

**Colofon** Assist! is een kwartaal-uitgave voor relaties van reis-verzekeraar en alarmcentrale Mondial Assistance. Mondial Assistance maakt deel uit van de Mondial Assistance Group, wereldwijd marktleider in reis-verzekeringen en hulp-verlening. Mondial Assistance Group, een dochter-onderneming van het verzekeringsconcern Allianz, heeft in Nederland 285 medewerkers.

**Bezoekadres** Poeldijkstraat 4,  
1059 VM Amsterdam,  
(020) 561 87 11  
(Mondial Assistance)  
www.mondial-assistance.nl,  
www.mondial-assistance-  
nederland.nl

**Redactie** Mondial Assistance,  
Audrey Denkelaar,  
Communicatie Manager  
Van Hulzen Public Relations,  
Voorschoten

**Fotografie** Arno Masee  
Hans Weusten

**Vormgeving** Kicks Concept & Design,  
Voorschoten

**Drukwerk** Drukwerk HFCM Fullservice  
communicatiebureau,  
Hoogeveen

How can we help?

## Innovatie gedreven door technologie

Mondial Assistance en ICT zijn  
onlosmakelijk verbonden

## Een zorgeloze autovakantie

Mondial Assistance zorgde deze zomer  
voor Nederlandse servicepunten in  
Frankrijk

How can we help?

Relatiemagazine Mondial Assistance, nummer 2 - 2010



# assist!





## Innoveren, een must!

*De financiële sector is meestal niet de eerste sector waar je bij innovatie aan denkt. Toch zal ook de verzekeringsbranche moeten innoveren, aangezien de wereld, de wens van de klant en de technologie veranderen. Wie zich niet aanpast, verliest waarschijnlijk klanten aan de concurrent. In deze editie van Assist laten we u daarom zien hoe we binnen Mondial Assistance invulling geven aan innovatie.*

*Innovatiekracht begint bij geïnspireerde en creatieve medewerkers, mensen met goede ideeën. Daarnaast maken wij optimaal gebruik van flexibele systemen die erop zijn ingericht de innovatiekracht goed te benutten. Wij zien ICT als een strategisch instrument om onze organisatie efficiënter te laten functioneren en innovatiever te laten worden. Het ontwikkelen van een mobiele applicatie, ervaring opdoen met nieuwe technologieën en het doorontwikkelen van onze online internetmodule zijn hier voorbeelden van (lees meer hierover op pagina 6).*

*Door de verschuiving naar verkoop op het internet verschijnen er ook steeds meer internetverzekeraars. Verzekeraars die alleen op internet opereren en breken met tradities in deze branche, zoals Ditzo. Voor zowel Mondial Assistance als voor Ditzo zijn vernieuwende, maar vooral ook klantvriendelijke producten belangrijk, daarin ligt dan ook de basis van onze samenwerking. Verderop in het magazine leest u meer over deze samenwerking en over Prepaid Pechhulp, het nieuwe product op de pechhulpmarkt.*

*Door onze dubbelrol als hulpverlener en reisverzekeraar staan we dicht bij de klant en kunnen wij goed beoordelen of onze dienstverlening aan de verwachtingen voldoet. Dat unieke perspectief stelt ons in staat onze producten en services continu te toetsen aan de wensen van de uiteindelijke gebruikers en ze waar nodig aan te passen. Ik ben dan ook bijzonder trots op het winnen van twee Gouden Schilden en de Innovatieveer dit jaar en ik zie deze prijzen als een erkenning voor de manier waarop wij invulling geven aan innovatie.*

**Willem Snijders,  
Algemeen Directeur  
Mondial Assistance**

Relatiemagazine Mondial Assistance,  
nummer 2 - 2010

- P04 Innovatie: de sleutel tot succes**  
Technologische kracht en proactieve houding essentieel
- P05 Dagelijkse ervaringen vormen inspiratiebron**  
Innovatie bij Mondial Assistance Nederland
- P06 Mondial Assistance en ICT onlosmakelijk verbonden**  
Innovatie gedreven door technologie
- P10 Gloednieuw product voor leasemaatschappijen**  
Mondial Assistance Leasehulp geeft volstrekte helderheid
- P11 Zomernacht op de alarmcentrale**  
Vakantiedrukte en vage meldingen
- P12 Mondial Assistance en Bosch Car Service**  
Garantie voor een zorgeloze autovakantie
- P14 Prepaid Pechhulp: hoogwaardige service bij panne**
- P16 Dienstverlening relevant maken**  
De dag van Manager Business Development Travel Willem Hornsveld
- P18 Wat heeft Mondial Assistance gemerkt van de aswolk?**  
Bijzondere meldingen
- P19 Frank Schaay**  
Nieuwe Head of Finance
- P19 Greep uit nieuwe klanten**

Technologische kracht en proactieve houding essentieel

# Innovatie: de sleutel tot succes

**De moeilijke marktomstandigheden en de toename van schadeclaims ten spijt, slaagde Mondial Assistance Group er ook het afgelopen half jaar in de winstgevendheid op niveau te houden. CEO Rémi Grenier legt uit dat de vastberadenheid om te innoveren de sleutel is van het succes.**



Rémi Grenier

## Innovatie fundamenteel

Innovatie is volgens Grenier altijd fundamenteel geweest in de strategie, ontwikkeling en groei van Mondial Assistance. “En dat zal altijd zo blijven. Sterker nog, onze technologische kracht en proactieve, innovatieve houding zijn de voornaamste redenen dat we in staat zijn jaar in jaar uit onze leidende positie in reisverzekeringen en wereldwijde hulpverlening te handhaven, en zelfs te versterken. Onze groei steunt op de evenwichtige ontwikkeling van onze activiteiten, zowel geografisch als in termen van productaanbod. Wij realiseren ook steeds meer synergie tussen de verschillende bedrijfsdelen door onze innovaties te delen en daar maximaal gebruik van te maken. En daarnaast door de ontwikkeling van nieuwe producten te versnellen, onze klanten in de gehele wereld het hoogste niveau en de hoogste kwaliteit van dienstverlening te bieden.”

## De Reisbarometer en e-Magin

Om zijn woorden kracht bij te zetten met een voorbeeld, vertelt Grenier over de exclusieve Reisbarometer. Het instrument waarmee Mondial Assistance afgelopen zomer voor het derde achtereenvolgende jaar bekendmaakte welke vakantiebestemmingen favoriet zijn onder Europeanen die per vliegtuig reizen. “De meeste luchtvaartmaatschappijen, touroperators en reisorganisaties die direct via het internet verkopen, maken in Europa gebruik van onze applicatie e-Magin, waarmee reisverzekeringen tijdens het boeken aan hun

klanten worden aangeboden. De Reisbarometer is zodoende gebaseerd op een analyse van honderdduizenden reisverzekeringen, afgesloten via internetsites van Europese luchtvaartmaatschappijen die klant zijn van Mondial Assistance. Het gaat hier om vluchten die gepland zijn in de periode tussen 1 juli en 31 augustus van dit jaar. Zo geeft deze Reisbarometer ons voor het derde jaar op rij een exclusief en zeer gedetailleerd beeld van de voorkeursbestemmingen van Europeanen. Wij zijn de enige organisatie die de beschikking heeft over deze gegevens.”

## Betrokkenheid en toewijding

Grenier benadrukt dat voorop blijven lopen op het gebied van innovatie zeker geen sinecure is. “Er is capaciteit en kunde voor nodig om snel en adequaat marktinformatie te kunnen verzamelen en analyseren. En om die gegevens vervolgens, sneller dan onze concurrenten, te kunnen omzetten naar concrete oplossingen voor specifieke behoeftes. Alle innovaties waar u in deze Assist over leest, stellen ons in de gelegenheid om onze expertise en professionaliteit naar een nog hoger niveau te tillen. En uiteraard om de banden met en communicatie naar onze omgeving te versterken. Dat zorgt ervoor dat we in beweging blijven, dat maakt innovatie tot onze sleutel voor succes. En mede dankzij de betrokkenheid en toewijding van onze ruim 10.000 medewerkers, verdeeld over 28 landen, kunnen wij doorgaan op die weg van innovatieve en winstgevende, verantwoorde groei.”

Innovatie bij Mondial Assistance Nederland

# Dagelijkse ervaringen vormen inspiratiebron

**Waaruit blijkt de op pagina 4 besproken innovatiekracht van de Mondial Assistance Group nu voor Nederland? Wat zijn eigenlijk de voorwaarden om innovatief te kunnen zijn? Waar CEO Rémi Grenier in deze Assist toelicht hoe fundamenteel vernieuwing is voor het succes van de gehele organisatie, gaat René Vermeule (Directeur Marketing & Sales) in op de Nederlandse ontwikkelingen.**

“Mondial Assistance Nederland innoveert in lijn met de groep, en misschien nog wel meer. In Nederland gegenereerde ideeën worden namelijk relatief veel binnen de groep geïmplementeerd. En mensen vanuit onze Nederlandse organisatie zijn aanwezig in alle internationale werkgroepen. Er is op dit moment zelfs een Nederlander die internationaal leiding geeft aan de innovatieprocessen. Dus als Nederland scoren we goed, zijn we zichtbaar.”

## Innovatie verankeren

“De voorwaarden voor innovatie zijn in onze visie aan de ene kant geïnspireerde, creatieve mensen en aan de andere kant flexibele systemen die erop ingericht zijn de innovatiekracht ten volle te benutten. Alleen zo lukt het om innovatie binnen onze organisatie goed te verankeren. Wij slagen erin die theorie in praktijk te brengen dankzij het feit dat wij zowel reisverzekeraar als hulpverlener zijn. Wij verkopen niet alleen de verzekeringen, wij praten ook met de verzekerde op het moment dat deze ons het hardst nodig heeft. We staan zo dicht bij de klant dat we goed kunnen beoordelen of de dienstverlening aan de verwachtingen voldoet.”

## Geen toeval

“Onze slogan *How can we help?* komt dus niet uit de lucht vallen. Wat we 24/7 meemaken, zijn fantastische inspiratiebronnen om tot innovatieve ideeën te komen. Het is dus zeker geen toeval dat we onlangs nog in de prijzen



René Vermeule

zijn gevallen (zie kader). Los van deze ‘eigen’ producten en diensten, profiteren onze opdrachtgevers uiteraard ook van die innovatiekracht. Door producten en diensten samen te ontwikkelen. Denk aan het prepaid-hulpproduct van Ditzo (pagina 14), een idee dat daar ontstond, maar dat wij konden vormgeven en faciliteren.

Deze kruisbestuiving - tussen enerzijds de uitvoering en organisatie en anderzijds de doorvertaling naar producten en diensten - is de rode draad van onze dienstverlening. Het lijkt allemaal makkelijk gezegd, maar in de praktijk zien we onze visie werkelijkheid worden. En dat krijgen we ook van onze klanten te horen!”

## Initiatieven Mondial Assistance bekroond

### Innovatieveer

Mondial Assistance heeft dit jaar met de Assistance Services de Reisrevue Innovatieveer 2010 gewonnen. “Deze wereldwijde reisverzekeraar en hulpverlener geeft op een innovatieve manier invulling aan haar naamsverbinding met Assistance”, luidde de uitleg van de jury. “SMS Assistant, Luggage Assistant, Kid Assistant en Life Assistant zijn hun tijd vooruitgesnel!”

### Gouden Schilden

Tijdens de Nederlandse Verzekeringsawards zijn respectievelijk onze *Doorlopende Reisverzekering* (categorie Schadeproduct) en *Mondial Assistance Pechhulp* (categorie Schadeservice) bekroond met een Gouden Schild, de prijs die sinds vorig jaar wordt uitgereikt aan bedrijven die uitmuntend presteren binnen de verzekeringswereld. Beide ontvingen het rapportcijfer 8,3.

Innovatie gedreven door technologie

# Mondial Assistance en ICT onlosmakelijk verbonden



Gerjan Veenhoven

**De tijd dat faxen en kisten vol met ordners het werkproces dicteerden, is definitief voorbij. De fax werd een e-mail, de kast een server en de ordner een database. Ook bij Mondial Assistance evolueerde de informatie- en communicatietechnologie: van ondersteunend middel tot spil van een innovatief beleid. “Er blijven steeds minder handmatige processen over”, zegt Gerjan Veenhoven, Manager ICT.**

ICT wordt strategisch ingezet door Mondial Assistance, zegt Veenhoven. “Door technologie op de juiste manier toe te passen, kan een organisatie efficiënter functioneren en innovatiever worden. Wij werken bijvoorbeeld vooral met flexibele systemen die goed te configureren zijn.” Dit houdt in dat systemen relatief eenvoudig zijn in te richten op specifieke (klant)processen. “En dat is prettig,” aldus Veenhoven, “want zo zijn heel veel verschillende processen zonder veel moeite vast te leggen.”

## Innovatieve hulpverlening

Voorbeelden van dergelijke gebruiksvriendelijke systemen zijn bij Mondial Assistance rijkelijk voorhanden. Neem bijvoorbeeld Unity, een hulpverleningssysteem dat door Mondial Assistance zelf is ontwikkeld. Veenhoven: “Unity maakt de hulpverlening van de alarmcentrale sneller en efficiënter, zowel voor ons als voor de klant. Door Unity te koppelen aan de database met al onze polisgegevens, hoeven hulpverleners de naam- en adresgegevens niet meer apart in te voeren. Deze komen naar boven op basis van het kenteken.”



Naast Unity wordt er op de alarmcentrale met Telematica gewerkt. Hulpverleningsverzoeken worden, als er iets met een voertuig gebeurt, automatisch naar de alarmcentrale verstuurd. “Als er bijvoorbeeld een airbag afgaat, wordt hulp ingeroepen via het Telematica-systeem van het voertuig. Belangrijke gegevens van het voertuig, gecombineerd met de gps-locatiegegevens, worden meegestuurd. Op die manier weten wij precies waar de auto is en wat er aan de hand is”, legt Veenhoven uit.

Als een klant niet beschikt over een auto met een Telematica-oplossing, is het in de nabije toekomst ook mogelijk om verzoeken tot hulpverlening te doen via de mobiele telefoon. De nieuwe Smartphone-applicatie van Mondial Assistance wordt ontwikkeld voor de grote gangbare besturingssystemen en dekt daarmee gelijk 90% van de markt van smartphones af. Met de mobiele applicatie kunnen klanten overal ter wereld realtime contact maken met de alarmcentrale. “Het bijzondere van deze applicatie is dat ze meer aanbiedt dan alleen een veredeld keuzemenuutje, zoals de meeste vergelijkbare applicaties”, zegt Veenhoven. Natuurlijk is ook dit systeem goed configureerbaar. “We hebben de toolset

## Unity: snel en betrouwbaar

*Unity is een innovatief hulpverleningssysteem dat door Mondial Assistance ontwikkeld is om de hulpverlening van de alarmcentrale te ondersteunen. In Unity worden alle afspraken met de business partners op productniveau ingeregeld, zo is het altijd duidelijk welke klant recht heeft op welke hulpverlening. In geval van een melding toont Unity direct alle klantgegevens door een koppeling met de database met polisgegevens van Mondial Assistance. Dit scheelt tijd en voorkomt eventuele invoerfouten. Daarnaast geeft Unity toegang tot de database van gecontracteerde leveranciers, overal ter wereld. Zo is Mondial Assistance volledig in controle over haar netwerk. “Handig is ook dat de naam van de hulpdienst direct, via e-mail of sms, vanuit Unity naar de eindklant kan worden gestuurd”, zegt Mark Peereboom, Head of Operations. “Klanten vinden het prettig om te weten welke hulpdienst ze kunnen verwachten. Een sms is snel en komt ook bij slecht bereik meestal goed aan.”*

*Unity biedt niet alleen voordeel aan de klant. Omdat Mondial Assistance de applicatie zelf heeft ontwikkeld, is het volledig ‘tailormade’. Dit biedt voordelen voor de hulpverleners: zij kunnen klantgegevens inzien, opmerkingen invoegen en alle volgacties registreren. “Het bijzondere aan het systeem is dat het helemaal is afgestemd op wat wij en onze klant willen weten”, zegt personenhulpverlener Jan Laan. “Handig voor de hulpverlening, en voor de rapportages richting onze businesspartners.”*



## Telematica verandert de toekomst

Telematica ontstaat als je ICT en telecommunicatie combineert, en kent vele toepassingen. Het kan een meldingssysteem zijn dat geïntegreerd is in het besturingssysteem van motorvoertuigen. Telematica kan pech-, ongeval- en diefstalmeldingen, voorzien van gps-coördinaten, volledig geautomatiseerd versturen naar de alarmcentrale van Mondial Assistance. "Mondial Assistance is een van de weinige alarmcentrales die deze dienst op dit moment kunnen aanbieden, en doet er dan ook veel ervaring mee op", zegt Hans Weusten, Sales Manager Automotive.

Telematica zal de toekomst van alarmcentrales sterk veranderen. "Op dit moment werken we op dit gebied samen met onder meer Volvo. Voor Volvo voeren we het Volvo On Call-systeem uit. Ook hebben we recent een aantal contracten afgesloten rondom het opsporen van gestolen boten en het volgen en detecteren van motoren die vallen", aldus Weusten.

"We zien voor Telematica vele toepassingsmogelijkheden en vinden het dan ook belangrijk om voldoende ervaring op te doen op dit gebied. In samenwerking met de afdeling ICT en de Alarmcentrale is Telematica bij ons opgetuigd. Wij gebruiken de opgedane ervaring om nieuwe producten te ontwikkelen en zo onze propositie richting automotive-klienten zo breed mogelijk te maken", rondt Weusten af.

om op een eenvoudige wijze een applicatie bij elkaar te klikken. Zo kunnen we de applicatie ook customizen voor onze zakelijke partners."

### 'Business is leidend'

IT en business liggen bij Mondial Assistance heel dicht bij elkaar. "De business heeft heel veel invloed op de IT-omgeving. Het initiatief voor innovatie komt vaak niet vanuit de IT, maar uit de zakelijke hoek", zegt Veenhoven. Zo verlopen de afhandeling en betaling van facturen bij Mondial Assistance steeds meer elektronisch via Automatic Invoicing. Maar ook in het verstrekken van opdrachten, bijvoorbeeld aan bergers, denkt Mondial Assistance mee met haar leveranciers. "Mensen hebben vooral autopech in de

avonduren. Bergers zitten dan vaak niet meer achter hun computer, waar de melding op binnenkomt. Daarom sturen wij een bericht naar hun mobiel. Bergers krijgen de benodigde informatie dan elektronisch voorgelezen."

In de huidige technocultuur is het moeilijk om innovatief te zijn op het gebied van ICT. Daarom wordt het steeds belangrijker ICT-middelen op vernieuwende manieren te implementeren. Veenhoven: "De zakelijke tak van Mondial Assistance weet wat er mogelijk is, is IT-minded en heeft een grote investeringsbereidheid. Dat is naar mijn mening een van de krachten van Mondial Assistance."

## Online afsluiten verzekering voor klanten eenvoudiger

Mondial Assistance heeft een verbeterde versie uitgebracht van de online afsluitmodule van de Doorlopende Reis- en Annuleringsverzekering. Met als grootste voordelen dat het afsluitproces korter is en het nieuwe design duidelijk en overzichtelijk is voor de gebruiker.

"Het is voor de klanten nu nog makkelijker om online een verzekering af te sluiten", legt Wessel Koenekoop, Manager Marketing uit. "De zogenaamde AJAX-technologie maakt het mogelijk dat de premieberekening

duidelijk op één pagina is weergegeven. Als een klant voor extra dekkingen kiest, is direct zichtbaar wat de invloed hiervan is op de totaalpremie. Ook is de overzichtspagina met het aanbod van alle verzekeringen verbeterd. Dit alles leidt tot een hogere conversie van afgesloten verzekeringen." Wie al online verzekeringen van Mondial Assistance verkoopt, kan direct gebruikmaken van de verbeterde versie van de online afsluitmodule. Binnenkort volgen andere producten van Mondial Assistance dit voorbeeld.



## Automatic Invoicing: snelheid en precisie bij afhandeling

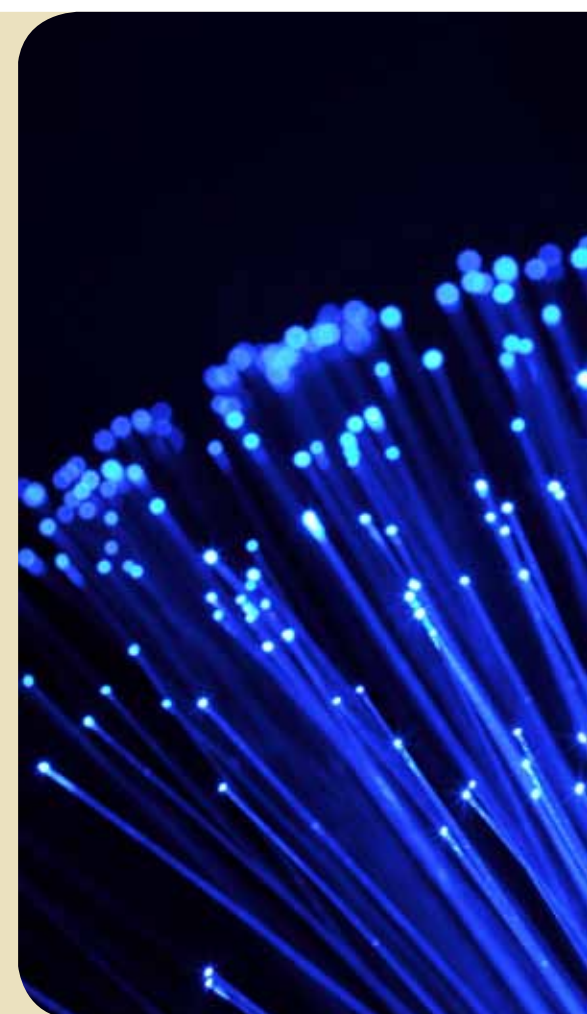
Essentieel in de kwaliteitsbewaking en continuïteit van de dienstverlening is dat de financiële afhandeling aan de 'achterkant' soepel verloopt. Dit geeft meer inzicht in kosten en garandeert een juiste facturatie. Mondial Assistance heeft daarom in april van dit jaar een nieuwe werkwijze geïntroduceerd: Automatic Invoicing.

Automatic Invoicing houdt voor Mondial Assistance het volgende in: voor alle dossiers uit het hulpverleningssysteem Unity worden, op basis van de gemaakte afspraken met de leveranciers, automatisch inkooporders in het boekhoudsysteem Agresso aangemaakt. Om vervolgens alle elektronisch ontvangen facturen van leveranciers automatisch te verwerken én automatisch te controleren

of de factuur overeenkomt met de inkooporder. "Klopt alles? Dan betalen we deze facturen ook meteen, zonder enige handmatige tussenkomst", aldus Richard Visch, Manager Purchase & Network.

### 'Gefaseerde uitrol'

"Deze manier van werken biedt naast voordelen voor Mondial Assistance ook duidelijke voordelen voor onze business partners. Zij hebben altijd inzicht in de totale kosten en zijn verzekerd van een juiste facturatie, zodat zij nooit te veel betalen. We rollen Automatic Invoicing gefaseerd uit. Het automatisch aanmaken van de inkooporders is inmiddels gereed, net als de mogelijkheid om elektronische facturen te ontvangen. In het najaar gaan we aan de slag met het automatisch matchen en betalen van facturen."



## Slimme applicatie voor persoonlijke hulpverlening



Daar zijn waar je klanten je nodig hebben, dat is waar Mondial Assistance voor staat. Daarom heeft Mondial Assistance nu ook speciaal voor smartphones een slimme applicatie ontwikkeld. Hiermee kunnen klanten overal ter wereld realtime hulp aanvragen, of ze nu autopech hebben, een ongeval willen melden of een medisch advies nodig hebben. "De applicatie werkt intuïtief en zorgt ervoor dat de gebruiker in een paar stappen een melding kan doorgeven", zegt Manager Marketing Wessel Koenekoop. "Met behulp van de gps-coördinaten weten we altijd exact waar iemand zich bevindt. Dat is handig als je met pech langs de weg staat."

De applicatie is in ontwikkeling voor de belangrijkste operating systems en komt daarmee direct beschikbaar voor de iPhone (Apple), Android (Google), Symbian (Nokia), RIM (Blackberry), Windows (Microsoft) en binnenkort ook Bada (Samsung). "Hiermee bedienen we gelijk zo'n negentig procent van alle smartphonegebruikers", licht Koenekoop toe. "We hebben de applicatie zo breed mogelijk ontwikkeld, zodat ook onze business partners daar optimaal van kunnen profiteren. Zo hebben zij via ons tegen beperkte kosten al een veelzijdige applicatie in hun eigen huisstijl."

Mondial Assistance Leasehulp geeft volstrekte helderheid

# Gloednieuw product voor leasemaatschappijen



Daan van Kesteren

**Mondial Assistance doet continu onderzoek onder haar klanten om de dienstverlening te optimaliseren. Zeer recent resultaat daarvan is het nieuwe product voor leasemaatschappijen, dat sinds deze zomer beschikbaar is. Via een online-enquête en bezoek aan leasemaatschappijen heeft Mondial Assistance geïnventariseerd wat precies de behoeftes zijn. “Die wensen hebben we samengevat in Mondial Assistance Leasehulp”, vertelt productmanager Daan van Kesteren.**

## Een innovatief aanbod

Vanuit die inventarisatie is er één standaardproduct ontstaan voor pech- en ongevalhulpverlening dat voor alle leasemaatschappijen, van welke omvang dan ook, makkelijk is af te sluiten. Het product wordt aangeboden in twee vormen. Optie 1 is een verzekerd pakket per auto (vanaf € 28,50 p.j.) en optie 2 is een vast tarief per voorval (vanaf € 38,50). Uniek is dat de klant mag kiezen hoe er wordt afgerekend. Dat is nieuw in de markt van hulpverle-

ning voor leasemaatschappijen. Een van de opvallende kenmerken van het nieuwe product is bovendien dat Mondial Assistance duidelijk een ‘vanaf-prijs’ toont. “Prijzen zijn bij andere aanbieders niet of nauwelijks te vinden.”

Om het nieuwe product onder de aandacht te brengen, benadert Mondial Assistance iedere week veertig leasemaatschappijen. Communicatiemiddel is een direct mailing waarin het product duidelijk uiteen wordt gezet. Inmiddels

zijn de eerste mailings verstuurd. “Dit product betekent volstrekte helderheid”, claimt Van Kesteren. “Via onder meer de zeer overzichtelijke productkaart weet de leasemaatschappij precies wat zij van Mondial Assistance mag verwachten. Er zijn dan ook nu al leasemaatschappijen die ons vragen om een offerte, zodat ze ons aanbod kunnen vergelijken met dat van de huidige aanbieder.”

## Slimme leasemaatschappij:

leaserijders met pech optimaal helpen zonder zelf iets te doen



## Mondial Assistance Leasehulp in het kort:

- Er komt hulp bij pech en ongevallen *uit naam* van de leasemaatschappij.
- De alarmcentrale informeert de leasemaatschappij direct nadat de gestrande leaserijder heeft gebeld, en blijft informatie verstrekken gedurende de hulpverlening.
- De leasemaatschappij kan de – eventueel gesplitste – facturen gemakkelijk doorsturen naar de klant.
- Iedere leasemaatschappij kan dankzij de standaardisatie van het product profiteren van lage tarieven.

Vakantiedrukke en vage meldingen

# Zomernacht op de alarmcentrale

**Wie overdag een bezoekje brengt aan de alarmcentrale van Mondial Assistance in Amsterdam, komt terecht in een kakofonie van geluid. De telefoon rinkelt non-stop, hulpverleners staan in verschillende talen mensen te woord. Maar ook in de nachtelijke uurtjes is er genoeg te doen, vooral in de zomerperiode.**

hun vakantieplanning.” Zelf op vakantie gaan zit er voor veel hulpverleners niet in. “Veel van ons nemen alleen tussendoor een weekje vakantie, om even lucht te krijgen.” De rest van het jaar is het doorgaans rustiger gedurende de nacht, hoewel dit de laatste tijd wel veranderd is. “Sinds wij als Landelijk Centraal Meldpunt fungeren, is het ook buiten het hoogseizoen ‘s nachts vaker druk.”

De nachtdiensten voor voertuighulpverlening worden bij de alarmcentrale in Amsterdam afhankelijk van de weekend- of vakantiedrukke ingevuld. In de zomer worden mensen die hun talen spreken ingeroosterd. Met name Frans is belangrijk.

## Zwarte zaterdag

“Juli en augustus zijn onze drukste maanden”, zegt teammanager voertuighulpverlening Klaas van der Bij. De ‘zwarte’ zaterdagen (de dagen dat half Nederland tegelijk naar het zuiden trekt) vormden altijd de pieken, maar dit lijkt te veranderen. “Mensen reizen vaak ‘s nachts. En de afgelopen jaren zien we ook dat de piek verschuift naar donderdag en vrijdag. Daarom neemt het aantal Nederlanders dat last heeft van die beruchte zwarte zaterdagen, ook af. Die bestaan natuurlijk nog wel, en het is nog steeds hartstikke druk op de Route du Soleil, maar Nederlanders gaan er tegenwoordig veel slimmer mee om, weten die dagen te vermijden.”

Hoewel Klaas de drukke zomermaanden bovenal als een leuke periode ervaart, zijn ze wel erg intensief. “Daar moeten de hulpverleners dan ook rekening mee houden in

## ‘Apart sfeertje’

Kenmerkend voor hulpverlening tijdens de nacht is dat het lastig is om meteen zaken te regelen. “Vaak moet je wachten tot de volgende dag”, vertelt Marja Keesen, voertuighulpverlener. “Een auto kan ‘s nachts weggesleept worden, maar pas om zeven of acht uur die ochtend kun je kijken wat ermee aan de hand is.”

“Er hangt ook een apart sfeertje”, merkt Keesen op. “Het gaat meestal om onduidelijke meldingen.” Mensen die niet weten waar ze zijn. Ongevallen waarbij drank in het spel is. Auto’s die gewoon langs de kant van de weg worden achtergelaten. Vechtpartijen. Bergers die niet weg kunnen komen door mensen die weigeren mee te werken. “Je kunt echt in allerlei situaties terecht komen”, zegt Van der Bij. “Ik hoorde bijvoorbeeld een grappig verhaal van een collega. Een klant belde dat hij pech had in België. Wij stuurden de Belgische hulpdienst erheen. Maar toen die arriveerde, was de klant inmiddels in zijn auto in slaap gevallen. Een heel diepe slaap welteverstaan: wat de hulpdienst ook deed, de klant was niet meer wakker te krijgen!”



Garantie voor een zorgeloze autovakantie

# Mondial Assistance en Bosch Car Service

## Nauwe samenwerking

De Nederlandse monteurs werkten nauw samen met de alarmcentrale van Mondial Assistance. Volgens Gerwin Vegter, Concept Manager van Bosch Car Service, is die samenwerking erg vlot verlopen. “Wanneer Mondial Assistance een telefoontje kreeg van een automobilist met pech, werden de gegevens naar ons doorgestuurd. Daarna gingen onze monteurs op pad. Maar ook tijdens de reparatie was er voortdurend contact met Mondial Assistance over het probleem: wat we gingen repareren en of de auto alweer vertrokken was. Zo kan Mondial Assistance in de toekomst nog beter reageren op binnenkomende meldingen van pechgevallen.”

## Betrouwbare informatie

De monteurs wisten vooral de betrouwbaarheid van Mondial Assistance te waarderen.

“Zodra we een fax van Mondial Assistance binnenkregen, gingen we op pad met de ontvangen gegevens”, zegt Joop Hoogerbrug, een van de servicepuntmonteurs. “Tijdens de twee weken die ik in het servicepunt in Montélimar werkte, hebben we ongeveer honderd oproepen gekregen. Daarvan was er geen enkele oproep fout.”

Ook vanuit Le Muy klonken enkel positieve berichten over de servicepunten. “Dit is een typisch voorbeeld van innovatieve serviceverlening, waarbij we de pechvogels ook nog een goodiebag meegaven”, zegt Mark Peereboom, Head of Operations van Mondial Assistance. “Op basis van de klantreacties is het zeer waarschijnlijk dat we het servicepunt volgend jaar weer in zullen richten. Het vergt een aardige investering, maar dat weegt niet op tegen het grote aantal tevreden klanten.”

Uiteindelijk draait het natuurlijk om een perfecte service voor de reizigers. En om de opgeluchte en blij gezichten als het probleem blijkt mee te vallen, of uiteindelijk is opgelost. Dat die hulp in het Nederlands kwam, was voor vele reizigers een enorme opluchting. Getuige het verhaal van de familie Wiegel die te Montboucher-sur-Jabron strandde met een kapotte airco. “We wisten niet hoe we ons probleem in het Frans moesten uitleggen”, vertelt Janette Wiegel, de moeder van het gezin. “Toen we de alarmcentrale belden, waren we dan ook bijzonder aangenaam verrast om een Nederlandstalige stem te horen. Na een kwartiertje stond de Nederlandse monteur al aan onze auto te sleutelen. Een half uurtje later konden we alweer vertrekken. Een fantastische service.”



**In de zomerperiode hebben veel Franse autobedrijven geen tijd om een reparatie uit te voeren aan Nederlandse voertuigen of zijn ze vaak gesloten vanwege de zomervakantie. En dat terwijl optimale service en het snel kunnen stellen van een diagnose voor vakantiegangers met autopech essentieel zijn.**

Om de gestrande reizigers snel en goed van dienst te kunnen zijn, richtten Mondial Assistance en het Bosch Car Service-team van 3 juli tot en met 28 augustus 2010 in Zuid-Frankrijk twee eigen servicepunten in. Pechvogels konden daar deze zomer terecht voor directe hulp van Nederlandse monteurs. Op die manier kregen deze mensen zo snel mogelijk uitsluitel over hun probleem: kan de reis dezelfde dag worden voortgezet, of is het even wachten op een bepaald onderdeel? En zo ja, hoe lang?

## Twee servicepunten

De servicepunten van Bosch Car Service en Mondial Assistance waren respectievelijk gesitueerd in de omgeving van Montélimar en in Le Muy. Montélimar ligt zuidelijk op de Route du Soleil en het gebied rondom Le Muy is een populaire vakantiebestemming. Beide zijn dus bestemmingen op de vakantie-route waar veel reizigers stranden met autopech. Tijdens het hoogseizoen bemanden Nederlandse monteurs deze servicepunten.



**‘Na een kwartiertje stond de Nederlandse monteur al aan onze auto te sleutelen.’**

# Prepaid Pechhulp: hoogwaardige service bij panne



**Peter Hoitinga, commercieel directeur van verzekeraar Ditzo, heeft niet vaak met een rokende motor langs de snelweg gestaan. Jaar na jaar een abonnement voor pechhulpverlening aanschaffen, vond hij – en velen met hem – dan ook zonde van het geld. Daarom introduceerde Ditzo dit voorjaar een logisch alternatief: Prepaid Pechhulp. De dekking komt van Ditzo, de pechhulpverlening van Mondial Assistance. “Door deze samenwerking kunnen wij ons kwalitatief onderscheiden.”**

Bij Prepaid Pechhulp betaal je vooraf een bedrag, waarmee je voor twee, drie of vier jaar verzekerd bent van één keer hoogwaardige pechhulp bij panne. Het concept doet sterk denken aan de prepaidtelefoonkaarten van telecomproviders. Dat is uiteraard geen toeval, want ook op het gebied van verzekeringen is sprake van verschillende consumentenbehoeftes.

#### **Kwaliteitsgarantie**

Uit onderzoek van Ditzo, uitgevoerd door MeMo<sup>2</sup>, blijkt dat tachtig procent van de

Nederlanders jarenlang handenvol geld uitgeeft aan pechhulpabbonementen, zonder hier gebruik van te maken. Gemiddeld heeft men namelijk slechts één keer per 7,5 jaar autopech. Hoitinga: “Het komt echt heel weinig voor dat mensen jaarlijks meermalen op de vluchtstrook staan. Dan heb je geen pech meer, maar gewoon een slecht onderhouden auto.”

Die ene keer in de 7,5 jaar dat je pech hebt, moet je wel gewoon goed geholpen worden, vindt hij. “Dat is ook de reden dat we voor



Mondial Assistance gekozen hebben. Mondial Assistance heeft een ruime ervaring in pechhulpverlening. Het is een grote internationale speler, die ons bepaalde kwaliteitsgaranties kan geven in de afwikkeling van de schade. Dat is belangrijk, want daardoor kunnen wij de concurrentie aan met andere aanbieders. Zo geeft Mondial Assistance ons bijvoorbeeld de mogelijkheid om vier dagen lang een vervangende auto aan te bieden, terwijl dit bij de concurrent slechts één of twee dagen is.”

#### **‘Niet Ditzo, maar Ditzo’**

Prepaid Pechhulp past perfect binnen de klantgerichte bedrijfsvisie van Ditzo. Met de kreet ‘Niet Ditzo, maar Ditzo’ schudde nieuwkomer Ditzo in 2007 de ingedutte verzekeringsmarkt wakker door zich er duidelijk van te distantiëren. “Uit onderzoek bleek dat de consument niet heel positief tegenover verzekeraars stond, zich niet serieus genomen voelde”, zegt Hoitinga. “Wij doen dat wel. Verzekeraars dekken risico’s af die mensen zelf niet kunnen dragen. Ik vind dat mensen zelf de afweging moeten kunnen maken of ze

veel of weinig risico lopen. Dat is de emancipatie van de consument. Daarnaast bouwen wij een echte relatie op met onze klanten en geven hun de vrijheid om zelf hun zaken te regelen. Online, maar ook via ons callcenter.” De callcentermedewerkers hebben bovendien een *license to act*. “Dat betekent dat zij zelfstandig beslissingen kunnen nemen”, verklaart Hoitinga. “Zo kunnen zij goed op individuele situaties inspringen. Dat is voor de klant wel zo prettig.”

#### **Bijzondere samenwerking**

In Mondial Assistance vond Ditzo een gelijkwaardige partner met een net zo klantgerichte instelling. Een bijzondere samenwerking, want Ditzo begaf zich hiermee buiten het netwerk van moedermaatschappij ASR Nederland. “Juist omdat niet ons netwerk, maar de consument bij ons centraal staat, hebben wij gekozen voor de alarmcentrale die met de beste propositie kwam. Het voorstel van Mondial Assistance sloot het best aan bij onze wensen.” Er was duidelijk een klik tussen de bedrijven, die er beide niet voor

**‘Die ene keer dat je pech hebt, moet je goed geholpen worden. Daarom kozen wij voor Mondial Assistance.’**

terugdeinsden om buiten de gebaande paden te treden. “Omdat het concept zo nieuw is, was er helemaal geen ervaring met prepaid pechhulpverlening. Mondial Assistance durfde dat aan”, zegt Hoitinga. “Dat toont het innovatieve karakter van een bedrijf.”

# Dienstverlening relevant maken

Hij studeerde aan de Hoge Hotelschool Maastricht, werkte acht jaar voor TUI in Duitsland en daarna voor transavia.com. Dienstverlening zit Willem Hornsveld, onze kersverse Manager Business Development Travel, naar eigen zeggen dan ook in het bloed. We ontmoeten de 34-jarige Utrechter op een vrijdagochtend. Om zijn werk in beeld te brengen, laat hij aan de hand van een zestal vragen een dag de revue passeren.



## Hoe ziet een dag van een Manager Business Development Travel eruit?

“Mijn dagelijkse activiteiten variëren van het schrijven van een strategisch plan voor de komende drie jaar tot het contact met potentiële en bestaande klanten. En van een overleg met de operationele afdeling over voorstellen voor nieuwe klanten tot contact met ICT over hoe we onze klanten nog beter van informatie kunnen voorzien. Verder spreek ik ook regelmatig met ons hoofdkantoor in Parijs over klanten die ook in andere landen dan Nederland actief zijn. Door ons technisch platform kunnen wij namelijk via één platform in heel Europa onze producten aan klanten aanbieden. Ik merk dat dit een groot voordeel is ten opzichte van onze concurrenten!”

## Waarom heb je de overstap gemaakt naar een reisverzekeraar?

“Na mijn vertrek bij transavia.com was ik op zoek naar een uitdaging waarbij ik strategische ideeën en commerciële verantwoordelijkheden kon combineren. Het is leuk om iets te bedenken, maar ik vind het ook belangrijk om ervoor verantwoordelijk te zijn dat het idee een succes wordt. Bij Mondial Assistance krijg ik die mogelijkheden. En ik stap precies op het juiste moment in, want van een aantal grote reisorganisaties loopt het contract met hun verzekeraars op korte termijn af. Daar willen wij ons goed op voorbereiden. Als het eenmaal zover is, moeten wij direct met een goed verhaal op de proppen komen. Ik ben deze week druk bezig geweest een en ander in kaart te brengen.”

## Kun je al iets over dat verhaal uit de doeken doen?

“Ja, op het gebied van doorlopende reis- en annuleringsverzekeringen. Die worden in toenemende mate afgesloten, maar steeds minder binnen de reisbranche zelf. Om een



deel van die markt terug te kunnen winnen, zijn meer maatwerk en relevantie in de reisverzekeringen in mijn ogen essentieel. De klant is best bereid om een bepaald bedrag te betalen, maar hij moet wel weten waarvoor. De toegevoegde waarde van onze services moet duidelijk zijn, en ik zie dus absoluut mogelijkheden voor nieuwe, succesvolle concepten. Een goed voorbeeld is de nieuwe Doorlopende Reisverzekering van Mondial Assistance; perfecte synergie tussen verzekeren en dienstverlening. Geen wonder dus dat Mondial Assistance daarmee een Gouden Schild voor het beste schadeverzekering-product van 2010 heeft gewonnen.”

## Hoe kijk jij tegen de reisbranche aan?

“In de afgelopen jaren hebben we ons marktaandeel in de reisbranche bewust verkleind, omdat de groei op dit terrein qua winstgevendheid uitbleef. Wij zijn de laatste jaren wel sterk gegroeid in de financiële en automotive-branchen. Die groei willen we nu ook realiseren in de reisbranche. Met onze ervaringen en

kennis op het gebied van reisverzekeringen en dienstverlening ben ik ervan overtuigd dat we binnen de reisbranche toegevoegde waarde kunnen leveren. Hierbij moet je niet alleen denken aan de producten en diensten die we kunnen leveren aan de consument, maar ook aan onze IT-mogelijkheden, waarmee we in staat zijn om onze partners de juiste managementinformatie te leveren. Mijn doel is om het strategisch plan voor het eind van het jaar klaar te hebben en dit samen met mijn team tot een daverend succes te maken.”

## Kun je een van jouw ideeën al met ons delen?

“Het klinkt heel eenvoudig, en dat is het ook, maar ik heb het nog nergens zien gebeuren: wie een autovakantie van een x-bedrag boekt, krijgt een jaar lang gratis pechhulp. Daar heeft een klant wat aan. En zo laat je de werelden van travel en automotive bij elkaar komen! Wij zijn weliswaar een reisverzekeraar, maar eigenlijk zijn we veel meer. Die verzekeringen zijn ook een middel om te verkopen waar we

goed in zijn: onze alarmcentrale, ons netwerk. Het draait om die dienstverlening. Dat is mijn achtergrond, dat vind ik leuk.”

## Welke ervaringen heb je verder meegenomen naar Mondial Assistance?

“Als Product Group Manager Non-Flight bij transavia.com was ik verantwoordelijk voor de niet-vluchtgerelateerde producten, zoals hotelovernachtingen, autoverhuur én reisverzekeringen. Ik ken zodoende de mogelijkheden en beperkingen van e-commerce. Je moet beseffen hoe belangrijk het is om de dienstverlening zo relevant mogelijk te maken. Mensen willen nou eenmaal steeds beter weten wat ze aan een verzekering hebben. Dus hoe kunnen we de verschillende diensten aan elkaar koppelen om consumenten te prikkelen? Om zo'n vraag te beantwoorden, helpt het dat ik zelf namens transavia.com klant ben geweest van Mondial Assistance. Die ervaringen kan ik goed gebruiken om nieuwe klanten enthousiast te maken voor onze diensten!”

# Wat heeft Mondial Assistance gemerkt van de aswolk?



Als wereldwijde hulpverlener en verzekeraar dacht Mondial Assistance op de vreemdste scenario's te zijn voorbereid. Tot dit voorjaar de IJslandse vulkaan Eyjafjallajökull na 200 jaar inactiviteit weer tot leven kwam en grote aswolken het Europese luchtruim voor een groot deel lamlegden ...

"Dat er zoveel reizigers tegelijk strandden, was nooit eerder voorgekomen", vertelt Mark Peereboom, Head of Operations. "Op de alarmcentrale draaiden we dit voorjaar dan ook overuren. En niet alleen moesten we ons in allerlei bochten wringen om mensen te helpen, elke melding en mate van urgentie waren weer helemaal anders. Bovendien veranderde de situatie met de aswolk elke

dag. Dat maakte ons werk nog gecompliceerder. Voor zo'n gebeurtenis ligt nou eenmaal geen draaiboek klaar."

Om een beeld te schetsen van de meldingen die bij Mondial Assistance binnenstroomden, vindt u in het kader een greep uit de meest bijzondere meldingen die onze hulpverleners in behandeling hebben genomen.

## Medische urgentie op Thailand

Een jonge Nederlandse vrouw was wegens maag- en darmklachten opgenomen in een Thais ziekenhuis. Op basis van de medische noodzaak moest ze binnen 48 uur worden gerepatriëerd. Verzekerde is uiteindelijk via een vlucht naar München en een taxirit naar Nederland op tijd thuisgekomen om verder onderzocht en behandeld te worden.

## Verlengde cruisevakantie

Na een cruise zou een Nederlandse man vanuit Dubai naar huis vliegen. Het nieuws over de onbereikbaarheid van veel Europese vliegvelden deed hem ertoe besluiten dan maar verder mee te varen, naar Caïro. Daar kon hij,

tien dagen later, zijn ticket omboeken om terug te gaan naar Amsterdam.

## Creative ondernemer

We ontvingen een claim van iemand die vanwege de aswolk vanuit Oostenrijk een taxi had genomen naar Nederland. De man was meegereden met een Nederlandse taxichauffeur die onderweg vier gestrande reizigers oppikte. Mooi voorbeeld van een creatieve ondernemer!

## Op en neer naar Malaga

Een oudere vrouw was op vakantie in Malaga (Spanje), maar moest op korte termijn in Nederland naar het ziekenhuis voor een

operatie. Het luchtruim was echter gesloten. Gezien de omstandigheden waren alle betrokkenen het erover eens dat de vrouw het beste door haar zoon kon worden opgehaald, met de auto.

## Ziek familielid thuis

Een meisje moest vanuit Zuid-Afrika terug naar Nederland omdat haar oma in levensgevaar was. Door de aswolk en propvolle vluchten was er geen zicht op een vertrek, het ene na het andere reisalternatief passeerde tevergeefs de revue. Helaas overleed de oma voordat het meisje terug was in Nederland, maar ze was nog wel op tijd voor de crematie.

## Frank Schaay Nieuwe Head of Finance



Mondial Assistance heeft een nieuwe Head of Finance verwelkomd, in de persoon van Frank Schaay (43). Vanaf dit voorjaar heeft hij de verantwoordelijkheden overgenomen van Kees Bunschoten, die moederbedrijf Allianz met ingang van dezelfde datum heeft versterkt. Schaay was voorheen werkzaam bij zustermaatschappij London Verzekeringen en daar verantwoordelijk voor de afdelingen Financiën, ICT, Informatiemanagement en Facilitaire Dienst. In een volgende editie van Assist ontvouwt Frank zijn visie op het financiële beleid van Mondial Assistance.

## Greep uit nieuwe klanten

**Mondial Assistance is actief in drie branches: Travel, Financials en Automotive. Onze drive om te innoveren komt tot uiting in de producten en diensten die we hiervoor ontwikkelen. En die inspanningen hebben in het eerste half jaar geleid tot nieuwe contracten.**

In de diverse markten heeft Mondial Assistance nieuwe overeenkomsten gesloten, of de samenwerking uitgebreid met:

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| <b>AEGON</b>                     | Ongevallen- en pechhulp voor motorvoertuigen<br>Personenhulp op AEGON-reisverzekeringen            |
| <b>Agevo Assurantiën B.V.</b>    | Nieuwe volmacht, reisverzekeringen en pechhulp   |
| <b>AllSecur</b>                  | AllSecur Onderweg Service  |
| <b>CDS Assuradeuren B.V.</b>     | Nieuwe volmacht, reisverzekeringen, ongevallen- en pechhulp  |
| <b>De Boer Assuradeuren B.V.</b> | Nieuwe volmacht, reisverzekeringen en pechhulp   |
| <b>Ditzo</b>                     | Prepaid Pechhulp   |
| <b>Happy Home</b>                | Reisgerelateerde verzekeringsproducten   |
| <b>Hyundai</b>                   | Uitbreiding pechhulp fabrieksgarantie van drie naar vijf jaar                                      |
| <b>KNMV</b>                      | Pechhulp voor alle KNMV-leden in Nederland en verkoop optionele pakketten                          |
| <b>Meeùs</b>                     | Hulpverlening voor vrachtwagens  |
| <b>ONVZ</b>                      | Medische hulpverlening op PNO-zorgpolissen<br>Verlenging hulpverleningscontract tot 1 januari 2012 |
| <b>Roompot Vakanties</b>         | Reisgerelateerde verzekeringsproducten   |
| <b>Sajet Specials</b>            | Reisgerelateerde verzekeringsproducten<br>(Jacqueline Sajet is Zelfstandig Reisadviseur 2010)      |
| <b>Tjingo</b>                    | Reisgerelateerde verzekeringsproducten   |
| <b>VGA Verzekeringen</b>         | Nieuwe tussenpersoon   |