



# Feiten en cijfers thema-onderzoek websites

## Keurmerk Klantgericht Verzekeren

Het Keurmerk Klantgericht Verzekeren is een keurmerk voor de dienstverlening en klantgerichtheid van verzekeraars en gevolmachtigden die namens een verzekeraar verzekeringen afsluiten.

### Keurmerknormen en thematische onderzoeken

Het Keurmerk Klantgericht Verzekeren heeft zeventien normen waaraan keurmerkhouders moeten voldoen. Om te toetsen of keurmerkhouders zich aan de normen houden, doen we een paar keer per jaar een onderzoek over een thema. In dat thema-onderzoek toetsen we een aantal gerelateerde normen, maar we kijken ook breder dan alleen de keurmerknormen.



### Thema-onderzoek: websites

We hebben de websites van alle 44 keurmerkhouders onderzocht. We hebben bekeken of keurmerkhouders keurmerk-informatie en andere belangrijke informatie op een vindbare en duidelijke manier aanbieden op hun website.

### Goede totaalscores



De keurmerkhouders scoren goed in dit onderzoek met een gemiddelde totaalscore van **76%**. De laagste score is 55% en de hoogste score is 98%. De gemiddelde score op alleen de verplichte keurmerkonderdelen is **88%**.

### Verzekeraars en het premievolume

In totaal heeft Nederland ongeveer 170 verzekeraars. Er zijn 44 keurmerkhouders. De verzekeraars met het Keurmerk hebben samen een kleine 70% van het totale premievolume. Dat is het totaal van alle premies die verzekerden betalen voor hun verzekering.

70%

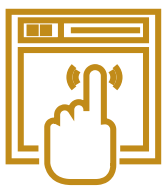
Er zijn 44 keurmerkhouders, samen goed voor bijna 70% van het premievolume.



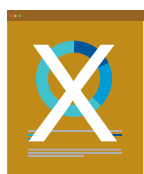
## Hoe kan het beter?

### Verbeter tips voor verzekeraars:

- Maak informatie, bijvoorbeeld het beleggingsbeleid, beter vindbaar door ernaar te verwijzen op plaatsen waar die informatie relevant is voor de webbezoeker.



- Zorg ervoor dat de webbezoeker in een afsluitmodule zo goed mogelijk zijn keuze kan maken. Bied hem daarom voldoende informatie en plaats in de afsluitmodule een link naar informatie over de medische acceptatieprocedure als dat van toepassing is.



- Geef in de informatie over opzeggen aan wat de reactietermijn is en wat de klant moet aanleveren om de opzegging in orde te kunnen maken.

### Enkele conclusies uit ons onderzoek:

#### Informatie niet altijd goed vindbaar



De norm over het beleggingsbeleid blijkt het lastigst voor keurmerkhouders. Het beleggingsbeleid is weliswaar bij alle keurmerkhouders aanwezig, maar vaak is de informatie niet goed vindbaar. Een aantal keurmerkhouders hebben het beleggingsbeleid bijvoorbeeld alleen beschikbaar gesteld op de webpagina met informatie over het Keurmerk.

#### De informatie in de afsluitmodule kan beter

Slechts drie van de tien keurmerkhouders waarop de medische acceptatieprocedure van toepassing is, hebben daarover informatie opgenomen in hun afsluitmodule. Dat kan beter. Immers, klanten moeten weten van de mogelijke implicaties van de medische acceptatieprocedure voordat zij voor de verzekering kiezen.



### Toevoegen reactietermijn bij opzegging

De meerderheid van de keurmerkhouders heeft informatie op de website over opzeggen. Ruim de helft daarvan vermeldt daarbij wat zij van de klant nodig hebben om de opzegging in orde te kunnen maken. Bij een derde van de keurmerkhouders met opzegginformatie op de site, staat geen reactietermijn. Die informatie staat wel elders op de site, bij het overzicht met reactietermijnen.