

ZWITSERLEVEN (ATHORA NETHERLANDS)

‘PENSIOEN MOET HELDER EN PERSOONLIJK ZIJN’

Zwitserleven maakt pensioen begrijpelijk voor iedereen. Met persoonlijke en transparante communicatie, zoals de nieuwe pensioenwet voorschrijft. Geneviève Ho Sam Sooi is een van de aanjagers van de digitale transformatie. “De klant hoeft geen expert te zijn; wij moeten zorgen dat zijn of haar pensioen duidelijk is.”

Het zwitserlevengevoel? “Een zorgeloze financiële toekomst, waarbij consumenten zelf aan het stuur zitten”, zegt Geneviève Ho Sam Sooi, Director Personal Solutions & Customer Experience bij Athora Netherlands, moederbedrijf achter Zwitserleven. “Een individueler pensioen door de nieuwe pensioenwet, de huidige geopolitieke spanningen en de hoge kosten voor het dagelijks leven maken het pensioen des te relevanter.” Uit een Nibud-rapport uit 2023 blijkt dat 45% van de Nederlanders zich zorgen maakt over zijn of haar financiële toekomst. Maar uit onderzoek van Zwitserleven en Proudies blijkt ook dat 47% zich emotioneel én financieel niet voorbereid voelt. “Wij zien het als onze verantwoordelijkheid om te zorgen dat voor iedereen het pensioen transparant is en dat wij iets doen om financiële zorgen weg te nemen bij klanten.”

DIGITALE HELDERHEID

Dat klinkt vanzelfsprekend, maar dat is het niet. De pensioensector staat bekend als complex en traditioneel. “Maar nu het pensioenlandschap verandert, verschuift ook onze aanpak: van procesgericht naar mensgericht”, zegt Ho Sam Sooi. “Wij willen deelnemers actief en tijdig informeren over hun pensioen en helpen bij het maken van passende keuzes voor hun financiële toekomst. De klant hoeft geen expert te zijn; wij moeten ervoor zorgen dat het pensioen voor hem of haar duidelijk is.”

Ze pleit dan ook voor maximale digitale communicatie, waarbij altijd menselijk contact mogelijk blijft. “De dag dat je niet meer door die ene kantoordeur gaat, breekt een nieuwe fase aan. Dan heb je behoefte aan overzichtelijke, eenvoudige communicatie – geen vaktaal of lange brieven, maar iets wat écht helpt.”

Geneviève Ho Sam Sooi >>>



“WIJ WILLEN FINANCIËLE ZORGEN WEGNEMEN



DEEL ONLINE

Zwitserleven is hard op weg met die digitalisering. Op de vernieuwde website is het taalgebruik afgestemd op de klant en er is online tooling, zoals een koppeling met het Pensioenregister, waardoor iedereen direct Mijnpensioenoverzicht.nl kan inladen. Klanten krijgen direct inzicht in hun pensioen en kunnen 'spelen' met variabelen om hun eigen pensioensituatie en de keuzemogelijkheden te bekijken.

PERSOONLIJK PENSIOEN

Dat digitale gemak sluit goed aan bij de recent ingevoerde Wet toekomst pensioenen (Wtp). Door deze nieuwe wet krijgt iedere deelnemer een persoonlijk pensioenvermogen, meer keuzevrijheid en eigen verantwoordelijkheid. Dat vereist transparantie – en dus digitale middelen om realtime inzicht te geven in de pensioenposities, risico's en keuzes. En dat dwingt pensioenuitvoerders tot het versnellen van hun digitale dienstverlening. "De Wtp leidt tot meer keuzevrijheid en dat is beter voor de klant. Die krijgt meer grip op zijn eigen financiële situatie", stelt Ho Sam Sooi.

Zwitserleven's streven is dat pensioen onderdeel wordt van het dagelijks leven. "We kopen tegenwoordig zelfs onze auto online. Gemak en duidelijkheid zijn de norm geworden."

DANKBARE DIALOOG

Ho Sam Sooi benadrukt dat de communicatie gebeurt vanuit de klantbehoefte. "Wij volgen het gedrag van klanten en zetten vanuit dat klantinzicht onze data in om hen tijdens de klantreis te bedienen." Zo zijn er verschillende typen klanten die elk om



een andere benadering vragen. De gen Z-generatie vraagt bijvoorbeeld vooral naar pensioen als ze in dienst gaan bij een werkgever. Met hen communiceer je anders dan met mensen die gaan scheiden. "Dan moet je een andere communicatiestijl gebruiken", legt Ho Sam Sooi uit. En dat geldt ook voor mensen die tegen hun pensioen aan zitten. "Het afscheid van werk is vaak een emotioneel moment. Een nieuwe levensfase breekt aan, waarin financiële duidelijkheid en zingeving belangrijk zijn. Dat vraagt om communicatie die eenvoudiger en menselijker is dan we nu gewend zijn."

EMPATHISCH LEIDERSCHAP

Ho Sam Sooi is een van de aanjagers en eigenaren van het Zwitserleven-merk. "Want het is niet alleen tech-

nologisch een uitdaging, maar vraagt ook om een verandering in de hoofden van onze mensen." Inmiddels is de organisatieverandering naar klantgerichte, multidisciplinaire teams doorgevoerd. Empathisch leiderschap helpt daarbij. "Het is mooi om ondersteunend te kunnen zijn. Het is een kwestie van mensen meenemen in het gezamenlijke doel, het bespreekbaar maken van weerstand, het moeilijke gesprek eerlijk durven voeren, samen successen vieren, en vertrouwen en verantwoordelijkheid geven." Ho Sam Sooi weet dat de Zwitserleven-missie geslaagd is als een collega zegt: 'Ik had niet gedacht dat wij dit zouden kunnen.' En als een klant zegt: 'Ik snap nu echt hoe het zit met mijn pensioen en weet welke keuzes ik zelf kan maken.' <