

Hoe ervaren deelnemers uw dienstverlening?

Breng klantbeleving in kaart met 4 universele eindbehoeftes



Lightpaper

TKP

In de pensioenwereld werken we toe naar een heel nieuw stelsel. Grote veranderingen en nieuwe wet- en regelgeving gaan daardoor hand in hand. Onderweg naar het nieuwe stelsel komen we een aantal grote vraagstukken tegen. In onze whitepapers en lightpapers delen we onze visie daarop en duiden we wat dat voor u betekent. Deze keer: hoe u door het meten van de klantbeleving weet wat er leeft bij deelnemers.

Altijd weten wat er speelt

Deelnemers en werkgevers staan centraal bij alles wat u als pensioenuitvoerder doet. Daarom is het belangrijk om precies te weten wat uw deelnemers en werkgevers ervaren bij de pensioendienstverlening die ze van u krijgen. Wat zijn hun behoeftes, wensen en waar zitten de pijnpunten?

Waarom dit inzicht voor pensioenuitvoerders misschien nog wel belangrijker is dan voor andere dienstverleners? Dat zit zo: helderheid en eenvoud geven vertrouwen. En dat is cruciaal bij pensioen. Is een pensioenregeling helder en eenvoudig, dan voedt dat het vertrouwen in werkgever én pensioenuitvoerder. Het geeft zekerheid, ook bij het maken van keuzes. Belangrijk, want goede pensioenkeuzes nu, hebben veel effect op het inkomen straks.

Structureel en doorlopend meten wat er leeft

Met onderzoek brengen we de klantbeleving in kaart tijdens klantreizen. Zo'n klantreis kan zijn: met pensioen gaan of arbeidsongeschikt raken. Met klantbelevingsonderzoek krijgt u inzicht in 4 universele eindbehoeftes die deelnemers of werkgevers ervaren tijdens deze klantreizen: **vertrouwen, gemak, erkenning en zekerheid.**

Het continu meten van de klantbeleving is erg belangrijk. Door steeds te peilen waar deelnemers en werkgevers tegenaan lopen in een proces, krijgt u inzicht in hun beleving en gedrag, die ook beïnvloed worden door de wereld om ons heen. Met die inzichten kunt u verbeterpunten toepassen die passen bij de beleving en het gedrag van uw klanten.

Positieve klantbeleving verhoogt tevredenheid en vertrouwen

Bij de kapper, in het openbaar vervoer of in contact met de pensioenuitvoerder. Het maakt niet uit om welke dienst of welk product het gaat, iedereen wil een prettige ervaring. Aan de basis van zo'n ervaring liggen 4 universele eindbehoeftes: vertrouwen, gemak, erkenning en zekerheid. Maar wat houden deze eindbehoeftes precies in? En hoe weet (en meet) u of iemand deze ervaart, tijdens het regelen van pensioenzaken?

Waarom we klantbeleving meten

Als mensen een proces goed en snel kunnen doorgronden, hebben ze het gevoel dat de ander het beste met ze voor heeft. En weet wat belangrijk voor ze is. Helderheid en eenvoud geven vertrouwen. En dat is cruciaal als het om pensioen gaat. Voor veel mensen is pensioen immers het grootste vermogen dat ze ooit zullen hebben. Is een pensioenregeling helder en eenvoudig, dan voedt dat het vertrouwen in werkgever én pensioenuitvoerder. Het geeft ze zekerheid, ook bij het maken van keuzes. Belangrijk, want goede pensioenkeuzes nu, hebben veel effect op het inkomen en het welzijn straks.

Customer experience

Een perfecte coupe, een vlotte treinreis met heldere, actuele reisinformatie. Of een snel en kloppend antwoord van de pensioenconsulent. Allemaal vlekkeloze klantervaringen die klanten een goede indruk geven van een dienstverlener. Niet alleen ervaringen over producten of diensten zelf, maar juist ook de medewerkers van een dienstverlener, de communicatie, het gemak en de snelheid hebben grote invloed op het gevoel dat mensen over een dienstverlener hebben. Al die interacties samen vormen de klantbeleving, of *customer experience* (CX). Een positieve customer experience verhoogt de klanttevredenheid. Dat zorgt ervoor dat mensen een dienstverlener vertrouwen en trouw blijven. En die zelfs gaan promoten. Belangrijk dus om de ervaringen van klanten serieus te nemen.

Belang van klantreizen

Om precies te weten wat uw deelnemers en werkgevers ervaren bij de pensioendienstverlening die ze van u krijgen, is het belangrijk om 4 universele eindbehoeftes te meten die ze tijdens klantreizen ervaren: **vertrouwen, gemak, erkenning en zekerheid**. Zo'n klantreis kan zijn: 'met pensioen gaan', 'arbeidsongeschikt raken' of 'een klacht hebben'. Met klantreizen brengen we de beleving in kaart. Dit is een 'nulpunt' om vervolgens verder te gaan met het continu meten van de klantbeleving.

Het belang van continu klantbeleving meten

Als u doorlopend de klantbeleving blijft meten tijdens klantreizen, weet u steeds wat er speelt bij uw deelnemers en hun werkgevers. Het geeft u actueel inzicht in hoe uw diensten en producten worden ervaren tijdens klantreizen. Met deze inzichten kunt u verantwoording afleggen over uw strategische keuzes en de juiste focus – qua tijd, geld en capaciteit – leggen bij uw verbeterprojecten. Ook kunt u het effect van beleid inzichtelijk maken voor sociale partners en bestuur.

Een klantreis is:

- > Een methode om via diepte-interviews met deelnemers te onderzoeken hoe zij de dienstverlening emotioneel beleven.
- > Een gestructureerde aanpak waarin we de huidige beleving, gewenste beleving en belangrijke momenten in kaart brengen.
- > Bedoeld om nieuwe inzichten en oplossingen te vinden, die we vervolgens toetsen – ook bij onze klanten – en uiteindelijk als nieuwe diensten implementeren.

In onze whitepaper '[Grotere betrokkenheid bij pensioen](#)' leest u alles over deze klantreizen en wat u eraan heeft.



4 eindbehoeftes die klantervaring in beeld brengen

Aan de basis van iedere klantervaring liggen 4 universele eindbehoeftes: **vertrouwen, gemak, erkenning en zekerheid**. Wat houden deze klantbehoeftes in? En hoe weet – en meet – u of iemand deze ervaart tijdens het regelen van pensioenzaken?

Daarom is het belangrijk gelaagd te communiceren, complexe zaken te herhalen (zonder te overinformeren) en alleen te communiceren wanneer dat zo concreet mogelijk kan.

1. Eindbehoefte vertrouwen

Deelnemers bepalen niet aan wie zij hun pensioen uitbesteden. En ze moeten er maar op vertrouwen dat de pensioenuitvoerder hun pensioenzaken goed en correct regelt. Vertrouwen is gewild verlies van controle: mensen moeten er van uitgaan dat de toekenning van het pensioen klopt. Vertrouwen is ook de bereidheid om zich bloot te geven: denk aan alle gegevens die deelnemers met een consultant delen. Vertrouwen hebben ontspant, terwijl wantrouwen juist energie kost. Elke maand betalen deelnemers een deel van hun salaris aan pensioen. Zouden ze zich elke maand, veertig jaar lang, afvragen of ze er iets voor terugkrijgen, dan kost dat (te) veel energie. Dus moeten ze erop vertrouwen dat het goed komt.

Mensen hebben een natuurlijke neiging tot vertrouwen. Daarom lijkt het alsof het er al is. Maar vertrouwen is er niet zomaar, u moet het opbouwen. Deelnemers en werkgevers hebben niet dezelfde wensen en behoeftes. En afhankelijk van die behoeftes, ervaren ze vertrouwen anders. Om signalen rondom vertrouwen waar te nemen én er

naar te handelen, kunt u vertrouwen bij deelnemers en werkgevers meten. De volgende vragen helpen daarbij:

- > Komen uw verwachtingen over de pensioenuitvoerder uit? Kunt u ervan uitgaan dat u altijd wordt geholpen als u belt met een vraag?
- > Kan de pensioenuitvoerder regelen wat u nodig heeft? Stuur de pensioenuitvoerder informatie die op dat moment, in uw levensfase, relevant is?
- > Biedt de pensioenuitvoerder u voldoende overzicht? Krijgt u genoeg tools aangeboden om de juiste keuzes te maken? Heeft u er alle vertrouwen in dat uw pensioenberekening secuur is uitgevoerd?
- > Doet de pensioenuitvoerder wat-ie belooft? Ontvangt u een reactie binnen de afgesproken termijn? Geloof u in een correcte afwikkeling van uw verzoek?
- > Gaat de pensioenuitvoerder integer met uw gegevens om? Kunt u ervan uitgaan dat uw gegevens veilig zijn?

Het meten van vertrouwen is essentieel. Aan de hand van deze vragen, kunt u vaststellen of deelnemers en werkgevers vol vertrouwen zitten of niet. De aan- of afwezigheid van vertrouwen bepaalt hun gedrag en keuzes. Zo komt u dichterbij de werkelijkheid van deelnemers en werkgevers en kunt u inspelen op hun behoeftes.

2. Eindbehoefte gemak

Mensen zitten er niet op te wachten dat iets veel tijd kost en gedoe oplevert. Dat geldt ook voor deelnemers: zij ervaren graag gemak als zij iets willen regelen voor hun pensioen. En helemaal wanneer zij iets vanuit u, hun pensioenuitvoerder, moeten. Gemak betekent dat mensen in de gelegenheid worden gesteld om iets zonder moeite te kunnen doen. Hoe krijgt u dat voor elkaar en welke aspecten neemt u mee in uw dienstverlening als u iemand vooral veel gemak wilt laten ervaren? Om erachter te komen hoe deelnemers en werkgevers dit ervaren, kunt u gemak meten met de volgende vragen:

- > Krijgt u alleen de informatie waar u echt iets mee moet? Krijgt u de informatie stapsgewijs uitgelegd? En weet u waar u terecht kunt als u er niet uit komt?
- > Is de uitleg van de pensioenuitvoerder zó eenvoudig dat u het meteen maar even regelt? Is de uitleg zó begrijpelijk dat u het niet op verschillende manieren kunt interpreteren?
- > Wordt u actief gemotiveerd om bijvoorbeeld alvast uw gegevens aan de pensioenuitvoerder door te geven?
- > Is het duidelijk dat u in actie moet komen? En is het duidelijk wat u moet doen? Krijgt u informatie waarmee u echt in actie kunt komen? uw verzoek?
- > Heeft u het idee dat de pensioenuitvoerder begrijpt dat u pensioen wellicht ingewikkeld vindt? En dat zij daarom haar communicatie aan u aanpast?

3. Eindbehoefte erkenning

Mensen willen graag erkend worden. Maar ze zien bij anderen deze behoefte vaak over het hoofd. Wees u er bij deelnemers en werkgevers dus extra bewust van ze erkenning te geven. Dat houdt in: het verlangen om gezien en gehoord te worden, waardering en respect te krijgen. Het is een onzichtbaar verlangen, maar wel erg sterk.

De aanwezigheid van erkenning geeft een impuls om dingen te ondernemen. De afwezigheid ervan maakt mensen gedemotiveerd en ongeïnteresseerd. Als u als pensioenuitvoerder wilt dat deelnemers pensioen interessant en belangrijk vinden, moet u ze eerst het gevoel geven dát ze begrepen of erkend worden totdat zij iets van u aannemen. Het is dus eerst erkenning geven, en dán ontvangen. Erkenning geven verzacht de relatie waardoor de ander ervoor open staat om meer te doen. ‘Deelnemers activeren’ is een actueel en terugkerend thema, waar erkenning geven goed bij van pas komt. Wilt u deelnemers een gevoel van erkenning geven? Erken ze gewoon, door de volgende vragen te stellen:

- > Heeft u het gevoel dat uw pensioenuitvoerder blij met u is? Wordt u niet afgewezen door wie u bent of hoe u het doet, maar krijgt u hier juist waardering voor?
- > Heeft u het gevoel dat u met respect behandeld wordt? Wordt u oprecht, gelijkwaardig en zonder vooroordeel benaderd? Wordt u serieus genomen?
- > Kent uw pensioenuitvoerder u? Wordt u als individu gezien en niet als pensioennummer? Toont de pensioenuitvoerder interesse in uw vragen en wat u als deelnemer beweegt?
- > Wordt er naar uw feedback geluisterd en wordt daar iets mee gedaan?
- > Wordt u gezien en gehoord? Is er voldoende aandacht voor u op het moment dat het voor u relevant is? Krijgt u ook aandacht wanneer u daar niet om vraagt maar wel nodig heeft?

Vanuit klantgerichtheid is het belangrijk om continu te monitoren of er voldoende erkenning terug te vinden is in uw dienstverlening. Dit laat namelijk zien in hoeverre deelnemers gezien, gehoord, begrepen en gewaardeerd worden. Door te beginnen met erkenning geven, komt die erkenning vanzelf terug.

4. Eindbehoefte zekerheid

Zekerheid is de basis der basisbehoeftes. Iedereen is continu bezig om deze basisbehoefte te vervullen. Niet omdat mensen het willen maar omdat ze het nodig hebben: ze willen veiligheid ervaren. Zo ook uw deelnemers en werkgevers. Zij willen zich goed, veilig, zorgeloos en gerustgesteld voelen als het om hun pensioen gaat. Daarom zijn ze continu op zoek naar zekerheid. U kunt als pensioenuitvoerder geen ultieme zekerheid bieden. Maar wel een gevoel waardoor ze zich veiliger en zekerder voelen. Hoe? Door deelnemers, met de volgende vragen, een zeker gevoel te geven:

- > Heeft u het gevoel dat u in goede handen bent bij uw pensioenuitvoerder? Weet u dat u aangezet wordt tot actie als dit nodig is? Voelt u zich veilig omdat u weet dat uw pensioenuitvoerder het beste met u voor heeft?
- > Is er een vangnet wanneer het anders loopt dan u had gedacht? Heeft u de zekerheid dat er altijd een oplossing is voor uw persoonlijke situatie?

- > Bent u op de hoogte van de stappen in het traject? Voelt u zich geïnformeerd op uw niveau en toegepast op uw situatie?
- > Krijgt u bevestiging of geruststelling van de expert over uw pensioenkeuzes? Voelt u zich bekwaam nadat u uitleg heeft gekregen van een expert?
- > Kunt u blindelings vertrouwen op uw pensioenuitvoerder? Heeft u een goede ervaring met ze? Bent u overtuigd van hun goede reputatie?

Door te monitoren of uw deelnemers voldoende zekerheid ervaren in uw producten en diensten, weet u of uw deelnemers zich bekwaam, overtuigd, veilig, gerustgesteld en geborgen voelen. Voor deelnemers voelt het fijn om zeker te zijn van hun keuzes, hoe klein die ook zijn. Door ze zekerheid over en bevestiging in die keuzes te bieden, versterkt u het vertrouwen.



Ervaren experts in klantbeleving

Pensioen is te belangrijk om ingewikkeld te zijn, vinden wij. Daarom investeren wij in toegankelijke pensioendienstverlening. Zodat miljoenen deelnemers en duizenden werkgevers al jaren eenvoudig de juiste keuzes kunnen maken voor een financieel gezonde toekomst.

Onderzoek en analyse

Onze expertise danken wij aan onze ervaring en ons onderzoek. Zo onderzoekt ons Expertisecentrum actuele ontwikkelingen en duidt deze, zowel voor onze klanten als voor de sector. Specialisten in *customer experience*, *user experience* en communicatie voeren continu tests en analyses uit op onze nieuwe en vernieuwde (online) diensten. Dat doen ze met pilots, gebruikerstests of in deelnemerspanels. En met zogeheten klantreizen doen we diepgravend onderzoek naar de manier waarop deelnemers en werkgevers onze dienstverlening beleven.

Doorlopend inzicht

Met onze Klantbelevingsmonitor bieden we een meetinstrument waarmee we structureel en doorlopend de klantbeleving meten tijdens het doorlopen van een klantreis. Zo kunnen we heel gericht bijsturen op specifieke momenten binnen deze klantreizen. Zo'n klantreis beschrijft hoe deelnemers een bepaalde gebeurtenis beleven.

De Klantbelevingsmonitor combineert kwalitatief en kwantitatief onderzoek. Dit maakt het gevoel dat deelnemers ervaren bij het doorlopen van een bepaalde klantreis heel concreet. Dit gevoel wordt uitgedrukt in de mate van 4 universele eindbehoefes die deelnemers tijdens een proces ervaren:

vertrouwen, erkenning, gemak en zekerheid. Deze eindbehoefes vormen het fundament van iedere klantreis – en van de monitor.

Doordat de monitor zo gericht én doorlopend deze specifieke eindbehoefes uitvraagt, heeft u helder inzicht in de grootste pijnpunten van een klantreis.

Auteurs

Rosita Kuiper
Customer experience-expert

Jochem Wobbes
Customer experience-expert
Februari 2024

Maak een afspraak

Wilt u meer weten over onze onderzoeken en visie op uitlegbaarheid in het nieuwe pensioenstelsel? We gaan graag met u in gesprek. Neem contact op met ons Expertisecentrum of, als u klant bij ons bent, met uw accountmanager voor een afspraak. tkppensioen.nl/expertise

