



Innovatie en verandering lopen als een rode draad door de carrière van Han de Ruiter, sinds 2010 directeur marketing bij Aegon Nederland. Onder aanvoering van Marco Keim is Aegon al enige jaren bezig met een veranderingstraject waarbij de processen binnen het verzekeringsbedrijf volledig worden afgestemd op de klant. Een kolfje naar de hand van De Ruiter, zo blijkt. Want het is zijn stellige overtuiging dat het klantbelang altijd centraal moet staan. "Met Aegon zijn we op de goede weg, maar het moet nog beter!"

De boekenkast van... Han de Ruiter

Welke boeken spreken de mensen uit onze branche aan? Waardoor laten zij zich persoonlijk en zakelijk inspireren? Deze keer gunt **Han de Ruiter** ons een blik in zijn boekenkast. Hij vertellen uit welke boeken hij inspiratie put.

“We zijn bij Aegon bezig om te leren denken als een klantbedrijf. Daar is een cultuuromslag voor nodig, omdat wij als intermediair-verzekeraar altijd weinig klantcontacten hebben gehad. Nu ligt dat anders en moeten we intern mensen ervan doordringen dat in een klantbedrijf wordt gesproken over klanten in plaats van polissen, en over klantenservice in plaats van een callcenter. Ook zorgen we ervoor dat de ontwikkeling van nieuwe producten altijd is gekoppeld aan klantervaringen. Dit soort zaken houden mij bezig en daar stem ik mijn leesgedrag op af. Denk bijvoorbeeld aan *De 9+ ervaring* van Barry Veldhoen en Stephan van Slooten en *Groeien door tevreden klanten* van James Heskett, Earl Sesser en Leonard Schesinger.”

NIET BETER, MAAR ANDERS

“De klant centraal stellen is makkelijker gezegd dan gedaan. Soms is alleen iets ‘beter doen’ namelijk niet genoeg. Het boek *Anders* van Yougme Moon gaat erover dat er soms echt wezenlijke veranderingen nodig zijn. Wat we moeten doen is het organigram omdraaien en de klant helemaal bovenaan zetten. Daaronder staan de afdelingen die zich bezighouden met klantenservice omdat zij de poort zijn naar de klant. Het is de taak van het management om klantenservice zo goed mogelijk te faciliteren. Dat soort ingrepen vraagt om een fundamentele andere manier van denken.

“Iedereen is op dit moment bezig met klantloyaliteit in de vorm van nps-scores. *De ultieme vraag 2.0* van Fred Reicheld is een standaardwerk. Ook Aegon heeft wereldwijd voor de nps-score gekozen. Maar het gaat uiteindelijk om de manier waarop je als bedrijf weet te onderscheiden. En dat verschil kun je alleen bereiken als je zaken echt verandert. Dat zit 'm in de executie. Dan pas verandert de nps-score.”

UW GELD STAAT BIJ DE NOTARIS

“We zijn druk bezig om de ervaringen van onze klanten systematisch te betrekken bij de invulling van onze processen. De *customer*

journey noemen we dat. Een concreet voorbeeld is ons hypotheekproces, waarin de wensen van de klant geïntegreerd zijn. Zo bleken mensen het heel belangrijk te vinden om precies te weten wanneer het geld bij de notaris stond. Het proces is nu standaard zo ingericht dat klanten een sms'je krijgen als het geld bij de notaris staat. Een kleine ingreep, die enorm betekenisvol is voor de klant.

“Als het gaat over klantervaringen is *Building great customer experiences* van Colin Shaw en John Ivens mooi leesvoer. Aegon heeft speciale *customer experiences marketers* in dienst. Zij analyseren de feedback van onze klanten en zetten hun bevindingen op de agenda

// We moeten het organigram omdraaien en de klant helemaal bovenaan zetten //

van het verandermanagementteam. Een ander razend interessant boek is *De datameesters* van Stephan Baker. Dit boek gaat over de enorme hoeveelheid gegevens van particulieren die op internet aanwezig is en hoe je daar als bedrijf op een voor de klant relevante manier gebruik van kunt maken.”

SCANDINAVISCHE THRILLERS

“Er is zo veel vakliteratuur beschikbaar dat je onmogelijk alles kunt lezen. Op mijn iPad krijg ik elke dag allerlei nieuws binnen. Dat scan ik en als mijn oog op iets interessants valt, klik ik door en kan ik verder zoeken. Daar is de iPad echt perfect voor. Verder ontbijt ik elke ochtend met *de Volkskrant* en *het Financieele Dagblad*. Voor mijn ontspanning lees ik het liefst detectives. De laatste tijd ben ik vooral enthousiast over de Scandinavische auteurs als Stieg Larsson en Camilla Läckberg. Een echte aanrader voor liefhebbers van dit genre is ook *De sneeuwman* van Jo Nesbø. Een onwijs spannend boek!” ■