

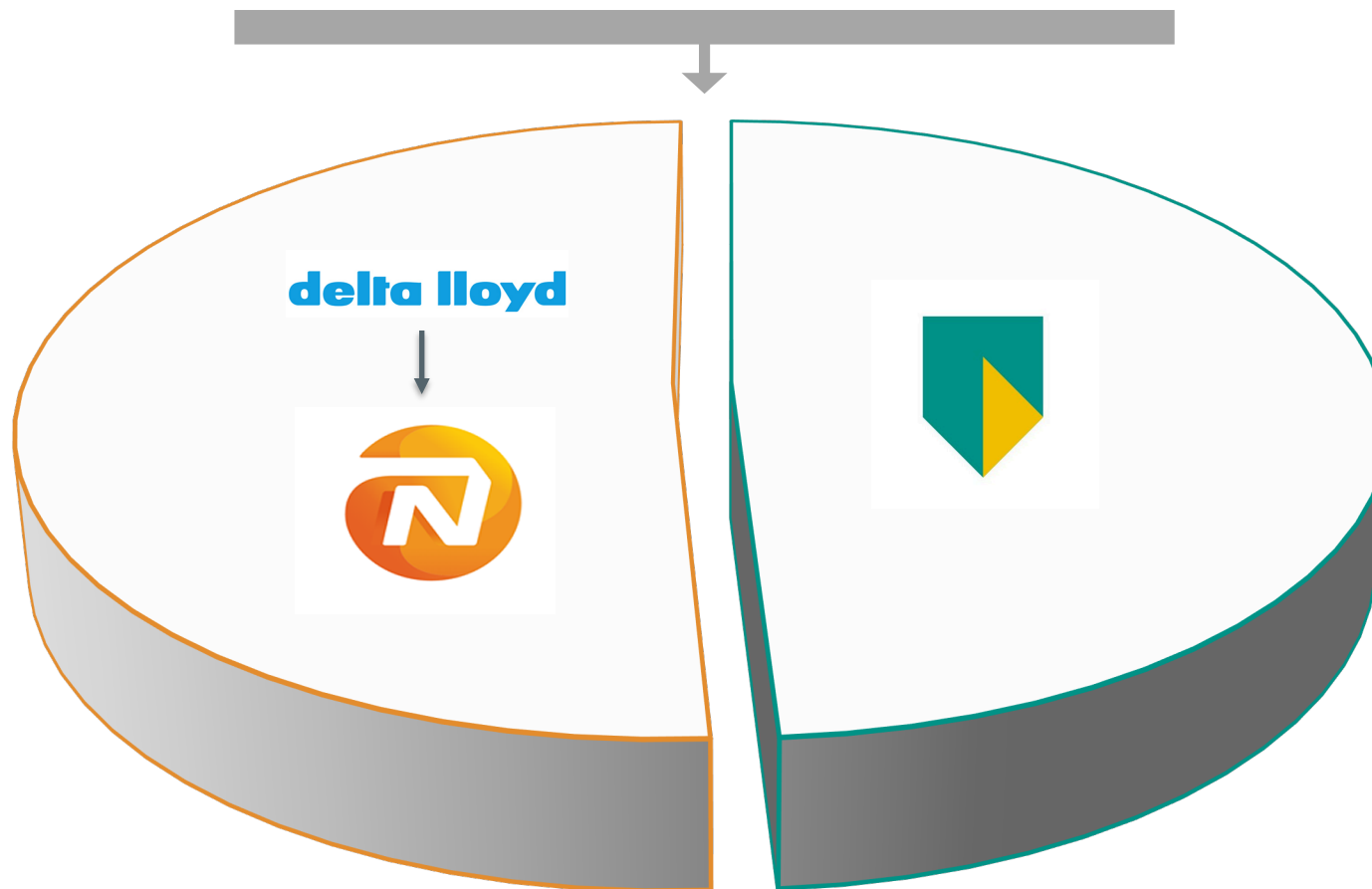
# Onze transformatie- door Maud Martens COO



**ABN AMRO Verzekeringen**

# Kort voorstellen - een unieke joint venture

## ABN AMRO Verzekeringen



# Verzekeringen - alleen voor ABN AMRO klanten



## Retail

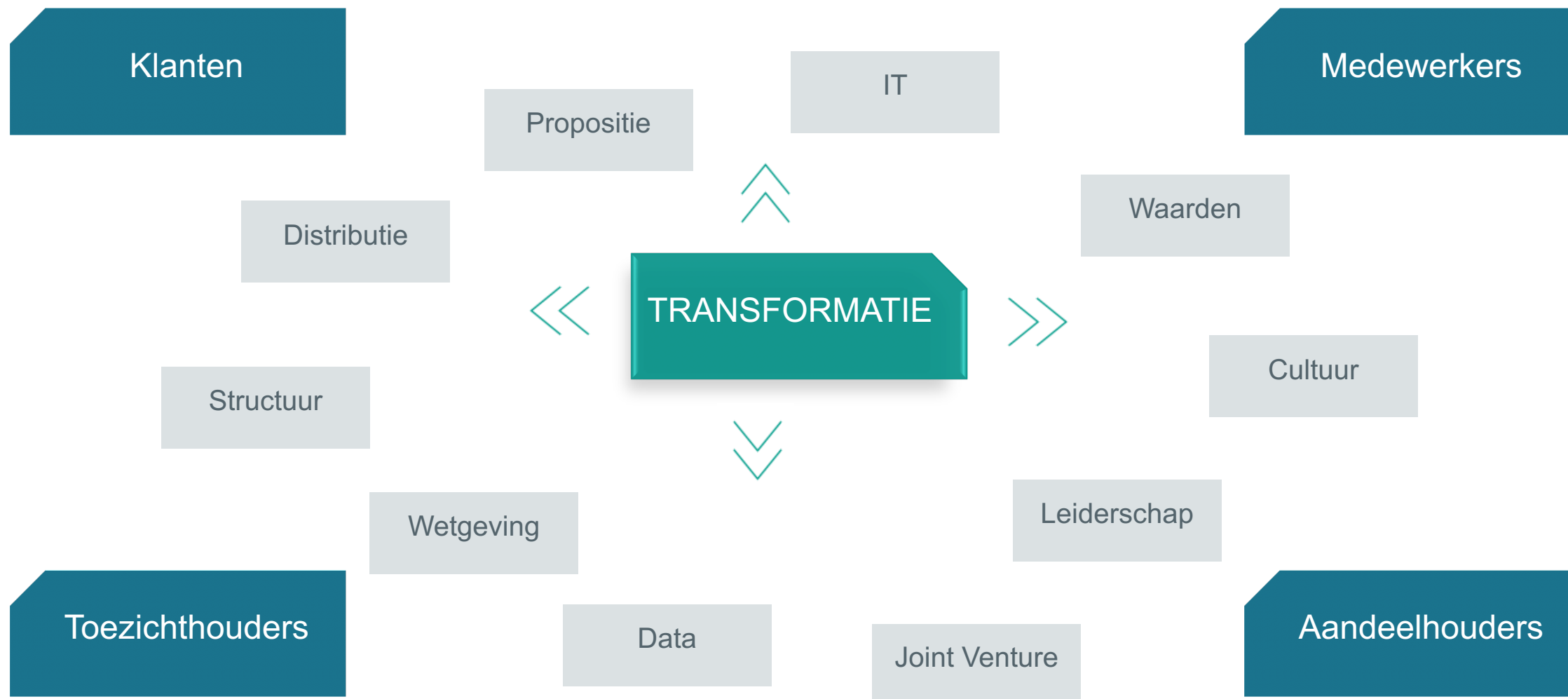
- ▶ 4,5 mio. prospects
- ▶ Penetratiegraad: 14%
- ▶ Polisdichtheid: 2.3



## SME/ Corporate (EUR < 30mio)

- ▶ 325.500 prospects
- ▶ Penetratiegraad: 9%
- ▶ Polisdichtheid: 4

# Het transformatie speelveld



# Transformeren – ‘we starts with me’



# Onze visie en strategie



# Transformatie in stappen

## 1) Digitalisering

- “Alt TAB Interface” architectuur
  - Internetbankieren
  - ABN AMRO app
  - Call Center
  - Kantoren
- Toekomst Schade:

Cust. Experience platform AAB  
Particulier

Cust. Experience platform AAV  
Zakelijk + Intermediair

API / Orchestration Layer



Engagement Layer



Externe bronnen

Polis-en claims administratie  
 Keylane

Externe systemen

## 2) Organisatie

- Programmastructuur
  - Kernteam en deelprogramma's
- Leiderschapsprogramma (practitioner)
- Persoonlijke purpose 2-daagse
- Transformatie structuur
  - Rollen ipv hiërarchie
  - minder management, meer zelforganisatie
  - bewegen naar resultaatgerichte cultuur obv eigen waarden



## 'we starts with me' -> Maud's lessons learned





# Een greep uit onze successen van 2019

ABN AMRO Verzekeringen



Nieuwe inboedelverzekering geïntroduceerd.

Provisiegroei van 1% bij AZV gerealiseerd.



Nieuwe food propositie gelanceerd.

Succesvolle verkoopactie voor ZZP'ers met als resultaat € 36.000 extra (jaar)premie

Salesforce uitgerold bij AZV voor een completer klantbeeld.

Datakwaliteit bij Schade verbeterd waardoor we een beter beeld hebben van de behaalde IFRS-resultaten en input hebben voor onze pricing.

Particulieren klanten kunnen nu 87% van de aanvragen en wijzigingen zelf online doen en inzien.

Meerdere processen verbeterd in kwaliteit en snelheid door digitalisering en robotisering.



Klant worden



Klant zijn



Fundament



Duurzaamheid



Modern & actief



We hebben ons ruim **250 x** ingezet voor de maatschappij.

Aantal IT-incidenten enorm afgenomen in tweede halfjaar door inspanning van IT en business.



Waardering voor onze dienstverlening en producten door o.a. MT1000, Moneyview en Consumentenbond.

Werkvoorraden bij OPS Schade Particulier zijn dagbij, waardoor de klantbediening sterk verbeterd.

Goed rendement behaald voor alle onderdelen.



25% minder verval bij online opzeggingen door telefonisch behoudgesprek!

Ons eigen Contact Center Leven up-and-running.



Veel collega's zijn actief aan de slag met hun persoonlijke ontwikkeling.

# Vragen?



**ABN AMRO Verzekeringen**