



RAPPORT 2020

3.395  
ERVARINGEN

# Voorwoord

In dit rapport presenteren wij de belangrijkste resultaten van Adfiz Prestatie Onderzoek 2020. Dit onderzoek loopt al vele jaren en wordt qua methodiek constant aangescherpt.

Het doel van dit onderzoek is het verkrijgen van een goed vergelijkend inzicht in de performance van verzekeraars. Met deze inzichten kunnen verzekeraars hun performance verbeteren en daarmee van de gehele sector.

Onafhankelijk adviseurs deelden 3.395 ervaringen met aanbieders van financiële producten in de categorieën Particulier Schade, Hypotheken, Vermogen, ORV en Zorg en Zakelijk Schade, Pensioen en Inkomen.

Wij wensen eenieder hier veel succes bij.

Drs. Enno H. M. Wiertsema  
Directeur Adfiz

# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>2</b>	Bijlage 1   NPS	11
<b>Inhoudsopgave</b>	<b>3</b>	Bijlage 2   Samenwerking	12
<b>Verantwoording van het onderzoek</b>	<b>4</b>		
<b>Algemene resultaten</b>	<b>6</b>	<b>Contact</b>	<b>13</b>
<b>Thema Prijzen</b>			
Thema 1   Efficiency	7		
Thema 2   Verzekerbaarheid	8		
Thema 3   Maatwerk	9		

# Verantwoording van het onderzoek

## **Doorlopend NPS-onderzoek met reviews**

De onderzoeksopzet is gebaseerd op de NPS-methodiek, met verdieping op de root-causes/belangrijkste criteria en met een open review.

## **Dataverzameling**

Het Adfiz Prestatie Onderzoek aanbieders wordt doorlopend uitgevoerd onder onafhankelijke adviseurs, die:

1. voor het onderzoek per e-mail worden uitgenodigd
2. door actief deelnemende aanbieders worden gevraagd ervaringen te delen
3. spontaan reageren via banners op diverse websites zoals: am:web, adfiz.nl of websites van aanbieders
4. Telefonisch worden geënquêteerd

## **Veldwerkperiode**

Continu, 12 maanden tot sluiting voor eerste rapportage op 13 december 2020

## **Respons**

In totaal zijn **3.395** bruikbare ervaringen verzameld van onafhankelijk adviseurs. Daarnaast zijn er **1.456** rankings toegekend voor de themaprijzen

## **Minimum aantal reacties, per categorie**

Om opgenomen te worden in de ranking dient een aanbieder minimaal 20 keer te zijn beoordeeld in de betreffende categorie.

## **Minimum aantal reacties, per thema**

Het minimaal aantal vereiste respondenten per themablok is vastgesteld op 100

# Verantwoording van het onderzoek

## Aanbieders en categorieën

Het Adfiz Prestatie Onderzoek kent aanbieders in de volgende acht categorieën:

### Zakelijk

- Schade
- Inkomen
- Pensioen

### Particulier

- Schade
- Vermogen
- Overlijdensrisico
- Hypotheken
- Zorg

## Opbouw vragenlijst categorieprijs

- NPS-vraag
- Belangrijkste criterium (root-causes)
- Reviewvraag
- Opvolgingsvraag

De ranglijst wordt vastgesteld op basis van de hoogte van de NPS score.

In de categorie Particulier Zorg is onvoldoende respons gerealiseerd om een ranglijst op te stellen. In dit rapport wordt wel de totale NPS van deze categorie gerapporteerd.

## Aanbieders en thema's

Het Adfiz Prestatie Onderzoek onderzoekt ook de beoordeling van aanbieders op drie thema's:

- Verzekeraarbaarheid
- Maatwerk
- (Keten-)Efficiency

## Opbouw vragenlijst themaprijzen

- Top 3 voor twee deelvragen

De ranglijst wordt vastgesteld op basis van de totaal verzamelde punten. Iedere top 3 positie levert één punt op.



**Adfiz**  
PRESTATIE-  
ONDERZOEK

**THEMA**  
PRIJZEN

# Thema Efficiency



WINNAAR BESTE PARTNER  
EFFICIENCY

	Aanbieder	Totaal punten	Beste gebruik van slimme en efficiënte ICT		Bedieningsgemak verbeterd	
			Positie	Punten	Positie	Punten
1	a.s.r.	86	1	45	1	41
2	Nh1816	52	2	32	3	20
3	Nationale Nederlanden	51	3	25	2	26
4	Aegon	42	4	24	5	18
5	De Goudse Verzekeringen	37	5	24	6	13
6	Klaverblad Verzekeringen	31	7	11	4	20
7	Allianz	27	6	14	7	13
8	Noorderlinge verzekeraars	17	8	9	9	8
9	De Amersfoortse	15	13	5	8	10
10	AnsvarIdéa	13	14	5	10	8
12	Turien	12	15	5	11	7
12	Scildon	12	9	7	14	5
13	Florius	11	16	5	12	6
13	Stad Holland	11	10	6	15	5
15	RegioBank	10	11	6	17	4
17	de Vereende	9	22	3	13	6
17	De Zeeuwse Verzekeringen	9	19	4	16	5
17	Arag	9	17	5	18	4
17	Unigarant Verzekeringen	9	18	5	19	4
20	Movir	8	20	4	20	4
20	Taf	8	12	6	25	2

leer waarde met Adfiz

Belangenbehartiging Kennis Kwaliteit

# Thema Verzekerberbaarheid Zakelijk



WINNAAR BESTE PARTNER  
VERZEKERBAARHEID

	Aanbieder	Totaal punten	Breed aanbod verzekeringen en dekkingen		Weinig uitsluitingen specifieke risico's/risicogroepen	
			Positie	Punten	Positie	Punten
1	a.s.r.	87	1	58	1	29
2	Nationale Nederlanden	76	2	50	2	26
3	De Goudse Verzekeringen	43	3	26	5	17
4	Allianz	42	4	18	3	24
5	de Vereende	28	6	7	4	21
6	Klaverblad Verzekeringen	25	5	11	7	14
7	OOM	17	14	2	6	15
8	Turien	14	7	7	11	7
9	Avéro Achmea	13	8	5	9	8
10	HDI-Gerling Verzekeringen	12	11	3	8	9
10	Reaal	12	10	4	10	8
12	Centraal Beheer	10	12	3	12	7
13	Noorderlinge verzekeraars	9	9	5	13	4
14	De Zeeuwse Verzekeringen	6	13	3	15	3
15	DAS	5	17	1	14	4
16	AIG Europe, Netherlands	4	15	2	16	2
16	MS Amlin	4	16	2	17	2
18	Arag	2	19	0	18	2
18	Bovemij Verzekeringen	2	18	1	19	1
20	Hienfeld	1	20	0	20	1

Meer waarde met Adfiz  
Belangenbehartiging Kennis Kwaliteit



# Thema Maatwerk



WINNAAR BESTE PARTNER  
MAATWERK

	Aanbieder	Totaal punten	Werkt mee aan maatwerkoplossingen		Bereikbaar voor vragen en overleg	
			Positie	Punten	Positie	Punten
1	a.s.r.	74	1	33	1	41
2	Nationale Nederlanden	45	2	25	5	20
3	De Goudse Verzekeringen	44	3	20	3	24
4	Nh1816	42	6	15	2	27
5	Klaverblad Verzekeringen	37	5	16	4	21
6	Allianz	32	4	20	7	12
7	Noorderlinge verzekeraars	25	7	12	6	13
8	Turien	18	8	11	11	7
9	Aegon	16	10	5	8	11
10	AnsvarIdéa	14	11	5	9	9
11	BLG Wonen	12	12	5	12	7
11	De Amersfoortse	12	16	4	10	8
13	de Vereende	9	9	6	16	3
13	De Zeeuwse Verzekeringen	9	13	5	13	4
15	Hienfeld	8	14	5	17	3
15	Scildon	8	17	4	14	4
17	OOM	7	18	4	18	3
18	ABN Amro	6	21	3	19	3
18	AIG Europe, Netherlands	6	15	5	33	1
18	HDI-Gerling Verzekeringen	6	19	4	23	2
18	Obvion	6	20	4	24	2
18	RegioBank	6	22	3	20	3



**Adfiz**  
PRESTATIE-  
ONDERZOEK

**BIJLAGEN  
RAPPORT**

# Bijlage 1 NPS

De Net Promoter Score, ofwel NPS, is momenteel de meest gebruikte methode voor het meten van klantloyaliteit. De NPS is gebaseerd op de idee dat bedrijven hun klanten kunnen onderverdelen in drie groepen: Promoters (ambassadeurs), Passives (inactieven), en Detractors (criticasters).

Door het stellen van één eenvoudige vraag breng je deze groepen in kaart. Die ultieme vraag is: 'Hoe waarschijnlijk is het dat u ons zult aanbevelen aan een vriend of collega?'

Klanten reageren op een 0-tot-10 waarderingsschaal en worden dan als volgt ingedeeld:

Score 9 – 10: **Promoters** – dit zijn je ambassadeurs die zullen blijven kopen en aanbevelen aan anderen en zullen zorgen voor groei van het bedrijf.

Score 7 – 8 : **Passives** – deze klanten zijn tevreden maar niet enthousiast en daardoor gevoelig voor concurrerende aanbiedingen.

Score 0 – 6: **Detractors** – deze klanten zijn niet tevreden en kunnen zorgen voor imagoschade door middel van negatieve mond-tot-mond reclame.

De Net Promotor Score (NPS) is het percentage promotors minus het percentage detractors. De NPS wordt niet uitgedrukt als percentage maar als een absoluut getal, tussen -100 en +100.



# Bijlage 2 Samenwerking

Het Adfiz Prestatie Onderzoek Aanbieders wordt uitgevoerd in opdracht van

**Adfiz**

door:  **CYS**

In samenwerking met:

**am:**

**am:**

Als mediapartner betrokken bij het onderzoek. Geeft redactionele aandacht aan het onderzoek, roept adviseurs op deel te nemen en maakt het mogelijk om op de am:dag adviseurs ter plaatse uit te vragen naar ervaringen met aanbieders.

**MoneyView** 

**MoneyView**

Als partner betrokken bij het onderzoek door onafhankelijk adviseurs uit te nodigen reacties te delen en reviews in haar applicaties te integreren.



# Adfiz

## PRESTATIE- ONDERZOEK

Stadsring 201 | 3817 BA Amersfoort  
Postbus 235 | 3800 AE Amersfoort  
033 – 46 43 464 | [info@adfiz.nl](mailto:info@adfiz.nl)

[www.adfiz.nl](http://www.adfiz.nl)