

DIGISAFARI

# ‘We laten ons graag inspireren door anderen’

TEKST: SASKIA VERSNEIJ BEELD: LARS VAN DEN BRINK

## OVER FRANK VAN WESSEL

Frank van Wessel (1983) studeerde Economie in Tilburg. Had tijdens zijn studie een eigen webdesignbedrijf. Had een bevlogen carrièrestart bij joint venture ABN AMRO Verzekeringen. Vanaf de oprichting in 2009 is hij betrokken bij BeFrank. Hier is hij verantwoordelijk voor marketing, communicatie en productmanagement. Was in 2012 Young Professional of The Year van Delta Lloyd Groep.



Met een Net Promotor Score van 100, een prijs voor ‘beste pensioencommunicatie van 2012’ én voor ‘beste pensioenproduct van 2011’ is **BeFrank** een mooie benchmark als het gaat om complexe financiële materie toegankelijk maken. We gaan op digisafari met Frank van Wessel (1983), marketing- manager. Op zoek naar inspirerende voorbeelden. Want vertrouwen bouw je ook online.

Hij gelooft sterk in de kracht van generatie Y: jong genoeg om alle moderne ervaringen mee te pakken en oud genoeg om voor nieuw elan te zorgen omdat ze – inmiddels rond de 30 – de carrièreladder rap beklimmen. Frank van Wessel: ‘We bankieren met onze te lefoon, gebruiken Google Maps om de weg te vinden en met één klik bestellen we een e-book bij bol.com. Dat is de wereld waarin we leven. Waarom werkt pensioen dan niet zo? Pensioen is voor velen het belangrijkste financiële product, echter het pensioenbewustzijn is laag. De complexiteit en gebrek aan keuzevrijheid passen niet meer in deze tijd. Niet bij mijn generatie. En daar haakt BeFrank op in.’

## Innovatie-killer

‘Het pensioenbewustzijn in Nederland is laag en de onrust over pensioenen neemt toe. Jarenlang hebben pensioenfondsen gezegd: wij regelen het wel. Nu we in een financiële crisis zitten, blijkt dat het toch niet zo goed geregeld is als we dachten; indexeren

gebeurt niet meer en er wordt gekort. Kortom: risico’s verschuiven naar de werknemer. Dit past niet bij gebrekkige pensioencommunicatie en het ontbreken van keuzevrijheid. Doordat werkgevers vaak niet hun eigen pensioenuitvoerder kunnen kiezen, zijn pensioenfondsen verzekerd van een nieuwe aanwas van klanten. Een killer voor innovatie. Waarom zou je dan investeren in heldere en moderne communicatie of de kosten verlagen?’

## Anders denken

‘Schoolvoorbeeld is het jaarlijkse Uniform Pensioenoverzicht (UPO). Het UPO wordt in september verstuurd en zegt iets over de hoogte en ontwikkeling van het pensioen. De peildatum van de gegevens op het UPO is 1 januari. Op moment van ontvangst van het UPO is de informatie dus 9 maanden oud. Best vreemd voor een product dat afhankelijk is van beleggingen. Als de werknemer de envelop al opent en de brief begint te lezen – wie krijgt er überhaupt nog een brief denk ik dan –

## Gespot op digisafari:

### harde cijfers

‘Bij BeFrank hebben we de app “Mijn Pensioen” ontwikkeld. 24 uur per dag kunnen onze klanten inloggen en zien hoe hun pensioen ervoor staat en met de pensioenplanner zelf berekeningen maken. Aanleiding was onze website-analyse: 27% van de bezoekers van befrank.nl gebruikt mobile devices.’  
**Learning: gebruik cijfers en harde data als bron voor beslissingen.**

### meedoen

‘Er werd over ons geschreven. Pensioenexperts vroegen zich in 2010 op Twitter en LinkedIn af hoe vernieuwend BeFrank eigenlijk was. Daarom hebben wij besloten zelf de vraagtekens weg te nemen. De kracht van de dialoog wordt door bedrijven nog weinig gebruikt. Ik weet niet precies waarom. Wellicht is het angst. Door het gesprek aan te gaan, kunnen we uitleggen hoe het echt zit of zelf onze visie aanscherpen.’  
**Learning: meng je in het gesprek.**

### achterlopen

‘Dingen die niet goed gaan, zijn ook een rijke inspiratiebron. Neem Facebook: sterk als desktop-partij, maar ze lopen achter met hun mobiele strategie. Zo zijn er nog steeds functionaliteiten die alleen via de desktop werken. Wij hanteren een mobile-first-strategie, net als bijvoorbeeld nu.nl.’  
**Learning: kijk ook naar mislukkingen.**

moet een hoop jargon worden ontcijferd. Dan lezen mensen dat er niet wordt geïndexeerd of zelfs gekort wordt op de pensioenen, maar ze kunnen daar zelf geen invloed op uitoefenen. Dat werkt erg ontmoedigend. Aan wie ligt het dan dat het pensioenbewustzijn laag is?

Wat zou er gebeuren als we pensioen zouden uitleggen in begrijpelijke taal? Met gebruik van moderne techniek? Als mensen inzicht zouden hebben in de ontwikkeling van hun pensioen? Met realtime informatie over hun beleggingen? Kunnen we werknemers keuzevrijheid geven zodat ze iets te zeggen hebben over hun oudedagsvoorziening en de mate van risico? En dat we ze dan ook begeleiden bij het maken van de juiste keuze? Als het gaat om innovatie laat BeFrank zich graag inspireren door anderen. Wat kunnen we van anderen leren? Kunnen we dit ook toepassen binnen onze communicatie of dienstverlening? In de financiële sector verlopen innovatiegolven als volgt: banken lopen voorop, gevolgd door verzekeraars en de pensioenbranche hobbelt daar een beetje achteraan. Inspiratie halen we daarom vooral uit andere branches.'

#### OVER BEFRANK

BeFrank bundelt de online kracht van BinckBank met de pensioenkennis van Delta Lloyd. Het resultaat is een frisse, nieuwe pensioen-uitvoerder op de Nederlandse markt. Met online portalen, een pensioenplanner, de app 'Mijn Pensioen' en de pensioencommunity WeFrank staat BeFrank voor een moderne manier van pensioenuitvoering.



Meer over WeFrank

## klagende klant

'Een Canadese zanger zag dat vliegtuigpersoneel bij een overstap met zijn gitaar gooide. Schade: 1200 euro. Bij United gaven ze geen gehoor toen hij schade claimde. Dus maakte hij een lied over de zaak en plaatste het op YouTube. Binnen een week is de video 1 miljoen keer bekeken. De zanger wordt uitgenodigd bij CNN en BBC. United Airlines' beurskoers kelderde tien procent, goed voor een verlies van 180 miljoen dollar. Waar gewerkt wordt, gaan dingen ook weleens niet goed. De vraag is: wat doe je ermee? Mensen vinden het helemaal niet erg als er een keer iets niet goed gaat, als je het maar krachtig, snel en naar alle tevredenheid oplost.'

**Learning: neem klachten serieus.**

## toekomstmuziek

'Ik denk dat de werknemer eigenlijk niet weet wat een werkgever allemaal overheeft voor een goed pensioen. Wat zou er gebeuren als wij elke maand een sms sturen: je werkgever heeft deze maand weer driehonderd euro op je pensioenrekening gestort. Wil je het zien: log in!'

**Learning: laat zien wat je geeft.**

## eenvoud

'Het gemak van Google zit aan de voorkant. Eenvoud is hun credo. Maar hoeveel techniek zit er wel niet in de zoekmachine? Zo werkt onze pensioenplanner ook. Wij werken met duizend economische scenario's die rekening houden met de ontwikkeling van de rente, beurskoersen, crises en economische groei. Al die scenario's zijn verwerkt in prognosegrafieken die een klant eenvoudig kan aflezen.'

**Learning: houd het simpel.**

## geen compromis

'Een proces is vaak een compromis tussen afdelingen. En daarom is het nooit optimaal voor de klant. Niet bij energiedirect.nl. Zij hebben echt vanuit de klant geredeneerd en geen compromissen gesloten.'

**Learning: sluit geen compromis op klantvriendelijkheid.**

## klantdialoog

'15.000 klanten weten meer dan 25 BeFrank-medewerkers is onze overtuiging. Daarom hebben we ons laten inspireren door My Starbucks Idea; een platform waar klanten ideeën kunnen delen, vragen kunnen stellen en feedback kunnen geven. Zo is de pensioencommunity WeFrank geboren. We zijn klein begonnen, maar inmiddels is het platform ontsloten naar Facebook, de app en naar de website. Het feit dat we terugkoppelen – zelfs al kunnen we niet helpen – zorgt al voor veel goodwill.'

**Learning: geef terugkoppeling.**

## snelle mislukking

'Hoe wij initiatieven opzetten, raakt het Google-concept van pretotyping. Zorg dat je in een zo vroeg mogelijk stadium weet of een idee goed is. Betrek de klant zo vroeg mogelijk. Als het aanslaat, kun je het samen doorontwikkelen. Werkt het niet, stop dan voordat je bakken met geld kwijt bent. De app hebben we zo ontwikkeld. Tijdens het bouwen en na de lancering hebben we klanten online om feedback gevraagd.'

**Learning: betrek snel klanten.**

## 'Sluit geen compromis op klantvriendelijkheid'

