier  
227 Respondent: Ja, qua opbouw vind ik hem ook wel weer goed. Alleen ik ben een beetje getriggerd  
228 door die tweede bullet 'verzekerd verkeerszaken'. Dat voelt een beetje alsof het niet klopt, maar  
229 misschien klopt dat wel. Ja dat lijkt een soort van vreemde eend in de bijt.  
230 EvH: Oké, die komt uit het niets, zeg maar?

231 Respondent: Ja, maar misschien zit dat er ook echt letterlijk in. Je zou dat niet per se verwachten  
232 onder een rechtsbijstandsverzekering.

233 EvH: Oké.

234 Respondent: Ja, en verder heb ik geen opmerkingen erbij.

235 EvH: Nee, nee. Als u echt geen mening heeft over een tekstonderdeel, mag u dat ook zeggen  
236 hoor. Dat is geen probleem. Dan tekstonderdeel vijf.

237 Respondent: Ja, het enige is dat als er in tekstonderdeel vier wordt gezegd dat het online af te  
238 sluiten is, en daaronder staat de knop waarmee je dat kan doen. Dat kan je dan misschien  
239 weglaten. Het is zo duidelijk dat je dat kan doen. Dat hoeft je eigenlijk niet eens te benomen.

240 EvH: Nee snap ik. Ja precies.

241 Respondent: Ja verder niks op aan te merken. Ja, en de zesde is natuurlijk een beetje van 'wat  
242 doe je ermee'. Als ik een mail krijg dan wil ik het liefst ook dat het online af te handelen is, maar  
243 ja het staat er natuurlijk heel vaak onder.

244 EvH: Ja.

245 Respondent: Het liefst heb ik dat als ik op 'meer informatie' klik dat ik er dan zelf uit kan komen.

246 EvH: Ja precies, dan zou zes overbodig zijn?

247 Respondent: Ja, al vind ik dat moeilijk om te zeggen, want toen ik schade had, zocht ik de eerste  
248 mail op met telefoonnummer. En ja, dan ga je bellen. Dan is het natuurlijk wel fijn dat het eronder  
249 staat.

250 EvH: Ja, oké. Dan ga ik door naar de volgende mail. Dat is deze. Kunt u het zo lezen?

251 Respondent: Ja hoor. Ja, dit is volgens mij ook wat ik heb ontvangen. Dit vond ik gewoon prima.

252 EvH: Tekstonderdeel een is prima, ja?

253 Respondent: Ja.

254 EvH: Kunt u dan misschien ook zeggen wat u goed vond?

255 Respondent: Nou ja.... Het is zeg maar de realiteit dat er veel kan veranderen in een jaar, hè?  
256 Ook zeker bij een bedrijf. Maar het is ook nog open van: er kan ook niets veranderd zijn. Daar zit  
257 geen waardeoordeel in. Je had ook kunnen schrijven: het is zo'n dynamische tijd .... Die wordt  
258 vaak gebruikt. Terwijl dat voor ondernemers misschien helemaal niet zo is.

259 EvH: Ja.

260 Respondent: Zo'n check is gewoon goed. We hebben uw input gewoon nodig. Dat vind ik er goed  
261 aan.

262 EvH: Super, dan ga ik door naar twee.

263 Respondent: Ja, die vind ik ook wel goed. Het is prettig, want als je de mail binnenkrijgt dan is dat  
264 niet altijd het moment dat je ook daadwerkelijk actie wil ondernemen. Daarvoor heb je niet altijd  
265 tijd.

266 EvH: Ja....

267 Respondent: Ja, dus dit, ja. Ik vond deze eigenlijk gewoon helemaal goed.

268 EvH: Oké, nou ja, dan door naar drie

269 Respondent: Ja prima, en ja die tips zijn goed. Dat heb ik toen waarschijnlijk niet eens gelezen

- 270 EvH: Nee en vier is hetzelfde als de vorige mail.
- 271 Respondent: Ja goed, niks extra's aan toe te voegen.
- 272 EvH: Nee, nee. Oké, dan stop ik ook met delen, want dit was de laatste. Mocht u nog vragen
- 273 hebben dan hoor ik dat graag. U mag me ook gewoon mailen. Dan stop ik nu de opname.



1 9.10.10 Respondent 10

2 EvH: Mijn eerste vraag is: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Een reisbureau aan huis.

4 EvH: Oké, en wat doet u dan precies? Stelt u dan reizen van A tot Z samen?

5 Respondent: Ja, ik boek reizen van A tot Z. Dus mensen willen een reis maken en dat kan heel

6 eenvoudig of heel uitgebreid zijn. Het kan een pakketreis zijn, maar het kan ook een reis zijn die

7 helemaal samengesteld moet worden.

8 EvH: Oké, en hoe lang doet u dat al?

9 Respondent: Ja ik heb het reisbureau nog niet zo lang, nu bijna twee jaar. Maar ik zit in de

10 reiswereld vanaf mijn twintigste dus al lang.

11 EvH: Je, en sinds twee jaar ongeveer dus als zzp'er?

12 Respondent: Ja inderdaad.

13 EvH: En heeft u toen direct uw aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

14 Respondent: Ja.

15 EvH: Gelijk, oké.

16 Respondent: Ja, en meteen bij Goedverzekert. Dus ik heb nog niets veranderd.

17 EvH: Nee, nee.

18 Respondent: Dat is ook niet de bedoeling trouwens, hoor.

19 EvH: Nee gelukkig, en werkt u alleen? Of heeft u ooit wel eens iemand in dienst gehad?

20 Respondent: Nee, dit doe ik alleen. Maar hiervoor was ik manager bij een reisbureau en ik heb bij

21 een touroperator gewerkt. Ik heb dus wel altijd in de reiswereld gezeten.

22 EvH: Oké en bent u op dit moment dan alleen zzp'er? Of werkt u nog steeds als manager bij een

23 ander reisbureau?

24 Respondent: Nee niet als een manager, maar ik werk naast het reisbureau bij de NS.

25 EvH: Oh oké.

26 Respondent: Op de internationale afdeling.

27 EvH: Oké. En heeft u wel eens een claim bij Goedverzekert ingediend?

28 Respondent: Gelukkig niet.

29 EvH: Nee, gelukkig niet. En waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

30 Respondent: Omdat ik dat wel belangrijk vind. Als er een claim binnenkomt dan kan dat

31 behoorlijk oplopen. Dus ik wil dat risico niet lopen.

32 EvH: Nee, want waartegen bent u, denkt u, verzekerd met een aansprakelijkheidsverzekering?

33 Respondent: Nou, ik heb het niet nagekeken. Volgens mij als er iets echt helemaal misgaat met

34 een reis en ik daarvoor dus aansprakelijk wordt gesteld. Dan ben ik daarvoor verzekerd.

35 EvH: Ja.

36 Respondent: Niet voor de kleine dingetjes, maar als er echt een claim zou komen. Dus niet als

37 iemand in Australië naar huis moet, en ze zouden daarvoor € 5.000, - claimen. Dat kan niet. Het

38 is dus wel voor ... hoe zal ik het zeggen ... als er echt iets aan de hand is.

39 EvH: Oké ja, en waarom heeft u die verzekering bij Goedverzekert afgesloten?

40 Respondent: Ik heb dat wel uitgezocht. Bij de SNS kon ik die niet afsluiten en bij Rabo ook niet.

41 En Goedverzekert kwam gewoon qua prijs het gunstigste uit.

42 EvH: Oké, en denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

43 Respondent: Nou, dat denk ik wel. Ik hoop er nooit achter te komen.

44 EvH: Precies nee, u hoop het nooit nodig te hebben.

45 Respondent: Nee, daarom.

46 EvH: Nee, dan laat ik u nu een aantal mails zien die Goedverzekert verstuurd. Daarvoor zal ik

47 even mijn scherm delen, want dan kunt u met mij meekijken.

48 Respondent: Dat zou ik dan gehad moeten hebben?

49 EvH: In principe zou u deze gehad moeten hebben. Herkent u deze mail?

50 Respondent: Nee eigenlijk niet.

51 EvH: Nee. Hierbij zat een persoonlijke welkomstvideo, kunt u het zich dan herinneren?

52 Respondent: Ja, ik kan wel kijken of ik die gehad heb, want ik bewaar alles. Even kijken...

53 Goedverzekert. Nee, ik heb die niet gehad.

54 EvH: Nee, oké. Dan ga ik gewoon door naar de volgende. Dat is deze mail. Heeft u deze

55 ontvangen? Per mail of per post misschien.

56 Respondent: Ik denk dat het deze is geweest. Ja.

57 EvH: Ja, want hierbij was uw polis als bijlage toegevoegd...

58 Respondent: Ja en 'u heeft 14 dagen bedenktijd' dat kan ik me ook herinneren. Deze heb ik wel

59 gehad, ja.

60 EvH: Ja en heeft u na het zien van deze mail nog wat gedaan? Heeft u bijvoorbeeld een Mijn

61 Goedverzekert account afgesloten? Of de polis in de bijlage opgeslagen?

62 Respondent: Dat doe ik altijd.

63 EvH: Oké, maar geen Mijn Goedverzekert account aangemaakt?

64 Respondent: Nee volgens mij niet.

65 EvH: Nee, oké dan de volgende. Herkent u deze mail?

66 Respondent: Nee, ik herken deze niet.

67 EvH: Nee.

68 Respondent: Ja, ik kan deze wel ontvangen hebben, hoor. Maar, weet je, je krijgt zoveel

69 informatie.

70 EvH: Ja.

71 Respondent: Even kijken ... 'bereken uw premie' .... Ja, ik heb wel een mail ontvangen waarin

72 gevraagd werd of ik alles even na wilde kijken. Of is dat?

73 EvH: Ik denk dat dat de volgende is. Deze bedoelt u, denk ik?

74 Respondent: Ja. En dan controleren en dat heb ik gedaan.

75 EvH: Dat heeft u ook gedaan?

76 Respondent: Ja, heb ik ook gedaan. Er was nog niet zoveel veranderd. Het bedrag wat er in

77 stond was nog goed.

78 EvH: Super dan de volgende en de laatste. Dat is deze mail. Heeft u deze ontvangen?  
79 Respondent: Aanpassen van uw verzekering? Kan zijn, hoor. Weet ik zo niet.  
80 EvH: Ja daar stond inderdaad een nieuwe polis in voor het volgende verzekeringsjaar.  
81 Respondent: Oké, dan heb ik hem wel gehad en dan heb ik de polis bewaard.  
82 EvH: Ja, en heeft u enig idee hoe het zou kunnen komen dat u de andere mails niet heeft  
83 ontvangen?  
84 Respondent: Nou, ik zeg niet dat ik die niet ontvangen heb. Ik denk dat ik die wel gewoon heb,  
85 maar dat ik die niet opgeslagen heb. Oh wacht even. Ik heb hier de mail met een nieuwe polis en  
86 nota. Dus ik heb die mail wel gehad.  
87 EvH: Ja.  
88 Respondent: En, dat is alles dus die andere heb ik niet gehad. Nee.  
89 EvH: Nee oké, nee helemaal goed.  
90 Respondent: Dus ik heb het aardig onthouden  
91 EvH: Ja, ja zeker. En heeft u dan zelf nog contact gezocht in uw eerste jaar als klant bij  
92 Goedverzekert?  
93 Respondent: Nee hoor.  
94 EvH: Nee, u heeft niet gebeld of gemaïld?  
95 Respondent: Nee hoor. Nee, ik ben verzekerd en ik hoop het niet nodig te hebben. Dus ik ga er  
96 dan niet achteraan bellen.  
97 EvH: Nee snap ik. En heeft u berichten gezien tussen Goedverzekert en andere klanten of  
98 bedrijven op sociale media?  
99 Respondent: Nee. Ach, misschien heb ik het wel gezien, maar dat doet me niks. Ik ben verzekerd  
100 en ik ga er dan niet nog weer eens achteraan om anderen na te kijken. Dat heb ik ook niet  
101 gedaan toen die polis doorliep, Dat was toen goed en ik ga niet ieder jaar alles nakijken.  
102 EvH: Nee precies, en via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?  
103 Respondent: Ik denk dat ik dan zou bellen. Als er echt iets zou zijn. Maar als ik iets moet  
104 uitzoeken dan zou ik dat via internet doen.  
105 EvH: Ja precies, ja  
106 Respondent: Het ligt er een beetje aan waar het om gaat, maar zo gauw ik echt iets nodig zou  
107 hebben. Bijvoorbeeld om advies te vragen, zou ik bellen.  
108 EvH: Ja begrijp ik, en via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?  
109 Respondent: Telefonisch of mail. Ik lees alle mails wel, maar als het niet interessant genoeg is  
110 dan skip ik ze.  
111 EvH: En zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?  
112 Respondent: Dat is niet nodig. Nee, ik hoef ook niet allerlei informatie waar ik niks aan heb.  
113 EvH: Nee, en op welke momenten zou Goedverzekert wel contact met u moeten zoeken?  
114 Respondent: Als er iets verandert in de polis. Dat soort dingen. Als er een prijswijziging is dan  
115 wel, maar geen algemeen geneuzel, zeg maar. Nee, als ik ze nodig heb dan bel ik wel.

116 EvH: Ja oké. En hoe zou u het vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u te  
117 informeren over wijzigingen in uw verzekering?

118 Respondent: Uhm....

119 EvH: Daar bedoel ik bijvoorbeeld het KVK mee. Als u daarin invult dat u bijvoorbeeld toch een  
120 medewerker in dienst neemt. Dat kan Goedverzekert zien, en dat wij u daarom mailen: u heeft  
121 een medewerker in dienst, denkt u ook aan deze verzekeringen? En deze zijn niet meer relevant  
122 voor u.

123 Respondent: Als je dat voorbeeld neemt dan zou ik dat prima vinden, maar het heeft natuurlijk  
124 wel grenzen.

125 EvH: Ja.

126 Respondent: Ja dat wel, maar het voorbeeld wat je nu noemt dan zou ik zeggen: oké, daar heb ik  
127 misschien niet aan gedacht.

128 EvH: En zou u zo kunnen benoemen waar die grens dan ongeveer ligt?

129 Respondent: Dat is moeilijk natuurlijk ... Zo gauw ik het idee heb dat mijn hele hebben en houden  
130 in de mail staat dan wordt het een ander verhaal. Dus als jullie mij mailen dat ik een medewerker  
131 in dienst heb genomen, en dat de verzekering veranderd moet worden. Dat is dan prima. Maar zo  
132 gauw er staat: uw omzet is dermate hoog daarom moet u deze verzekeringen afsluiten. Dat wordt  
133 dan iets te persoonlijk, zeg maar.

134 EvH: Ja te controlerend, zeg maar?

135 Respondent: Ja ja. Persoonsgegevens mogen wel gebruikt worden, zolang deze maar niet aan  
136 derden worden gegeven.

137 EvH: Nee precies, oké. Dan ga ik nu door naar deel twee. Daarbij leg ik u twee mails voor. Die  
138 heeft u zojuist ook gezien. Goedverzekert wil graag weten hoe deze mails verbeterd kunnen  
139 worden. Ik laat de mails zo weer zien via mijn scherm dan kunt u ze rustig doorlezen. De tekst  
140 heb ik opgedeeld in tekstonderdelen en dan kunt u per tekstonderdeel aangeven of u die goed  
141 vond of juist niet goed vond. Dat doet u met plussen en minnen. U zegt bijvoorbeeld een plusje of  
142 minnetje bij een tekstonderdeel waarin te veel informatie staat, informatie in staat die u niet  
143 begrijpt, onduidelijk is, niet relevant is. Of waar informatie instaat die u wel aanspreekt. U mag  
144 echt van alles verzinnen.

145 Respondent: Ja.

146 EvH: Dan deel ik even mijn scherm, dan kunt u het eerste tekstonderdeel lezen. Kunt u het zo  
147 lezen?

148 Respondent: Ja, ik kan het lezen. En nu moet ik daar een plusje of minnetje bijzetten?

149 EvH: Ja, u mag het gewoon aan mij doorgeven of u een plusje of minnetje neerzet.

150 Respondent: Oh oké. Nou, dat eerste gedeelte is een plusje.

151 EvH: En kunt u ook aangeven waarom u daar een plusje bij zet?

152 Respondent: Nou, ik vind het gewoon een prima tekst, niks bijzonders. Het is ook geen wauw, of  
153 zo. Het is gewoon een plus.

154 EvH: Oké

155 Respondent: Even kijken ... beroepsaansprakelijkheidsverzekering.

156 Respondent: De schade die ontstaat door een beroepsfout.... Dat is inderdaad wat ik zo straks

157 ook zei. Het is goed om de informatie nog even te herhalen dus dat vind ik zeker een plus. Hè?

158 Daar staat nog eens in waarvoor je verzekerd bent.

159 EvH: Ja.

160 Respondent: Ja dus dat is een plus. Dat is gewoon een prima tekst. Even kijken .... Ja dan

161 bereken uw premie. Dat is ook een plusje natuurlijk. En dan kom ik op de zakelijke rechtsbijstand.

162 Die heb ik niet, volgens mij, Dat is een andere verzekering, toch?

163 EvH: Als het goed is, heeft u deze inderdaad niet

164 Respondent: Nee heb ik niet. Dat dacht ik al. Dus, nou ja, het staat er prima.

165 EvH: U vindt de tekst goed?

166 Respondent: Ja, verder is het prima. Weet je, het is duidelijk en daar gaat het om.

167 EvH: Ja.

168 Respondent: Bereken uw premie. Dus als je hem wil hebben, dan kun je hem afsluiten. Dus dat

169 is ook prima.

170 EvH: Ja.

171 Respondent: Een bel gerust als u vragen heeft. Nou, dat is ook goed.

172 EvH: Ja.

173 Respondent: Dus ik vind het al met al een prima mail.

174 EvH: Oké. Er was niks waarbij u dacht: dat begrijp ik niet, of dat is niet waar, of ...?

175 Respondent: Nee.

176 EvH: Nee, oké.

177 Respondent: Prima.

178 EvH: Dan door naar de tweede mail en ook de laatste. Ik zal weer even inzoomen.

179 Respondent: Even kijken.... In een jaar kan alles veranderen, ook bij uw bedrijf .... Ja, het eerste

180 gedeelte is weer een plus, daarin staat gewoon de informatie die er moet staan. Ik kan hem

181 moeilijk door scrollen, ja ... even kijken. Controleer uw gegevens voor 26 oktober. Ja prima. Die

182 tweede en de derde ben ik het helemaal mee eens. Dus helemaal goed.

183 EvH: Die zijn duidelijk?

184 Respondent: Ja. En dan hebben we weer de laatste 'even Apeldoorn bellen'.

185 EvH: Ja, die is inderdaad hetzelfde is als de vorige mail.

186 Respondent: Dus prima.

187 EvH: Ja oké, goed. Dat was de laatste mail. Heeft u nog vragen of opmerkingen? Of dingen die u

188 nog kwijt wil?

189 Respondent: Nee hoor. Weet je, het is voor mij gewoon een verzekering die ik heb afgesloten. Ik

190 ben daar ook niet mee bezig. Het hele jaar kom ik het niet tegen, totdat ik de gegevens weer

191 moet checken. Dus voor mij heeft het niet zo veel aandacht. Ik heb de verzekering in ieder geval

192 en ik zie deze iedere maand voorbijkomen in de betalingen.

193 EvH: Ja, precies. Oké, dan stop ik de opname en dat wil ik u bedanken voor uw tijd en input.

1 9.10.11 Respondent 11

2 EvH: Ja, dan begin ik gewoon met de eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik werk als zzp'er voor mezelf en ik doe interim werk in de inkoop.

4 EvH: En wat houdt het precies in?

5 Respondent: Ik heb scheikunde gestudeerd, dus ik doe met name inkoop van scheikundige  
6 grondstoffen of producten die daaraan gerelateerd zijn. Nu doe ik bijvoorbeeld de inkoop van  
7 laboratoriumapparatuur. Dat zijn hele grote uitgaven, maar ook consumabels zoals dat heet. Dus  
8 dat zijn de handschoentjes of ja ... wat je in het journaal voorbij ziet komen, als je een lab ziet  
9 met van die witte jassen, dat soort dingen.

10 EvH: Ja, ja, en doet u dat al lang?

11 Respondent: Ik ben anderhalf jaar geleden voor mezelf begonnen, maar het inkopen van dit soort  
12 spullen doe ik al vijftien jaar.

13 EvH: Oké en sinds anderhalf jaar voor uzelf. En waarom begon u voor uzelf?

14 Respondent: Ik wilde graag meer afwisseling hebben. Ik vind het leuk om aan iets te werken,  
15 maar ik vind het leuk als dat elke keer weer anders en wat nieuws is. Daar leer ik dan weer van.  
16 En als je een vaste baan hebt, dan heb je eigenlijk altijd hetzelfde werk. En nu werk ik voor  
17 verschillende bedrijven en verschillende categorieën producten, verschillende industrieën ... Ja.

18 EvH: En toen u begon, heeft u ook gelijk een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

19 Respondent: Ja, min of meer wel.

20 EvH: En waarom heeft u die afgesloten?

21 Respondent: Ja om toch op het moment dat er iets gebeurt, er zeker van te zijn dat er nog  
22 inkomsten zijn.

23 EvH: Ja.

24 Respondent: Dus je hoopt nooit dat er iets gebeurt, maar ja ... ongeluk zit in een klein hoekje  
25 dus....

26 EvH: Ja, en heeft u wel eens een claim ingediend bij Goedverzekert?

27 Respondent: Nee.

28 EvH: En heeft u wel eens iemand gehad die u tijdelijk hielp met uw werkzaamheden of die u  
29 tijdelijk in dienst nam?

30 Respondent: Nee.

31 EvH: Ook niet, oké. En waartegen bent u, denkt u, verzekerd met een  
32 aansprakelijkheidsverzekering?

33 Respondent: Ja, dat is een goede vraag. Ik denk bij langdurig ziekte of lichamelijk letsel, waarbij  
34 ik mijn beroep niet meer goed kan uitoefenen.

35 EvH: Ja, oké. En waarom heeft u die bij Goedverzekert afgesloten?

36 Respondent: Ik heb in de markt gekeken welke aanbieders er zijn en welke ik het prettigst vond.  
37 En ja, daarbij kwam Goedverzekert het beste uit de bus.

38 EvH: Oké, en denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

39 Respondent: Ja.

40 EvH: Ja, oké gelukkig. Dan laat ik u nu een aantal e-mails zien die Goedverzekert verstuurd naar  
41 klanten. Daarvoor zal ik even mijn scherm delen, want dan kunt u ze ook zien. En dan is dit de  
42 eerste en mijn vraag is: heeft u deze mail ontvangen?

43 Respondent: Ik kan het me niet herinneren.

44 EvH: En hierbij zat een video. Misschien helpt dat om de mail te herinneren. Nee.

45 Respondent: Maar het is ook alweer anderhalf jaar geleden. Misschien heeft de mail gewoon  
46 geen indruk gemaakt.

47 EvH: Nee, oké. Dan ga ik gewoon door naar de volgende. Dat is deze. Heeft u deze ontvangen?

48 Respondent: Ja.

49 EvH: Die wel.

50 Respondent: In ieder geval iets wat hier heel erg op lijkt. Ja, ja, deze heb ik wel ontvangen.

51 EvH: En heeft u nog een Mijn Goedverzekert account aangemaakt na het lezen van de mail? Of  
52 de polis in de bijlage opgeslagen?

53 Respondent: Ja, allebei.

54 EvH: Allebei, oké. Dan de volgende mail. Dat is deze. Heeft u deze gehad?

55 Respondent: Ja, die heb ik ook gehad.

56 EvH: En heeft u na het zien van deze mail op 'meer informatie' geklikt of op 'bereken uw premie'?

57 Respondent: Dat heb ik ... ja, heb ik gedaan.

58 EvH: Oké u heeft doorgeklikt naar de website, maar u heeft daar geen nieuwe verzekering  
59 afgesloten?

60 Respondent: Niet voor de zakelijke rechtsbijstand, maar wel voor de  
61 beroepsaansprakelijkheidsverzekering

62 EvH: Oké, daar heeft u op geklikt?

63 Respondent: Ja.

64 EvH: Oké, en dan ga ik gewoon door naar de volgende, Dat is deze. Weet u nog of u deze gehad  
65 heeft?

66 Respondent: Ja, heb ik ook gehad.

67 EvH: En heeft u dan ook op 'mijn gegevens controleren' geklikt?

68 Respondent: Ik denk het wel, maar ik heb hem natuurlijk pas net afgesloten. En ja, ik weet dat er  
69 niks is veranderd, maar ik denk dat ik het wel even heb nagekeken.

70 EvH: Ja, u heeft daar wel op geklikt en ook gecheckt of uw gegevens nog kloppen? Oké, ja. En  
71 dan de laatste. Dat is deze mail. Heeft u deze ontvangen?

72 Respondent: Nee, volgens mij heb ik niks aangepast. Dus ik denk het niet.

73 EvH: Oké want dit is de mail waarin de nieuwe polis als bijlage is toegevoegd. Voor het nieuwe  
74 verzekeringsjaar.

75 Respondent: Ja, die zou ik dan wel moeten hebben gehad.

76 EvH: Leek die hier niet op?

77 Respondent: Nee, ik was ook even getriggerd door de tweede zin: de gegevens van uw  
78 verzekering zijn aangepast. Daar was ik even door getriggerd. Dus ik dacht dat dit misschien een  
79 mail is die je krijgt als je ook echt je gegevens via de vorige mail hebt aangepast.  
80 EvH: Oh vandaar, ja. U heeft dus wel een mail gehad met de polis voor het nieuwe  
81 verzekeringsjaar?  
82 Respondent: Ja.  
83 EvH: Ja, oké. En dan stop ik even met delen, want dan heb ik nog een aantal vragen. Heeft u in  
84 uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert zelf contact gezocht met Goedverzekert?  
85 Respondent: Ja, ik heb aan het begin  
86 EvH: En weet u nog wanneer dat was en waarover dat ging?  
87 Respondent: Ja, wacht.... Wanneer krijg je die laatste mail die je liet zien? Die wordt verstuurd  
88 vanaf de dag dat je hem afsluit en dan een volledig jaar? Dan ik die nog niet gehad, want ik heb  
89 mijn verzekering nog niet een jaar lopen.  
90 EvH: Oh oké.  
91 Respondent: En dat komt, omdat ik in eerste instantie nog op een andere manier verzekerd was.  
92 Dus ik was tot en met het eerste halfjaar als zzp'er nog anders verzekerd.  
93 EvH: Hoe was u toen verzekerd?  
94 Respondent: Via het UWV.  
95 EvH: Oké, toen had u nog niet een aansprakelijkheidsverzekering bij Goedverzekert? Nee, oké.  
96 En heeft u dan nog contact gezocht met Goedverzekert?  
97 Respondent: Toen ik hem eenmaal afgesloten had?  
98 EvH: Ja.  
99 Respondent: Nee, er is in het begin veel contact geweest. Omdat er een medische screening aan  
100 vastzit. Dus toen wel. Maar toen deze verzekering eenmaal was afgesloten, heb ik geen contact  
101 meer gehad.  
102 EvH: Nee, oké. En heeft u dan nog berichten gezien op sociale media tussen Goedverzekert en  
103 andere klanten of bedrijven?  
104 Respondent: Nee.  
105 EvH: Nee, ook niet. En via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?  
106 Respondent: Telefonisch vind ik het best. En anders per mail  
107 EvH: Oké ja, en via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?  
108 Respondent: Ik denk e mail. Ja.  
109 EvH: En zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?  
110 Respondent: Nee, dat is goed zo.  
111 EvH: En op welke momenten zou Goedverzekert wel contact met u moeten zoeken?  
112 Respondent: Als er aanpassingen zijn. Bijvoorbeeld vanuit de wet, of iets dergelijks, dat er  
113 aanpassingen zijn. Of vanuit mijn eigen situatie. Als er dingen zijn, die consequenties hebben  
114 voor mijzelf dan graag.



115 EvH: Ja oké, en u zou die informatie dan ook per mail willen ontvangen, denk ik? Ja. En hoe zou  
116 u het vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om u te informeren over wijzigingen  
117 in uw verzekering?

118 Respondent: Uhm ...

119 EvH: Dat Goedverzekert bijvoorbeeld het KVK gebruikt. Bijvoorbeeld als u daarin invult dat u toch  
120 een medewerker in dienst neemt. Dat ziet Goedverzekert en dat ze dan u mailen: u heeft een  
121 medewerker in dienst. Denkt u ook aan deze verzekeringen? En deze zijn misschien niet meer  
122 relevant voor u.

123 Respondent: Dat zou prima zijn.

124 EvH: Ja, dat zou u goed vinden?

125 Respondent: Ja.

126 EvH: Oké, dan ga ik door naar deel twee. Daarvoor leg ik u twee e-mails voor van  
127 Goedverzekert. Die heeft u zojuist ook gezien. Dat zijn de cross-sellmail en de actualisatiemail.  
128 Goedverzekert wil graag weten op welke manier deze mails verbeterd kunnen worden. Daarvoor  
129 heb ik de tekst opgedeeld in tekstonderdelen en dan kunt u per tekstonderdeel aangeven of u die  
130 goed of niet goed vond. Dat doet u met plussen en minnen.

131 Respondent: Oké.

132 EvH: Ik zal zo weer mijn scherm delen. U kunt de tekst dan rustig doorlezen en dan zeggen of u  
133 een plusje of minnetje wil zetten bij het eerste tekstonderdeel. U zet bijvoorbeeld een plusje of  
134 minnetje als er informatie in staat die u niet belangrijk vindt, onduidelijk is, onjuist is, u op een  
135 goede manier aanspreekt. Of bij een tekstonderdeel waarin te veel of te weinig informatie staat,  
136 of waarin informatie staat die u niet begrijpt. U mag echt alles zeggen. En dan bespreken we  
137 daarna de plussen en minnen die u heeft aangegeven. Ik vraag u dan dus waarom u een plus of  
138 min heeft gezet.

139 Respondent: Helder ja.

140 EvH: Ja dan zal ik eerst weer even mijn scherm delen. En u mag ook geen mening hebben over  
141 een tekstonderdeel, hoor. Dus als u denkt: nou daar vind ik eigenlijk niks van, dan mag dat. Kunt  
142 u het zo lezen?

143 Respondent: Ja zeker, ja. Ik vind het een plusje. Ik weet niet precies wat de schaal is, maar....

144 EvH: Oké, en...

145 Respondent: Zal ik het meteen toelichten?

146 EvH: Ja, kunt u uitleggen wat u er goed aan vond?

147 Respondent: Ja, ik vind het makkelijk om dat meteen ook te doen. Kijk, wat ik heel prettig vind,  
148 en dat geldt voor alle communicatie van Goedverzekert, is dat het heel enthousiast en positief is.  
149 Voor mij zit er een hele positieve vibe aan de tekst.

150 EvH: Ja.

151 Respondent: Ik vind het wel veel tekst. Volgens mij had het wat korter gekund.

152 EvH: Ja.

153 Respondent: Het is wel informerend dus het voelt wel alsof Goedverzekert ook met mij mee wil  
154 denken en het beste met me voor heeft. En dat is deels die positieve vibe dus.  
155 EvH: Ja, oké.  
156 Respondent: Vandaar het plusje, maar liever iets korter.  
157 EvH: Iets korter, en welke informatie zou dan wat u betreft eruit kunnen?  
158 Respondent: Ja, er staat: u heeft bij ons een verzekering. Dat heeft u goed geregeld. Wij helpen  
159 ondernemers als u graag verder.  
160 EvH: Ja.  
161 Respondent: En dan komt dat hele stuk: dat doen we door onze kennis te delen... en volgens  
162 onze informatie ben u actief in deze branche. Andere ondernemers in de branche sluiten deze  
163 verzekering af. Ja, dat zou er wat mij betreft uit kunnen.  
164 EvH: Ja, oké. Dus dat deel over kennis delen over wat andere ondernemers doen, dat kan er  
165 gewoon uit?  
166 Respondent: Ja die drie zinnen. Die kunnen daar volgens mij zo uit. Ja, en ik denk dat er her en  
167 der ook nog wel wat woorden tussenuit kunnen. Dan kan het nog wat korter.  
168 EvH: Ja precies ja.  
169 Respondent: Zeg maar in grote lijnen, dit zijn de grote zinnen. Ja.  
170 EvH: Ja, oké. Dan door naar tekstonderdeel twee.  
171 Respondent: Ja prima. Plus, plus.  
172 EvH: En kunt u uitleggen wat u goed vindt aan deze tekst?  
173 Respondent: Het is helder. Het enige wat ik niet zo goed weet, zijn die leveringsvoorwaarden.  
174 EvH: Nee.  
175 Respondent: Hè? Dus dat is voor mij onduidelijk hierin.  
176 EvH: Ja.  
177 Respondent: Ik ga er dan altijd vanuit dat degene die deze verzekering nodig hebben, daar wel  
178 van op de hoogte zijn. Maar voor mij voegt dat niks toe, omdat ik niet weet wat het betekent.  
179 EvH: Nee snap ik, hoor. Helemaal goed, dan ga ik door naar de ...  
180 Respondent: Dat is dus het enige. Ja en die vinkjes kunnen in principe allemaal weg. Dan wordt  
181 het ook weer wat korter en bondiger  
182 EvH: Die onderaan het tekstonderdeel staan?  
183 Respondent: Ja, want er staat: verzekert financiële schade door een beroepsfout. Nou, dat staat  
184 daarboven ook. Dan die regel met die leveringsvoorwaarden. Die ken ik niet dus dat zegt mij  
185 niets. En dan dat ik het direct kan afsluiten. Tja, dat ...  
186 EvH: Daar gaat u dan vanuit?  
187 Respondent: Dat is evident.  
188 EvH: Ja, snap ik. Oké, goed. Dan ga ik door naar tekstonderdeel drie en die is lekker kort.  
189 Respondent: Ja, dus die bevalt mij wel.  
190 EvH: Ja.  
191 Respondent: Die is heel helder, dus ja.... Het is meteen duidelijk.

192 EvH: Oké, super. Dan tekstonderdeel vier over de rechtsbijstandsverzekering.  
193 Respondent: Ja, ik zit even te denken..., want ik vind die vinkjes wel prettig lezen.  
194 EvH: Ja.  
195 Respondent: Dus die zou ik er toch het liefst, ook bij die vorige, er wel inhouden. Dat leest wel  
196 fijn. Alleen ook hier staat: verzekerd verkeerszaken over de hele wereld. Ik weet niet zo goed wat  
197 ik me daarbij moet voorstellen.  
198 EvH: Nee, oké.  
199 Respondent: Voor de rest is het wel prima  
200 EvH: En sluit u eenvoudig direct online af, daarvoor geldt, denk ik, hetzelfde als de vorige alinea,  
201 hè?  
202 Respondent: Ja, eigenlijk zouden die vinkjes ook hier weer weg kunnen.  
203 EvH: Ja, qua inhoud kunnen ze weg Alleen qua opmaak leest het wel prettig?  
204 Respondent: Je leest het wel fijn. Ja, maar het voelt een beetje dubbelop. Daarboven staat ook  
205 verzekerd van onafhankelijk juridische hulp van de specialisten van ... en dan staat eronder nog  
206 een keer: onbeperkt juridische hulp.  
207 EvH: Ja, dus dat is eigenlijk hetzelfde.  
208 Respondent: Ja dat is dubbelop. Ja, en de volgende is weer fijn. Lekker kort en duidelijk.  
209 EvH: Ja hetzelfde als nummer drie inderdaad. En de laatste?  
210 Respondent: Ja ook heel helder. Wat ik zelf heb gemerkt als ik bel, is dat je dan nog een  
211 keuzemenu krijgt.  
212 EvH: Ja dat klopt.  
213 Respondent: Ja. Wat ik dan wel eens zie, is dat er dan dus bij staat: we zijn bereikbaar op dat  
214 nummer en kies dan daarvoor.  
215 EvH: Oké. Dus het zou nog iets vollediger kunnen?  
216 Respondent: Ja.  
217 EvH: Met een keuzemenu. Oké super. Dan de volgende en de laatste mail. Dat is de  
218 actualisatiemail. Die heeft u zojuist ook gezien.  
219 Respondent: Ja dat eerste deel is prima. Dat is helder, lekkere korte zinnen.  
220 EvH: Ja.  
221 Respondent: Dus ik heb daar niets op aan te merken. Plus, plus.  
222 EvH: Nee, oké.  
223 Respondent: Die kop is wel helder, dan weet je ook voor wanneer je het moet doen. En de tekst  
224 ook. Ja prima.  
225 EvH: Ja, oké dan drie die is vrij kort.  
226 Respondent: Ja, ook helder 'mijn gegevens controleren'. Dat is wat het is.  
227 EvH: Ja precies en die laatste alinea. Dat is natuurlijk dezelfde als de vorige mail.  
228 Respondent: Ja. Daar zou ik dan ook hetzelfde bij opmerken.  
229 EvH: Over het keuzemenu?

230 Respondent: Ja. Best grappig, want bij die vorige mail stond het telefoonnummer in de tekst, en  
231 bij deze niet.

232 EvH: Oh ja. Dat is zo. Dat was mij niet opgevallen.

233 Respondent: Nee, en als ik puur naar de tekst kijk dan zou ik deze kiezen.

234 EvH: Deze, ja. Waar het telefoonnummer in de alinea staat, en niet in de titel.

235 Respondent: Ja.

236 EvH: Oké. Dan stop ik hem met delen, want dit was het ook. Heeft u dan nog vragen of  
237 opmerkingen of dingen die u graag nog wil vertellen?

238 Respondent: Nee eigenlijk niet.

239 EvH: Nee.

240 Respondent: Zoals ik zei, ik vind het heel prettig dat de communicatie van Goedverzekert helder  
241 is. En dat komt denk ik door die korte zinnen. En met een hele positieve en enthousiaste toon.  
242 Dus er staat overal wel u, maar het komt toch heel persoonlijk over.

243 EvH: Ja precies. Gelukkig.

244 Respondent: Dat vind ik wel knap. Dat het op die manier lukt, ja.

245 EvH: Oké, heel fijn. Dan stop ik de opname en dan wil ik u bedanken voor uw tijd en input.

1 9.10.12 Respondent 12

2 EvH: Oké, dan begin ik gewoon met de eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Een magisch entertainment bedrijf. Dit is echt breedste zin van het woord. Ik ben  
4 zelf goochelaar van beroep.

5 EvH: Ja.

6 Respondent: En ja, eigenlijk seizoensgebonden. In de zomer hebben wij een zomertour. Onze  
7 show toert door Nederland, Duitsland en België en afgelopen zomer zijn we langs 52  
8 verschillende parken gegaan, dus elke dag een ander park. Nu is het Sinterklaas en hebben we  
9 Sinterklaasshows staan in het theater. Voor bedrijfsfeesten hebben twee eigen evenementen.  
10 Dus het is heel divers, maar het is eigenlijk allemaal magisch entertainment. Dat betekent op  
11 basis van goochelen, en vooral kinderactiviteiten van 4 tot 12 jaar. En ook nog wel eens 12 plus.

12 EvH: Oké, denk en doet u dat al lang?

13 Respondent: Ja, best wel eigenlijk. Ik ben daar vanaf jongs af aan al mee begonnen en sinds  
14 2013 ben ik een bedrijf gestart. En ja, dat heb ik tot nu toe nog steeds. Dus het bestaat bijna 10  
15 jaar.

16 EvH: Oké, en doet u dat dan alleen?

17 Respondent: Ja ik ben zzp'er, maar ik heb wel heel veel collega's en vrienden die ik als zzp'er in  
18 huur. Dus dat scheelt dan heel veel personeelskosten.

19 EvH: Ja, en u doet dit al 9 jaar en sinds anderhalf jaar ongeveer heeft u een  
20 aansprakelijkheidsverzekering. Waarom heeft u die toen afgesloten?

21 Respondent: Nou, ik zat eerst bij Achmea, maar jullie hebben een aansprakelijkheidsverzekering  
22 die voor familie geldt. Bij Achmea was de verzekering ook redelijk dekkend, maar toch besloot ik  
23 om dat een keer goed uit te pluizen. Toen kwam ik uit bij Goedverzekert en zij zeiden: als uw  
24 familie mee gaat en zij laten iets vallen dan is het fijn dat zij ook verzekerd zijn. En ja mijn vrouw  
25 gaat nog wel eens met mij mee. En ja, dat was eigenlijk de keuze om naar Goedverzekert te  
26 gaan.

27 EvH: Ja oké, en u zei het net al een beetje, maar waartegen bent u, denkt u, verzekerd met een  
28 aansprakelijkheidsverzekering?

29 Respondent: Ja ik hoop dat ik verzekerd ben dat als er iets gebeurt dat dan gedekt wordt. En niet  
30 alles zal gedekt worden, want ik haal ook echt stunts uit met vuur en zo. Tja dat zullen ze echt  
31 niet gaan verzekeren. Maar als ik iets laat vallen van iemand anders, of als er een muziek box  
32 niet goed is vastgemaakt en iemand die op zijn hoofd krijgt.

33 EvH: Ja, ja. En ja, mijn volgende vraag heeft u al een beetje beantwoord, maar waarom heeft u  
34 een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

35 Respondent: Ja vooral die familie dekking deed wel heel veel. In mijn bedrijf zijn natuurlijk veel  
36 collega's wel zelf verzekerd. Maar mijn vrouw helpt wel een mee of mijn schoonvader die mij  
37 helpt met het decor opbouwen. Nou ja, als een van hen iets uit hun handen laat vallen wat niet  
38 van mij is, dan is het wel fijn dat dat gedekt is.

39 EvH: Ja, ja, en denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

40 Respondent: Ik hoop het. Ja, ik denk het wel. Ik heb het eigenlijk niet nodig en laten we dat zo

41 houden en elke maand geld betalen voor niks.

42 EvH: Want u heeft nog nooit een claim ingediend, begrijp ik?

43 Respondent: Nee, ik heb wel iets laten vallen, maar ja, meestal is het van mezelf. Dus dat is niet

44 zo erg. En ik ben ook wel en beetje bang dat de premie dan gelijk hoger wordt. Volgens mij heeft

45 ooit iemand mij wel een keer verteld dat het niet erg is en dat je het gewoon kunt indienen, maar

46 ik ben daar nog steeds een beetje huiverig voor.

47 EvH: Ja snap ik. Oké, helemaal goed. Dan zal ik even mijn scherm delen, want ik heb een aantal

48 mails die ik u wil voorleggen. En dan heb ik eigenlijk telkens dezelfde vraag, namelijk: heeft u

49 deze ontvangen?

50 Respondent: Uhm...

51 EvH: En hierbij was een persoonlijke video toegevoegd die u kon bekijken.

52 Respondent: Ik denk dat ik deze heel subtiel weg heb gesleept.

53 EvH: Oké.

54 Respondent: Die staat in mijn map 'later behandelen', want het is geen urgente informatie.

55 EvH: Want u heeft de mail wel ontvangen?

56 Respondent: Ik zal hem wel ontvangen hebben, maar dit ziet eruit als een mail die je elke maand

57 krijgt over aanbiedingen. Bijvoorbeeld voor een geluidsinstallatie 'klik hier voor de actie' met een

58 oranje button. Op het eerste oog is dit voor mij een mailtje dat ik later wel bekijk of niet. Zoals

59 Mark Rutte zou zeggen: ik heb hier geen actieve herinneringen aan.

60 EvH: Nee nee, oké. Nou dan ga ik verder met de volgende mail. Dat is deze.

61 Respondent: Ja, deze wil ik wel lezen. En die heb ik sowieso gehad. Dat zit in een mapje van

62 verzekeringen, want sowieso deze titel verzekering is ook ... nou ja, fijn. Makkelijk zoeken met

63 die nummers daar ook bij.

64 EvH: Ja oké.

65 Respondent: Die heb ik in een mapje staan. Vraag me niet waar, maar die staat in mijn map.

66 EvH: Ja, oké. Dan door naar de volgende. Dat is deze. Weet u of u deze ontvangen hebt?

67 Respondent: Geen idee. Oh dit is weer dezelfde stijl. Dit is waarschijnlijk iets om te verkopen,

68 maar dan sleep ik hem vaak weg.

69 EvH: Ja oké, dus heeft u wel ontvangen, maar niet in ieder geval niet geopend?

70 Respondent: Nee, want in principe kijk ik niet om naar mijn verzekeringen. Ja, als ik daar zelf

71 voor ga zitten. Ik krijg wel meer van dit soort mails over bereken uw premie. Ja op Independer

72 kijk ik dan zelf wat het beste voor mij is. En ja, om alle mails te lezen heb ik geen tijd.

73 EvH: Nee nee snap ik, hoor. Even kijken... de volgende is deze mail. Heeft u deze ontvangen?

74 Respondent: Dit gaat over het verlengen van je verzekering. Ook dat heb ik gedaan.

75 EvH: Ja u kon hier uw gegevens controleren voor uw volgende verzekeringsjaar.

76 Respondent: Ja, dat heb ik gedaan, want deze bleef voorbijkomen. Volgens mij heb ik de twee of

77 drie keer gehad, en toen ik: nu moet ik het wel even doen. Ook al veranderde er bij mij niets.

78 EvH: Oké, dus u heeft deze gehad en u heeft ook uw gegevens gecontroleerd?

79 Respondent: Ja.

80 EvH: Oké, dan de laatste mail. En dat is deze. Heeft u deze ontvangen?

81 Respondent: Ik heb geen aanpassing gemaakt in de verzekering, dus ik denk niet dat ik deze heb

82 gehad.

83 EvH: Nee, maar u heeft wel uw polis gehad voor het nieuwe verzekeringsjaar?

84 Respondent: Ja, als het goed is wel. In principe loopt hij gewoon door, toch? Die moet je echt

85 opzeggen. Ja, dus dit heb ik dan gehad.

86 EvH: In principe loopt hij door. Ja, ja. Oké, dat waren de mails. En heeft u dan zelf nog contact

87 gezocht in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert?

88 Respondent: Ja, nee.... Over mijn autoverzekering, die loopt daar ook. Daar heb ik wel contact

89 over gehad, maar verder geen heftige dingen, of zo.

90 EvH: Nee, want dat is uw privé autoverzekering?

91 Respondent: Ja, die loopt ook via jullie. Dat is wel de bedrijfsauto, maar dat valt niet onder de

92 bedrijfsverzekering. Die loopt gewoon privé.

93 EvH: Ja precies, maar u heeft geen contact gehad over de aansprakelijkheidsverzekering?

94 Respondent: Nee, laten we dat zo houden. Ja, met jou nu dus.

95 EvH: Ja, maar verder niet. Oké, en heeft u dan nog berichten gezien tussen Goedverzekert

96 andere klanten of bedrijven op sociale media?

97 Respondent: Eigenlijk niet. Ik volg volgens mij Goedverzekert ook niet op sociale media. Ik heb

98 wel eens reclame voorbij zien komen en dan denk ik: oh ja, daar ben ik verzekerd.

99 EvH: Ja ja.

100 Respondent: Dus ik ben er ook niet actief mee bezig.

101 EvH: Nee, snap ik hoor. En via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?

102 Respondent: Gewoon telefoon. Ik denk dat dit nog persoonlijker is: een videogesprek. Maar ja,

103 als ze echt iets interessants hebben dan kunnen ze bellen. Heet liefst dan wel op afspraak, dus

104 dat je van tevoren weet dat ze gaan bellen. Dan houd je daar rekening mee.

105 EvH: Nee oké dus het liefst telefonisch?

106 Respondent: Ja, ik denk dat dat fijn is. Als het van tevoren aangekondigd is dan. En anders per

107 mail. Dat mag ook.

108 EvH: Nee, dat snap ik. En via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

109 Respondent: Het liefst ook via mijn telefoon. Of het makkelijkst is met een app. Ik weet niet of dat

110 een optie is?

111 EvH: U mag alles antwoorden. Voor particulieren is er wel een app, maar zakelijk nog niet. Er is

112 wel een online account, maar ik weet niet in hoeverre u daarmee contact kan leggen.

113 Respondent: Nou, ik denk dat dat het makkelijkste is, want dat werkt bij particulieren wel

114 makkelijk. Voor bedrijven is dat ook relevant. Als je alles vanuit je hand kan doen bij een schade

115 of je wil contact opnemen. Dan is dat natuurlijk wel fijn.

116 EvH: Ja, het liefst via een app dus?

117 Respondent: Ja, ik denk dat dat het makkelijkste is.

118 EvH: Ja, dat snap ik. En zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?

119 Respondent: Welke informatie?

120 EvH: Bijvoorbeeld...

121 Respondent: Ik hoef niet te weten wie werknemer van de maand is of zo, maar over korting of  
122 een inside detail over hoe het verzekerd is. Dat vind ik dan wel interessant. Dus dat ze me sturen  
123 waarvoor ik verzekerd ben en wat ik moet doen als je wel je verzekering nodig hebt.

124 EvH: Oké.

125 Respondent: Iemand die een ongeval heeft door jou toedoen. Wat doe je dan? Wat zijn de  
126 stappen die je neemt? Ik denk dat dat wel een goede is dat we weten wat we dan moeten doen.

127 EvH: Oké, dus echt over het stukje aansprakelijkheid en waarvoor je precies verzekerd bent. En  
128 wat je moet doen als je je verzekering wel nodig hebt.

129 Respondent: Ja, ik ben natuurlijk niet voor alles verzekerd, maar dat ik even een reminder krijg  
130 van wat het is en stel dat er wat gebeurt, wat ik dan moet doen.

131 EvH: Ja, precies.

132 Respondent: Ja, want op dat moment denk je er waarschijnlijk niet aan. Ik hoop niet dat ik het  
133 nodig heb, maar het kan natuurlijk wel een refresher zijn. Bijvoorbeeld: hé, je bent bij ons  
134 verzekerd en dit heb je nodig als er wat gebeurt. Je kan dit telefoonnummer bellen en deze  
135 gegevens hebben we van je nodig.

136 EvH: Ja precies, ja oké goed. En zou u dat dan ook per mail willen ontvangen? Of per post

137 Respondent: Ja, lekker in de mail. Nee, per post is zonde

138 EvH: Zonde van de bomen natuurlijk.

139 Respondent: Ja nou, ik ben niet zo super voor de natuur, maar via de post komt het ergens te  
140 liggen. In de mail is het heel makkelijk. Je kan het makkelijk terugzoeken. Als ik het per post krijg  
141 dan ligt het of op kantoor of ergens op een bureau en daar gaat weer een andere brief overheen.  
142 En ja, dan verdwijnt het in de brieven.

143 EvH: Ja en zou u dat één keer per jaar bijvoorbeeld willen ontvangen?

144 Respondent: Ik denk dat één keer per jaar voldoende is, ja. Misschien een keer per half jaar,  
145 maar we gaan er niet vanuit dat we het nodig hebben dus dan is een keer per jaar wel  
146 voldoende.

147 EvH: Oké, en op welke momenten zou Goedverzekert contact met u moeten zoeken? J

148 Respondent: Ik denk twee maanden voordat de verzekering verlengd wordt. Ik denk dat een  
149 goede tijd is. Dan heb je namelijk een maand om nog contact te zoeken. Als ze bijvoorbeeld mij  
150 niet kunnen bereiken of ik hen niet kan bereiken. En dan heb je nog een maand waarbij je kunt  
151 zeggen: hé, dit wil ik aanpassen, of dat wil ik aanpassen. Ik denk dat er dan genoeg ruimte is.

152 EvH: Ja, ja precies. En hoe zou u het vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om  
153 u te informeren over wijzigingen in uw verzekering?

154 Respondent: En wat zijn openbare gegevens?



155 EvH: Bijvoorbeeld het KVK. Dat u daarin zet dat u toch een medewerker in dienst neemt.  
156 Goedverzekert ziet dat dan en dat ze u daarom sturen: u heeft een medewerker in dienst, denkt u  
157 ook aan deze verzekeringen? En deze zijn misschien niet meer relevant.  
158 Respondent: Ja, ik denk dat dat een hele goede is.  
159 EvH: Oké ja.  
160 Respondent: Omdat het meedenkend is. Maar als het openbare gegevens zijn dan zal ik daar  
161 wel mee oppassen. Zeker met zzp'ers. Hun werkadres is natuurlijk hetzelfde als hun privéadres.  
162 EvH: Ja.  
163 Respondent: En weet dat in het verleden mensen KVK-gegevens gewoon online hebben  
164 gepubliceerd. Daar zit in principe niks achter, maar bij zzp'ers zijn dat gewoon hun woningen. Wij  
165 hebben als een keer met de pietendiscussie doodsbedreigingen voor onze deur gehad. En dat  
166 was wel een beetje het ene uiterste na het andere uiterste. Een van de goochelaars had even  
167 alle gegevens van elke goochelaar op zijn site gezet, want het waren openbare gegevens. En hij  
168 had daarvan een register gemaakt. Daardoor zijn wij wel een beetje huiverig geworden. Dat  
169 willen we eigenlijk liever niet. Je mag mijn mail wel gebruiken en ja als er aanpassingen zijn in  
170 het KVK dan is het wel een service vanuit jullie. Zolang dit verder maar niet gedeeld wordt.  
171 EvH: Oh nee dat is niet onze bedoeling. Het is echt voor onszelf. Dus dat wij de gegevens  
172 gebruiken van het KVK, zodat we ondernemers kunnen helpen met verzekeringen.  
173 Respondent: Ja dan mogen jullie het wel gebruiken.  
174 EvH: Oké, nou top! Dat was eigenlijk deel een en dan nu deel twee. Daarvoor leg ik u twee e-  
175 mails voor. Die mails heeft u zojuist ook gezien. Dat zijn de cross-sellmail en de actualisatiemail.  
176 De tekst van de mails heb ik opgedeeld in tekstonderdelen en u kunt per tekstonderdeel  
177 aangeven of u deze goed of juist niet goed vond. Dat doet u met plussen en minnen. Bijvoorbeeld  
178 als er informatie in staat die niet juist is, niet relevant is, overbodig is, u aanspreekt of juist niet, u  
179 niet begrijpt, compleet is. U mag echt alles verzinnen.  
180 Respondent: Oké.  
181 EvH: Ik zal even mijn scherm delen, want dan kunt u de eerste mail zien. Kunt u het zo lezen? Ik  
182 zal nog even verder inzoomen. En dan mag u gewoon zeggen: nou, het eerste tekstonderdeel  
183 vind ik een plusje of een minnetje. En dan vraag ik waarom u dat vindt. Het mag over een zin  
184 gaan of over de hele alinea. Of juist over een woord.  
185 Respondent: Ja, ik denk dat het een goede openingsalinea is. Alleen ik heb dyslexie, dus dit is  
186 voor mij een te grote alinea. En ik skip deze dan gewoon.  
187 EvH: Omdat deze te lang is?  
188 Respondent: Dat is wat ik doe, ja. Dus ik zou het een plus geven, maar het is te lang. Ik zou de  
189 alinea korter houden, kort en bondig.  
190 EvH: En wat kan er dan volgens u uit?  
191 Respondent: Bijvoorbeeld over wat andere ondernemers doen. Ja, dat is niet relevant voor mij in  
192 ieder geval. Wat er staat over verzekeringen en die zij belangrijk vinden. Ja, ik zou dat korter  
193 maken en ...

194 EvH: Gewoon weglaten?

195 Respondent: In principe zou het weg kunnen, denk ik. Je zou anders ook kunnen zeggen: wij  
196 raden dit aan, en dan puntsgewijs benoemen.

197 EvH: Oké, ja

198 Respondent: Of wat jullie ook zouden kunnen doen is woorden in een alinea dikdrukken. De  
199 belangrijke woorden dan. Zodat ik binnen een paar seconden zie waar het om gaat. Bij mijn tekst  
200 doe ik dat ook.

201 EvH: Ja.

202 Respondent: En nu zou ik het stukje lezen over uw branche, dus: advisering onderzoek, overige  
203 specialisaties en dienstverlening. Want dat staat tussen aanhalingstekens.

204 EvH: Ja precies, ja.

205 Respondent: Volgend blokje?

206 EvH: Yes.

207 Respondent: Deze is prima. Die krijgt een plusje, want je hebt hier alles duidelijk ingezet. En  
208 hierin staat alle informatie die erin zou moeten staan denk ik. Daaronder staan ook een aantal  
209 vinkjes, dat leest prettig. En daaronder kun je doorklikken naar de website. Die hoort ook hier nog  
210 bij, neem ik aan?

211 EvH: Nou, die hoort hier eigenlijk niet bij, maar laten we daar meteen mee doorgaan. Ik kan me  
212 ook voorstellen dat u eigenlijk geen mening heeft over een tekstonderdeel hoor. Dan mag u dat  
213 gewoon zeggen.

214 Respondent: Oranje is goede contrastkleur van groen. Dus daarop klik je dan sneller. Die springt  
215 eruit.

216 EvH: Ja.

217 Respondent: Het eerste wat je ziet, is de kleur oranje. Dus 'bereken uw premie' zal überhaupt als  
218 eerste zichtbaar zijn, voordat je alle alinea's leest.

219 EvH: Ja en vindt u dat goed of juist niet goed?

220 Respondent: Ja, ik wel denk dat dat goed is.

221 EvH: Ja oké.

222 Respondent: Ja dan verder naar de volgende alinea. Rechtsbijstand... Ik denk dat het hetzelfde  
223 is als met die andere alinea.

224 EvH: Er staat gewoon in wat erin moet staan?

225 Respondent: Ja de onderwerpen, de vinkjes en 'bereken uw premie'. Dus een plusje.

226 EvH: Ja die vindt u duidelijk?

227 Respondent: Ja.

228 EvH: Oké, en dan de slotalinea.

229 Respondent: Wij zijn bereikbaar van maandag tot vrijdag. Ja, informatief is die prima. Ik zou daar  
230 niet heel veel aan veranderen. Maar ... klik jij op die onderste link bij 'wat vind je van deze mail'  
231 als jij mail krijgt?

232 EvH: Soms wel. Als ik een mailtje heel erg leuk vind. Dan moet die ook echt wel goed zijn hoor.  
233 Bijvoorbeeld de mail van bol.com met kaarsjes die je kan uitblazen voor je verjaardag, ja daarbij  
234 zal ik wel klikken. U klikt daar nooit op?  
235 Respondent: Nou, ik klik daar eigenlijk nooit op. En ik merk ook dat veel mensen daar niet op  
236 klikken. Bij mij in ieder geval niet. En als je op niet leuk klikt dan vragen ze altijd feedback. Dat is  
237 natuurlijk hartstikke goed, maar ...  
238 EvH: Ja, dat vul ik ook nooit in.  
239 Respondent: Dat ga ik ook nooit geven, want dat kost te veel tijd.  
240 EvH: Ja precies. Herkenbaar  
241 Respondent: Die smileys zijn leuker.  
242 EvH: Oh ja, oké dus die moeten daar eigenlijk staan in plaats van de duimpjes?  
243 Respondent: Ja, dat is toegankelijker. Het is makkelijker als je daar vijf smileys neerzet. Dat  
244 werkte bij ons tenminste het beste  
245 EvH: Nee, oké top. Dan de volgende mail. Dat is deze.  
246 Respondent: Yes.... Ja, ik vind het net iets te veel tekst weer. En er kan van alles veranderen. Nu  
247 ben ik wel benieuwd: wat kan er veranderen? Ja voor je bedrijf natuurlijk. Het kan korter. Het is al  
248 vrij kort, maar het kan vast nog korter.  
249 EvH: Oké, en wilt u dan nog voorbeelden over wat er dan kan veranderen?  
250 Respondent: Nee, ik zou dat pas in de volgende alinea benoemen, want dit is de kennismaking.  
251 EvH: Oké  
252 Respondent: Nou, wat het is.... Ik heb niet heel veel tijd als zzp'er en ik moet alles alleen doen.  
253 Dus als ik dan 20 mails krijg dan heb ik niet de tijd om die door te lezen. Nu is het wel handig dat  
254 daar staat voor 26 oktober gegevens controleren. Alleen nu zou ik deze mail in mijn map 'later  
255 behandelen' zetten, terwijl als daar stond: binnen 3 minuten geregeld. Dan zou ik het wel meteen  
256 doen.  
257 EvH: Ja, dus voor u zou het wel helpen als er bijvoorbeeld staat: dit kost drie minuten van uw  
258 tijd?  
259 Respondent: Ja, denk het wel.  
260 EvH: Oké ja. En de rest vindt u wel goed?  
261 Respondent: Ja, dit is prima. Kort en bondig. Ik zou alleen nog een linkje met meer informatie  
262 toevoegen, net zoals bij de vorige mail zeg maar. Daaronder kon je op een blauwe knop klikken  
263 voor meer informatie.  
264 EvH: Ja precies, oké. Ja, en de laatste alinea?  
265 Respondent: Ja, dat is hetzelfde als de vorige. Dat is gewoon duidelijk, ja.  
266 EvH: Oké, dit was het. Dus heel erg bedankt voor uw tijd en input. En veel succes met  
267 Sinterklaas en uw onderneming.

1 9.10.13 Respondent 13

2 EvH: Ja, mijn eerste vraag is: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ja, ik werk dus als zzp'er. En ik weet niet precies hoe ik het bij de Kamer van  
4 Koophandel omschreven had, maar het is financiële dienstverlening. Als controller werk ik op dit  
5 moment.

6 EvH: Oké. En wat houdt het precies in? Wat voor werkzaamheden heeft u dan?

7 Respondent: Als projectcontroller adviseer ik over subsidieprojecten. Dus vanaf de aanvraag tot  
8 en met de eindverantwoording ondersteun ik de projectleiders om subsidie aan te vragen. Ook  
9 zorg ik tijdens de looptijd ervoor dat aan alle voorwaarden wordt voldaan en na afloop van de  
10 financiering moet er verantwoording worden ingediend, daar zorg ik ook voor. En soms moet er  
11 een accountantsverklaring bij zitten. Daar help ik de projectleider ook mee.

12 EvH: En hoe lang doet u dat?

13 Respondent: Sinds eind 2018.

14 EvH: Oké.

15 Respondent: Dus bijna drie jaar nu

16 EvH: En toen bent u gelijk voor uzelf begonnen?

17 Respondent: Nee, ik heb eerst een half jaar via een payroll bedrijf gewerkt. Daarna heb ik nog  
18 een jaar een contract gehad, wat omgezet zou worden in een vast dienstverband. Maar ik vond  
19 dat niet leuk en toen ben ik in maart 2021 voor mezelf begonnen.

20 EvH: Oké, en toen u voor uzelf begon, heeft u gelijk een aansprakelijkheidsverzekering  
21 afgesloten?

22 Respondent: Ja, dat was volgens mij een voorwaarde als ik het me goed herinner. Ik werkte via  
23 een via bemiddelingsbureau, en zij hebben in hun contract staan dat je een  
24 bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering moet hebben.

25 EvH: Oké, ja.

26 Respondent: En inmiddels heb ik ook, maar niet bij jullie, een  
27 beroepsaansprakelijkheidsverzekering afgesloten. Dat was voor een van mijn opdrachtgevers  
28 een van de voorwaarden.

29 EvH: Oké, en waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten? Was dat alleen  
30 maar omdat deze verplicht was?

31 Respondent: Alleen, omdat deze verplicht was, want in een aansprakelijkheidsverzekering zie ik  
32 zelf niet zo veel nut. Ik zie het voordeel daarvan niet in. Ik vind dat je je moet verzekeren tegen  
33 risico's die je zelf niet kan betalen. Dus dat je je verzekert tegen brand, dat snap ik. Als je huis  
34 afbrandt dan is dat zo'n enorme schadepost, dat kan je niet zelf betalen. Maar ja, ik ga mijn  
35 telefoon en wasmachine, etc. niet allemaal verzekeren. En dat gevoel heb ik wel een beetje bij de  
36 aansprakelijkheidsverzekering.

37 EvH: Ja, dus als de verzekering niet verplicht was dan had u deze ook niet afgesloten?

38 Respondent: Nee, dat klopt. Maar ik heb hem nu. En als ik hem eenmaal heb dan zeg ik hem ook  
39 niet meer op.

40 EvH: Nee, snap ik. En u zei dat al een beetje, maar waartegen bent u denkt u verzekerd met een  
41 aansprakelijkheidsverzekering?

42 Respondent: Ja, tegen schade die ik aanbreng bij een ander bedrijf. En waar ik me wel eens  
43 zorgen over maak, is de financiële schade als gevolg van verkeerde adviezen en dat soort  
44 dingen. Alleen dat valt dan weer niet onder de bedrijfsaansprakelijkheid.

45 EvH: Nee nee.

46 Respondent: Dus volgens mij gaat het vooral om fysieke schade die opgelopen wordt of door mij  
47 wordt toegebracht.

48 EvH: En waarom heeft u die bij Goedverzekert afgesloten?

49 Respondent: Een collega Interim zei dat hij de verzekering bij Goedverzekert had en dat deze  
50 snel online afgesloten kon worden.

51 EvH: Oké, vandaar. En denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

52 Respondent: Ja en ik had op zich de beroepsaansprakelijkheid..., want volgens mij doen jullie  
53 dat ook?

54 EvH: Ja klopt.

55 Respondent: Die had ik ook wel bij jullie willen afsluiten. Alleen dat was online niet zo makkelijk te  
56 doen en ergens anders makkelijker. En toen heb ik besloten om die ergens anders af te sluiten.

57 EvH: Oké, want u heeft het online wel geprobeerd?

58 Respondent: Ja dan moet je een beroepscategorie kiezen, maar daar stond controller niet tussen

59 EvH: Nee oké.

60 Respondent: En jullie hadden ook niet iets van financieel daar staan, hè. Er waren geen  
61 algemene categorieën waar ik wel onder kan vallen. Als ik nergens onder viel dan moest ik  
62 bellen, maar daar had ik geen zin in. Bij een andere verzekeraar kon ik controleer zo aanklikken  
63 dus dat was makkelijker.

64 EvH: Ja, dat snap ik, ja. Jammer dat het dan niet zo makkelijk bij Goedverzekert gaat. Nou, dan  
65 zal ik even mijn scherm delen. Ik heb namelijk een aantal e-mails die Goedverzekert verstuurd.  
66 En de eerste is deze. Herkent u deze mail?

67 Respondent: Nee.

68 EvH: Nee, ook niet als ik erbij vertel dat hierbij een video zat met een persoonlijke boodschap?

69 Respondent: Nee.

70 EvH: Nee oké, dan de volgende. Dat is deze mail. Heeft u deze ontvangen?

71 Respondent: Hij kon me ook niet bekend voor, maar ik heb in ieder geval wel een bevestiging  
72 gekregen.

73 EvH: Ja, oké. Dan ga ik door de volgende. Weet u nog of u deze ontvangen heeft?

74 Respondent: Nee

75 EvH: Ook niet?

76 Respondent: Misschien wel hoor, maar ik ...

77 EvH: U heeft deze niet onthouden?

78 Respondent: Nee.

79 EvH: Nee, dat kan hoor.

80 Respondent: Maar ja, ik had allang besloten dat ik geen beroepsaansprakelijkheidsverzekering  
81 en rechtsbijstandverzekering wil. Dus dan lees ik deze ook niet. Ik ontvang zo veel mails dat ik  
82 daarvan zo veel mogelijk niet probeer te onthouden. En alles wat weg kan dan gooi ik meteen  
83 weg.

84 EvH: Die gooit u weg, dat snap ik. En heeft u dan deze mail ontvangen? Hierbij moest u uw  
85 verzekeringsgegevens controleren, zodat wij de verzekering daarop kunnen aanpassen.

86 Respondent: Ja, ik moet hem ongetwijfeld ontvangen hebben. Ja, ik denk het wel. En ik heb  
87 sowieso mijn gegevens gecontroleerd.

88 EvH: Oké, super. En dan de laatste. Dat is deze. Weet u nog of u deze ontvangen heeft?

89 Respondent: Ik neem aan van wel. Ik weet in ieder geval dat ik na een jaar een e-mail gekregen  
90 heb. Nadat ik mijn gegevens had gecontroleerd. Dus dat moet deze wel geweest zijn.

91 EvH: Ja, precies. Oké, dan stop ik weer even met delen, want dan heb ik nog een paar vragen.  
92 Heeft u in uw eerste jaar als klant bij Goedverzekert zelf nog contact gezocht?

93 Respondent: Ja, want ik had op een gegeven moment die polis nodig. Want ik wilde mijn contract  
94 verlengen en daarbij moest ik weer bewijzen dat ik een aansprakelijkheidsverzekering had. En ik  
95 kon die niet uit de online omgeving downloaden door een tijdelijk storing. En in mijn mail zat die  
96 ook niet. Dus toen heb ik gebeld en stuurden ze hem per mail op.

97 EvH: Oké, en heeft u verder nog gebeld of gemaïld ergens over?

98 Respondent: Nee.

99 EvH: Nee, oké. En heeft u nog berichten gezien tussen Goedverzekert en andere klanten of  
100 bedrijven op sociale media?

101 Respondent: Wat voor soort berichten bedoel je?

102 EvH: Bijvoorbeeld dat een bedrijf iets post op Facebook, Instagram of LinkedIn naar  
103 Goedverzekert, en dat Goedverzekert daarop reageert.

104 Respondent: Nee, maar ik zit niet op Facebook. Ik zit niet op Instagram.

105 EvH: Vandaar. En via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

106 Respondent: Ik vind via email het prettigst, en anders via de telefoon.

107 EvH: En via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?

108 Respondent: Zelfde wijze.

109 EvH: Ook via de telefoon of e-mail?

110 Respondent: Ja, ik ben vrij ouderwets wat dat betreft.

111 EvH: Oké, ja en zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?

112 Respondent: Nee.

113 EvH: Nee, niet bijvoorbeeld over uw verzekering of over andere verzekeringen?

114 Respondent: Nee, want het is voor mij een beetje een slapende verzekering die loopt. Ik  
115 verwacht niet dat ik er ooit aanspraak op zal maken.

116 EvH: Oké, en zijn er momenten waarop Goedverzekert wel contact met u zou moeten zoeken?  
117 Respondent: Waarvoor?  
118 EvH: Bijvoorbeeld als u een mijlpaal heeft bereikt of als u een jaar klant bent. Zulk soort  
119 momenten.  
120 Respondent: Nee, nee.  
121 EvH: Nee ook niet.  
122 Respondent: Nee, er zijn bedrijven die dat doen. Bijvoorbeeld als je een jaar klant bent. Maar dat  
123 irriteert me alleen maar. Dat is weer mail die je naar de prullenbak kan verslepen.  
124 EvH: Nee dus liever niet. En hoe zou u het dan vinden als Goedverzekert openbare gegevens  
125 gebruikt om u te informeren over wijzigingen in uw verzekering?  
126 Respondent: Dat zou ik misschien nog wel.... Als dat echt heel gericht op mijn situatie is dan zou  
127 ik dat nog wel prettig vinden. Als ik klant ben dan. Of dat ik ergens aan kan geven dat ik dat niet  
128 wil.  
129 EvH: Ja precies. Dus ze mogen wel de gegevens gebruiken, in bijvoorbeeld bij het KVK. En  
130 daarop hun communicatie aanpassen naar uw situatie. Zodat ze hun communicatie specifiek op  
131 u kunnen richten.  
132 Respondent: Ja.  
133 EvH: Ja oké top. Dit was dan deel een en dan wil ik nu door naar deel twee. Daarvoor leg ik u  
134 twee e-mails voor die u zojuist ook gezien heeft. Dat zijn de cross-sell en de actualisatiemail. De  
135 tekst van de mails heb ik opgedeeld in tekstonderdelen, en u kunt per tekstonderdeel aangeven  
136 of u die goed of juist niet goed vindt. Dat doet u met plussen en minnen. U geeft bijvoorbeeld een  
137 plusje of minnetje als er informatie in staat die u niet begrijpt, niet klopt, niet duidelijk is, u op een  
138 juiste manier aanspreekt, volledig is. U mag echt van alles verzinnen. Ik zal mijn scherm even  
139 delen, want dan kunt u het eerste tekstonderdeel zien. Kunt het zo lezen?  
140 Respondent: Ja, ik vind dat eerste tekstonderdeel ... Moet ik een plusje of een minnetje geven?  
141 EvH: U mag ook zeggen dat u er niet zo heel veel van vindt. Dan geeft u geen plusje of minnetje.  
142 Respondent: Ja, daar vind ik niet zoveel van. Dat klopt.  
143 EvH: Nee oké, dat mag ook inderdaad. Dan ga ik gewoon door naar tekstonderdeel twee.  
144 Respondent: Ja. Een prima tekst. Alleen, zoals ik eerder al aangaf, had ik eigenlijk helemaal  
145 geen behoefte aan deze mail, hè?  
146 EvH: Nee, nee.  
147 Respondent: Dus, ja de tekst is prima, maar aan de informatie die erin staat heb ik geen  
148 behoefte.  
149 EvH: Ja precies, oké.  
150 Respondent: En dan 'bereken uw premie' is het volgende tekstonderdeel, hè?  
151 EvH: Ja, dat is inderdaad het volgende tekstonderdeel.  
152 Respondent: Nou, het is wel handig dat er zo'n link bij zit natuurlijk.  
153 EvH: Ja.

154 Respondent: Ja dan geldt hetzelfde als voor dat de tweede tekstonderdeel. En wat me hier  
155 opvalt: verzekerd verkeerszaken over de hele wereld. Wat bedoelen jullie daarmee? Echt in het  
156 verkeer of in het financiële verkeer?

157 EvH: Ja, ik moet eerlijk zeggen dat ik dat niet weet.

158 Respondent: Auto-ongelukken of financiële schade? Ik weet niet wat een verkeerszaak is.

159 EvH: Nee, ik snap het. Daar moet meer duidelijkheid komen.

160 Respondent: Ja.

161 EvH: Nee, goed. Dan 5 die hetzelfde als 3 eigenlijk.

162 Respondent: Ja.

163 EvH: Als u nog aanmerkingen heeft, moet u het zeggen hoor.

164 Respondent: Nee hoor, nee.

165 EvH: En de laatste.

166 Respondent: Ja prima afsluiting. Ja ik communiceer zelf liever per e-mail, maar zoals de meeste  
167 grote bedrijven hebben jullie niet een soort algemeen e-mailadres.

168 EvH: Weet ik niet, maar die staat hier niet bij. Dus u zou het fijn vinden als daar ook een -  
169 emailadres bij zou staan, waarop u kan reageren?

170 Respondent: Ja, want dit soort dingen doe ik heel vaak in de avonduren, hè?

171 EvH: Ja, ja.

172 Respondent: Dus dan is het voor mij makkelijk dat ik een e-mail kan sturen en er dan niet meer  
173 over na hoeft te denken.

174 EvH: Ja, snap ik. 's Avonds zijn ze natuurlijk niet bereikbaar. En een e-mailadres staat er niet.  
175 Oké, top dan ga ik door naar de tweede mail.

176 Respondent: Ja prima.

177 EvH: Die eerste is prima?

178 Respondent: Die eerste is prima, ja.

179 EvH: En kunt u uitleggen wat u dan goed vindt aan de tekst?

180 Respondent: Nou, dat jullie eerst uitleggen dat er veel dingen in een jaar kunnen veranderen en  
181 daarna direct gevraagd wordt of ik gegevens wil controleren. En ik kan me voorstellen dat het  
182 makkelijk is je verzekering te vergeten. Je denkt natuurlijk niet meteen aan je verzekering. Dus  
183 het roept een beetje de noodzaak op om gegevens te checken.

184 EvH: Ja.

185 Respondent: De noodzaak dat je dus inderdaad even moet nadenken of er dingen veranderd zijn  
186 en gaan veranderen.

187 EvH: Ja oké. Dan naar 3.

188 Respondent: Ja, fijn dat dat erbij zit.

189 EvH: Dat je gelijk kan klikken op: gegevens controleren? Ja precies. En de laatste. Die is eigenlijk  
190 vrijwel hetzelfde als de vorige mail.

191 Respondent: Ja, en mijn reactie daarop is ook hetzelfde.



- 192 EvH: Ja dat een mailadres nog ontbreekt. Oké, helemaal goed. Dit was het. Heeft u nog vragen  
193 of opmerkingen?
- 194 Respondent: Nee, dat hebben we besproken.
- 195 EvH: Oké, dan stop ik de opname en dan wil ik u bedanken voor uw deelname en input.

1 9.10.14 Respondent 14

2 EvH: Ja, dan begin ik gewoon met de eerste vraag: wat voor bedrijf heeft u?

3 Respondent: Ik ben zzp'er. Ik ben een Scrum officemanager, managementassistent en project  
4 ondersteuner. Dat doe ik hybride dus deels vanuit mijn eigen thuishkantoor, deels op locatie als  
5 het in mijn eigen stad is, want ik heb geen zin meer om nog te reizen en ik werk zowel voor  
6 startups als voor hele grote organisaties. Ja, ik doe vooral procesbeheer, processen structureren  
7 en een backoffice opzetten. Daarbij ondersteun in tijdelijk om het daarna zo snel mogelijk weer  
8 over te dragen.

9 EvH: Oké leuk, en hoe lang doet u dat al?

10 Respondent: Bijna twee jaar als zelfstandig ondernemer, maar ik heb 38 jaar vergelijkbare  
11 functies in loondienst gehad in allerlei verschillende organisaties. Ik heb ook leidinggegeven aan  
12 secretariaat. Ik ben bijvoorbeeld ook acht jaar opleidingscoördinator geweest op de universiteit,  
13 dus dan heb je een beetje een beeld wat mijn achtergrond is. En ik ben zeer geïnteresseerd altijd  
14 in communicatie, zowel intern aan als extern. Ik zit momenteel op een project bij de  
15 veiligheidsregio en daar ben ik ook bezig met branding. Hoe schrijf je een tekst? Ook met  
16 journey, maar dan meer gericht op werving en selectie van nieuw personeel. Vandaar dat ik mijn  
17 kostbare tijd voor je vrij wil maken, omdat ik eigenlijk op dit moment daar mee bezig ben en mijn  
18 interesse daar ligt.

19 EvH: Ja precies. Oké, heel fijn. En u zei dat u nu twee jaar bijna zelfstandig werkt. Heeft u toen  
20 gelijk uw aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

21 Respondent: Ja die heb ik meteen afgesloten. Ik weet niet meer wanneer precies de eerste dag  
22 was, maar het zou ongeveer in februari 2021 zijn geweest.

23 EvH: Ja precies, en heeft u wel eens een claim ingediend bij Goedverzekert?

24 Respondent: Nee, nee.

25 EvH: En waarom heeft u een aansprakelijkheidsverzekering afgesloten?

26 Respondent: Nou een aansprakelijkheidsverzekering is echt wel een van de meest basic  
27 verzekeringen, zowel privé als voor bedrijf. En ik heb heel lang getwijfeld of ik ook een  
28 beroepsaansprakelijkheidsverzekering moest afsluiten. Dat heb ik niet gedaan, omdat ik mijn  
29 algemene voorwaarden heel goed afgedekt heb. En zodra ik met meerdere mensen zou werken  
30 dan zou het een ander verhaal worden. Dus ik vond deze verzekering wel voldoende.

31 EvH: Ja precies, en waartegen bent u denkt u verzekerd met een aansprakelijkheidsverzekering?

32 Respondent: Nou bedrijfsaansprakelijkheid is vooral schade die je toedient terwijl je aan het werk  
33 bent. Bijvoorbeeld als ik een vaas omstoot. Of als ik ergens op kantoor werk en ik een glas water  
34 over een computer laat vallen. Dat soort dingen.

35 EvH: Ja, en waarom heeft u die bij Goedverzekert afgesloten?

36 Respondent: Nou, heel eerlijk: om de aantrekkelijke prijs.

37 EvH: Ja, oké helemaal goed. En denkt u dat u goed verzekerd bent bij Goedverzekert?

38 Respondent: Ja, dat denk ik wel. Om heel eerlijk te zeggen, het lezen van de kleine lettertjes van  
39 aansprakelijkheidsverzekering is niet mijn grootste hobby.

40 EvH: Nee dat snap ik, maar u heeft er wel vertrouwen in?

41 Respondent: Ik heb er wel vertrouwen in. Ja, ik weet dat ik destijds wel wat zaken naast elkaar  
42 heb gelegd op het moment dat ik dan zo'n verzekering afsluit. Ik ben niet iemand die elk jaar  
43 weer de polis erbij pakt om te kijken: 'oh ja, wat was er ook weer allemaal verzekerd?' Dat zou  
44 wel verstandig zijn, maar ik denk dat heel weinig mensen het doen.

45 EvH: Ja, dat denk ik ook inderdaad. Oké, dan leg ik u nu een aantal e-mails voor. Die heeft  
46 Goedverzekert verstuurd. Daarvoor zal ik even mijn scherm delen. Dit is de eerste mail.

47 Respondent: Ik kijk even op het grote scherm, hoor dus...

48 EvH: Ja hoor.

49 Respondent: Ik kan me dit niet herinneren, als dat je vraag is.

50 EvH: Ja, dat was inderdaad mijn vraag of u zich deze mail kan herinneren?

51 Respondent: Nee, want dat zou ik heel leuk hebben gevonden. Ik neem aan dat een  
52 accountmanager of een acteur mij persoonlijk welkom heet? En dat is een van de dingen die mij  
53 destijds opviel, het is allemaal heel ambtelijk, stoffig en anoniem.

54 EvH: Oké ja....

55 Respondent: Toen hè? En daarna heb ik ook geen contact meer gehad met Goedverzekert. Dit is  
56 sowieso een hele grote stap vooruit. Ik ken het filmpje natuurlijk niet, maar ik kan me er wel wat  
57 bij voorstellen.

58 EvH: Ja er zat inderdaad een video bij en in de video wordt u inderdaad persoonlijk welkom  
59 geheten. Het is wel leuk om te weten dat in de video alleen maar medewerkers van  
60 Goedverzekert spelen. Dus dat zijn geen acteurs.

61 Respondent: Echte medewerkers, oké. En die mail zou ik destijds ontvangen moeten hebben?

62 EvH: Ze zijn begonnen met versturen rond de tijd dat u klant werd. Dus het kan zijn dat u deze  
63 mail net niet gehad heeft

64 Respondent: Nee, ik ga er nu even in kijken, want ik bewaar die dingen meestal wel hoor. Ik ga  
65 even terug in de tijd. De eerste mail die ik ontvangen heb was 25 februari 2021. Dat was een  
66 offerte. Ik heb in mei dan pas mijn verzekering afgesloten. Ze noemen het een pakket, maar er  
67 zat alleen maar een ... Oh nee, wacht ook rechtsbijstand. Hè, dat is raar, want die heb ik nu niet  
68 meer. Die heb ik er later weer vanaf gehaald... Heb jij mijn gegevens bij de hand?

69 EvH: Nee, nee, die kan ik ook niet zien, hoor.

70 Respondent: Nee, dat mag niet, hè? In verband met de AVG. Nee, blijkbaar heb ik dat tijdelijk  
71 even gehad en weer opgeheven.

72 EvH: Ja.

73 Respondent: Maar ik zie die mail niet hoor.

74 EvH: Nee, en heeft u dan deze mail wel ontvangen? Het is wel wat wazig. Het is een bevestiging  
75 dat u uw verzekering heeft afgesloten.

76 Respondent: Ik me voorstellen dat ik die wel gehad heb. Ja, ja.

77 EvH: Ja, met daarin de polis inderdaad. Oké, helemaal goed. Dan ga ik door naar de derde. Dat  
78 is deze. Heeft u deze gehad?

79 Respondent: Ja. Ik denk het wel, want vermoedelijk heb ik daardoor de premie berekend voor de  
80 zakelijke rechtsbijstandsverzekering. Ik ga ervan uit dat ik deze gehad heb, ja.

81 EvH: Ja, en u heeft dus ook doorgedrukt op 'bereken uw premie' of 'meer informatie'?

82 Respondent: Ja bij die beroepsaansprakelijkheidsverzekering ongetwijfeld niet, want ik was  
83 vooraf goed geïnformeerd. Dus ik wist al dat ik dat niet ging doen.

84 EvH: Nee precies dat dat niet nodig is. Oké. En deze mail. Heeft u deze ontvangen?

85 Respondent: Ja, die heb ik ontvangen.

86 EvH: En heeft u dan ook op 'mijn gegevens controleren' geklikt en dat ook gedaan?

87 Respondent: Ja, daar heb ik wel op geklikt. Ja.

88 EvH: Ja oké, helemaal goed. Dat heeft u dus ook gedaan. Dan ga ik naar de laatste. Dat is deze  
89 mail en weet u of u deze heeft ontvangen?

90 Respondent: Uhm .... Nou, ik kan gewoon zien of ik deze heb gekregen. Ja, ik kreeg een  
91 reminder: 'u heeft uw gegevens nog niet gecontroleerd'. Daarna bedankt voor het controleren van  
92 de verzekeringsgegevens. Ja, en hier kreeg ik de nieuwe polis, ja.

93 EvH: Ja dus die heeft u ook ontvangen. Oké dan heb ik zelf nog een aantal vragen: heeft u in uw  
94 eerste jaar als klant bij Goedverzekert contact gezocht met Goedverzekert?

95 Respondent: Nee, maar wel van tevoren en daar had ik ook nog wel een aantal opmerkingen  
96 over. Het was mij namelijk niet geheel duidelijk hoe lang de looptijd van de polis was. Ik heb  
97 ergens gelezen in mijn netwerk op Facebook dat je twee jaar aan een polis vast zou zitten. En  
98 dat je tussentijds niet kan switchen. Ik heb geprobeerd dat te achterhalen op de website, maar  
99 dat werd mij niet duidelijk. Toen heb ik contact gezocht via de chat en ik zou teruggebeld worden.  
100 Ik ben toen wel teruggebeld, maar ik was niet in de gelegenheid om mijn telefoon op te nemen.  
101 Later probeerde ik op dat nummer terug te bellen, maar dat ging niet. En ik heb vervolgens nooit  
102 meer iets gehoord. Nou, dat vond ik niet netjes.

103 EvH: Nee, nee.

104 Respondent: En uiteindelijk heb ik het nogmaals geprobeerd via de mail of een telefonische  
105 helpdesk, maar daar kwam ik er ook niet doorheen. Eigenlijk heb ik dus nooit antwoord gekregen  
106 op mijn vraag en heb ik de gok maar genomen. Ik denk dan: ja, ik stop voorlopig toch niet als  
107 zzp'er.

108 EvH: Nee.

109 Respondent: Het gaat niet om gigantische bedragen, maar dat vond ik minder prettig.

110 EvH: Ja dat snap ik, en dat was dus voordat u uw verzekering afsloot?

111 Respondent: Ja ja.

112 EvH: En nadat u uw afsloot, heeft u toen nog gebeld of gemailld?

113 Respondent: Nee, ik had mijn polis binnen, en ik dacht: nou, het zal wel goed zijn.

114 EvH: Oké. En heeft u dan nog berichten gezien tussen Goedverzekert en andere klanten of  
115 bedrijven op sociale media?

116 Respondent: Wat bedoel je precies met die vraag?

117 EvH: Bijvoorbeeld dat een bedrijf iets post op sociale media, bijvoorbeeld op Facebook,  
118 Instagram of LinkedIn gericht aan Goedverzekert, en dat Goedverzekert daarop reageert.

119 Respondent: Nee, kan ik me niet herinneren.

120 EvH: Nee oké, en via welk communicatiemiddel zou u Goedverzekert willen bereiken?

121 Respondent: Via hele korte lijntjes dus wat mij betreft mag die WhatsApp functie uitgebreid  
122 worden. Ja, en als ik een tip zou mogen meegeven aan Goedverzekert: zorg dat je heel snel  
123 bereikbaar bent. Niet zoals bij mij was gelopen met het terugbellen. Misschien is dat inmiddels  
124 wel anders hoor.

125 EvH: Ja.

126 Respondent: Mensen worden ook steeds ongeduldiger in deze tijd, hè? Maar ja, je raakt er ook  
127 aan gewend en daarom zou het voor de klantbeleving wel fijn zijn, denk ik.

128 EvH: Ja snap ik. En via welk communicatiemiddel zou Goedverzekert u moeten bereiken?

129 Respondent: Ja wat mij betreft ook via WhatsApp. Ja, niet voor alles, hè? Kijk, dit soort vragen en  
130 het checken van mijn gegevens en een polis die mogen gewoon via mijn zakelijke e-mailadres.  
131 Dus wat dat betreft is de mail prima.

132 EvH: Oké.

133 Respondent: Nee, ik denk dat ik het anders wil formuleren. Ik denk dat communicatie vanuit  
134 mijzelf, bijvoorbeeld een korte vraag, daarvoor zou ik WhatsApp willen gebruiken. En voor  
135 overige informatie dan zou ik het wel zo laten.

136 EvH: Via e-mail?

137 Respondent: Per mail inderdaad. Ja, want je zit altijd met een link waarbij je een formulier krijgt  
138 om dingen in te vullen of te checken, en dat doe je toch liever achter een groot scherm.

139 EvH: Ja, dat snap ik. En zou u meer informatie willen ontvangen van Goedverzekert?

140 Respondent: Uhm.... Nou, voor mij persoonlijk zou dat niet hoeven. Wat ik wel leuk zou vinden,  
141 maar dat is meer een algemene tip. Jij had het over zo'n filmpje. Daar begon je mee, hè? Voor  
142 mij is Goedverzekert dat grote gebouw in Apeldoorn vrij anoniem, zakelijk en afstandelijk.

143 EvH: Ja, ja.

144 Respondent: En 'even Apeldoorn bellen' dat was toch wel echt een begrip, hè? En nu is het  
145 Goedverzekert of Achmea? Ik weet het eigenlijk niet eens ... Wat is de naam nu? Ze zijn ooit  
146 samengegaan. Dus ik denk dat ze nog wel wat aan die branding kunnen doen. Een persoonlijke  
147 touch en laat meer medewerkers aan het woord. Geef een kijkje achter de schermen. Hoe gaat  
148 het er nou aan toe? Hoe ziet het er daaruit?

149 EvH: Ja en zo'n filmpje zou daar wel bij helpen? Die heeft u dan niet gehad, maar ....

150 Respondent: Dat zou wel helpen. Ja, ik heb dat filmpje niet gehad, dus ik kan daar niet....

151 EvH: Nee.

152 Respondent: Het is voor mij nog een heel anoniem bedrijf. En je doet het nu met een  
153 welkomstvideo, maar je zou dat op veel meer momenten kunnen inzetten.

154 EvH: Ja, klopt.

155 Respondent: Bijvoorbeeld als je twee jaar klant bent. Ik noem maar even wat, hé? Wat leuk dat je  
156 al twee jaar bij ons bent. En de meeste mensen claimen niet dat je wel even een boodschap  
157 hebt, bijvoorbeeld: we horen niks van u, maar u bent nog steeds belangrijk voor ons als klant.  
158 Zoiets?

159 EvH: Ja, ik snap het. En ja mijn volgende vraag, maar die heeft u eigenlijk al een beetje  
160 beantwoord: op welke momenten zou Goedverzekert contact met u moet zoeken? Dat is dus  
161 bijvoorbeeld als u twee jaar klant bent bij Goedverzekert?

162 Respondent: Ja of aan het begin van een nieuwe jaar. Ik noem maar even wat. Uitgelezen kans  
163 dat je eigenlijk zegt: we zijn allemaal bezig voor dit nieuwe jaar. En hier heeft u een shot van een  
164 drukke werkvloer. Binnenkort ontvangt u de nieuwe polis in de mail.

165 EvH: Ja precies.

166 Respondent: Ik roep maar even wat, maar zo zit ik met mijn team ook te brainstormen. Hoe  
167 kunnen we het leuker maken en de afstand tot je doelgroep verkleinen?

168 EvH: Ja, begrijp ik. En hoe zou u het vinden als Goedverzekert openbare gegevens gebruikt om  
169 u te informeren over wijzigingen in uw verzekering?

170 Respondent: Wat bedoel jij met openbare gegevens?

171 EvH: Daarmee bedoel ik bijvoorbeeld het KVK. Bijvoorbeeld dat u toch een medewerker in dienst  
172 neemt. Dat vult u dan in bij de KVK en dat Goedverzekert dat ziet, en aan u schrijft: u heeft nu  
173 een medewerker in dienst, denkt u ook aan deze verzekeringen? En deze zijn misschien niet  
174 meer relevant voor u.

175 Respondent: Ja, ik vind het in deze tijd een beetje tricky.

176 EvH: Ja ja.

177 Respondent: Omdat ik merk hoe privacy een rol speelt. En natuurlijk zijn die KVK-gegevens  
178 openbaar. Dat weet iedereen, maar je merkt gewoon dat er een zekere weerstand is ontstaan  
179 destijds met het aankopen van die adressenlijsten.

180 EvH: Ja.

181 Respondent: En ja, heb een beetje mixed feelings. Ik ga zelf niet meteen steigeren, want ik weet  
182 dat die Kamer van Koophandel openbaar is. Iedereen kan het handelsregister raadplegen, maar  
183 het zou zomaar kunnen dat het averechts werkt.

184 EvH: Ja, dat het slecht uitpakt.

185 Respondent: Ja, dat ze denken dat ze wel heel erg in de gaten worden gehouden.

186 EvH: Ja, dat snap ik.

187 Respondent: Maar daar kun je ook ... dat hoef ik jou natuurlijk niet te vertellen ... je kunt dit soort  
188 bezwaren op voorhand wegnemen, hè? Door de manier waarop je het formuleert.

189 EvH: Ja precies, of ze een optie te geven: 'zou u meer informatie willen ontvangen, en mogen wij  
190 daarvoor gegevens gebruiken?'

191 Respondent: Ja, of dat je zegt: nou, u weet ongetwijfeld dat de Kamer van Koophandel gegevens  
192 openbaar zijn. Daarmee haal je eigenlijk alle soorten onwetendheid die er misschien bij kleine

193 ondernemers bestaat al weg. Dat je die angel er al uithaalt, hè. Het is natuurlijk ook een stukje  
194 proactief meedenken.

195 EvH: Ja precies. Oké helemaal goed. Dan heb ik nog twee e mails en die heeft hij zojuist ook  
196 gezien. Dat zijn de cross-sellmail en de actualisatiemail. Ik zal ze zo weer even mijn scherm met  
197 u delen en dan kunt u de eerste mail rustig doorlezen. De tekst heb ik opgedeeld in  
198 tekstonderdelen. U kunt per tekstonderdeel aangeven of u deze goed of juist niet goed vond. Dat  
199 doet u met plussen en minnen. U zegt bijvoorbeeld het eerste tekstonderdeel vond ik een plusje  
200 of minnetje. Dan vraag ik u waarom u dat vond. En dat kan bijvoorbeeld zijn omdat er informatie  
201 in stond die niet relevant is, onduidelijk is, u niet begreep, juist wel relevant is, u op een juiste  
202 manier aanspreekt. Of omdat het tekstonderdeel niet alle informatie bevat of juist wel alle  
203 informatie bevat. U mag echt van alles verzinnen.

204 Respondent: Ja.

205 EvH: Ik zal mijn scherm even delen.

206 Respondent: En je geeft dus of een plusje en of een minnetje, dat zijn de keuzes?

207 EvH: Ja of een plusje of een minnetje. Ja, en als u echt geen mening heeft, dan mag u ook  
208 zeggen dat u daar eigenlijk niet zoveel van vindt. Dat is geen probleem. Dan begin ik gewoon  
209 met de eerste mail. Kunt u deze zo lezen? Het eerste tekstonderdeel in ieder geval.

210 Respondent:

211 Ja. Uhm... ik zou een min geven.

212 EvH: Oké en waarom?

213 Respondent: Ik vind eigenlijk twee dingen. Ik vind het staccato tekort. Als ik zelf schrijf dan maak  
214 ik een combi van korte en langere zinnen.

215 EvH: Ja, wat meer afwisseling.

216 Respondent: Ja, daar moet meer afwisseling in, en ik ben geen fan van 'u heeft', ik hou meer van  
217 'u hebt'.

218 EvH: Oké, ja.

219 Respondent: Maar dat is een kwestie van smaak, want het mag allebei. En dat staccato, tja....  
220 Bijvoorbeeld als jullie schrijven: dat doen we onder meer door onze kennis te delen. Komma,  
221 bijvoorbeeld over wat andere ondernemers doen.

222 EvH: Oké, omdat het allemaal korte zinnen zijn, leest het niet lekker?

223 Respondent: Nee, ik mis de afwisseling tussen lange en korte zinnen.

224 EvH: Ja oké, prima. Dan ga ik door naar tekstonderdeel twee.

225 Respondent: Ja, ik kan het woordje 'zelfs' niet zo goed .... Dat hangt voor mij een beetje als los  
226 zand in de lucht. Want het woordje 'zelfs' suggereert, puur taalkundig, dat het aan iets  
227 voorafgaat. En dat het een versterkend effect heeft, en hier weet je niet waar die naar verwijst.  
228 Dus dat vind ik opvallend. Voor de rest zou ik deze alinea een plusje geven.

229 EvH: Oké, de rest vindt u wel goed?

230 Respondent: Ja de reis te veel vind ik wel goed. Lekker krachtig, ja.

231 EvH: Oké, helemaal goed dan tekstonderdeel 3.

232 Respondent: Precies weten wat ... ja die geef ik een minnetje, want de zinnen sluiten niet op  
233 elkaar aan, hè. De knop 'bereken uw premie' sluit niet aan op de vorige zin. Je wil weten wat er  
234 wel of niet verzekerd is. Ik wil niet weten wat mijn premie is. Dat komt later wel.  
235 EvH: Oké, die sluit dus niet goed aan.  
236 Respondent: Nee.  
237 EvH: Oké, dan ga ik door naar vier.  
238 Respondent: Ja die vind ik gewoon een plus. Alleen ik zou achter juridisch geschil toch een  
239 komma zetten en geen punt, maar dat is een detail. Ik geef deze voor de rest een plus. Deze is  
240 wel duidelijk, ja.  
241 EvH: Ja duidelijk. Alleen bijvoorbeeld zou gewoon een deel van die vorige zin moeten zijn.  
242 Respondent: Ja.  
243 EvH: Oké, ja dan door naar vijf. Die is hetzelfde als drie dus tenzij u nog opmerkingen erbij heeft,  
244 ga ik door naar zes.  
245 Respondent: Mag naar zes, ja. Ik wist niet dat jullie nog steeds de term 'even Apeldoorn bellen'  
246 gebruiken. Ik dacht dat deze helemaal was losgelaten.  
247 EvH: Nee, deze hebben ze nooit losgelaten. Die blijft eigenlijk altijd wel terugkomen.  
248 Respondent: Want je ziet hem bijvoorbeeld op de homepage ook niet...  
249 EvH: Op de website niet, nee?  
250 Respondent: Nee. En dat was natuurlijk een ongelooflijk sterke kreet, zeg maar.  
251 EvH: Ja dus u zou die nog iets meer willen zien? Deze kunnen ze nog meer gebruiken, volgens  
252 u?  
253 Respondent: Ja, ik wist namelijk niet dat hij nog gebruikt wordt. Ik had dat even gemist.  
254 EvH: Nee, die wordt nog steeds gebruikt. Dus ja, ook in deze mails.  
255 Respondent: Ja, oké.  
256 EvH: Heeft u verder nog opmerkingen of aanmerkingen op tekstonderdeel zes?  
257 Respondent: Nee, die vind ik wel duidelijk.  
258 EvH: Oké helemaal goed. Dan door naar de tweede mail. En de laatste. Dat is deze.  
259 Respondent: Ja, ik blijf erbij dat ik die hele korte staccato zinnen niet mooi vindt. Misschien is er  
260 wel bewust voor gekozen, hè? Want ik weet dat de leesbaarheid natuurlijk belangrijk is voor het  
261 opleidingsniveau en de leesvaardigheid van de doelgroep. Dus ik snap waarom ervoor gekozen  
262 wordt.  
263 EvH: Ja, ik snap het.  
264 Respondent: Ja ik kom uit een academische omgeving, en dan kijk je met een ander oog ernaar.  
265 Dus hier zou ik ook weer een mix willen zien van korte en lange zinnen.  
266 EvH: Ja, er is inderdaad wel bewust voor gekozen.  
267 Respondent: Ja, ik begrijp het. Alleen, ik vind het niet mooi.  
268 EvH: Ja, oké. Volgende tekstonderdeel.  
269 Respondent: Ja, deze vind ik beter. Ook hier staan korte zinnen, maar hier vind ik het minder  
270 storend.



271 EvH: Oké

272 Respondent: Ik zou alleen zeggen dat polis check aan elkaar moet, maar dat is een detail. In zijn  
273 algemeenheid een plus.

274 EvH: Ja dat komt misschien door de vraagzinnen.

275 Respondent: Ja. Als je vragen stelt, dan kun je je ook meer korte zinnen permitteren, hè?

276 EvH: Ja precies. En de laatste? Die is bijna hetzelfde als de vorige mail.

277 Respondent: Ja ook plus, ja.

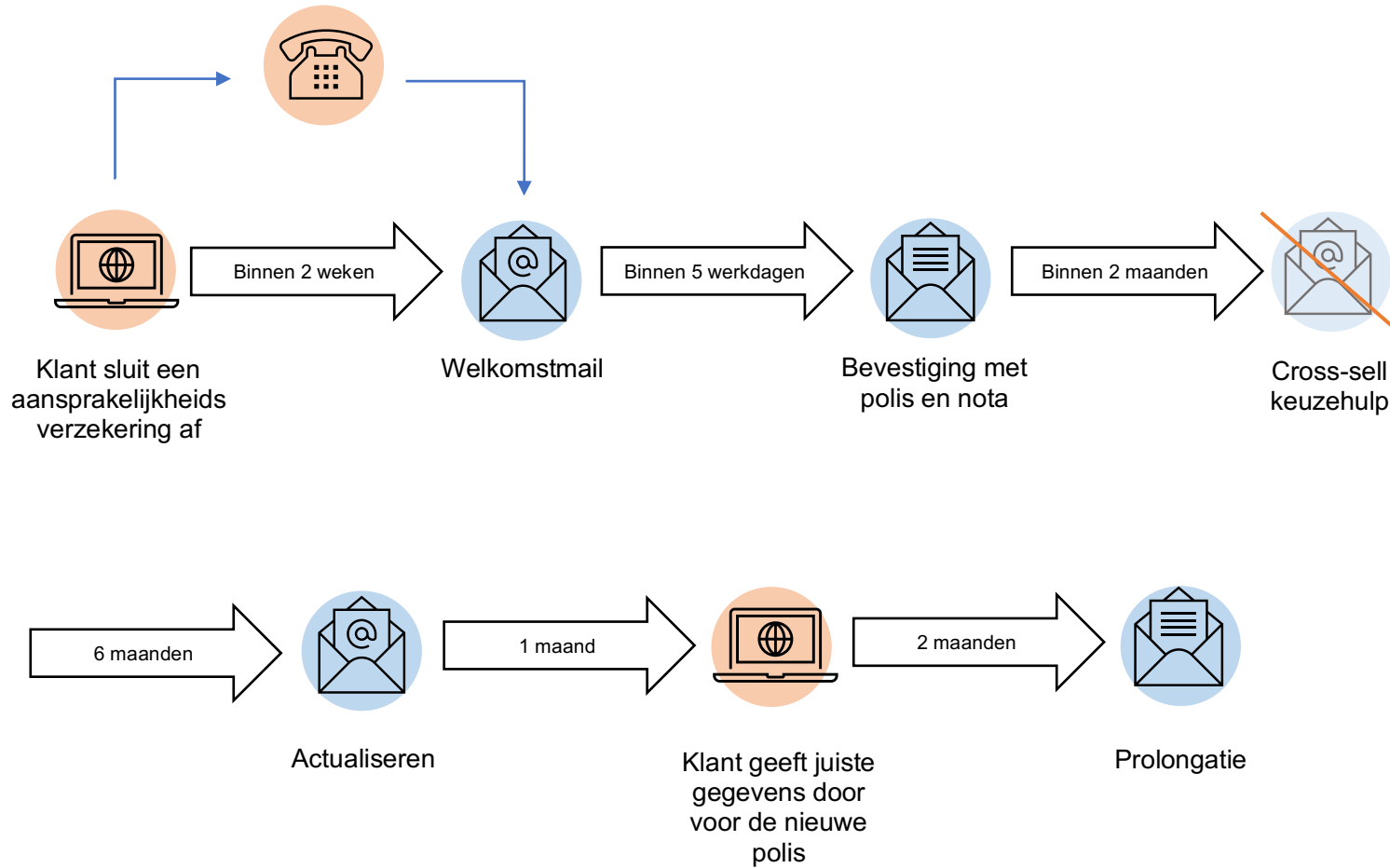
278 EvH: Oké dan zal ik stoppen met delen, want dit was het. Tenzij u zelf nog vragen heeft of  
279 opmerkingen?

280 Respondent: Nee, ik denk dat ik alles wel heb gezegd wat ik wilde zeggen.

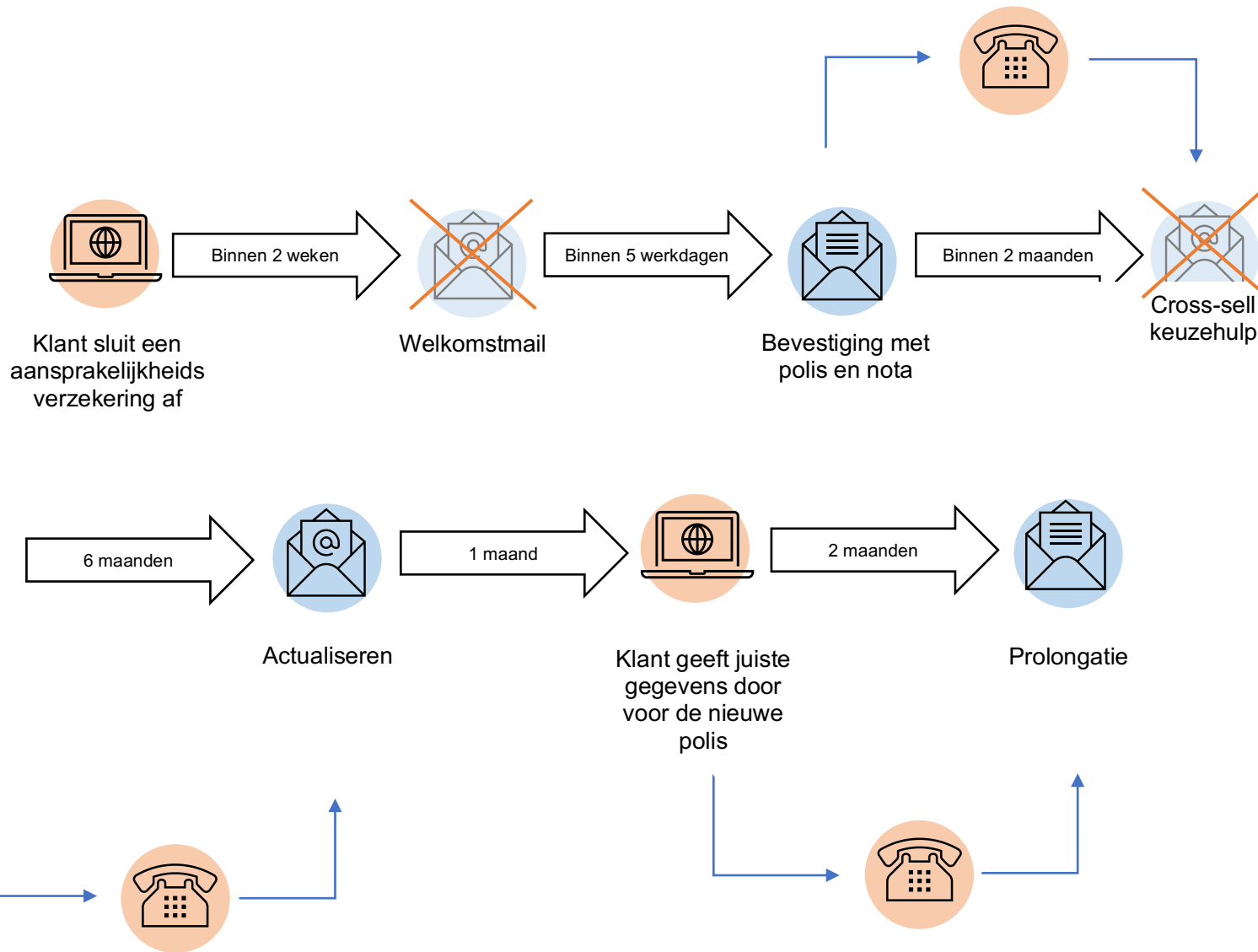
281 EvH: Oké, dan wil ik u bedanken voor uw tijd en input! En veel succes met uw onderneming.

## 9.11 Bijlage 11. Visualisatie ervaren klantreizen

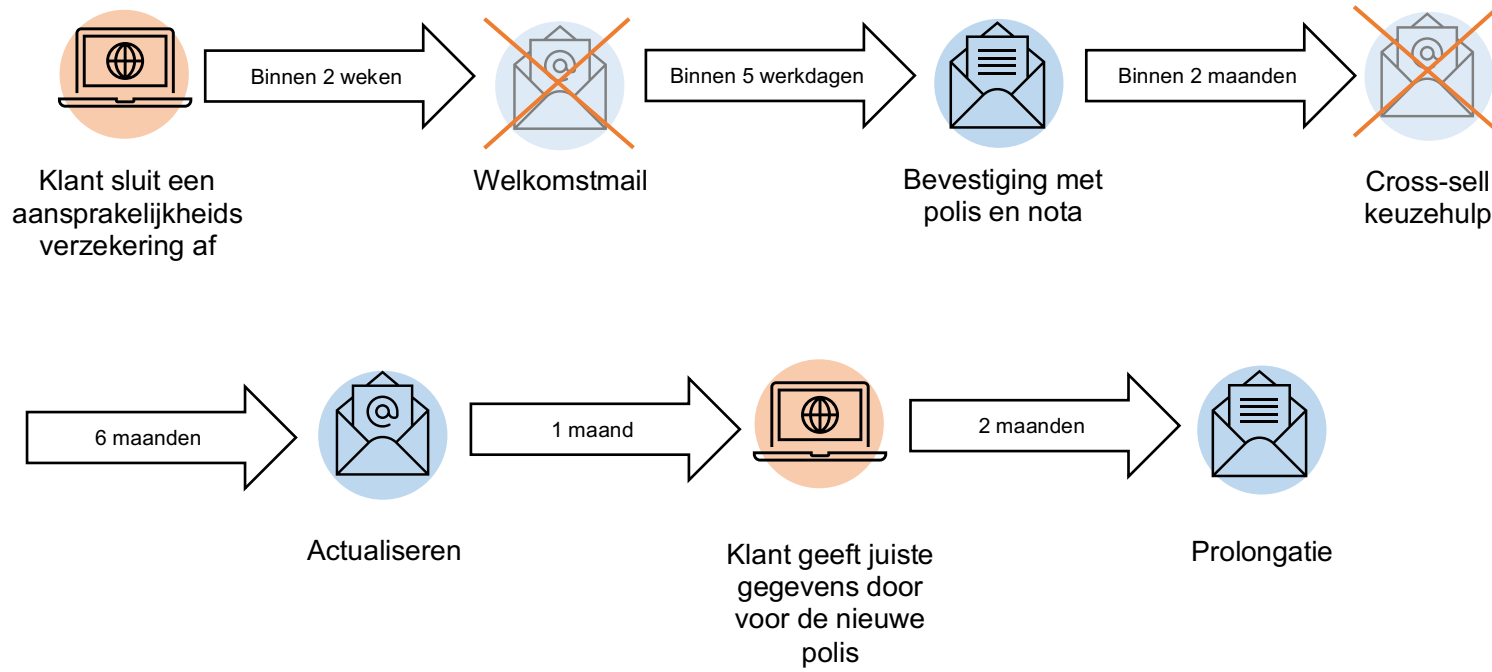
### 9.11.1 Respondent 1



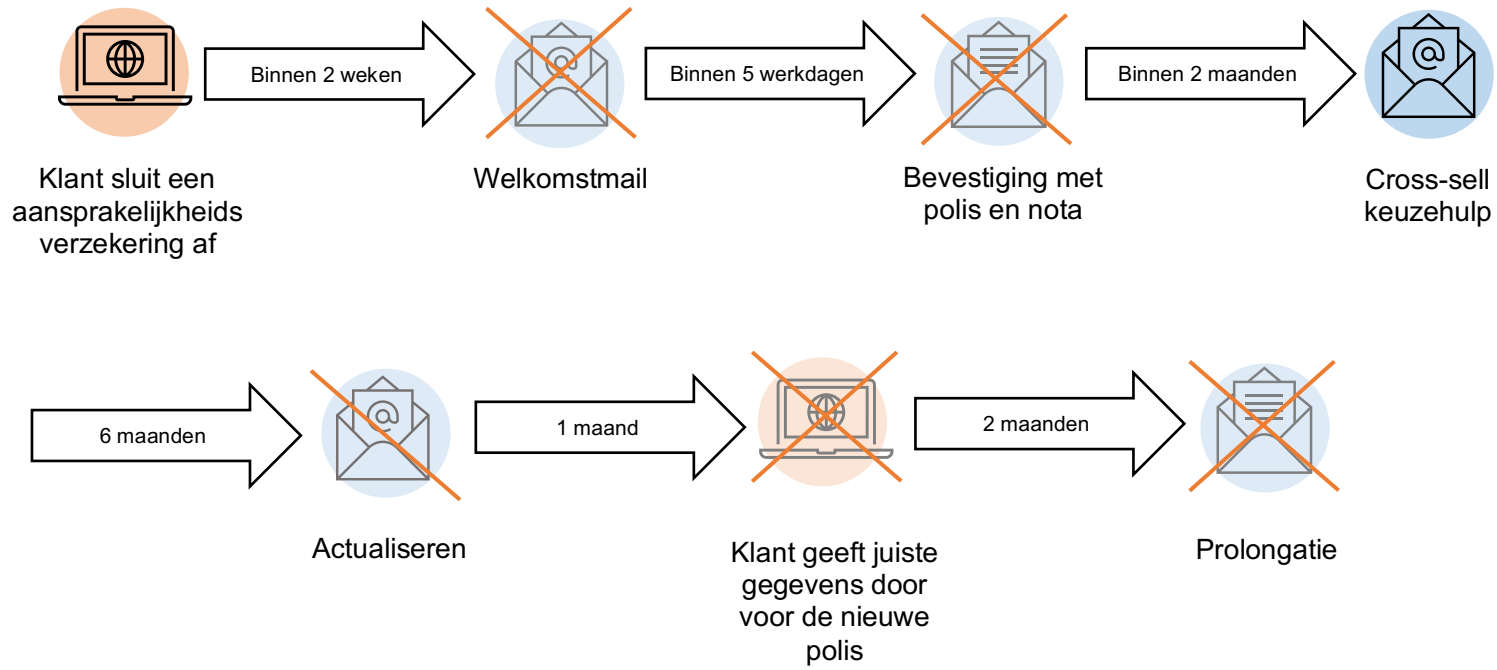
9.11.2 Respondent 2



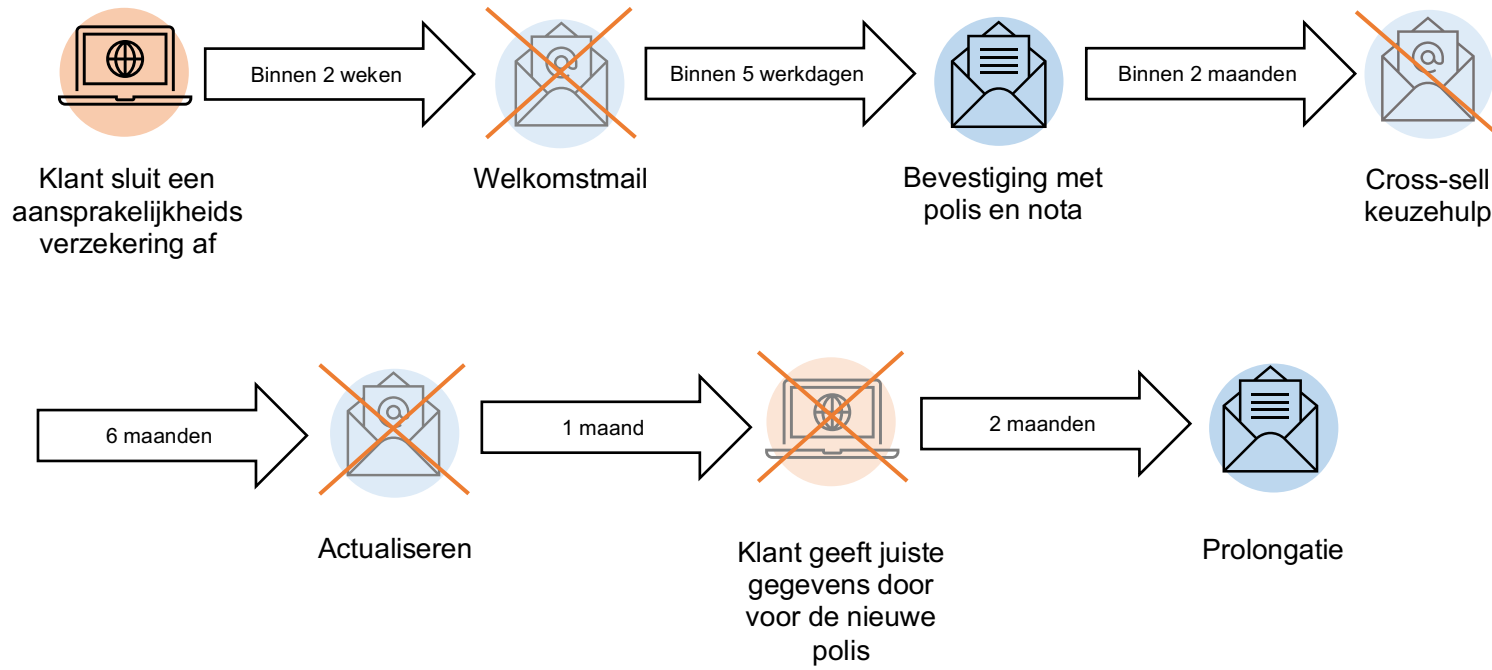
### 9.11.3 Respondent 3



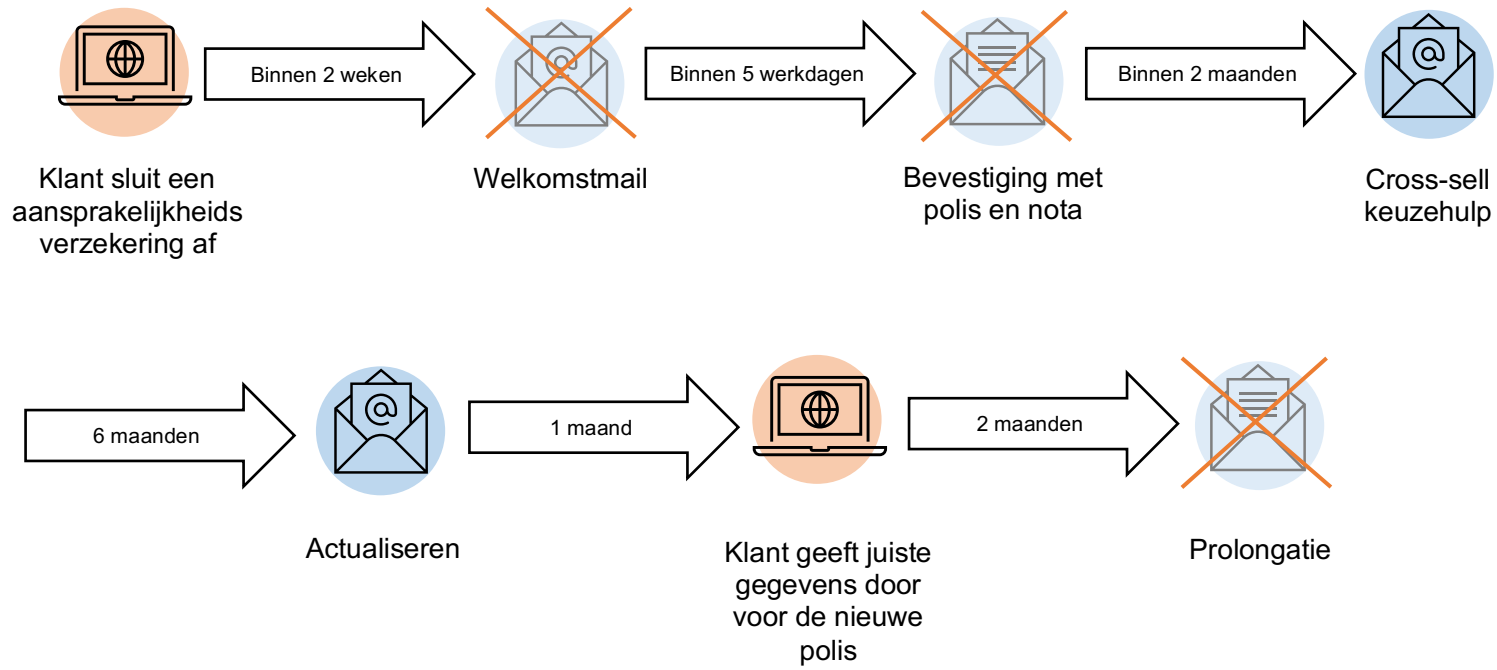
### 9.11.4 Respondent 4



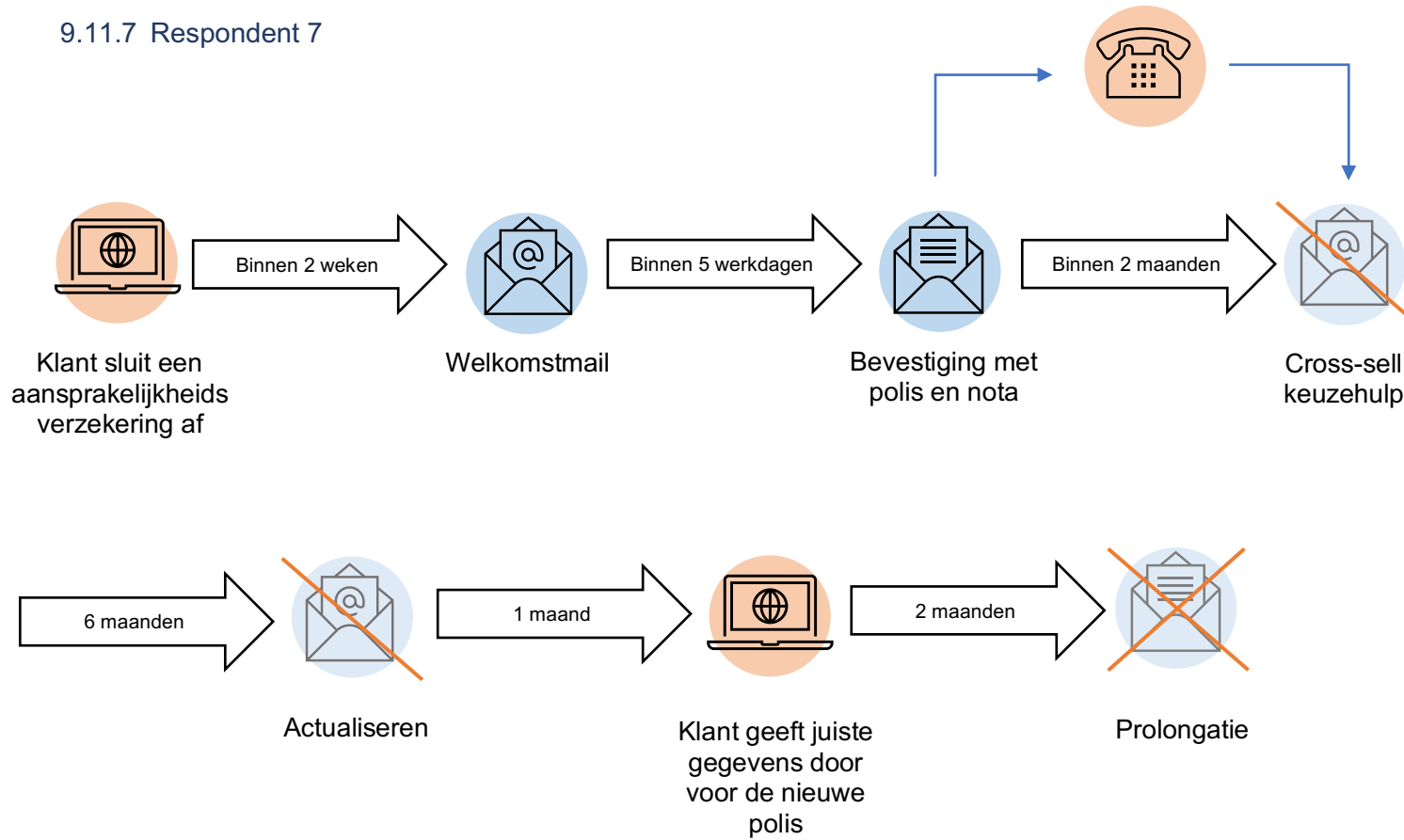
9.11.5 Respondent 5



9.11.6 Respondent 6

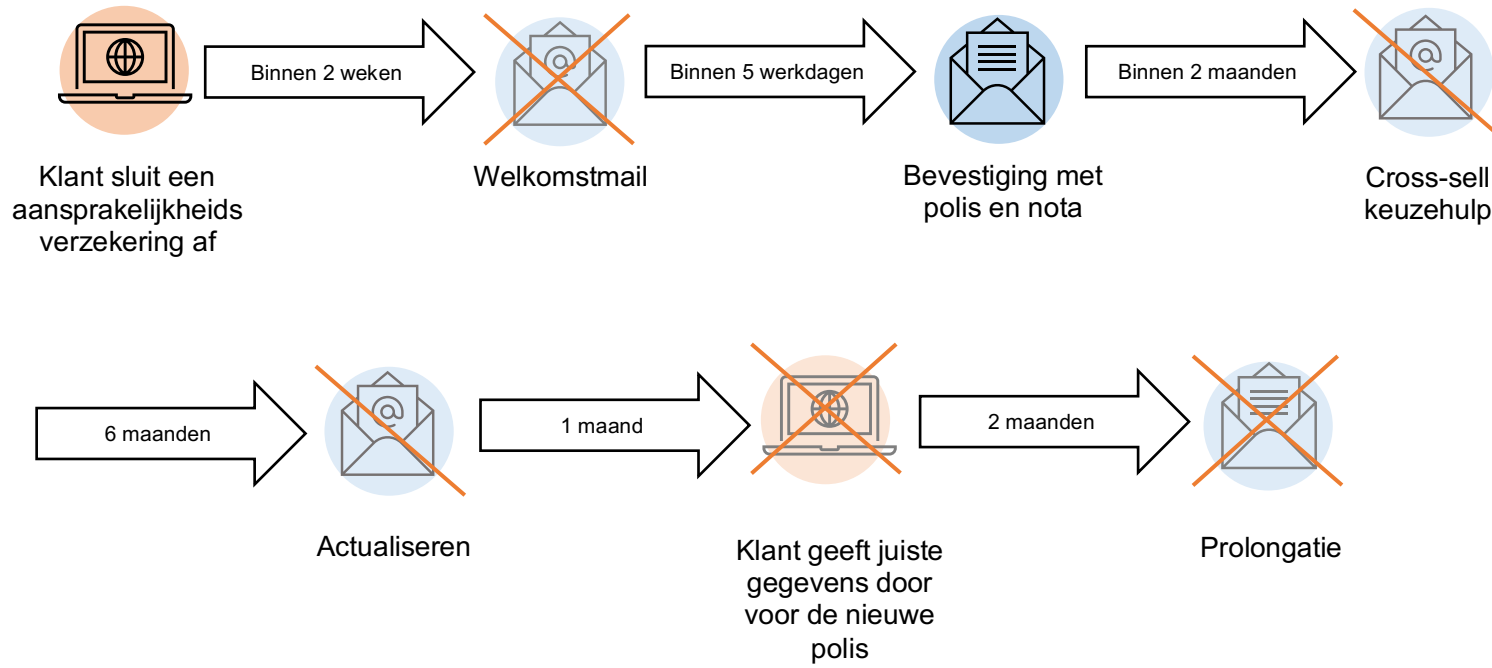


9.11.7 Respondent 7

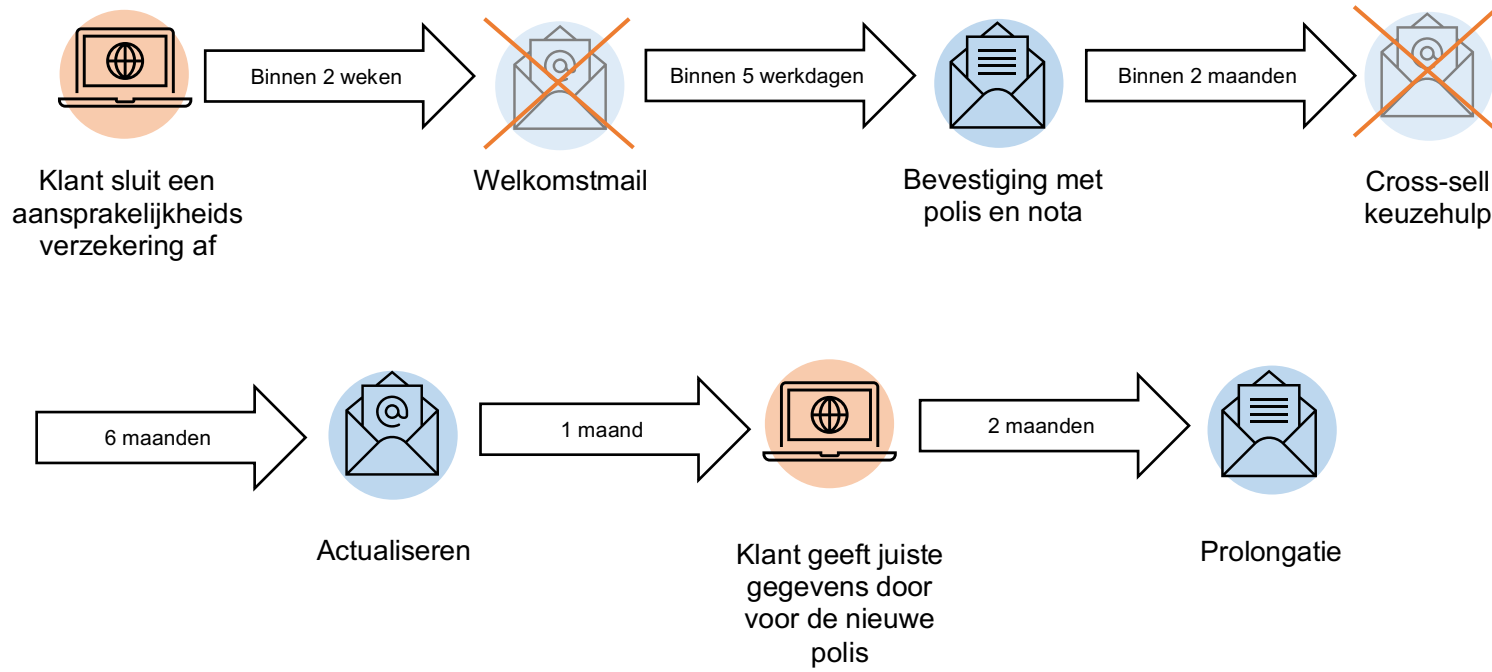




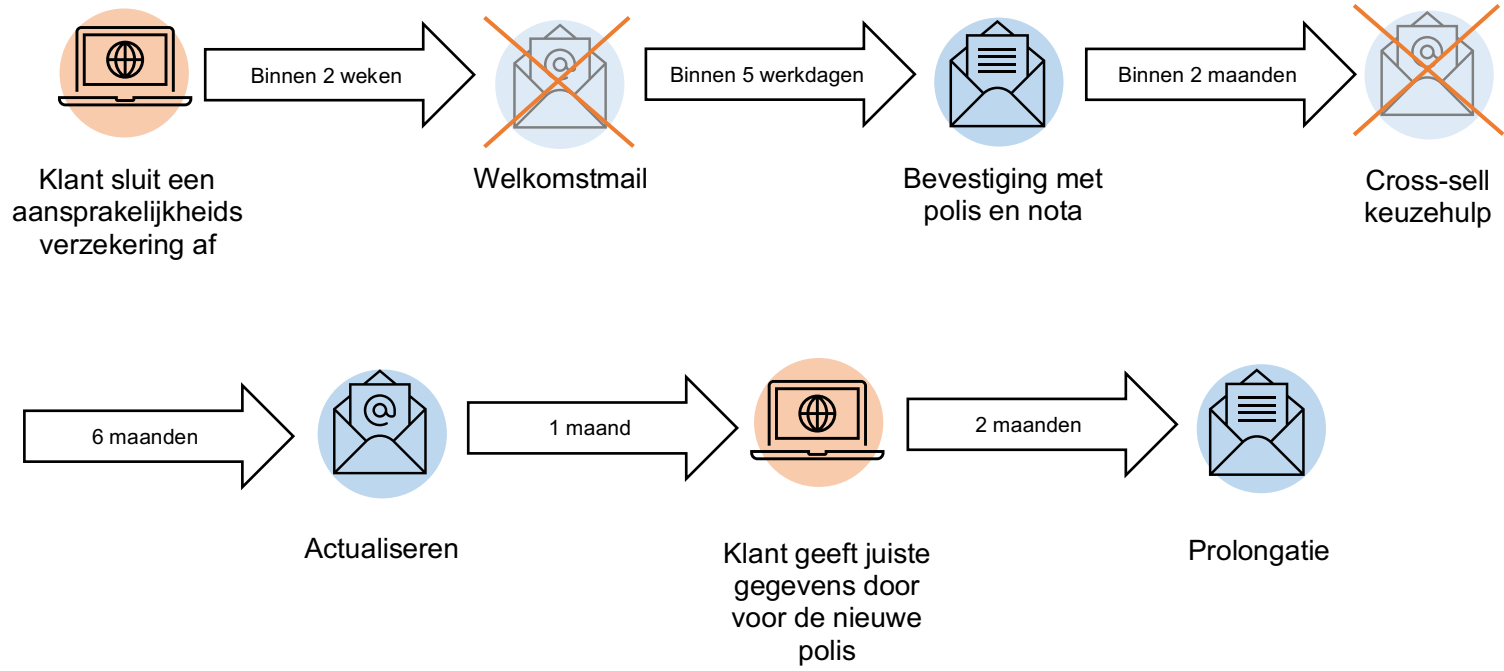
9.11.8 Respondent 8



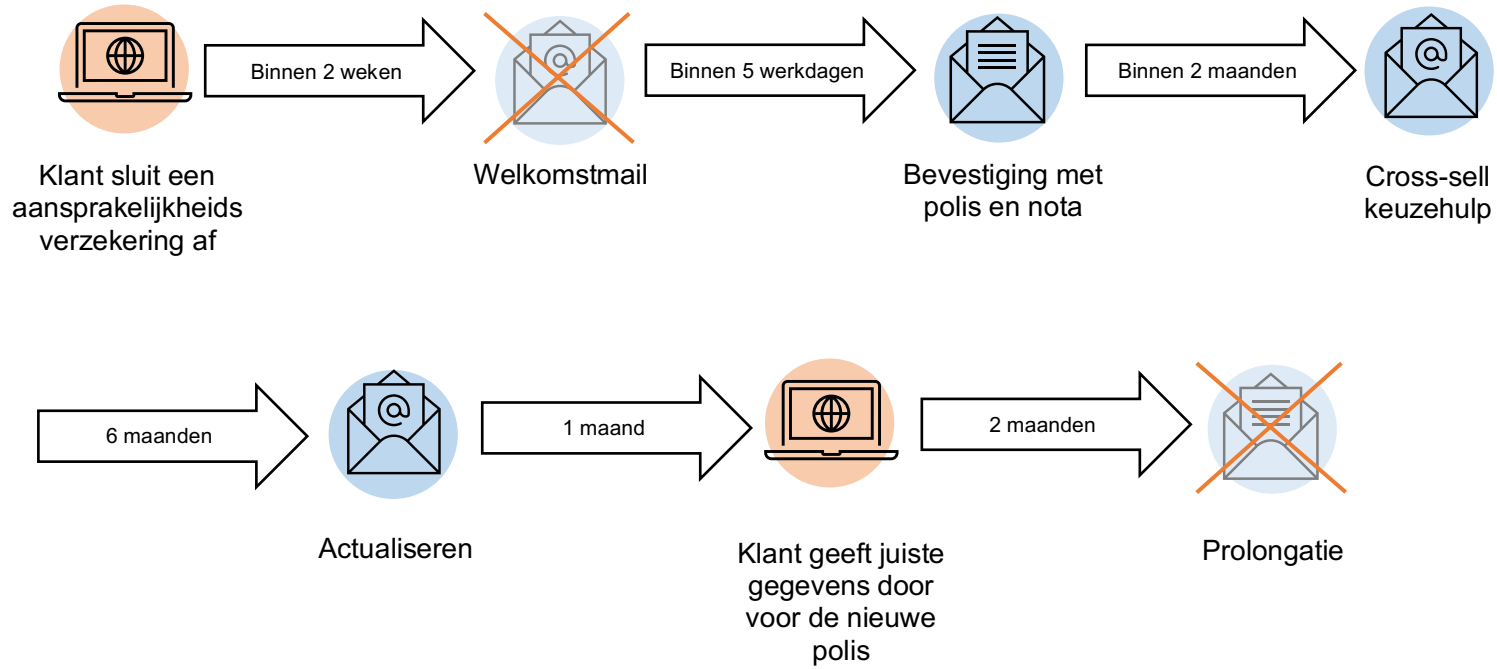
9.11.9 Respondent 9



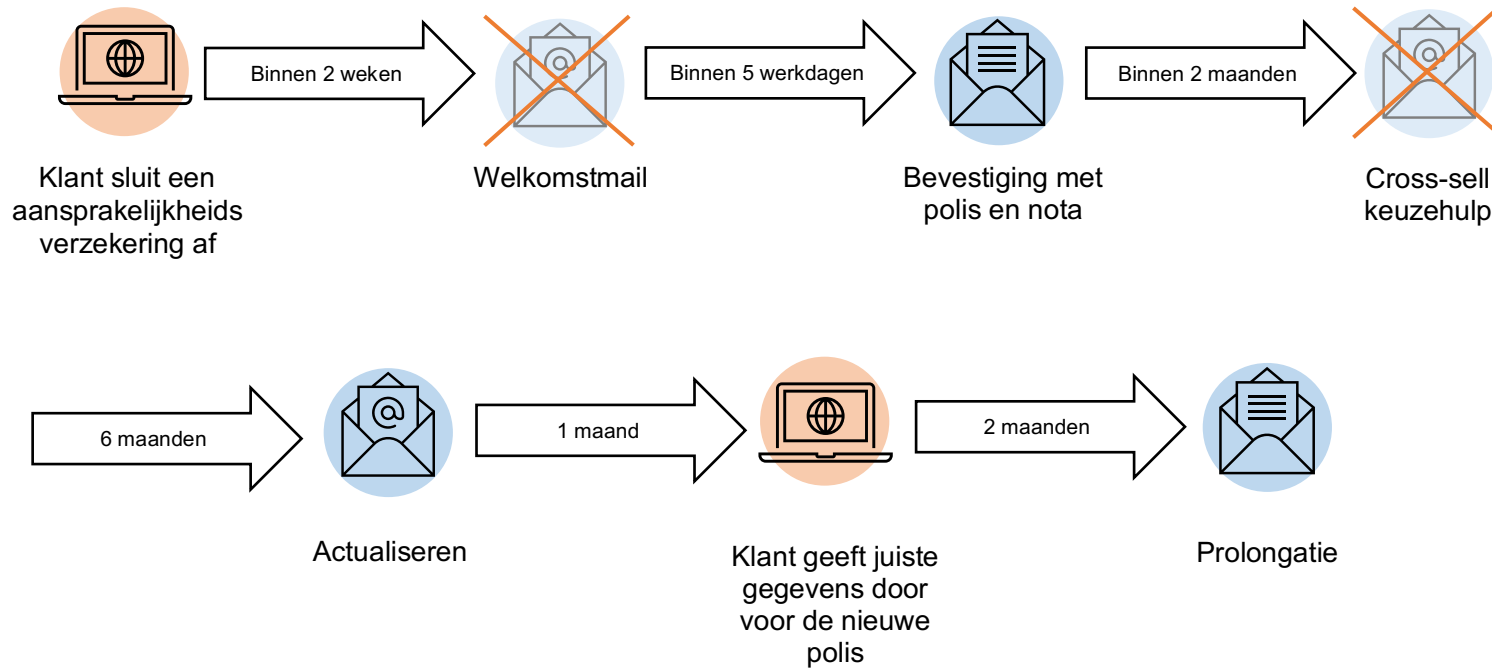
9.11.10 Respondent 10



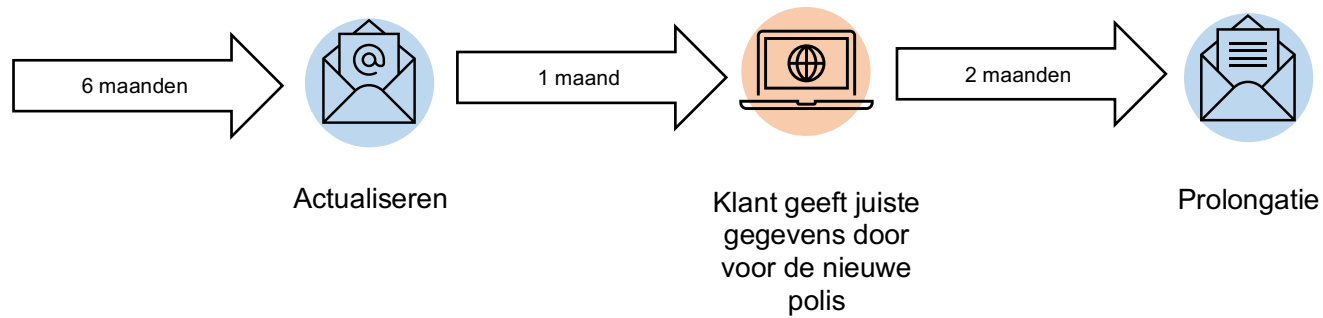
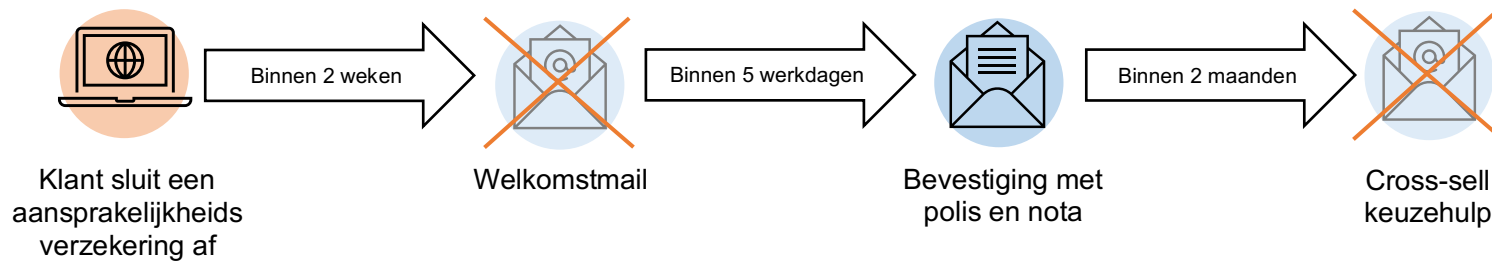
9.11.11 Respondent 11



9.11.12 Respondent 12

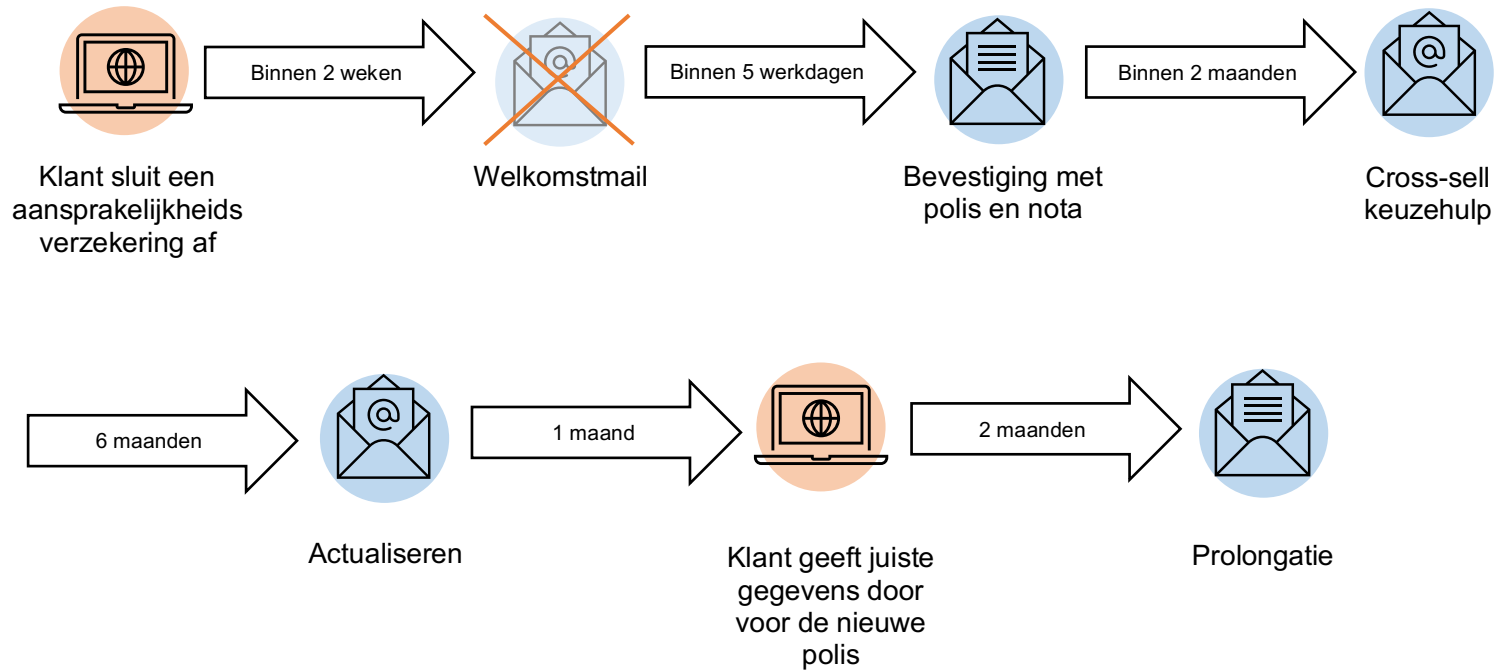


9.11.13 Respondent 13



9.11.14

Respondent 14



## 9.12 Bijlage 12. E-mails

### 9.12.1 Cross-sellmail

<p><b>Beste meneer</b> ██████████</p> <p>U heeft bij ons een verzekering. Dat heeft u goed geregeld! Wij helpen ondernemers als u graag verder. Dat doen we onder meer door onze kennis te delen. Bijvoorbeeld over wat andere ondernemers doen. En welke verzekeringen en diensten zij belangrijk vinden. Volgens onze informatie bent u actief in de branche 'Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening'. Andere ondernemers in uw branche sluiten ook vaak onderstaande verzekeringen. Heeft u hier ook al aan gedacht? Wij regelen het graag voor u. Dan kunt u weer lekker door met ondernemen.</p>	Inleiding
<p><b>Beroepsaansprakelijkheidsverzekering</b></p> <p>Een beroepsaansprakelijkheidsverzekering (BAV) dekt de financiële schade die ontstaat door een beroepsfout of verkeerd advies van u of uw medewerkers. Deze verzekering is voor sommige beroepen zelfs wettelijk verplicht. De BAV van Goedverzekert</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ verzekert vermogensschade aan anderen</li><li>✓ sluit goed aan op de leveringsvoorwaarden van BNA, Ooa en BNI</li><li>✓ sluit u direct online af</li></ul>	Beroepsaansprakelijkheidsverzekering
<p>Precies weten wat wel en niet verzekerd is?</p> <p><b>Bereken uw premie</b></p> <p><a href="#">Meer informatie</a></p>	CTA
<p><b>Zakelijke Rechtsbijstandsverzekering</b></p> <p>Met de Zakelijke Rechtsbijstandsverzekering bent u verzekerd van rechtsbijstand bij een juridisch geschil. Bijvoorbeeld met leveranciers, medewerkers of afnemers. Ook bent u verzekerd van onafhankelijke juridische hulp van de specialisten van Goedverzekert Rechtsbijstand. De Zakelijke Rechtsbijstandsverzekering van Goedverzekert</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Biedt u onbeperkte juridische hulp van de specialisten van Goedverzekert Rechtsbijstand</li><li>✓ verzekert verkeerszaken over de hele wereld</li><li>✓ sluit u eenvoudig direct online af</li></ul>	Zakelijke Rechtsbijstandsverzekering
<p>Precies weten wat wel en niet verzekerd is?</p> <p><b>Bereken uw premie</b></p> <p><a href="#">Meer informatie</a></p>	CTA
<p><b>Bel gerust als u vragen heeft</b></p> <p>We helpen u graag. Wij zijn bereikbaar op ██████████ van maandag tot en met vrijdag van 8.00 tot 17.30 uur.</p> <p>Met vriendelijke groet, Goedverzekert</p>	Slotlinea



## 9.12.2 Actualisatiemail

**Beste meneer** ██████████

In een jaar kan er van alles veranderen. Zo ook bij uw bedrijf. En dat kan belangrijk zijn voor uw verzekering. Daarom vragen we u ieder jaar voordat we uw verzekering verlengen om uw gegevens te bevestigen of aan te passen. Zo hebben we dit ook met u afgesproken in de voorwaarden.

Inleiding

**Controleer uw gegevens voor 26 oktober**

Via onderstaande link ziet u welke gegevens wij van u hebben. Kloppen de gegevens niet? Of verwacht u veranderingen het komende jaar? Dan past u dit zelf eenvoudig aan. Kloppen uw gegevens nog wel? Dan horen we dat ook graag van u. Met deze polis check zorgen we samen dat uw gegevens blijven kloppen.

Controle

Tip: Dit werkt het beste in Google Chrome, Microsoft Edge, Safari of Firefox.

**Mijn gegevens controleren**

CTA

**Bel voor hulp gerust: (tel)**

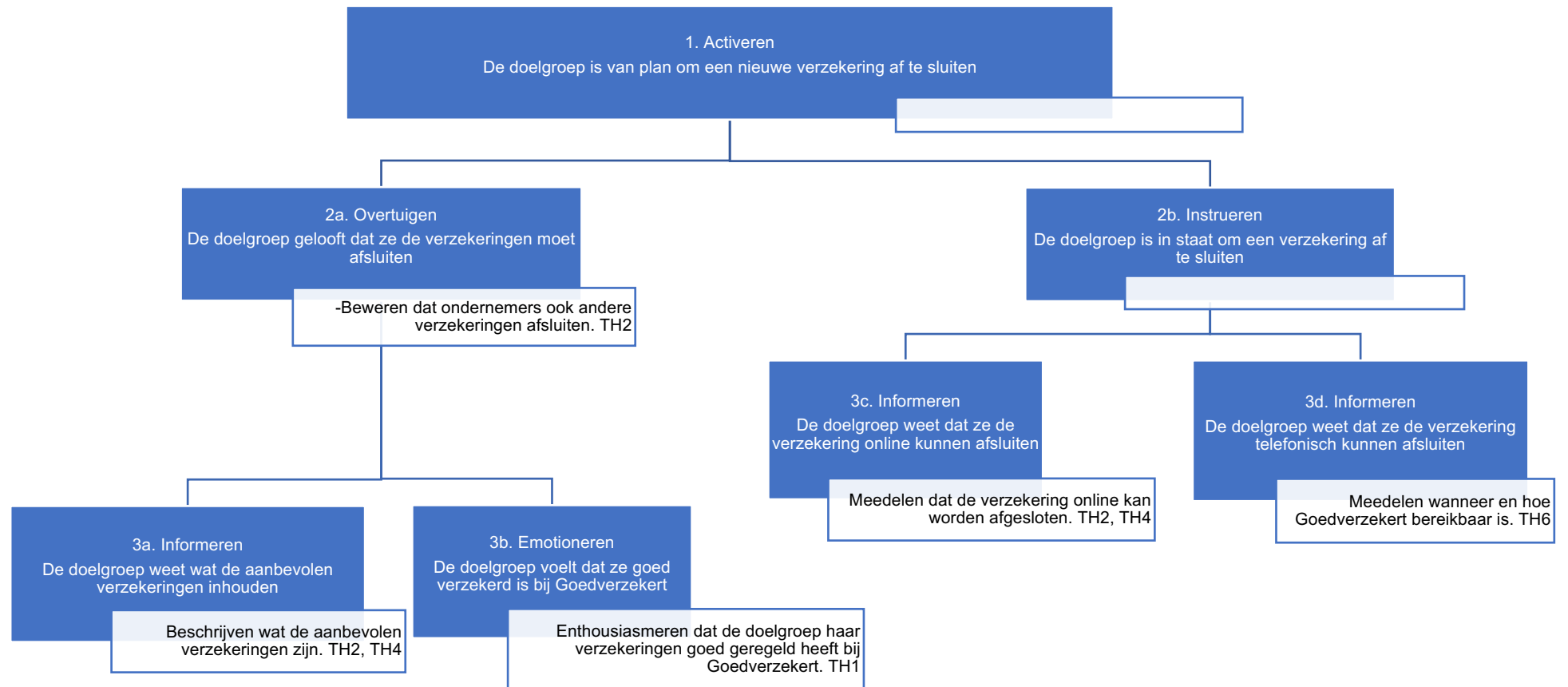
Of als u vragen heeft. U bereikt ons op maandag tot en met vrijdag van 8.00 tot 17.30 uur. We helpen u graag.

Slotlinea

Met vriendelijke groet,  
Goedverzekert

## 9.13 Bijlage 13. Doelenbomen met communicatieve doelen en teksthandelingen

### 9.13.1 Cross-sellmail



## 9.13.2 Actualisatiemail

