



portimagazine

mei 2009

Assurnet



- 3 Editoriaal
- 4 Internet Broker Project
Plannen goedgekeurd, taken verdeeld
- 6 Productmanager Cécile Louvrier
Netwerkt toepassingen, eenvoudig en praktisch
- 8 Onze tien engagementen AS/Web
Stand van zaken 2008

Question Time

Stuur ons het juiste antwoord door op de onderstaande vraag en win 2 bioscooptickets. We geven in totaal 25 x 2 tickets weg, dus aarzel niet en waag uw kans!

Vraag:

Waarvoor staat de afkorting IBP?

Mogelijke oplossingen:

- a) Internet Broker Project
- b) Internet Business Project
- c) Internal Business Project

Vul het antwoord online in op www.portima.com/nl/questiontime.aspx
De winnaars worden persoonlijk op de hoogte gebracht.

PortiMagazine Assurnet in uw mailbox?

Als u PortiMagazine Assurnet in elektronische vorm in uw mailbox wenst te ontvangen, schrijf u dan in op onze mailinglist op de Portima-website. U kunt uw e-mailadres doorgeven op de homepage van onze website www.portima.com of op de BEN via <http://ben.portima.be>

Editoriaal

Beste makelaar,

Portima heeft twee taken. Onze eerste taak hebben we in 2000 van Assurnet geërfd: uw uitwisselingen met de maatschappijen vereenvoudigen en beveiligen. Onze tweede taak bestaat erin u tools te geven die u tijdwinst opleveren in uw kantoorbeheer en die u helpen bij uw klantencontacten. Dat is de bedoeling van ons BRIO4YOU-softwaregamma.

Om u over beide taken gedetailleerd te informeren, hebben we besloten voortaan twee aparte PortiMagazines te publiceren. Voor u ligt PortiMagazine Assurnet. Als u een product gebruikt uit het BRIO4YOU-gamma, ontvangt u binnen enkele weken ook PortiMagazine BRIO4YOU. Gebruikt u geen BRIO4YOU-product, maar bent u wel geïnteresseerd, dan kunt u dit magazine aanvragen op de website BEN (<http://ben.portima.be>). Beide PortiMagazines zullen trouwens ook op de site staan.

Net als Assurnet destijds wil Portima uw uitwisselingen met de maatschappijen vergemakkelijken en beveiligen. Als onafhankelijke makelaar werkt u immers samen met verschillende verzekeraars. Wij trachten die complexiteit op te vangen en voor u tools te ontwikkelen die u hetzelfde comfort bieden als die van een agent die met slechts één maatschappij samenwerkt.

De manier waarop we nu, in 2009, uw uitwisselingen vereenvoudigen en beveiligen, verschilt uiteraard van de middelen die we in 1986 inzetten en we blijven investeren in nieuwe technologieën waaruit u bijkomende voordelen kunt halen.

In 2008 hebben de makelaarsfederaties FVF en Feprabel ons samen met Brocom gevraagd om te onderzoeken hoe de makelaars hun aanwezigheid op het internet kunnen vergroten. De makelaar moet op zijn website elektronische documenten kunnen plaatsen die de maatschappijen aanleveren. Nu al heeft elke maatschappij een eigen site die als het ware dienst doet als een uitgebreide productcatalogus. Dit moet ook kunnen over de verschillende maatschappijen heen.

Daarom zullen de maatschappijen in het kader van IBP (Internet Broker Project) elk afzonderlijk en product per product elektronische documentatie ontwikkelen en in een gezamenlijke 'catalogus' plaatsen. Portima ontwerpt deze catalogus, waaruit de makelaar dan de documentatie kan selecteren die hij op zijn website wil.

U leest meer over het Internet Broker Project verder in dit nummer.

Veel leesplezier,

Claude Rapoport
Afgevaardigd Bestuurder

PortiMagazine Assurnet is een magazine van Portima en verschijnt 3 x per jaar.

Verantwoordelijke uitgever:

Claude Rapoport

Coördinatie:

Valérie Dechamps

Realisatie:

www.mindsetting.be

Heeft u vragen of opmerkingen over een artikel in verband met onze diensten? Bel dan onze Infoline op het nummer 02/661.44.64.

U kunt dit magazine ook bekijken en downloaden via onze website: www.portima.com

Internet Broker Project

Plannen goedgekeurd, taken verdeeld



Terwijl de directe verzekeraars de mogelijkheden van het web optimaal benutten, blijft de aanwezigheid van de makelaars op het world wide web maar beperkt. De beroepsfederaties van makelaars, de verzekeraars, Brocom, beheerpakketontwikkelaars en Portima zijn vastbesloten om daar verandering in te brengen. Dus zag het 'IBP' (Internet Broker Project) op 16 juni 2008 het levenslicht met maar één doel: de makelij op het internet promoten door er zijn aanwezigheid gevoelig te verhogen.

Pina Vitanza, directeur Marketing en Producten, legt uit: "Voor FVF en Feprabel is het essentieel om via internet meer mensen naar de makelij te lokken. Met andere woorden: elke consument die op zoek is naar informatie over verzekeringen moet naar de makelij geïntereerd worden via Google, de Brocom-portaalsite en de maatschappij-sites."

Daarvoor moeten de makelaars niet alleen over een website beschikken, ze dienen die ook – en dat is uiteraard veel moeilijker – dynamisch en up-to-date te houden. Bovendien stelt de sector zich een bijkomende uitdaging: de klant moet via de makelaarsite zijn contractgegevens kunnen bekijken...

IBP, een groot project

IBP vormt ongetwijfeld een grote uitdaging. Om het snel vooruit te doen gaan, werden dan ook verschillende werkgroepen opgericht die elk een specifiek onderwerp uitspitten. De eerste onderzocht of het technisch haalbaar is om voor de makelaars een 'basiswebsite' te ontwikkelen, terwijl een tweede werkgroep bepaalde tot welke contractgegevens de eindklant toegang zal krijgen. Een derde werkgroep ging na welke gegevens de klant op de makelaarswebsite wil vinden en baseerde zich daarvoor op een enquête die bepaalde marktspelers eerder al georganiseerd hadden. Een vierde werkgroep nam de veiligheid van de websites onder de loep en de manier waarop de makelaar toegang zal kunnen verlenen aan zijn klant.

De laatste werkgroep ten slotte bekeek hoe Brocom 'on top of Google' kan komen. Met andere woorden: hoe kan men ervoor zorgen dat consumenten die bijvoorbeeld 'makelaar' of 'autoverzekering' op Google intikken, eerst de site van Brocom te zien krijgen?

"Uit de resultaten van de werkgroepen kwamen twee interessante bevindingen naar voor", vervolgt Pina Vitanza. "Enerzijds hebben ze aangetoond dat het mogelijk is om een basiswebsite voor de makelaars te ontwikkelen. Maar anderzijds stootten ze ook op een prangend probleem. Hoe kan de makelaar zijn website vlot up-to-date houden? Net zoals hij vandaag op zijn 'toonbank' de folders van de maatschappijen plaatst, moet de makelaar op zijn website over de laatste versies van deze informatie beschikken (productfiches, algemene voorwaarden, enz.)"

Pina Vitanza: "Om de aanwezigheid van de makelaars op het internet te verhogen, moeten ze niet alleen over een website beschikken, ze dienen die ook – en dat is uiteraard veel moeilijker – dynamisch en up-to-date te houden. Het Internet Broker Project biedt hen een helpende hand."

De 'ideale' website

Pina Vitanza: "Om de makelij iets concreets aan te bieden, hebben we de 'ideale' website uitgedacht. Die bestaat uit 4 basiselementen (zie schema)."

1. De basiswebsite van de makelaar: deze site is personaliseerbaar en bevat niet alleen de eigen kantoorgegevens, maar ook informatie van de maatschappijen die u wilt voorstellen. De site herbergt daarnaast een tool waarmee uw klanten hun contracten kunnen raadplegen. De ontwikkeling van deze basissite valt onder de verantwoordelijkheid van Brocom, FVF en Feprabel. Zodra hij klaar is, wordt hij ter beschikking gesteld en kunt u hem personaliseren. Maar u kunt natuurlijk ook uw eigen site ontwikkelen of de site onderhouden die u nu al hebt.

4 COMPONENTEN



onder de verantwoordelijkheid van de beheerpakketontwikkelaars. De softwarehuizen die dat willen, zullen dan ook een toepassing ontwikkelen waarmee uw klanten hun contractgegevens kunnen opvragen.

4. Identificatie: als uw klant zijn contracten rechtstreeks kan raadplegen op uw site, moet hij eerst afdoende geïdentificeerd worden. Portima beschikt over de nodige ervaring inzake identificatie en zal die gebruiken voor de beveiliging van de website. Belangrijk hierbij is dat u zelf beslist of u uw klant al dan niet toegang verleent.

En nu ...

Vandaag is er een consensus over het IBP-project en elke speler uit de verzekeringssector weet wat hem te doen staat. De tests van de basissite, de catalogus en de beveiliging zijn gepland voor de maand juni. De eerste gepersonaliseerde sites mogen we vanaf september verwachten.

Wij houden u uiteraard op de hoogte.

Productmanager Cécile Louvrier

Netwerktoepassingen, eenvoudig en praktisch

U gebruikt AS/Web en misschien andere netwerkproducten zoals ADSL, PortiGate of Port-e-Mail dagdagelijks in uw kantoor, en dit waarschijnlijk zonder er veel bij stil te staan. Maar achter de schermen is bij Portima continu een heel team van "customer assistants", specialisten en programmeurs aan de slag om de gegevenstransmissie tussen u en de maatschappijen vlot te doen verlopen. Productmanager Cécile Louvrier zorgt ervoor dat de netwerkproducten beantwoorden aan uw behoeften.

Cécile Louvrier ging na haar studies van burgerlijk ingenieur in de telecommunicatie bij Portima aan de slag als netwerkingenieur. Ze kent het netwerk intussen zeer goed. In september vorig jaar aanvaardde ze om in te staan voor alle netwerkproducten en werd ze "Productmanager Netwerk". Dit omvat een gamma gaande van het vlaggenschip AS/Web, over de DIV-module, de ADSL-toegang en PortiGate, Port-e-Mail en de beveiligingsproducten.

Cécile, wat houdt je job precies in?

Ik luister naar de vragen van de gebruikers om onze producten zo goed mogelijk op hun behoeften af te stemmen. Uiteraard moet ik daarbij rekening houden met de technische haalbaarheid. Makelaars willen vlot met hun informatica kunnen werken, zonder erbij stil te staan, en vooral zonder er tijd aan te verliezen. Mijn job bestaat er dus in hun efficiënte, handige en nuttige oplossingen aan te bieden.

Maar mijn werk houdt niet op bij de lancering van nieuwe producten. Deze moeten immers ook onderhouden worden. Neem bijvoorbeeld AS/Web. Telkens als er een nieuwe versie van Windows gelanceerd wordt, testen wij AS/Web volledig en voeren we eventueel aanpassingen door zodat de toepassing foutloos in de nieuwe Windows-omgeving draait. Daarnaast moet een product als AS/Web voortdurend evolueren om interessant te blijven of zelfs nog aantrekkelijker te worden. Momenteel



werken we daarom bijvoorbeeld aan een functionaliteit waarmee de makelaars hun software permanent en volledig automatisch up-to-date kunnen houden. Terwijl ze vandaag nog zelf bepaalde updates moeten installeren, zal dat in de toekomst niet meer nodig zijn, wat AS/Web nog gebruiksvriendelijker zal maken.

Ik neem aan dat de behoeften van de makelaars veranderen naarmate de technologie evolueert?

Inderdaad, dat is volkomen logisch. Daarom volg ik de technologische nieuwigheden op de voet om ze, waar mogelijk, in praktische oplossingen te vertalen.

De makelaar heeft immers geen boodschap aan technische antwoorden, hij wil toepassingen die hij zonder veel poespas kan gebruiken.

Hoe weet je wat de makelaars nodig hebben?

Onder meer via de Users Club AS/Web houd ik de vinger aan de pols. Ik ontmoet de vertegenwoordigers van de Users Club vier à zes keer per jaar. Tijdens die bijeenkomsten discussiëren we onder andere over de opmerkingen die de Users Club van de gebruikers krijgt. Maar ook via onze Accountmanagers, de medewerkers van het Brokers Contact Center en onze lesgevers vang ik echo's van de markt op.

Hoe lopen de contacten met de makelaars?

We werken volop aan een uitstekende interactie met de makelaars. We willen hen enerzijds meer informatie en documentatie bezorgen en anderzijds rekenen we op hun feedback. Dat is nu een van onze prioriteiten.

Wat waren volgens jou de meest opvallende realisaties de afgelopen maanden?

We hebben gewerkt aan de stabilisering van AS/Web en aan een tool 'Mijn gebruikers', waarmee de makelaars voortaan met één muisklik de certificaten voor de gebruikers binnen hun kantoor kunnen beheren en bestellen (zie kaderstukje).

Een ander, zeer belangrijk project was de nieuwe versie van Port-e-Mail. Het is één van onze grootste uitdagingen om de makelaars mobiel te laten werken. Welnu, Port-e-Mail biedt hen onder andere de mogelijkheid om hun mails te lezen waar en wanneer ze dat willen. De grote nieuwigheid van onze laatste versie is echter dat makelaars hun mails nu ook op hun PDA of iPhone kunnen ontvangen. We hebben deze nieuwe media dan ook uitvoerig getest met Port-e-Mail. Vanaf vandaag kunnen makelaars die een PDA en onze Port-e-Mail-oplossing gebruiken hun mails op hun PDA lezen. Dit vormt vast en zeker een mooie meerwaarde in de mobiliteit van de makelaar.

Wat staat er voor de toekomst nog op het programma?

We herbekijken ons aanbod dat toegang verleent tot het netwerk. We testen momenteel nieuwe technologieën zoals SDSL of ADSL 2+, die sneller zijn dan de bestaande en dus beter inspelen op de marktrevoluties. Op termijn is het onze bedoeling om de makelaars nieuwe mogelijkheden inzake netwerktoegang aan te bieden.

Een ander project waarmee we bezig zijn, is de 'self install'. De makelaars hebben ons een programma gevraagd waarmee ze zelf AS/Web op een pc kunnen installeren zonder dat er een installateur moet langskomen. We hebben de nodige ontwikkelingen gedaan, de te volgen procedures uitgewerkt en de documentatie voorbereid. Binnenkort voeren we de eerste tests uit om in de tweede helft van 2009 deze nieuwe dienst aan de makelaars te kunnen aanbieden. 🔄

AS/Web – 'Mijn gebruikers' Voor een eenvoudiger certificatenbeheer

De recentste versie van AS/Web (versie 1.7 die onlangs werd verdeeld) bevat zoals gewoonlijk een hele rits nieuwigheden en aanpassingen. Eén ervan is de functionaliteit 'Mijn gebruikers'.

Hoe gaat het in z'n werk?

Zoals u weet identificeert Portima elke netwerkgebruiker via een certificaat. Met deze 'sleutel' krijgen u en uw medewerkers toegang tot ons netwerk en kunt u uw transacties in alle veiligheid uitvoeren. Uw berichten worden op geen enkele manier onderschept, noch gewijzigd.

Met de tool 'Mijn gebruikers' kan de certificatenverantwoordelijke van het kantoor (ook 'LRA' genoemd) heel gemakkelijk een nieuwe persoon aan de gebruikerslijst toevoegen. Toegangscodes aanvragen waarmee het certificaat aangemaakt wordt of certificaten opzeggen (als een medewerker het kantoor verlaat bv.), wordt kinderspel. Daarvoor moet de certificatenverantwoordelijke niet langer Portima contacteren of op de brief met de geheime code wachten, want alles gebeurt voortaan op één plaats, met één muisklik. Het antwoord volgt onmiddellijk.

Cécile Louvrier: "We willen de makelaars meer informatie en documentatie over AS/Web bezorgen, maar we rekenen ook op hun feedback."

Onze tien engagements AS/Web

Stand van zaken 2008

Ervoor zorgen dat u snel en veilig zaken kunt doen. Die uitdaging gaat Portima dagelijks aan. Ons AS/Web-programma zorgt ervoor dat u uw verzekerings-transacties op een onafhankelijke, veilige en efficiënte manier via uw computer kunt uitvoeren. Om u deze kwaliteit te garanderen, gingen wij in 2007 tien engagements aan. Geen loze woorden maar concrete doelstellingen die specifiek en meetbaar zijn. Ook de beroepsverenigingen FVf en Feprabel steunen ons daarin. Elk kwartaal krijgen ze een tussentijdse stand van zaken. Om steeds een vinger aan de pols te houden, evalueren wij ook intern voortdurend onze tien engagements. Zo kunnen we bijsturen waar nodig.

Snelheid, vertrouwen en maatwerk

Bij een aantal engagements overtroffen we de verwachting. Zo wordt niet 80% maar wel 85% van de vragen binnen de vier uur beantwoord en opgelost. Snel een antwoord krijgen is één zaak, maar ook de volledigheid en correctheid zijn belangrijk. Onze gespecialiseerde en goed opgeleide teams staan hiervoor in. En deze aanpak loont, want de tevredenheid over onze oplossingen overtreft, met 84%, onze doelstelling van 80%.

Ook het feit dat onze producten rekening houden met de behoeften van alle makelaars via feedback van onze Users Club wordt erg gewaardeerd. "Portima wil rekening houden met

zijn klanten bij de ontwikkeling van oplossingen. Dankzij onze Users Club houden wij continue voeling met de praktijk. De cijfers bewijzen dit want we halen hier een resultaat van 96% terwijl onze doelstelling op 90% ligt", zegt Kris De Becker, Directeur Klantenrelaties.

Brokers Contact Center op kruissnelheid

Twee engagements werden niet volledig ingevuld zoals vooropgesteld. Zo was het voor 2008 onze doelstelling om qua bereikbaarheid 80% van de telefonische oproepen binnen de 30 seconden te beantwoorden. "Met 77% zaten we er erg dichtbij", zegt Kris De Becker. "De reden waarom we 3% tekort schoten, is de onderbemanning van het Brokers Contact Center in januari 2008. De voorziene afbouw bleek te sterk, waardoor een aantal oproepen in januari niet de aandacht kregen die ze verdienden. Op twee weken tijd was dit probleem van de baan en vanaf dan konden wij wachtrijen vermijden." Toch drukt het resultaat van deze eerste maand op het globale gemiddelde.

Klachten nemen we ernstig

Een klacht is een uitgelezen kans om een klant tevreden te stellen. Wij streven er dan ook naar om die zo snel en optimaal mogelijk te behandelen. Onze interne procedure om klachten aan te pakken, wijzigde in 2008 en werd een pak strenger. Kris De Becker: "De doelstelling was om 100% van de klachten binnen een termijn van twee weken af te handelen. Door de nieuwe

strikttere regels slaagden we daar niet elke keer in. Ons resultaat van 89% is dan ook een extra motivatie voor Portima om in 2009 keihard aan dit punt te werken en nog meer inspanningen te leveren om u tevreden te stellen."

Persoonlijk engagement

Heel het Portima-team streeft er elke dag opnieuw naar om onze klanten tevreden te stellen en onze engagements na te komen. Onze voormalige CEO voegde daar een tiende persoonlijk engagement aan toe. Claude Rapoport, die sinds september 2008 het roer overnam, heeft dit integraal behouden. Elke tekortkoming die u vaststelt, kunt u hem persoonlijk mailen via CEOengagement@portima.com. Claude Rapoport vindt het erg belangrijk hier tijd voor vrij te maken en dit laatste engagement werd in 2008 dan ook voor 100% nagekomen.

Met vier behaalde engagements en evenveel overtroffen, zijn we in 2008 geslaagd met onderscheiding. De twee engagements die we niet volledig nakwamen, vormen een mooie uitdaging voor 2009. En omdat stilstaan achteruitgaan is, gaan we samen met het hele Portima-team voor de volle 100% van de engagements. Want wij willen aan al onze klanten duidelijke en concrete servicegaranties meegeven. 

Met vier behaalde engagements en evenveel overtroffen, is Portima in 2008 geslaagd met onderscheiding.

De twee engagements die we niet volledig nakwamen, vormen een mooie uitdaging voor 2009.

