

DIGITAAL CHARTER 2018

STANDPUNTEN FVF



INHOUD

1. Digitaal charter voor de verzekeringsmakelaar	4
2. Digitaal charter voor de verzekeringsmaatschappij	6
3. Digitaal charter voor de softwareleverancier	10
4. Digitaal charter voor Brocom	12

Autolei 250 - 2160 Wommelgem

T. 03 244 12 80

F. 03 216 97 45

info@fvf.be - www.fvf.be

V.U.: Kelly Schamphelaere

Dit digitaal charter werd met de grootst mogelijke zorg samengesteld op basis van de informatie waarover FVF beschikt. FVF streeft naar betrouwbaarheid van de gepubliceerde informatie, maar kan hiervoor niet aansprakelijk gesteld worden. FVF biedt geen enkele garantie dat rechtbanken, overheden en/of administraties het eens zullen zijn met haar visie.

Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt worden, op welke wijze dan ook, zonder de uitdrukkelijke voorafgaande en schriftelijke toestemming van FVF.

1. DIGITAAL CHARTER VOOR DE VERZEKERINGSMAKELAAR



Het digitale tijdperk is aangebroken en kan niet meer worden tegengehouden. De verzekeringsmakelaar moet mee een antwoord bieden aan de uitdagingen die het veranderende omgevingskader met zich meebrengt.

Het alom bekend handelsmerk van een verzekeringsmakelaar, namelijk zijn persoonlijke contact-economie, is voor hem in combinatie met de digitale ondersteuning een unieke troef!

PRINCIPES

De verzekeringsmakelaar...

- beschikt over een website.
- die wenst deel te nemen aan de *lead generation* via de verzekeringsmaatschappij, engageert zich om hieraan naar best vermogen mee te werken.
- respecteert de sectorale deontologische code.

Hierdoor verbindt hij er zich onder meer toe:

- de naam van de verzekeringsmaatschappij niet te misbruiken.
- zich te onthouden van laster tegenover de verzekeringsmaatschappij en zijn collega-makelaars.

AANBEVELINGEN

De verzekeringsmakelaar...

- die items van een verzekeringsmaatschappij op zijn website wenst te plaatsen, wendt zich hiervoor tot de Sector Catalog, voor zover het daar beschikbaar is.
- die eventueel een toepassing laat ontwikkelen door een eigen leverancier, wijst de ontwikkelaar op het bestaan van de sectornormering.
- lid van FVF, vermeldt het distributielabel op zijn website. Tevens draagt hij de campagnes van Brocom uit op zijn website.
- biedt op zijn website functionaliteiten aan voor klanten, zoals schade- en portefeuilleconsultatie.
- is aanwezig op sociale media, zoals LinkedIn en Facebook.

2. DIGITAAL CHARTER VOOR DE VERZEKERINGSMACHTSCHAAPPIJ



Het is geen fictie dat verzekeringsmaatschappijen zich meer en meer met internet bezighouden. Zo organiseren verzekeringsmaatschappijen online campagnes, waarbij geïnteresseerden worden aangetrokken naar een specifieke website.

Het is cruciaal dat dergelijke initiatieven altijd met volle respect voor de verzekeringsmakelaar worden georganiseerd. De verzekeringsmaatschappij treedt op als facilitator, waarbij haar online inspanningen gecombineerd moeten worden met de persoonlijke contacteconomie van de verzekeringsmakelaar.

ALGEMEEN KADER VOOR DE WEBSITE VAN DE VERZEKERINGSMACHTSCHAAPPIJ

PRINCIPES

WEBSITE

Op de startpagina van de verzekeringsmaatschappij (indien het gaat om een multibranche-onderneming, op de startpagina 'verzekeringen') staat een duidelijke en ondubbelzinnige verwijzing naar de verzekeringsmakelaar. Indien van toepassing, wordt duidelijk een onderscheid gemaakt tussen de verzekeringsmakelaar en de andere distributiekanaalen.

ALGEMENE ZOEKMOTOR

- Minimaal de verzekeringsmakelaar, lid van FVF, met een producentennummer bij een verzekeringsmaatschappij dient opgenomen te worden in die zoekmotor van de desbetreffende verzekeringsmaatschappij.
- De zoekmotor moet toegankelijk zijn vanaf de startpagina (indien het gaat om een multibranche-onderneming, op de startpagina 'verzekeringen').
- De verzekeringsmakelaars zijn opzoekbaar in één globale zoekmotor. Voor een verzekeringsmaatschappij die werkt met diverse distributiekanaalen, is één globale zoekmotor een optie op voorwaarde dat er een duidelijk onderscheid is inzake de hoedanigheid en de rol van de diverse distributiekanaalen.

AANBEVELINGEN

WEBSITE

De verzekeringsmaatschappij, aangesloten bij het operationeel platform Brocom, implementeert voor de consument een duidelijke verwijzing naar het distributielabel.

ALGEMENE ZOEKMOTOR

- De zoekmotor staat in een vast frame waardoor deze in alle subpagina's van de verzekeringsmaatschappij zichtbaar blijft.
- Volgende gegevens kunnen per kantoor geconsulteerd worden:
 - Naam en adres kantoor + telefoon en fax + e-mail + url website (indien gekend)
 - Distributielabel (indien van toepassing) + aanduiding op Google Maps
- Om de zoekmotor te beschrijven, wordt aanbevolen om de volgende zin te gebruiken: 'Vind hier uw makelaar in verzekeringen'.

BIJZONDER KADER VOOR LEAD GENERATION VIA EEN SPECIFIEKE WEBSITE VAN DE VERZEKERINGSMAATSCHAPPIJ

Een *lead* wordt als volgt gedefinieerd: 'een consument die uitdrukkelijk een verlangen aan-toont voor een verzekeringsoplossing die voorwerp uitmaakt van de online campagne van de verzekeringsmaatschappij.'

ALGEMEEN

- Doelgerichte *lead generation* door de verzekeringsmaatschappij respecteert te allen tijde de rol van de verzekeringsmakelaar.
- Een online campagne verwijst ondubbelzinnig en duidelijk naar (de rol van) de verzekeringsmakelaar, waarbij de internaut zijn bestaande verzekeringsmakelaar moet kiezen of, wanneer hij nog geen verzekeringsmakelaar heeft, een nieuwe verzekeringsmakelaar moet aanduiden (= doorgeven van een *lead*).
- De verzekeringsmaatschappij mag met betrekking tot *lead generation* bepaalde voorwaarden ('*rights and duties*') opstellen voor de deelnemende verzekeringsmakelaar. Deze voorwaarden mogen evenwel geen afbreuk doen aan de taak en de onafhankelijkheid van de verzekeringsmakelaar.

SPECIFIEKE ZOEKMOTOR

- De verzekeringsmakelaar, lid van FVF, met een producentennummer bij een verzekeringsmaatschappij dient de kans te hebben om in de zoekmotor van de campagne opgenomen te worden. De verzekeringsmakelaar moet dus steeds de mogelijkheid hebben om aan de campagne deel te nemen.
- Voor de deelname aan een dergelijke campagne hanteert FVF - naargelang de doelgroep van de campagne - volgende principes:
 - 'opt-in' van de verzekeringsmakelaar voor specifieke campagnes naar zijn bestaande klanten.
 - 'opt-out' van de verzekeringsmakelaar voor algemene campagnes (niet-gerichte campagnes).

AANREKENEN VAN EEN KOST

Een verzekeringsmaatschappij mag een kost aanrekenen bij het toewijzen van een *lead* aan de verzekeringsmakelaar, onder de volgende voorwaarden:

- De kost moet een éénmalig en vast bedrag (incl. BTW) per *lead* zijn. In geen geval mag de vergoeding van de verzekeringsmakelaar verminderd worden.
- De kost voor een *lead* wordt aangerekend bij het doorsturen van een bepaalde *lead* naar de verzekeringsmakelaar.

BIJZONDER KADER VOOR ONDERSCHRIJVING VAN EEN CONTRACT VIA DE WEBSITE VAN DE VERZEKERINGSMAATSCHAPPIJ

ALGEMEEN

- Het contract wordt ALTIJD toegewezen aan de bestaande verzekeringsmakelaar of, wanneer de consument nog geen verzekeringsmakelaar heeft, een door hem nieuw aan te duiden verzekeringsmakelaar.
- Een controle door de verzekeringsmakelaar bij het afsluiten van het onderliggend product is te allen tijde mogelijk.
- De verzekeringsmaatschappij mag met betrekking tot de online onderschrijving bepaalde voorwaarden (*'rights and duties'*) opstellen voor de deelnemende verzekeringsmakelaar. Deze voorwaarden mogen evenwel geen afbreuk doen aan de taak en de onafhankelijkheid van de verzekeringsmakelaar.

SPECIFIEKE ZOEKMOTOR

- De verzekeringsmakelaar, lid van FVF, met een producentennummer bij een verzekeringsmaatschappij dient de kans te hebben om in de zoekmotor van de campagne opgenomen te worden. De verzekeringsmakelaar moet dus steeds de mogelijkheid hebben om aan de campagne deel te nemen.
- Voor de deelname aan een dergelijke campagne hanteert FVF - naargelang de doelgroep van de campagne - volgende principes:
 - *'opt-in'* van de verzekeringsmakelaar voor specifieke campagnes naar zijn bestaande klanten.
 - *'opt-out'* van de verzekeringsmakelaar voor algemene campagnes (niet-gerichte campagnes).

AANREKENEN VAN EEN KOST

Een verzekeringsmaatschappij mag een kost aanrekenen bij het toewijzen van een contract aan de verzekeringsmakelaar, onder de volgende voorwaarden:

- De kost moet een éénmalig en vast bedrag (incl. BTW) per toegewezen contract zijn. In geen

geval mag de vergoeding van de verzekeringsmakelaar verminderd worden. De éénmalige forfaitaire kost mag nooit hoger zijn dan de helft van het bedrag van de eerste jaarlijkse vergoeding van de verzekeringsmakelaar op het betrokken contract.

- De kost voor een contract wordt aangerekend bij het doorsturen van een bepaald contract naar de verzekeringsmakelaar.

SECTOR CATALOG

De Sector Catalog creëert een online tunnel tussen de digitale items van de verzekeringsmaatschappij (voorwaarden, mini-sites, brochures, banners, ...) en de inhoud van de website van de verzekeringsmakelaar. Elke verzekeringsmakelaar heeft toegang tot deze uitgebreide catalogus, waaruit hij in alle onafhankelijkheid items kan plukken om te integreren op zijn website.

PRINCIPES

- De verzekeringsmakelaar blijft heer en meester van zijn eigen website. In alle onafhankelijkheid bepaalt hij zelf welke informatie, modules of tools op zijn website worden geplaatst.
- Elke verzekeringsmakelaar krijgt kosteloos toegang tot de beschikbare items van de Sector Catalog.
- Een verzekeringsmakelaar, lid van FVF, met een producentennummer bij een verzekeringsmaatschappij dient de mogelijkheid te hebben om items uit de Sector Catalog van die betreffende verzekeringsmaatschappij te plaatsen op zijn website.
- De beschikbare items op de catalogus respecteren het principe van de centrale rol van de website van de verzekeringsmakelaar. In dat verband dient de internaut die op de website van de verzekeringsmakelaar een catalogus-item aanklikt, te allen tijde terug terecht te komen op de website van de desbetreffende verzekeringsmakelaar. In geen geval mag een item een link bevatten naar een zoekmotor of een andere website (tenzij ingeval van een aantoonbaar belang voor de verzekeringsmakelaar).
- De items op de Sector Catalog beantwoorden volledig aan de vereiste sectornormering.
- Onderschrijvingsmodules moeten ten volle rekening houden met de wezenlijke rol van de verzekeringsmakelaar. Indien een verzekeringsproduct bestaat uit onderdelen die elk afzonderlijk verkrijgbaar zijn bij diverse marktspelers, moet de onderschrijvingsmodule hiermee rekening houden.
- De verzekeringsmaatschappijen zetten minstens de algemene voorwaarden van hun productenaanbod op de Sector Catalog.



3. DIGITAAL CHARTER VOOR DE SOFTWARELEVERANCIER



De softwareleverancier is een onmisbare schakel in de ontwikkeling van functionele toepassingen. Dergelijke toepassingen (zoals bijvoorbeeld portefeuilleconsultatie, ...) komen de efficiëntie, de productiviteit en de klantenservice van de verzekeringsmakelaar ten goede en kunnen ondermeer mee inspelen op de verwachtingen van de moderne consument.

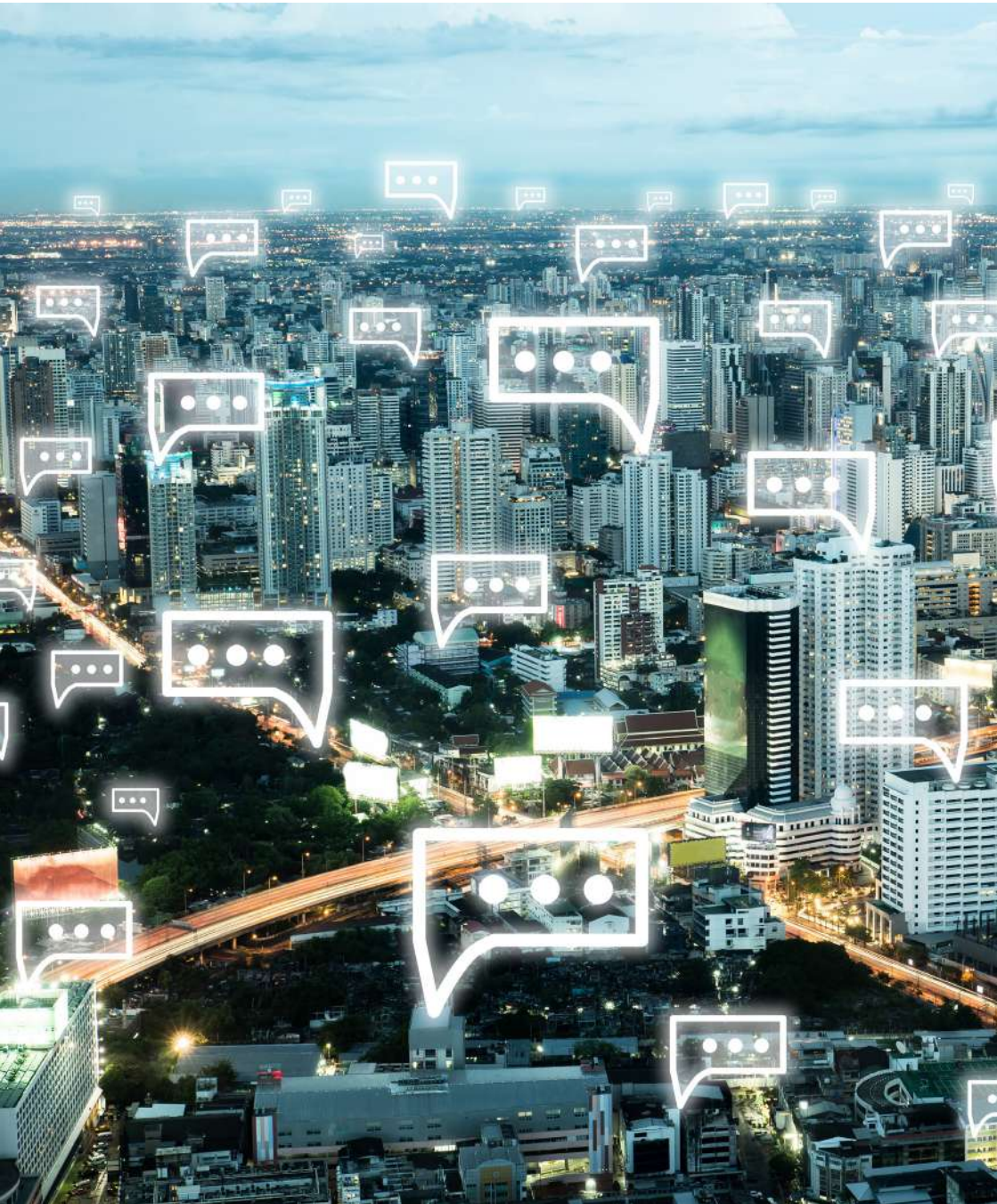
PRINCIPES

Het respecteren van de sectornormering bij de ontwikkeling van nieuwe toepassingen is onontbeerlijk.

AANBEVELINGEN

- Bij portefeuilleconsultatie is het aangewezen dat de verzekeringsmakelaar een maximale vrijheid behoudt om zijn klantentoeegang te definiëren, en waar nodig te beperken. Het is aangewezen dat de verzekeringsmakelaar een segmentatiemogelijkheid in de breedte (welke klanten) en in de diepte (tot welk niveau) behoudt.
- De *look and feel* van de makelaarssite moet behouden blijven bij de ontwikkelingen van nieuwe toepassingen voor de website van de verzekeringsmakelaar.
- Wanneer de verzekeringsmakelaar een onderschrijvingsmodule gebruikt op zijn website, is het aangewezen dat er een automatische synchronisatie bestaat tussen de module en het beheerpakket.

4. DIGITAAL CHARTER VOOR BROCOM



Er is ook een rol weggelegd voor Brocom, het samenwerkingsplatform tussen de meeste verzekeringsmaatschappijen die met verzekeringsmakelaars werken en de makelaarsfederaties FVF en Feprabel. De missie van Brocom is de promotie van de rol en de meerwaarde van de verzekeringsmakelaar, en dit aan de hand van het distributielabel.

AANBEVELINGEN

- Brocom is hét geschikte platform om generieke items aan te leveren voor de Sector Catalog. De campagnes dienen tevens beschikbaar te zijn op de Sector Catalog. Op die manier kan de verzekeringsmakelaar ook op zijn eigen website de campagnes versterken.
- De website 'Makelaar in Verzekeringen' heeft een centrale functie inzake de online positionering van de verzekeringsmakelaar. Het principe van 'at top of google' moet verder gestimuleerd worden.
- Brocom zorgt voor de continuïteit van de weboplossing voor de verzekeringsmakelaar.



Autolei 250 - 2160 Wommelgem

tel. 03 244 12 80

fax 03 216 97 45

info@fvf.be

www.fvf.be

Wettig erkende beroepsvereniging

RPR: 0408.383.064

V.U.: Kelly Schamphelaere

Ontwerp: FVF