

Van aanmaning tot zorgpas

Wat is de kracht van fysieke post voor VGZ?

Maar liefst 84% van de consumenten geeft aan dat fysieke post helpt om administratieve acties te onthouden*. Herkennen organisaties die aanmaningen, inlogcodes of pasjes versturen deze cijfers? We vragen het aan Twan Dijkstra, product owner bij VGZ.



Digitale strategie versus fysieke post

Net als veel bedrijven focust VGZ zich op digitalisering. Hoe verhoudt zich dat tot fysieke post? Twan vertelt: 'Ons team richt zich op het betalen van je verzekering. Dat proberen we uiteraard zo klantvriendelijk en kostenefficiënt mogelijk te maken. Daarom doen we hard ons best om onze klanten digitaal te informeren. Dat is ook in lijn met onze strategie. Zo kun je direct een polis beschikbaar stellen aan de klant. En het is een stuk duurzamer natuurlijk. Toch zien we dat ongeveer 27% van onze klanten fysieke post ontvangt.'

Aanmaning, zorgpas en een kaartje

Van een aanmaning tot zorgpas, VGZ verstuurt verschillende soorten fysieke post. En naar een diverse doelgroep. Twan legt uit: 'Klanten die nog post willen ontvangen, zijn soms minder digitaal vaardig of houden graag een fysieke administratie bij. De grootste bulk post sturen we in november naar deze groepen, als we de nieuwe polissen versturen. Door het jaar heen ontvangen zij ook zorgfacturen door de brievenbus. De zorgpas stellen we in onze app beschikbaar en is op aanvraag ook per post te ontvangen. En ook bij een eventuele 3e aanmaning sturen we een reminder per post. Ook kunnen klanten-servicemedewerkers een kaartje sturen voor persoonlijke aandacht. Bijvoorbeeld bij een geboorte of overlijden. Dat is natuurlijk een enorme meerwaarde van fysieke post. Het is echt een stukje betrokkenheid wat we daarmee laten zien. Dan is het fijn dat de samenwerking met PostNL heel prettig is. Onze bezorgdoelstellingen worden gehaald.'

Verrassende onderzoeksresultaten

Uit het onderzoek van MetrixLab* blijkt onder andere dat 67% van de consumenten het belangrijk vindt dat aanmaningen van verzekeraars per post komen. Een verrassende uitkomst vindt Twan: 'We bieden digitaal de optie om direct te betalen, dat is handig. Of om een herinnering in te stellen als je later wilt betalen. Maar ik kan me voorstellen dat als je een - misschien wel vervelend - stapeltje op tafel hebt liggen, dat goed kan werken als reminder. De aanmaning per post blijft dan een logische stap in ons aanmaningsproces. Daarnaast houden we de innovaties voor fysieke post goed in de gaten, zoals de 2D matrixcode.' De 2D matrixcode maakt digitale services mogelijk zoals Mijn Post in de PostNL-app.

“Ongeveer 30% van onze klanten wil fysieke post blijven ontvangen.”

Twan Dijkstra, product owner bij VGZ

Over VGZ

VGZ is met ruim 2,1 miljoen verzekerden een van de grootste zorgverzekeraars zonder winstoogmerk van Nederland. VGZ is onderdeel van Coöperatie VGZ. Deze coöperatie voert de zorgverzekering uit voor verschillende merken, waaronder VGZ. In totaal verzekert de coöperatie ruim 4 miljoen klanten.