

## **De groep\* P&V past zich aan om een optimale service te bieden aan de klant**

*Brussel, 10 oktober 2002. De groep P&V is er als coöperatief bedrijf in de eerste plaats om de belangen van haar klanten te dienen. Haar organisatiestructuur kan enkel op deze doelstelling gebaseerd zijn. Doordat de verwachtingen van de klant voortdurend evolueren werd door de groep P&V aan de ondernemingsraden van P&V Verzekeringen en P&V Distributie, een nieuwe distributiestrategie en servicemodel voorgelegd.*

### **Het belang van de klant staat centraal**

De verzekerden stellen steeds hogere verwachtingen ten opzichte van hun verzekeraar. Een kwaliteitsvolle service, een vlugge reactie op hun verzekeringsvragen en problemen, evenals een ruime toegankelijkheid van de verzekeraar, zijn terechte wensen van de klant. Zo wordt de telefoon, en in mindere mate internet, steeds meer gebruikt als kanaal voor contact, informatie, bijstand en dienstverlening terwijl de agentschappen hierdoor steeds minder bezocht worden.

Hierdoor, en ook wegens de beperkte toegangsuren en de geografische spreiding, kunnen ze niet volledig tegemoetkomen aan deze nieuwe verwachtingen.

De commerciële en servicewaarde van de agentschappen wordt hierdoor te laag ten opzichte van de hoge kostprijs. Dit, gekoppeld aan de evolutie van de verwachtingen van de klant, en de mogelijkheden die geboden worden door de nieuwe technologieën, heeft geleid tot de uitwerking van het nieuwe servicemodel.

### **Een nieuw servicemodel waarbij de klant verschillende kanalen kan gebruiken**

Het nieuwe model wil én de dienstverlening aan de klant verhogen én tegelijkertijd de distributiekosten van P&V Distributie verlagen. Het is een multikanaalmodel, waarin de interacties tussen klant en de groep P&V geoptimaliseerd worden. De rol van de adviseur blijft centraal.

---

\* In dit document wordt onder de groep P&V verstaan : P&V Distributie en P&V Verzekeringen

Hierbij wordt hij ondersteund door een op te richten klantendienst (inbound en outbound callcenter) met ruime beschikbaarheid. De klant zal aangemoedigd worden om, bij vragen of problemen, de klantendienst telefonisch te contacteren. Deze kan de problemen of vragen zelf oplossen, doorverwijzen naar de gespecialiseerde diensten, of de klant in contact brengen met zijn of haar adviseur.

### **De impact van het nieuwe model op de huidige structuren**

Het nieuwe model impliceert dat de rol van de agentschappen wijzigt. Van een belangrijk contactpunt met de klant, wordt het nu voornamelijk een logistieke basis voor de adviseurs. De implementatie van het nieuwe model, gespreid over 1jaar, betekent dat een belangrijk aantal agentschappen sluiten.

De uitvoering van dit nieuwe servicemodel, betekent eveneens dat de functie van de administratieve medewerkers in zijn huidige vorm (Technico-commercieel medewerker) in de agentschappen verdwijnt. Echter, de personen die nu deze functie uitoefenen kunnen overschakelen naar een andere functie binnen de groep P&V. Hiertoe werden met de vakbond een aantal begeleidende maatregelen vastgelegd.

**Voor meer informatie:**  
**Marnic Speltdoorn**  
**Directeur**  
**Departement Communicatie en public relations**  
**02/250.91.05**