

Individuele communicatie

‘Maatwerk’, dat is een term waarvan uitvoerders en werkgevers meteen het gevoel krijgen dat dit een kostbaar vraagstuk is. Hoe meer maatwerk, hoe duurder. En dat is ze door de automatiseerder ook altijd verteld. Wanneer het over communicatie gaat, zijn er minder kostbare oplossingen denkbaar die toch individueel kunnen worden ingezet. Laten we het dan ‘Communicatie toegespitst op het individu’ noemen, of nog beter, ‘Individuele communicatie’. Wellicht helpt dat bij de adaptatie.

De hoge kosten gaan hem vaak zitten in het implementeren van bijzondere afspraken, overgangsregelingen en/of uitzonderingen. Dat kun je als maatwerk zien en is inderdaad vaak kostbaar. De automatiseerder zal daarom regelmatig adviseren voor zo generiek mogelijke oplossingen te kiezen. Bijvoorbeeld door vereenvoudiging van de pensioenregeling. Dus, hoe meer generiek, hoe minder kostbaar. Wanneer het echter over communicatie gaat, zijn er wel degelijk minder kostbare oplossingen denkbaar die toch individueel kunnen worden ingezet. Dit is niet het ei van Columbus. Er zijn al partijen die dit fenomeen gebruiken. Maar, zoals we gewend zijn in pensioenland, we vinden graag het wiel nog een keer uit. En daarmee maken we het wel weer kostbaar. Laten we nou eens minder eigenwijs zijn en van elkaar leren. Als we de kosten weten te drukken en daarmee meteen de deelnemer individueel kunnen benaderen, dan is dat dubbel winst. Een ‘no-brainer’.

Bang voor
kosten of
verandering

Kennis over deelnemers

Als pensioenuitvoerder beschik je over een grote hoeveelheid aan deelnemerdata. We weten dus het een en ander van het individu. Zo weten we de leeftijd, wanneer iemand in dienst is getreden, wanneer iemand gaat trouwen of scheiden, wanneer iemand uit dienst en/of met pensioen gaat, ga zo maar door.

Deze belangrijke momenten in het leven van een deelnemer zijn bij uitstek momenten waar je als pensioenuitvoerder gebruik van kunt maken. Door het aangrijpen van deze momenten, life-events, en dus op voor een deelnemer relevante momenten te communiceren, zoek je de verbinding met de deelnemer. Dit kun je generiek automatiseren, en hoeft dus niet kostbaar te zijn. Als een deelnemer dus in dienst gaat, heeft het niet veel zin om hem te vermoeien met informatie over ‘wat als’, als



Gaby de Léon

de pensioendatum nog heel ver weg is. Je kunt op dat moment wel communiceren over de hoogte van de deelnemer- en werkgeverpremie, het recht op waardeoverdracht en welke gegevens nog ontbreken. Ook kan nog steeds worden gecommuniceerd over het te verwachten pensioen, al is dit bij een grote horizon onzeker. Dit kun je zowel op papier als digitaal, bijvoorbeeld via een deelnemerportaal, realiseren. Als een deelnemer huwt, dan heeft het zin om te communiceren over het nabestaandenpensioen. Wat is de hoogte van de premie, welke aanspraak is verzekerd en/of welke keuzes zijn er te maken. Of, welke gegevens zijn er aanvullend nodig. Bij uit dienst en bij pensionering net zo. Wat wijzigt er voor de deelnemer, welke keuzes heeft deze en wat is het gevolg en zelfs het verwachte toekomstbeeld op basis van de te maken keuzes.

Automatiseren

Dit alles is generiek te automatiseren. Iedereen die binnen een bepaalde leeftijdscategorie valt en in dienst treedt, kun je op

dezelfde wijze benaderen. Datzelfde geldt voor deelnemers die uit dienst gaan en op dat moment wel of geen partner hebben. Deze groep kun je op dezelfde manier informeren en keuzes bieden. Ook voor deelnemers die met pensioen gaan, die vallen tenslotte in dezelfde leeftijdscategorie, zijn generiek te behandelen. Geautomatiseerd groepen maken, scheelt geld en kans op fouten. Terwijl het voor de deelnemer toch persoonlijk voelt. Dus identificeer gelijkwaardige groepen die je tijdens specifieke events op dezelfde wijze wilt benaderen. Met andere woorden, communiceer met de deelnemer op voor hem relevante momenten waardoor het voor hem toch persoonlijk voelt. Breng hem op de hoogte van welke keuzes en mogelijkheden er zijn, zodat je eigenaarschap creëert en overspoel hem niet met informatie die niet relevant is zodat hij het spoor bijster raakt. Dit was ooit de gedachte achter de Wet pensioencommunicatie maar lijkt niet goed van de grond gekomen te zijn. De eisen die hieruit voortkwamen, zijn vooral gebruikt als een afvinklijstje voor

Communiceer
op relevante
momenten

Do's en don'ts

Do

- Ga in gesprek met automatiseerder over de mogelijkheden.
- Maak gebruik van al beschikbare data.
- Identificeer vergelijkbare groepen.
- Richt de communicatie aan groepen.
- Stuur communicatie op relevante momenten.
- Evalueer regelmatig en stel bij.
- Leer van elkaar.

Don't

- Ga achterover zitten en hou het zoals het is.
- Zie communicatie als een door de toezichthouder opgelegde checklist.
- Stuur overbodige communicatie.
- Behandel elk individu apart.
- Probeer het wiel zelf uit te vinden.
- Houd het bij eenmalige acties.

de pensioenuitvoerder om in ieder geval aan de eisen van de AFM te kunnen voldoen. En dat is een gemiste kans. De data zijn er, de systemen zijn er, de automatiseerders kunnen dit en de deelnemer heeft hier behoefte aan.

Van elkaar leren

Er zijn ook middelen om te kunnen monitoren wat wel en wat niet werkt. Waar wordt op een deelnemerportaal op doorgelinkt, wat wordt genegeerd? Evalueer regelmatig en bevraag de deelnemer. Stel bij wat niet werkt en behoud vooral wat wel werkt. Zo leren we van elkaar en komen we steeds dichterbij de deelnemer. Want daar doen we het toch uiteindelijk voor? Tenminste, dat is wat we beweren. Als we dan tegelijk het vertrouwen van de deelnemer in zijn pensioenuitvoerder kunnen verhogen, dat is dat bijvangst. Natuurlijk, een dergelijke implementatie kost geld. Maar denk je eens in hoeveel je bespaart aan communicatie die nu de

deur uit gaat en niet relevant is, in de (digitale) prullenbak verdwijnt en dan straks niet meer nodig is. En hoeveel vragen aan de helpdesk je voorkomt door alleen te communiceren over relevante onderwerpen. Een kwestie van een kosten-baten analyse. Naast de reputatie van de pensioensector en specifiek de reputatie van jou als werkgever en pensioenuitvoerder.

Wat staat ons dan nog in de weg? Is het de angst dat dit kostbaar is? Is het de angst voor verandering? We hebben als pensioenprofessionals al jaren laten zien dat we flexibel zijn, veranderen kunnen we. Nu nog doen. Voor die deelnemer. Praktisch gezien, ga als werkgever eens bij jezelf te rade over hoe je de binding met de deelnemer wilt realiseren. En ga in gesprek met je automatiseerder. Ga ook in gesprek met anderen. Denk niet in beren op de weg maar in mogelijkheden, want die zijn er. En nu aan de slag! ←

Artikel of adverteren in PBM-media

PBM is het informatieplatform voor de pensioensector en de kring van dienstverleners daar omheen. Per nummer wordt een thema uitgediept. Daarnaast krijgt u een keur van artikelen over essentiële onderwerpen als beleggen, communicatie, PFG, pensioenuitvoering, cybersecurity en dergelijke.

Voorbeelden van thema's zijn:

- Besturing centraal
- Beleggen, vooruitkijken
- Het nieuwe beleggen
- Big data en pensioenfondsen
- Reputatiemanagement

Als u een goed idee heeft voor een artikel, of meer informatie wenst over adverteren in PBM-media, mail ons dan info@pensioenbestuurenmanagement.nl