

KETENINTEGRATIE VAN HET INTERMEDIAIRE DISTRIBUTIEKANAAL IN DE VERZEKERINGSBRANCHE

*'Huidige ontwikkelingen in de verzekeringsbranche en de mogelijkheden voor
Zevenwouden Verzekeringen om ketenintegratie te realiseren'*

Heerenveen, 10 februari 2006



KETENINTEGRATIE VAN HET INTERMEDIAIRE DISTRIBUTIEKANAAL IN DE VERZEKERINGSBRANCHE

*'Huidige ontwikkelingen in de verzekeringsbranche en de mogelijkheden voor
Zevenwouden Verzekeringen om ketenintegratie te realiseren'*

Heerenveen, 10 februari 2006

Auteur:
Studie:

Simon Boorsma
M.Sc Business information technology
specialization Networked Business

In opdracht van:

ALGEMENE FRIES ONDERLINGE
SCHADEVERZEKERINGSMAATSCHAPPIJ
ZEVENWouden UA
te Heerenveen

Met begeleiding van:

dhr. A.F.M. Soontiëns
Manager Financiën en Informatie

Onder supervisie van:

UNIVERSITEIT TWENTE
te Enschede

Met begeleiding van:

dhr. K. Sikkel
Leerstoel Informatie Systemen
Faculteit Elektrotechniek, Wiskunde en Informatica

dhr. A.B.J.M. Wijnhoven
Leerstoel Bedrijfsinformatiekunde,
Faculteit Bedrijf, Bestuur en Technologie

SAMENVATTING

Het onderwerp van het afstudeeronderzoek betreft ketenintegratie in het intermediaire distributiekanaal van de verzekeringsbranche. De projectomgeving bestaat uit de organisatie van de opdrachtgever, Zevenwouden Verzekeringen, en de branche waar zij in actief is: de schadeverzekeringsbranche voor particuliere en zakelijke klanten. Ter bescherming van de concurrentiepositie wil Zevenwouden Verzekeringen ketenintegratie realiseren. Op basis hiervan is de volgende doelstelling voor het project geformuleerd:

Wat is de impact van ketenintegratie op de bedrijfsvoering van een intermediairverzekeraar en welke problemen en mogelijke oplossingen zijn er bij implementatie van ketenintegratie.

In de verzekeringsbranche worden meerdere initiatieven voor ketenintegratie genomen om het intermediairdistributiekanaal te versterken en de kosten voor de administratieve verwerking te verlagen. Deze ontwikkelingen ten aanzien van ketenintegratie zijn onderverdeeld in vijf groepen, namelijk: branchebrede initiatieven, initiatieven uit samenwerking, individuele initiatieven door verzekeringsmaatschappijen, initiatieven door volmachten en ontwikkeling van ketenintegratie-software door derden.

Branchebrede initiatieven

De branchebrede initiatieven betreffen het maken van afspraken en het opstellen van standaarden. Momenteel zijn er vier aan elkaar gerelateerde standaarden ontwikkeld voor het standaardiseren van de informatie-uitwisseling in het intermediairdistributiekanaal: de proces-, gegevens-, transactie- en presentatiestandaard. De processtandaard beschrijft de activiteiten die in het intermediairdistributiekanaal worden ondernomen. Op basis van deze procesbeschrijvingen worden transacties beschreven die op het koppelvlak elektronisch moeten kunnen plaatsvinden. Voor standaardisatie van de uitwisseling van gegevens wordt gebruik gemaakt van de gegevensstandaard waarin het All Finance Datamodel is uitgewerkt. De transactiestandaard omschrijft een techniek voor de communicatie in het intermediairdistributiekanaal op basis van de gegevensstandaard. De presentatiestandaard is opgesteld om de gebruiksvriendelijkheid voor een medewerker van het intermediair op de extranetten van de diverse verzekeringsmaatschappijen te vergroten door gemaakte afspraken over de opbouw van en invoervolgorde van verzekeringsformulieren.

Initiatieven van samenwerkende verzekeringsmaatschappijen

Op basis van de door de branche opgestelde standaarden kan een ketenintegratie-oplossing worden geïmplementeerd. Uit samenwerking van meerdere verzekeringsmaatschappijen is het initiatief genomen om een transactieplatform, MeetingPoint, voor het intermediair te ontwikkelen. Met MeetingPoint wordt een informatielink geboden waar het aangesloten intermediair op basis van de transactiestandaard transacties kan uitvoeren bij de deelnemende maatschappijen.

Individuele initiatieven van de verzekeringsmaatschappijen

Een ander initiatief is de ontwikkeling van een informatielink, in de vorm van extranetten, door de verzekeringsmaatschappijen zelf. Doel hiervan is om te zorgen voor een efficiëntere communicatie en informatie-uitwisseling voor het aangesloten intermediair. Uit de analyse blijkt dat ook de kleinere verzekeraars niet ver achterblijven met de implementatie van transactiefunctionaliteiten op het extranet.

Initiatieven door volmachten

door gevolmachtigde intermediairs is een ander initiatief genomen, namelijk het aanbieden van vergelijkingsdiensten voor het aangesloten intermediair. Door de specifieke positie die een gevolmachtigde in de waardeketen inneemt en de gecentraliseerde administratie is de integratie van de systemen bij het intermediair en bij de verzekeringsmaatschappij niet aan de orde. Waardoor gevolmachtigde intermediairs in staat zijn om eigen informatielinks en diensten op te zetten voor het aangesloten intermediair en haar klanten.

Ontwikkeling van ketenintegratie-software door derden

Door overige partijen worden ook initiatieven genomen. Zo zijn er door leveranciers ketenintegratie oplossingen op basis van de in de branche ontwikkelde standaarden ontwikkeld. Deze oplossingen hebben een groot bereik, enerzijds bieden ze een oplossing voor het geschikt maken van het extranet van de verzekeringsmaatschappij voor implementatie van de transactiestandaard en anderzijds kan het een totaaloplossing voor de gehele frontoffice automatisering betreffen.

De enabler voor de ontwikkelingen van initiatieven van ketenintegratie in de verzekeringsbranche is internettechnologie. De ontwikkelingen die momenteel plaatsvinden richten zich op het vereenvoudigen en versnellen van de administratieve processen die zowel bij het intermediair als bij de verzekeringsmaatschappijen plaatsvinden. Momenteel bestaan hier een aantal oplossingen voor, namelijk de ontwikkeling en distributie van offerteapplicaties door de verzekeringsmaatschappijen aan het aangesloten intermediair.

Voor de realisatie van een ketenintegratie - oplossing dient te ondersteunen functionaliteit te worden bepaald. In het onderzoek zijn de volgende twee typen functionaliteit voor een interorganizational information system onderscheiden:

- Het voldoen aan de informatiebehoefte;
- mogelijkheid bieden voor het uitvoeren van transacties.

De intermediair heeft tijdens de uitvoer van zijn werkzaamheden een behoefte aan product- of maatschappijspecifieke informatie, die middels een interorganizational information system ter beschikking kan worden gesteld door de betreffende verzekeringsmaatschappij. Naast deze informatiebehoefte heeft het intermediair nog behoefte aan specifieke managementinformatie, zoals resultaatgegevens. De ondersteuning die een interorganizational information system aan de informatiebehoefte van het intermediair kan bieden is door het online beschikbaar te stellen van de betreffende informatie. Gezien de activiteiten die worden uitgevoerd in de waardeketen is het mogelijk voor een interorganizational information system om hier ondersteuning aan te bieden. De waardeobjecten die tijdens de activiteiten tussen de partijen worden gedistribueerd betreffen informatiedragende objecten waardoor het goed mogelijk is dit op een digitale, efficiënte manier uit te voeren. Op deze wijze kan dus een mogelijkheid worden geboden voor het uitvoeren van transacties.

Voor de realisatie van een ketenintegratie-oplossing voor Zevenwouden Verzekeringen zijn drie scenario's onderscheiden. De scenario's onderscheiden zich op verschillende punten waarbij enerzijds de te gebruiken techniek voor onderscheid zorgt en anderzijds of Zevenwouden Verzekeringen de oplossing zelf zal (laten) ontwikkelen of dat er gebruik wordt gemaakt van een bestaande oplossing. Hieronder een beschrijving van de verschillende scenario's.

Scenario I. Integratie met de tussenpersoonapplicatie

Integratie met de tussenpersoonapplicatie betreft het bieden van functionaliteit om gegevens die al in de tussenpersoonapplicatie aanwezig zijn te gebruiken bij het uitvoeren van transacties. Voor realisatie dient gebruik te worden gemaakt van de transactiestandaard. Deze schrijft voor dat voor implementatie van een koppeling met de tussenpersoonapplicatie de verzekeringsmaatschappij moet beschikken over een extranet. Dit extranet kan worden ontwikkeld voor zowel de informatievoorziening als voor het bieden van transactiemogelijkheden aan het intermediair. Door het zelf ontwikkelen van een extranet kan Zevenwouden Verzekeringen bepalen welke functionaliteiten worden ondersteund.

Scenario II aansluiten bij het initiatief MeetingPoint

MeetingPoint biedt een transactieplatform voor het intermediair, waarmee transacties mogelijk zijn met de deelnemende maatschappijen. Tevens wordt door MeetingPoint de transactiestandaard GIM gebruikt, waardoor integratie met de applicaties van het intermediair mogelijk is. Voor de communicatie tussen MeetingPoint en verzekeringsmaatschappij dient een specifieke koppeling te worden gerealiseerd, zodat de

transacties grotendeels real-time kunnen plaatsvinden. MeetingPoint biedt naast transactiemogelijkheden het aangesloten intermediair ook de mogelijkheid om klant-, polis-, product- en rekening-courantgegevens en de polisvoorwaarden van alle deelnemende verzekeringsmaatschappijen te raadplegen. Voor maatschappij specifieke informatie, zoals productiegegevens, statusinformatie over aanvragen, mutaties en schades en marketingacties, kan worden overwogen om een eigen informatielink voor het aangesloten intermediair te realiseren, bijvoorbeeld door de implementatie van een extranet.

Scenario III Ontwikkelen van offertesoftware

Het derde scenario betreft het verder ontwikkelen van de bestaande offertesoftware van Zevenwouden Verzekeringen. Momenteel is offertesoftware beschikbaar waarmee het intermediair premieberekeningen kan uitvoeren en offertes kan opstellen voor het 7+ pakket. Door het verder ontwikkelen van deze software is het mogelijk om transactiemogelijkheden aan de applicatie toe te voegen. Tevens kan de informatievoorziening middels de applicatie worden gerealiseerd. Hierbij is het een mogelijkheid om een applicatie te ontwikkelen die periodiek nieuwe informatie of updates ontvangt en nieuwe aanvragen, mutaties op bestaande polissen voor verwerking verstuurt naar Zevenwouden Verzekeringen.

Uit het onderzoek is geconcludeerd dat het tweede scenario een goede manier geeft voor realisatie van een ketenintegratie-oplossing. Grootste voordelen van dit scenario ten opzichte van de overige is dat door uitbesteding de ontwikkeling en beheer van de transactiemogelijkheden en ondersteuning bieden aan het aangesloten intermediair weinig capaciteit van Zevenwouden Verzekeringen vraagt. En is het mogelijk om middels MeetingPoint meer intermediairs te bereiken, door de samenwerking van meerdere maatschappijen wordt MeetingPoint momenteel door ongeveer 5500 intermediairs gebruikt.

Implementatieplan scenario II aansluiten bij het initiatief MeetingPoint

Gekozen is voor een gefaseerde invoering van het scenario, waarbij de mate van systeem integratie en de organisatorische consequenties het onderscheid maken tussen de verschillende fasen. De eerste fase betreft het aanbieden van transactiemogelijkheden voor het aangesloten intermediair via MeetingPoint. De tweede fase betreft de ontwikkeling van een module voor automatische acceptatie van standaard aanvragen en mutaties, waaruit het meteen terugkoppelen van resultaten van de transactie aan de betreffende intermediair moet leiden. De laatste fase is het geautomatiseerd verwerken van automatisch geaccepteerde aanvragen en mutaties in de backoffice systemen van Zevenwouden Verzekeringen en een implementatie van de resultatenservice. Doordat de wijze waarop MeetingPoint de resultatenservice wil gaan implementeren en de mogelijkheden die de nieuwe versie van de verzekeringsapplicatie biedt nog niet bekend zijn, is in het huidige stadium geen gedetailleerde informatie voor de implementatie van de derde fase. Deze fase is aan het implementatieplan toegevoegd ter verduidelijking van waar de automatisering toe zou kunnen leiden.

Door een gefaseerde implementatie wordt de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen langzamerhand betrokken en kan ze geleidelijk aan kennis maken met de nieuwe communicatiekanalen die door de gekozen oplossing voor ketenintegratie mogelijk zijn. Veranderingen voor de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen liggen in de eerste fase bij de afdeling Acceptatie en de buitendienstmedewerkers en betreft voornamelijk de realisatie van een nieuw communicatiekanaal voor het intermediair. In de tweede fase is de impact door de implementatie van een module voor automatische acceptatie groter doordat hiermee een gedeelte van het werk van afdeling Acceptatie wordt geautomatiseerd. De redenen hiervoor dient voor het waarborgen van betrokkenheid goed te worden gecommuniceerd.

Voorwoord

Dit rapport geeft de resultaten van het afstudeeronderzoek die ik bij Zevenwouden Verzekeringen van mei 2005 tot november 2005 heb uitgevoerd. Met dit afstudeeronderzoek sluit ik de masterstudie Bedrijfsinformatietechnologie op de Universiteit Twente af. Ik probeer met dit rapport een indruk te geven van het uitgevoerde onderzoek en welke ontwikkelingen er momenteel spelen bij de opdrachtgever en de verzekeringsbranche, die ik tijdens het half jaar durende onderzoek heb kunnen aanschouwen.

Het eerste hoofdstuk geeft aan in welke omgeving het project is uitgevoerd en een korte omschrijving van het uitgevoerde onderzoek en aanpak. In het tweede hoofdstuk worden de ontwikkelingen die momenteel spelen in de projectomgeving, de verzekeringsbranche, nader beschreven en wordt hiermee ook het belang aangegeven van het onderwerp van mijn afstudeeronderzoek, namelijk ketenintegratie voor het intermediaire distributiekanaal. In dit hoofdstuk worden een aantal initiatieven onderscheiden die momenteel worden ondernomen door de verscheidene partijen in de branche. Het derde hoofdstuk geeft een korte technische uitleg van de technologie en standaarden die een rol spelen bij deze initiatieven. In het vierde hoofdstuk wordt doormiddel van een use-case benadering aangegeven waarvoor de initiatieven voor kunnen worden gebruikt en voornamelijk welke processen in de keten hierdoor worden ondersteund. Op basis van het voorgaande zijn scenario's onderscheiden voor op welke wijze Zevenwouden Verzekeringen ketenintegratie kan realiseren voor haar en haar aangesloten intermediair. Op basis van de geformuleerde scenario's is een keus gemaakt die het meest voldoet aan opgestelde criteria voor Zevenwouden Verzekeringen en wordt in hoofdstuk 6 uitgewerkt in een implementatieplan. Dit implementatieplan geeft een gefaseerde invoering van het gekozen scenario 'Aansluiten bij het initiatief MeetingPoint' weer, waarbij in de fases rekening is gehouden met de mate van systeemintegratie en impact op de huidige organisatie.

Dit was in het kort de opbouw van dit rapport, echter geeft weinig inzicht in het proces wat hiervoor werd doorgaan. Het voorwoord lijkt me de juiste plaats om hier nog een beetje aandacht aan te besteden. Ik moet zeggen dat het half jaar dat ik aan de slag ben geweest bij Zevenwouden Verzekeringen als een zeer leuke ervaring heb meegemaakt en de periode ook snel weer voorbij was. Bij deze wil ik de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen bedanken voor de mogelijkheid om daar mijn afstudeeronderzoek bij hun te voltooien. Tijdens het onderzoek een aantal leuke uitstapjes gehad zoals de inloopsessies bij SIVI waaraan ik heb deelgenomen en de interviews die we tijdens het veldonderzoek hebben afgenomen. Bij deze wil ik iedereen bedanken die me tijdens dit veldonderzoek heeft geholpen bij het verzamelen van de informatie.

Tot slot wil ik graag even vermelden dat ik blij ben dat mijn scriptie af is en hiermee mijn opleiding kan voltooien. Naar mijn mening is het een duidelijk opgezet rapport wat de resultaten van mijn onderzoek in opdracht van Zevenwouden Verzekeringen duidelijk aangeeft.

Simon Boorsma

Britsum, Februari 2006

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING.....	IV
1. PROJECT.....	10
1.1 Projectomgeving	10
1.1.1 De verzekeringsbranche	10
1.1.2 Zevenwouden Verzekeringen	11
1.2 Projectomschrijving.....	13
1.2.1 Doelstelling en onderzoeksvragen	13
1.2.2 Onderzoeksmodel.....	15
1.3 Samenvatting.....	16
2. ONDERZOEKSVELD.....	17
2.1 Distributiekanaal in de verzekeringsbranche	17
2.2 Communicatiekanalen in het intermediaire distributiekanaal	19
2.2.1 Interorganizational information systems.....	20
2.3 Initiatieven voor ketenintegratie	22
2.3.1 Branchebrede initiatieven	22
2.3.2 Initiatieven van samenwerkende verzekeringsmaatschappijen.....	28
2.3.3 Individuele initiatieven van de verzekeringsmaatschappijen.....	29
2.3.4 Initiatieven door gevolmachtigde intermediairs.....	31
2.3.5 Ontwikkeling van ketenintegratie-oplossingen door derden.....	32
2.4 Conclusie	32
2.4.1 Welke partijen zijn onderdeel van de betreffende keten	32
2.4.2 Het belang van ketenintegratie	32
2.4.3 Ontwikkelingen binnen de verzekeringsbranche	32
3. TECHNOLOGIE	34
3.1 Internettechnologie	34
3.1.1 Webservices.....	34
3.1.2 Smart client applicaties	35
3.2 Generieke Interface Manager.....	36
3.2.1 Transactieservice	37
3.2.2 Resultatenservice.....	39
3.2.3 Beveiliging van de transacties.....	40
3.3 Conclusie	40

4.	FUNCTIONELE REQUIREMENTS	41
4.1	De waardeketen	41
4.2	Samenwerking in de keten	42
4.2.1	Het waardegezichtspunt	42
4.2.2	Het procesgezichtspunt	45
4.3	Te ondersteunen functionaliteiten.....	49
4.4	Conclusie	50
5.	SCENARIO'S VOOR KETENINTEGRATIE	51
5.1	Mogelijkheden voor ketenintegratie	51
5.1.1	De informatiebehoefte in het intermediairdistributiekanaal.....	51
5.1.2	Mogelijkheid voor transacties	52
5.2	Scenario's voor implementatie van ketenintegratie	53
5.2.1	Scenario I. Integratie met de tussenpersoonapplicatie	54
5.2.2	Scenario II aansluiten bij het initiatief MeetingPoint.....	57
5.2.3	Scenario III Ontwikkelen van offertesoftware.....	59
5.3	Conclusie	60
6.	IMPLEMENTATIEPLAN.....	62
6.1	Fase 1: Bieden van transactiemogelijkheden.....	62
6.1.1	Stappen voor implementatie.....	63
6.1.2	Overige stappen.....	64
6.1.3	De uitrol bij het intermediair	64
6.1.4	Organisatorische consequenties	64
6.2	Fase 2: Automatische acceptatie en afgeven van polis	65
6.2.1	Stappen voor implementatie.....	65
6.2.2	Organisatorische consequenties	66
6.3	Fase 3: Implementatie van de resultatenservice	66
6.4	Tijdspad implementatie	67
6.5	Samenvatting.....	68
7.	CONCLUSIE.....	69
EPILOOG		71
LITERATUURLIJST.....		72
BIJLAGEN.....		72

1. PROJECT

In dit hoofdstuk wordt het uitgevoerde afstudeeronderzoek omschreven door een beschrijving van de projectomgeving en het onderzoeksplan te geven. In de eerste paragraaf wordt de branche waar de opdrachtgever in actief is beschreven. Vervolgens wordt in een bedrijfsomschrijving van de opdrachtgever, Zevenwouden Verzekeringen, aangegeven welke positie zij in deze branche inneemt door aan te geven met welke producten en op welke manier zij de markt bewerkt. In de tweede paragraaf wordt het onderzoeksplan, zoals dat bij aanvang van het project is opgesteld, nader behandeld. Hierin wordt de doelstelling aan de hand van de aanleiding van het onderzoek uitgelegd en door het opstellen van onderzoeksvragen nader behandeld. Op basis hiervan wordt de gehanteerde onderzoeksmethodiek omschreven. Het volledige onderzoeksplan van het afstudeeronderzoek is in bijlage A opgenomen.

1.1 Projectomgeving

De projectomgeving bestaat uit de organisatie van de opdrachtgever en de branche waarin zij actief is. Allereerst wordt hier een korte inleiding gegeven van deze branche en vervolgens wordt in de tweede paragraaf een bedrijfsomschrijving van de opdrachtgever gegeven.

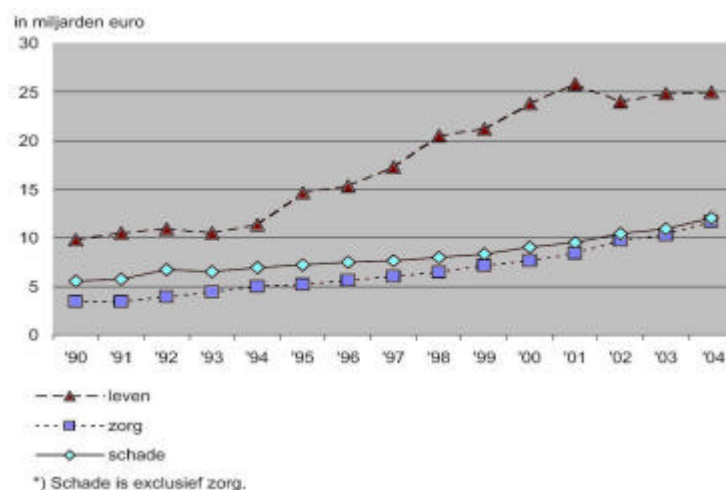
1.1.1 De verzekeringsbranche

Op basis van kerngegevens uit Verzekerd van Cijfers [Vv05], een jaarlijks rapport van het Verbond van Verzekeraars, wordt in deze paragraaf een korte omschrijving van de verzekeringsbranche gegeven. Hierin wordt op basis van een onderverdeling in specifieke sectoren aangegeven hoe groot, gemeten in aantal verzekeringsmaatschappijen en bruto premie omzet, deze deelmarkt is.

Volgens deze kerngegevens waren er in 2004 524 verzekeringsmaatschappijen actief in Nederland. Dit aantal is gebaseerd op het aantal instellingen onder toezicht van De Nederlandsche Bank en die op 31 december in het bezit waren van een vergunning. De verzekeringsbranche was in 2004 goed voor een bruto premie inkomen van € 47,2 miljard (€25 miljard Leven en €22,2 miljard Schade inclusief zorg). Ook gezien de ontwikkeling van de bruto premieomzet in de verzekeringsbranche, zoals weergegeven in de grafiek van figuur 1.1, kan worden vastgesteld dat het een groeiende markt betreft. Het premievolume in de levenssector steeg in 2004 met 1% en in de schadesector was een stijging van 4%. Hierbij kan opgemerkt worden dat de stijging minder hard was dan in voorgaande jaren. De zorgsector steeg met 16% tot € 11,6 miljard, waardoor de sector Zorg voor het eerst groter is dan de sector Schade.

De verzekeringsbranche kan door te kijken naar het type verzekering worden verdeeld in de sectoren: Schade

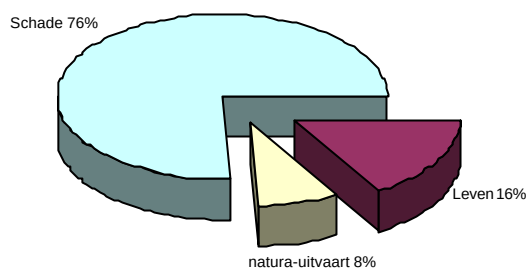
(inclusief Zorg), Natura-uitvaart en Leven. Natura verzekeringen kenmerken zich door de manier van uitbetaling. Deze uitbetaling is namelijk geen geldbedrag maar een pakket aan (standaard) diensten. Het duidelijkste voorbeeld van dit type verzekering betreft de uitvaartverzekering. Levensverzekeringen zijn verzekeringen waarbij de premie



Figuur 1.1: Ontwikkeling van de bruto premieomzet [Vv05]

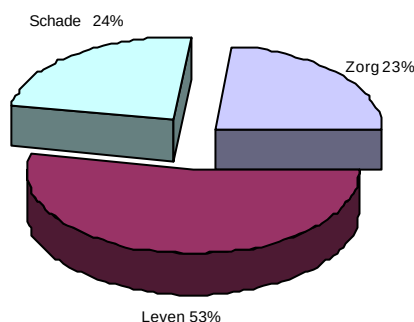
en/of de uitkering afhankelijk zijn van "het verzekerde leven", oftewel het op een bepaalde datum al dan niet in leven zijn van de verzekerde. Schadeverzekeringen betreffen verzekeringen waarbij een risico op schade voor een te bepalen bedrag wordt verzekerd, met als doel dat als de verzekerde schade lijdt deze door de verzekeringsmaatschappij wordt gecompenseerd.

In figuur 1.2 wordt een verdeling van het aantal verzekeraars per sector weergegeven. Uit deze grafiek is af te leiden dat in de sector 'Schade' (inclusief zorg) de meeste verzekeringsmaatschappijen actief zijn, namelijk 76%. Dit ten opzichte van 'Leven' met 16% en 'Natura-uitvaart' met 8%.



Figuur 1.2: Aantal verzekeraars per sector [Vv05]

Naast een verdeling op basis van het aantal verzekeringsmaatschappijen in de sector, kan ook een verdeling worden gemaakt op basis van de bruto premieomzet. De grafiek in figuur 1.3 geeft deze verdeling op basis van brutopremieinkomen in 2004 weer voor de sectoren Leven, Schade (exclusief zorg) en Zorg (hierbij is in tegenstelling tot figuur 1.2 de sector Schade opgesplitst). Opvallend aan deze verdeling is dat de sector Leven 53% van de bruto premieomzet voor zijn rekening neemt, dit terwijl uit de grafiek van figuur 1.2 opvalt dat hier maar slechts 16% van de verzekeringsmaatschappijen in actief zijn. De overige 47% van de bruto premieomzet wordt door 76% van alle verzekeringsmaatschappijen behaald. Hierbij kan worden opgemerkt dat van deze bruto premieomzet 23% voor rekening van de zorgverzekeringsmaatschappijen is.



Figuur 1.3: Bruto Premieomzet per sector [Vv05]

Bovenstaande heeft geleid tot een opdeling van de verzekeringsbranche in de sectoren Leven, Schade en Zorg. Ook kan worden vastgesteld dat de schadesector (inclusief zorg), waarin 76% van de verzekeringsmaatschappijen in actief zijn, een zeer competitieve sector betreft, terwijl de grootste sector, althans gemeten naar bruto premievolumen per jaar, de sector Leven betreft.

1.1.2 Zevenwouden Verzekeringen

De opdrachtgever voor het afstudeeronderzoek is Zevenwouden Verzekeringen. De volledige bedrijfsnaam is 'Algemene Friese Onderlinge Schadeverzekeringsmaatschappij Zevenwouden UA'. Een verzekeringsmaatschappij mag volgens de wet kiezen uit twee rechtsvormen, namelijk de naamloze vennootschap, waar de aandeelhouders de eigenaren zijn of de onderlinge waarborgmaatschappij, waar de polishouders de eigenaren zijn. Voor Zevenwouden is gekozen voor de vorm van de onderlinge waarborgmaatschappij.

De uitgesloten aansprakelijkheid (UA) betekent dat polishouders niet aansprakelijk gesteld kunnen worden. De UA voeren kan alleen als de verzekeringsmaatschappij de financiële risico's kan dragen, dus haar risico voor een deel onderbrengt bij herverzekeraars en/of over voldoende eigen vermogen beschikt.

Geschiedenis

Zevenwouden is in 1901 opgericht te Gorredijk. Hier was Zevenwouden tot 1936 gevestigd, waarna zij vanuit Heerenveen is gaan opereren. Na de tweede wereldoorlog is Zevenwouden samen gaan werken met de Algemene Friese Groot Noord-Hollandse (AFGN). Deze maatschappij werkte met tussenpersonen die alleen voor AFGN opereerden.

Na de oorlog kwam er ook meer behoefte aan diversiteit van verzekeringen. De tussenpersonen dreigden hun klanten bij een andere verzekeringsmaatschappij onder te brengen als de AFGN niet een grotere diversiteit aan verzekeringen aan zou bieden. Zij hebben daarop contact gezocht met Zevenwouden omdat deze gespecialiseerd is in brandverzekeringen, waar men bij de AFGN onvoldoende kennis had van om de gevraagde diversiteit aan verzekeringen te bieden.

De samenwerking met de Algemene Friese bracht twee grote veranderingen met zich mee voor Zevenwouden Verzekeringen. Ten eerste kreeg men toegang tot de landelijke markt en ten tweede ging men alleen nog met tussenpersonen werken, waar daarvoor ook zonder bemiddeling van tussenpersonen verzekeringen werden afgesloten.

Vanaf 1968 is de directeur van de AGO (daarvoor AFGN) ook directeur van Zevenwouden Verzekeringen en woont ook in hetzelfde pand. In deze fase is er duidelijk sprake van groei door samenwerking.

Begin jaren tachtig fuseren AGO en Ennia (Den Haag). De nieuwe naam voor het bedrijf is Aegon geworden. De gevolgen voor Zevenwouden waren duidelijk voelbaar, omdat Ennia ook objecten tegen brand verzekerde en deze brandverzekeringen wilde behouden. Ennia had haar eigen netwerk van tussenpersonen die op dezelfde markt als de tussenpersonen van Zevenwouden Verzekeringen opereerden. Gevolg hiervan was dat men elkaar ging beconcurreren. In de tweede helft van de tachtiger jaren is Zevenwouden Verzekeringen weer zelfstandig gaan opereren. Uit marktonderzoek is gebleken dat Zevenwouden Verzekeringen een grote naamsbekendheid heeft op het gebied van verzekeren van rietgedekte panden. Hierdoor is besloten om zich hierop te gaan richten en enigszins te specialiseren: een nichestrategie.

Producten

Zevenwouden Verzekeringen is met haar producten actief op zowel de particuliere als de zakelijke markt voor schadeverzekeringen. Op de particuliere markt richten ze zich met twee pakketten, namelijk het 7+ en 7flex pakket. Het 7+ pakket is een verzekeringspakket voor huiseigenaren en woninghuurders en is op basis van vaste premies. De volgende verzekeringen kunnen onderdeel zijn van het pakket: woonhuisverzekering, inboedelverzekering, wettelijke aansprakelijkheidsverzekering, gezinsongevallenverzekering, doorlopende reisverzekering en rechtsbijstandverzekering. Hiernaast richt het 7Flex pakket zich op verzekeringen voor speciale objecten. Deze bevat dezelfde verzekeringen als in het 7+ pakket, maar is ook geschikt voor panden met rieten daken en stacaravans. Het onderscheid tussen deze twee pakketten zit in de premieopbouw van de brandverzekeringen. Bij het 7flex pakket is de premieopbouw op basis van promillages over de verzekerde sommen in tegenstelling tot de premieopbouw van het 7+ pakket waarbij dit op basis van vaste premies is.

Naast de particuliere pakketten kent Zevenwouden ook een zakelijk product. Hierin kunnen voor midden- en kleinbedrijven bedrijfspanden en inventarissen worden verzekerd. De zakelijke markt is gericht op agrarische bedrijven en het midden- en kleinbedrijf. Horeca, industrie en grote opslagplaatsen worden niet door Zevenwouden Verzekeringen verzekerd. Uitzonderingen worden af en toe wel gemaakt als een complete camping verzekerd wordt met een klein restaurant daarbij, dan wordt het verzekeren van horecagelegenheden geaccepteerd.

Marktpositie Zevenwouden Verzekeringen

Zevenwouden Verzekeringen is met haar producten 7+ en 7flex actief in de schadesector. De schadesector kan naar type product worden onderverdeeld in: inkomensderving, motorrijtuigen, brand, algemene aansprakelijkheid en rechtsbijstand. Zevenwouden Verzekeringen richt zich met haar producten op brand, algemene aansprakelijkheid en rechtsbijstand voor zowel particuliere als zakelijke klanten. Voor de distributie van haar producten maakt Zevenwouden Verzekeringen gebruik van het (gevolmachtigde) intermediair, waarbij het merendeel van de producten via het onafhankelijke intermediairdistributiekanaal wordt gedistribueerd. In de vorm van gevolmachtigde intermediairs zijn een aantal uitzonderingen. Zo is de Friesland Bank een gevolmachtigd intermediair. Echter kijkend naar de premieomzet wordt de meeste premieomzet met het 7+ pakket en via het onafhankelijke intermediair behaald.

Organisatie

De organisatie van Zevenwouden Verzekeringen bestaat uit ongeveer 13 FTE en is verdeeld over de interne afdelingen Acceptatie, Schade, Buitendienst, Financiële administratie en het Secretariaat. Afdeling Acceptatie beoordeelt nieuwe aanvragen, offerteverzoeken en mutaties en stelt de polissen op. Afdeling Schade beoordeelt de schademeldingen. De buitendienst onderhoudt het contact met het intermediair en mogelijk nieuwe contacten te leggen. Hiernaast worden inspecties van nieuw te verzekeren objecten door de buitendienst uitgevoerd.

1.2 Projectomschrijving

Een duidelijke trend in de verzekeringsbranche is de digitalisering van de communicatie en een verdere integratie van de bedrijfsprocessen bij de verzekeringsmaatschappij en haar omgeving, zoals intermediairs, expertbureaus, volmachten en klanten. Zevenwouden is genooddaakt om mee te gaan in deze trend van ketenintegratie ter bescherming van haar concurrentiepositie. De ontwikkeling van ketenintegratie wordt mogelijk gemaakt door brancheafspraken voor standaarden in IT middelen.

Een belangrijk onderdeel in de realisatie van ketenintegratie betreft de ontwikkeling van een extranet voor de communicatie met de intermediairs en de verdere integratie met de bedrijfsprocessen. Bijzonder element in het afstudeeronderzoek is het feit dat Zevenwouden in het marktsegment een relatief kleine speler is. Hierdoor is, in vergelijking met branchegerelateerde organisaties, een beperkt budget beschikbaar voor het realiseren van de ketenintegratie.

1.2.1 Doelstelling en onderzoeksvragen

Zoals al is aangegeven in de aanleiding van het onderzoeksproject is de realisatie van ketenintegratie bij Zevenwouden Verzekeringen en haar intermediair er vooral op gericht om de concurrentiepositie te beschermen. Hiernaast moet de invoering van middelen voor realisatie van ketenintegratie ertoe leiden dat de verhouding tussen kosten en premieomzet wordt verbeterd. Vanuit de bedrijfsdoelstellingen bekeken kan de realisatie van ketenintegratie bijdragen aan de doelstelling, namelijk het verhogen van de premieomzet tegen lagere kosten.

Het onderwerp van het afstudeeronderzoek betreft ketenintegratie in het intermediaire distributiekanaal van Zevenwouden Verzekeringen. In het kader van dit onderzoek wordt getracht om de volgende doelstelling/vraagstelling te beantwoorden:

Wat is de impact van ketenintegratie op de bedrijfsvoering van een intermediairverzekeraar en welke problemen en mogelijke oplossingen zijn er bij implementatie van ketenintegratie.

Ter verduidelijking van deze doelstelling zijn onderzoeksvragen opgesteld, aan de hand waarvan het onderzoekmodel is opgesteld. Uit de doelstelling van het afstudeerproject kunnen de kernbegrippen; *ketenintegratie*, *problemen*, *impact* en *implementatie*, worden afgeleid. Op basis van deze kernbegrippen zijn de volgende vier centrale onderzoeksvragen geformuleerd:

-
1. Wat is het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en voor Zevenwouden;
 2. Welke problemen bij realisatie van ketenintegratie kunnen worden onderscheiden;
 3. Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden;
 4. Hoe kan ketenintegratie voor Zevenwouden worden geïmplementeerd.

Stap 1. Wat is het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en voor Zevenwouden

De eerste stap betreft voornamelijk het onderzoeken van algemene achtergrondinformatie over de ontwikkelingen in de verzekeringsbranche en wat dit voor Zevenwouden betekent. In deze stap wordt geanalyseerd welke ontwikkelingen er zijn in de verzekeringsbranche en welke bijdrage ketenintegratie hieraan kan leveren. Onderzoeksvragen die aan de hand van de centrale onderzoeksvraag van deze stap zijn geformuleerd zijn:

- Welke ontwikkelingen ten aanzien van ketenintegratie zijn er binnen de verzekeringsbranche;
- Het belang van ketenintegratie voor Zevenwouden;
- Welke partijen zijn onderdeel van de betreffende keten.

Stap 2. Welke problemen bij realisatie van ketenintegratie kunnen worden onderscheiden

De tweede stap bestaat uit een verdieping in het belang en de problematiek van ketenintegratie in de verzekeringsbranche. Op basis hiervan kan een goed beeld worden geschetst van de mogelijkheden van ketenintegratie in het algemeen en voor Zevenwouden in het bijzonder. Nadat er een beeld is geschetst van de mogelijkheden van ketenintegratie bij verzekeringsmaatschappijen kan, op basis van ervaringen van branchegerelateerde organisaties met de invoering van ketenintegratie, worden getoetst op de haalbaarheid. Ook wordt op deze manier een duidelijk beeld verkregen van de problemen met betrekking tot ketenintegratie en kan worden geanalyseerd in hoeverre de ervaringen vanuit de praktijk overeenkomen met de theorie. Ter verduidelijking van deze stap zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

- Wat staat er in de literatuur omschreven over de problematiek van ketenintegratie;
- Welke mogelijkheden en bedreigingen biedt ketenintegratie voor de Zevenwouden;
- Welke ervaringen hebben branchegerelateerde organisaties met ketenintegratie;
- Welke problemen zijn te onderscheiden bij ketenintegratie in de verzekeringsbranche.

Stap 3. Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden

Bij de derde stap zal de impact van ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden nader worden geanalyseerd. Op basis van de problemen die in stap 2 zijn onderscheiden, wordt geanalyseerd welke bedrijfsprocessen bij de ketenintegratie zijn betrokken en welke invloed het zal hebben op deze bedrijfsprocessen en de organisatie van Zevenwouden. Onderzoeksvragen die bij deze stap zullen worden beantwoord, zijn:

- Welke bedrijfsprocessen zijn betrokken bij de ketenintegratie;
- Welke veranderingen zullen plaatsvinden binnen deze bedrijfsprocessen;
- Wat is de impact van die veranderingen op de organisatie.

Stap 4. Hoe kan ketenintegratie door Zevenwouden worden geïmplementeerd

Voor het opstellen van het implementatieplan voor ketenintegratie bij Zevenwouden wordt nagegaan welke functionaliteiten prioriteit hebben om te integreren in de keten. Tevens zullen er keuzes worden gemaakt over de invoering, namelijk welke ketenonderdelen worden als eerste betrokken bij het project. Hierbij kan gedacht worden aan een gefaseerde invoering. De volgende onderzoeksvragen zullen bij deze stap worden beantwoord:

- Op basis van welke criteria kunnen prioriteiten worden vastgesteld;
- Welke functionaliteit heeft prioriteit om te integreren in de keten;
- Welke onderdelen uit de keten hebben prioriteit om ermee te werken.

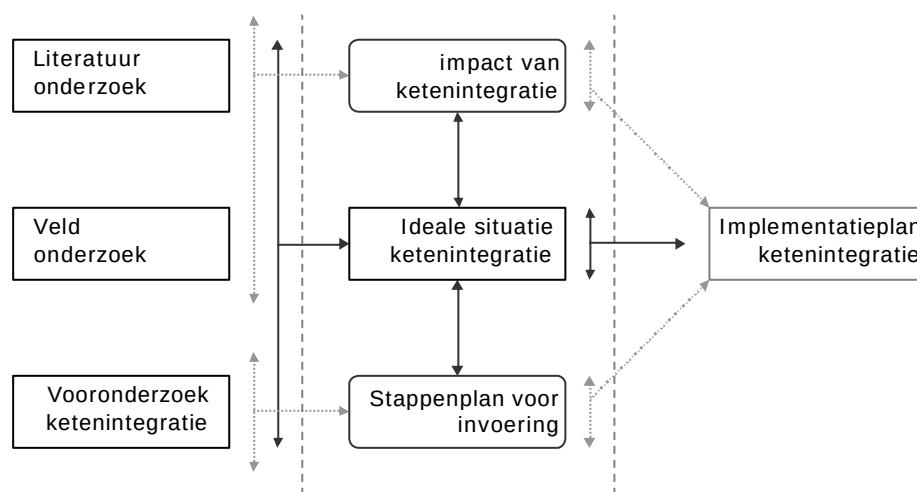
1.2.2 Onderzoeksmodel

Het onderzoek naar welke problemen zich bij ketenintegratieprojecten voordoen, zal bestaan uit meerdere onderdelen. Allereerst zal worden geanalyseerd welke mogelijkheden ketenintegratie biedt, belangrijke ontwikkelingen in de branche en welke problemen er voor de organisatie ontstaan bij ketenintegratie. Hiernaast wordt een veldonderzoek gedaan bij branchegerelateerde bedrijven die een ketenintegratieproject (hebben) ondergaan. Motivatie hiervoor is dat een veldonderzoek leidt tot waardevolle informatie ten aanzien van de problematiek bij invoering van ketenintegratie. Het resultaat zal bestaan uit een implementatieplan voor ketenintegratie bij Zevenwouden.

Het eerste deelonderzoek bestaat uit een literatuurstudie voor verdere verdieping in de mogelijkheden die ketenintegratie biedt voor de verzekeringsbranche en wordt een analyse van de oorzaken van de problemen die zich volgens de theorie (kunnen) voordoen, gemaakt. Tevens heeft de literatuurstudie als doel om op basis van de mogelijkheden van ketenintegratie een beeld te vormen van de ideale situatie. Het resultaat hiervan zal door het uitvoeren van een veldonderzoek bij branchegerelateerde bedrijven naar de ervaringen ten aanzien van ketenintegratie, worden getoetst. Dit tweede deelonderzoek heeft als doel te bepalen welke impact ketenintegratie op een organisatie in de verzekeringsbranche heeft en om de haalbaarheid van de in de literatuurstudie opgestelde ideale situatie te analyseren.

Het derde onderdeel van het onderzoek betreft een vooronderzoek naar de impact van ketenintegratie op de organisatie. Binnen dit onderzoek wordt gekeken of bedrijfsprocessen (dienen te) veranderen bij invoering van ketenintegratie en wordt beoordeeld welke veranderingen prioriteit hebben. Tevens zal in dit onderdeel in het kader van een pilot een begin worden gemaakt met de implementatie om op deze wijze meer informatie te verzamelen over specifieke problemen ten aanzien van systeemintegratie bij Zevenwouden.

Op basis van de resultaten van de drie deelonderzoeken, literatuurstudie, veldonderzoek en het vooronderzoek, zal het implementatieplan voor ketenintegratie bij Zevenwouden worden opgesteld. Hierin wordt de impact van en de mogelijke problemen omtrent ketenintegratie omschreven en wordt een advies gegeven over de te nemen stappen. Samenvattend is het onderzoek in figuur 1.5 gemodelleerd.



Figuur 1.5: Onderzoeksmodel

Onderzoeksstrategie

Op basis van een onderzoeksstrategie wordt nader bepaald hoe de benodigde informatie wordt gevonden. Vooral bij het deelonderzoek veldonderzoek is het noodzakelijk om de onderzoeksstrategie nader te bepalen. Gezien de complexiteit van de problematiek rond ketenintegratie is ervoor gekozen om de casestudy-strategie toe te passen. De

gevalstudie geeft een manier om veel gedetailleerder op specifieke problemen, mogelijkheden en bedreigingen in te gaan. Het veldonderzoek is verder uitgevoerd door het houden van interviews met branchegerelateerde bedrijven, zoals brancheorganisaties, intermediairkantoren, verzekeringsmaatschappijen en ontwikkelaars van branchespecifieke software.

1.3 Samenvatting

De projectomgeving bestaat uit de organisatie van de opdrachtgever en de branche waar zij in actief. De verzekeringsbranche kan worden opgedeeld in de sectoren Leven, Schade en Zorg. De opdrachtgever is met een tweetal pakketproducten: het 7flex pakket en het 7+ pakket actief in de schadesector op zowel de particuliere als de zakelijke markt. De producten van Zevenwouden Verzekeringen worden door een nationaal netwerk van onafhankelijke assurantieadviseurs, het intermediair, en een aantal gevolmachtigde intermediairs aan de verzekeringnemer verkocht.

Het onderwerp van het afstudeeronderzoek betreft ketenintegratie in het intermediaire distributiekanaal van de verzekeringsbranche. Dit onderwerp is gekozen in verband met een trend in de verzekeringsbranche voor de digitalisering van de communicatie en een verdere integratie van de bedrijfsprocessen bij de verzekeringsmaatschappij en haar omgeving. Ter bescherming van de concurrentiepositie van Zevenwouden Verzekeringen wil de opdrachtgever met deze trend van ketenintegratie meegaan. Dit is de aanleiding van het afstudeeronderzoek en heeft geleid tot de volgende doel- (vraag)stelling voor het project:

Wat is de impact van ketenintegratie op de bedrijfsvoering van een intermediairverzekeraar en welke problemen en mogelijke oplossingen zijn er bij implementatie van ketenintegratie.

Uit deze doelstelling van het project kunnen de kernbegrippen; *ketenintegratie*, *problemen*, *impact* en *implementatieplan*, worden afgeleid. Op basis van deze kernbegrippen zijn de volgende vier centrale onderzoeksvragen geformuleerd:

1. Wat is het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en voor Zevenwouden;
2. Welke problemen bij realisatie van ketenintegratie kunnen worden onderscheiden;
3. Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden;
4. Hoe kan ketenintegratie voor Zevenwouden worden geïmplementeerd.

Het onderzoek bestaat uit meerdere onderdelen. Het eerste deelonderzoek bestaat uit een literatuurstudie naar welke mogelijkheden ketenintegratie biedt voor de verzekeringsbranche en tevens wordt er een analyse van de oorzaken van problemen die zich volgens de theorie (kunnen) voordoen, gemaakt.

Het resultaat van het eerste deelonderzoek wordt middels een gevalstudie bij branchegerelateerde bedrijven getoetst. Motivatie hiervoor is dat dit leidt tot waardevolle informatie ten aanzien van de problematiek en mogelijke oplossing bij invoering van ketenintegratie. Het resultaat van dit tweede deelonderzoek is de vaststelling welke impact ketenintegratie heeft op een organisatie en de haalbaarheid van de opgestelde ideale situatie.

Het derde deelonderzoek betreft een vooronderzoek naar de impact van ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden. Binnen dit onderzoek wordt gekeken of bedrijfsprocessen (dienen te) veranderen en wordt beoordeeld welke veranderingen prioriteit hebben.

Op basis van de resultaten van deze drie deelonderzoeken: literatuurstudie, veldonderzoek en het vooronderzoek, is het eindresultaat opgesteld.

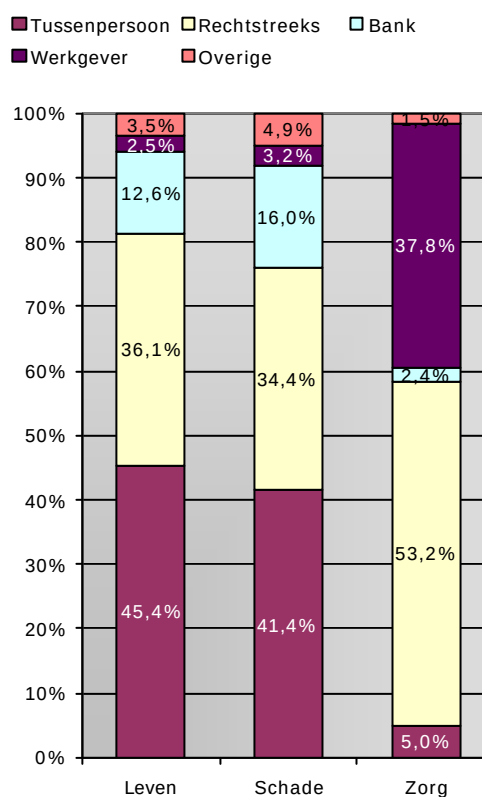
2. ONDERZOEKSVELD

In dit hoofdstuk wordt het onderzoeksveld van het afstudeerproject omschreven. Zoals in de projectomschrijving in hoofdstuk 1 al is aangegeven heeft het onderzoek betrekking op ketenintegratie in de verzekeringsbranche. In dit hoofdstuk zal dit onderzoeksveld nader worden geanalyseerd. Ketenintegratie heeft betrekking op de integratie van bedrijfsprocessen die over de organisatiegrenzen heen reiken en waaraan meerdere partijen uit de waardeketen samenwerken. In dit hoofdstuk wordt eerst geanalyseerd met welke partijen wordt samengewerkt en welke informatiebehoefte er voor deze partijen is. Om de verschillende partijen te onderscheiden, worden de mogelijke distributiekanaalen in de verzekeringsbranche en de bijbehorende waardeketen omschreven. Vervolgens wordt nader gekeken naar de communicatiemogelijkheden en welke invloed dit kan hebben op de partijen. Dit leidt tot een focus op de informatie-uitwisseling in het intermediairdistributiekanaal. Deze informatie-uitwisseling en de middelen hiervoor wordt met ketenintegratie aangeduid. Op dit gebied zijn meerdere initiatieven genomen door de verschillende partijen in de keten. In hoofdstuk 2.3 zullen deze initiatieven worden omschreven.

2.1 Distributiekanaalen in de verzekeringsbranche

In het vorige hoofdstuk is de verzekeringsbranche verdeeld in de sectoren Leven, Schade en Zorg. Binnen deze sectoren kunnen verschillende verkoop- en distributiekanaalen worden onderscheiden. In figuur 2.1 wordt in een grafiek het marktaandeel per distributiekanaal, op basis van premievolume in 2004, per sector weergegeven. Uit deze grafiek is af te lezen dat per sector de verdeling van marktaandeel per distributiekanaal verschillend is. Op basis hiervan kan worden geconstateerd dat de door de verzekeringnemer gekozen distributiekanaal afhankelijk is van het type product. Ieder distributiekanaal heeft specifieke kenmerken en is mogelijk hierdoor meer geschikt voor een bepaalde sector.

Het rechtstreekse distributiekanaal kenmerkt zich door het directe contact tussen de verzekeringsmaatschappij en de verzekernemer. Hierdoor kan de verzekernemer zijn eigen keuzes maken en zelf zijn gegevens beheren. Dit rechtstreekse contact kan op verschillende manieren worden ingevuld, bijvoorbeeld de verzekeringnemer de mogelijkheid te bieden zichzelf te oriënteren en een verzekering af te sluiten bij een regionaal kantoor/winkel of via een website. Een andere mogelijkheid, die meer van toepassing is voor de complexere verzekeringsproducten is advisering aan de verzekernemer door agenten. Hierbij wordt door de agent alleen over producten van de betreffende verzekeringsmaatschappij geadviseerd. In dit advies wordt dus geen vergelijking gemaakt met soortgelijke verzekeringsproducten van andere aanbieders, een onderdeel dat wel door het onafhankelijk intermediair wordt gedaan en het onderscheidende vermogen is van het intermediaire distributiekanaal.



Figuur 2.1: Verdeling marktaandeel per distributiekanaal per sector[Vv05]

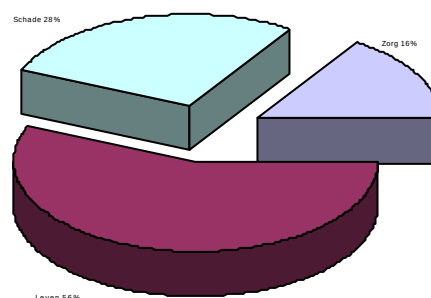
In tegenstelling tot agenten die in loondienst zijn van de verzekeringsmaatschappij is het intermediair een zelfstandige ondernemer die op basis van provisieregelingen met verzekeringsmaatschappijen een vergoeding per afgesloten polis ontvangt. Voor de verzekeringsnemer is de intermediair zijn eerste aanspreekpunt en onderhoudt de intermediair de contacten met de verzekeringsmaatschappijen. Het intermediair-distributiekanaal is, zoals de grafiek in figuur 2.1 laat zien, een veel gehanteerde manier van distributie in de sectoren Leven en Schade. Waarbij het rechtstreekse distributiekanaal in alle sectoren (Leven, Schade en Zorg) wordt gehanteerd.

Naast het rechtstreekse en intermediairdistributiekanaal kan het bancaire distributiekanaal worden onderscheiden. Dit distributiekanaal kenmerkt zich door het gebruik maken van het netwerk van de betreffende bank en de mogelijkheden voor 'cross- en deep-selling'. Denk hierbij aan het aanraden van een verzekering bij het verschaffen van een lening of voor verzekeringen voor specifieke doelgroepen aan de hand van type bank of girorekening, waarvan de studentenverzekering een goed voorbeeld is. Het bancaire distributiekanaal wordt, zoals in figuur 2.1 wordt weergegeven, vooral in de sectoren Leven en Schade gehanteerd.

Het distributiekanaal via de werkgevers is in de sector Zorg, naast rechtstreekse distributie, een veel gehanteerde distributiemethode. Dit werkt via collectieve contracten die de werkgevers met verzekeringsmaatschappijen hebben gesloten voor hun werknemers, met het doel om premiekorting te krijgen. Deze collectieve contracten worden ook in de sectoren Leven en Schade afgesloten, echter dit heeft in die sectoren, zoals in de grafiek van figuur 2.1 is weergegeven, een veel kleiner marktaandeel, respectievelijk 2,5% en 3,2% in 2004. Terwijl in de sector Zorg distributie via de werkgevers een premievolume van 37,8% heeft.

Een verzekeringsmaatschappij is niet gebonden om via één distributiekanaal te werken, echter niet alle combinaties zijn mogelijk. Zo blijkt uit het afstudeeronderzoek van Hoekman [Ho04] dat een combinatie van rechtstreeks en via het onafhankelijk intermediair distribueren door het intermediair als negatief wordt ervaren. Tevens wordt in de uitgevoerde interviews met tussenpersonen [Ho04] aangegeven dat de relatie met de verzekeringsmaatschappij hierdoor mogelijk wordt beëindigd. Het gebruik van verschillende distributiekanaalen voor een intermediairverzekeraar kan wel met het bancaire distributiekanaal en via de werkgevers. Een variatievorm in het intermediairdistributiekanaal is gebruik maken van gevolmachtigde intermediairs, ook wel volmacht genoemd. Een verzekeringsmaatschappij verleent in deze gevallen een volmacht tot een bepaald afgesproken risicobedrag. De gevolmachtigde neemt dan de taken zoals acceptatie, mutaties, prolongatie en administratie over van de verzekeringsmaatschappij. De verzekeringsmaatschappij blijft de risicodrager en wordt dan ook alleen aangesproken bij het voordoen van het betreffende risico.

De opdrachtgever is met haar producten actief in de schadesector en werkt, zoals in de projectomgeving al is aangegeven, grotendeels via het intermediairdistributiekanaal. Hierdoor wordt het onderzoeksveld afgebakend tot het intermediairdistributiekanaal in de schadesector. Uit de grafiek van figuur 2.2, waarin de opbouw van de bruto premieomzet in 2003 voor het intermediairdistributiekanaal is weergegeven, blijkt dat het intermediair-distributiekanaal 56% van de bruto premieomzet in de sector Leven behaalt, ten opzichte van 28% premieomzet uit de schadesector en 16% uit de zorgsector. Wat echter een zorgwekkende ontwikkeling op dit gebied is, is de afname van het marktaandeel van het intermediairdistributiekanaal in deze sectoren [Vv05]. Wanneer wordt gekeken naar de verdeling van het bruto premievolume vanaf 2002 kan worden geconstateerd



Figuur 2.2: Opbouw premieomzet per sector van het intermediairdistributiekanaal [Vv05]

dat in de sector Leven het marktaandeel voor het intermediair van 53,2% in 2002 naar 45,4% in 2004 is teruggelopen. Dit is een daling van 7,8% procentpunt in een sector waar de bruto premieomzet in diezelfde periode met 4% is gestegen. Wanneer wordt gekeken naar de ontwikkeling van het marktaandeel van de overige distributiekanaalen blijkt dat het rechtstreekse distributiekanaal in diezelfde periode een groeiend marktaandeel heeft van 25% naar 36,1%, een stijging van 11,1 procentpunt. Ook in de schadesector zijn soortgelijke ontwikkelingen te constateren. De schadesector, alhoewel gemeten qua premieomzet de helft van de sector Leven, is voor het opbouwen van een klantrelatie belangrijk voor het intermediair. In dezelfde periode is het marktaandeel in de schadesector van 49% gedaald naar 43,4%, een daling van 6,6 procentpunt, terwijl de bruto premieomzet in deze sector met 6% is gestegen. Hiernaast is er een andere ontwikkeling in het intermediairdistributiekanaal: de daling van het aantal geregistreerde tussenpersonen. Zo waren er in 2002 nog 21.590 tussenpersonen ingeschreven in het SER-register. In 2004 is dit afgenomen tot 20.184 tussenpersonen. Gezien het aantal ingeschreven tussenpersonen (vanaf 2000) is een jaarlijkse daling van plusminus 4% te constateren. Gezien de genoemde ontwikkelingen kan worden gesteld dat in een groeiende markt de positie van het intermediair door het krimpende marktaandeel onder druk staat. Hiervoor worden verschillende oorzaken gegeven. Zo wordt gesteld dat jongeren de weg naar de assurantieadviseur niet kunnen vinden en liever zelf via internet een verzekering afsluiten en hierdoor eerder bij de direct writers terecht komen.

Een van de onderscheidende kenmerken van de distributiekanaalen is de wijze waarop met de verzekernemer wordt gecommuniceerd. In de volgende paragraaf wordt omschreven welke communicatiekanalen in het intermediairdistributiekanaal zijn te onderscheiden en welke rol informatietechnologie speelt bij deze communicatieprocessen.

2.2 Communicatiekanalen in het intermediaire distributiekanaal

De opkomst van informatie en communicatie technologie (ICT) heeft veel veranderingen gebracht in de manier waarop organisaties hun communicatieprocessen organiseren. De inzet van ICT-middelen speelt in toenemende mate een belangrijke rol in de informatiestromen van productontwikkeling tot after sales en beperkt zich niet alleen tot individuele organisaties maar ook tussen organisaties onderling. ICT faciliteert hierbij de communicatie voor de transacties over de grenzen van de organisatie. Deze business-to-business (b2b) communicatie is door veranderingen en inzet van ICT in de communicatieprocessen veranderd. De opkomst van ICT brengt nog meer veranderingen met zich mee, onder meer op het gebied van ketenintegratie.

Park en Yun [Pa04] geven aan dat de voordelen van een efficiënte, effectieve en innovatieve manier van communicatie die de barrières in tijd en geografie kan overstijgen de interorganizational relatie verbeteren. Het grote voordeel hiervan is samen te vatten in kostenbesparing, als resultaat van snelle transacties, snel toegang tot andere markten en aanbieders en een efficiënt management van het gehele supply chain proces. Het gebruik van internettechnologie in b2b communicatie beperkt zich volgens Park en Yun [Pa04] dan ook niet tot specifieke branches of organisatiegrootte.

Hiernaast heeft de komst van internettechnologie impact op de manier van communicatie. Zo zal de communicatie tussen de klant en de organisatie meer via meerdere communicatiekanalen gaan lopen. De klant ziet het bedrijf als een geheel en vraagt hierbij om een transparante communicatie, onafhankelijk van het kanaal of medium. In de praktijk blijkt het niet mee te vallen om de gewenste transparante communicatie te realiseren. Het is een complex architectuur probleem dat zich niet snel laat oplossen en waar veel organisaties mee te maken hebben.

Bij het gebruik van meerdere communicatiekanalen wordt vooral aan de voorkant van de systemen, de frontoffice, gedacht, de communicatie via meerdere kanalen naar de klant bevindt zich namelijk ook hier. Het is echter van belang om op dit gebied bedrijfsbrede keuzes te maken en een bedrijfsarchitectuur te hebben die meerdere communicatiekanalen ondersteunt. Tevens wordt bepleit de functionaliteit per kanaal niet per definitie hetzelfde te laten zijn. Elk kanaal heeft zijn specifieke kenmerken waarvan juist de sterke punten benut moeten worden. Dat betekent dat vanuit strategie en

marketing keuzes moeten worden gemaakt en deze duidelijk moeten worden gecommuniceerd naar de klanten. De keuze van kanalen heeft een directe relatie met het business model dat men kiest. En andersom, de keuze voor bijvoorbeeld een transparant integraal klantbeeld vraagt nogal wat van de gewenste informatiesystemen. De complexiteit wordt daardoor aanzienlijk groter en kan alleen voldoende worden beheerst wanneer een goede architectuur is gedefinieerd en geïmplementeerd.

De ICT middelen die bij de communicatieprocessen worden ingezet worden interorganizational information systems genoemd. In de volgende paragraaf worden deze systemen beschreven en wordt aangegeven welke impact de inzet hiervan kan hebben op het intermediairdistributiekanaal.

2.2.1 *Interorganizational information systems*

De veranderingen in de informatie infrastructuur wordt mogelijk gemaakt door ICT middelen, genaamd interorganizational information systems. Interorganizational information systems zijn geen nieuw fenomeen; de post en telefonie kunnen ook worden beschouwd als lang bestaande voorbeelden hiervan, echter door nieuwe technologieën komen ook weer nieuwe mogelijkheden. Bakos [Ba91] maakt een onderscheid tussen twee typen interorganizational information systems; informatielinks en elektronische markten. De opkomst van nieuwe communicatiemogelijkheden heeft velen doen geloven dat de intermediairs in de traditionele markt in de elektronische markt zullen worden overgeslagen. Sarkar, Butler en Steinfield [Sa95] concluderen echter dat de positie van de traditionele intermediair zal blijven en dat deze nieuwe communicatiemogelijkheden mogelijk een groei van een nieuwe generatie intermediairs tot gevolg kan hebben. Deze nieuwe generatie intermediairs, cybermediairs, zullen organisaties zijn die hun services op een netwerkgerichte wijze verrichten. Volgens het onderzoek van Sarkar, Butler en Steinfield [Sa95] zijn door de ontwikkeling van interorganizational information systems vier mogelijke uitkomsten te verwachten:

- Een versterking van de bestaande band tussen producent en consument;
- Het gebruik van informatienetwerken om het intermediair te passeren middels de ontwikkeling van een directe links met de consument;
- Een versterking van het bestaande intermediairdistributiekanaal;
- De opkomst van nieuwe netwerkgerichte intermediairs, cybermediairs.

In deze paragraaf worden de twee typen interorganizational information systems omschreven en wordt aan de hand van de mogelijke uitkomsten uit het onderzoek van Sarkar, Butler en Steinfield [Sa95] aangegeven welke impact de inzet van deze systemen zal hebben op het intermediairdistributiekanaal in de verzekeringsbranche.

Elektronische markten

Sarkar, Butler en Steinfield [Sa95] geven aan dat door nieuwe technologie nieuwe netwerkgerelateerde intermediairs zullen ontstaan voor het aanbieden van services in de waardeketen. Een nieuwe technologie zoals interorganizational information systems voor elektronische markten, maakt de opkomst van een nieuwe generatie intermediairs, cybermediairs, mogelijk. De rol van de elektronische markten is het samenbrengen van de aanbieders en de afnemers waarbij de service bestaat uit het maken van vergelijkingen ter ondersteuning van de keus van de afnemer. De afnemers zullen volgens Bakos [Ba91] hun voordeel halen uit de ontwikkeling van elektronische markten. Enerzijds omdat hierdoor de concurrentie scherper wordt, wat vaak resulteert in lagere prijzen. Anderzijds worden de afnemers door de cybermediairs beter geïnformeerd over de beschikbare producten en kunnen hierdoor een aanbieder kiezen die beter aan de specifieke behoefte van de klant voldoet.

Deze vorm van interorganizational information systems bevindt zich meer in de communicatie met de verzekernemer en is te vergelijken met de service die momenteel door het intermediair aan de consument wordt geboden. De inzet van deze systemen is voor een verzekeringsmaatschappij niet interessant. De kenmerken van een elektronische markt zijn het samenbrengen van meerdere aanbieders een taak die momenteel door het intermediair worden uitgevoerd. De verzekeringsmaatschappijen die gebruik maken van het intermediairdistributiekanaal dienen een ondersteunende rol te vervullen door het beschikbaar stellen van middelen voor een efficiënte communicatie en distributie naar

deze intermediairs toe. Het onderzoeksveld heeft verder geen betrekking op elektronische markten en wordt dan ook afgebakend tot het type interorganizational information systems; informatielinks.

Informatielinks

Informatielinks zijn de interfaces tussen de waardeketen van de aanbieder en de waardeketen van de afnemer. Bakos [Ba91] stelt dat de inzet van interorganizational information systems een substituut voor informatie-uitwisseling in de keten biedt, resulterend in een hogere capaciteit en versnelling van communicatie tegen lagere coördinatiekosten. De inzet van informatielinks in de waardeketen kan leiden tot de door Sarkar, Butler en Steinfield [Sa95] genoemde uitkomsten:

- een versterking van de bestaande producent - consument link;
- het gebruik van informatienetwerken om de intermediair te passeren door een directe link met de consument;
- een versterking van het bestaande intermediairkanaal.

Door het gebruik van informatielinks worden de verzekeringsmaatschappijen in staat gesteld om, tegen relatief lage kosten, service aan te bieden die in de traditionele markt door het intermediair werd geboden. Hierdoor kan de inzet van deze interorganizational information systems de bestaande relatie tussen verzekeraar en verzekernemer versterken en eventueel worden gebruikt om het intermediair te passeren.

Volgens Benjamin en Wigand [Be95] heeft een rechtstreekse relatie tussen de verzekeraar en verzekernemer het voordeel dat de verzekeringsmaatschappij een hogere waardetoevoeging heeft in de waardeketen, waardoor hogere marges kunnen worden gehaald. Voor de consument heeft dit lagere prijzen door een kortere waardeketen als voordeel. Volgens Sarkar [Sa95] is deze uitkomst echter niet te verwachten, omdat bij deze theorie de rol van het intermediair gezien wordt als coördinatie. Echter de rol die het intermediair vervult in de waardeketen is veel groter en hierdoor moeilijker te vervangen door een informatielink. Gezien deze constatering is de uitkomst dat de inzet van informatielinks leidt tot een versterking van het bestaande intermediairdistributiekanaal te verwachten. Deze versterking heeft betrekking op een snellere afhandeling, lagere transactiekosten en korte doorlooptijden van transacties.

De impact van de ontwikkeling van informatielinks op de verzekeringsbranche wordt door Clemons en Hitt [Cl05] op basis van drie factoren: prijstransparantie, differential pricing en disintermediation geanalyseerd. Voor de hele branche is een verhoogde prijstransparantie door internettechnologie een significante factor. Vooral voor de sectoren met producten die eenvoudig door de consument kunnen worden vergeleken, zal dit een belangrijke factor zijn. Verhoogde prijstransparantie is in het voordeel voor de consument, leidend tot een verhoogd 'consumer surplus', ten koste van de producent, die extra investeringen dient te maken in service of differentiatie. Prijstransparantie speelt een beperkende rol op de impact van internettechnologie. Zo zijn voor het verkrijgen een premie-indicatie voor een verzekeringsproduct veel gegevens nodig, zoals klant-, dekking-, object- en risicogegevens. Hierdoor kunnen vergelijkingssites wel zorgen voor een hogere prijstransparantie, echter de mate van complexiteit van een verzekeringsproduct maakt het moeilijk om verzekeringen te vergelijken. Differential pricing speelt door het bepalen van het eigenlijke risico een grote rol bij verzekeringen. Dit heeft een negatief effect op de transparantie binnen de markt.

De centrale rol die het intermediair vervult in de distributie van een verzekering heeft een beperkende factor voor disintermediation. Allereerst zien de meeste klanten hun tussenpersoon als leverancier en aanspreekpunt voor de verzekering in plaats van de verzekeringsmaatschappij en wordt door het merendeel van de consumenten het contract zonder heroverweging van het product, de verzekeraar of tussenpersoon verlengd. Hiernaast erkent het intermediair dat de besparingen op de provisies een groot onderdeel zijn van de kostenbesparing door gebruik te maken van internetdistributie, zoals het zich in het rechtstreekse distributiekanaal voordoet. Pogingen om internettechnologie te gebruiken voor directe distributie of interactie met de consument kan daarom ook rekenen op veel weerstand vanuit het intermediair. Dit blijkt ook uit het al eerder genoemde afstudeeronderzoek van Hoekman [Ho04] waaruit blijkt dat een combinatie

van rechtstreeks en via het onafhankelijk intermediair distribueren door het intermediair als negatief wordt ervaren en hierdoor mogelijk de relatie wordt beëindigd.

Op basis van de analyse door Sarkar, Butler en Steinfield [Sa95] en de omschrijving van de door Bakos [Ba91] onderscheiden typen interorganisational information systems die van toepassing zijn op het intermediair distributiekanaal kan worden geconcludeerd dat door de inzet en ontwikkeling van informatielinks en elektronische markten, de volgende uitkomsten zijn te verwachten:

- Een versterking van het bestaande intermediair;
- De opkomst van nieuwe netwerkgerichte intermediairs.

De opkomst van nieuwe netwerkgerichte intermediairs heeft te maken met nieuwe mogelijkheden die zich voordoen door de ontwikkeling van interorganizational information systems. Deze cybermediairs zullen hun service volledig via het betreffende netwerk aanbieden. Hier is een onderscheid in te maken op basis van het type service en in hoeverre dit van toepassing is in het intermediairdistributiekanaal. Zo is een cybermediair die services als webhosting aanbiedt, mogelijk wel onderdeel van de samenwerking in de waardeketen, maar behoort hij niet tot de kernactiviteiten van het intermediairdistributiekanaal. Daarentegen een cybermediair die een vergelijkingsdienst voor verzekeringen aanbiedt, behoort wel tot de kernactiviteiten in het intermediairdistributiekanaal. Hiervoor kunnen verzekeringsmaatschappijen ondersteunende services door middel van de ontwikkeling van informatielinks aanbieden. Volgens Sarkar, Butler en Steinfield [Sa95] resulteert dit in een versterking van het bestaande intermediair.

Gezien deze analyse is het onderzoeksveld afgebakend tot ketenintegratie in het intermediairdistributiekanaal door de ontwikkeling van informatielinks. In de volgende paragraaf worden de huidige initiatieven voor ketenintegratie in de verzekeringsbranche omschreven.

2.3 Initiatieven voor ketenintegratie

In de eerste paragraaf is aangegeven dat de positie van het intermediairdistributiekanaal onder druk staat door een afname van marktaandeel, gemeten aan de hand van bruto premieomzet. Deze ontwikkeling, samen met de kosten die gemaakt worden voor administratieve processen, heeft ertoe geleid dat ketenintegratie hoog op de agenda staat bij de betreffende verzekeringsmaatschappijen. Hierdoor worden er in de verzekeringsbranche verschillende initiatieven genomen ter bevordering van integratie tussen het intermediair en de verzekeringsmaatschappijen. In deze paragraaf worden de initiatieven beschreven en wordt aangegeven welke doelstelling hiermee kan worden behaald. De verschillende initiatieven zijn verdeeld in de groepen:

- Branchebrede initiatieven, zoals de ontwikkeling van standaarden;
- Initiatieven uit samenwerking van verschillende partijen uit de keten, zoals het opzetten van een shared service center voor transacties;
- Individuele initiatieven van de verzekeringsmaatschappijen, hierbij wordt ketenintegratie met het intermediair door de verzekeringsmaatschappij gerealiseerd, bijvoorbeeld door de ontwikkeling van een extranet;
- Initiatieven door gevolmachtigde intermediairs;
- Ontwikkeling van ketenintegratie-oplossingen door derden.

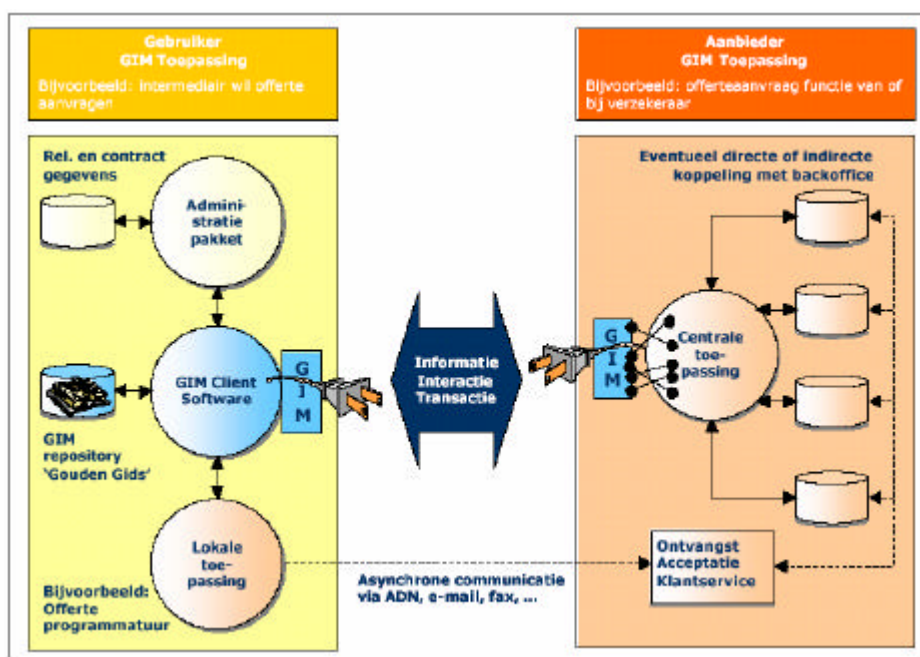
2.3.1 Branchebrede initiatieven

In de branche zijn meerdere initiatieven genomen voor een efficiëntere en snellere informatie-uitwisseling in het intermediairdistributiekanaal. Zo is in 1987 al begonnen met de implementatie van het Assurantie Datanetwerk (ADN) en is in verband met nieuwe technische mogelijkheden in 2003 het Standaardisatie Instituut voor Verzekeringen in de Intermediairbranche (SIVI) opgericht.

Een van de eerste ontwikkelingen op dit gebied betreft de implementatie van het ADN, gebaseerd op een EDI X.400 netwerk. ADN wordt gebruikt voor de informatie uitwisseling tussen de verzekeringsmaatschappijen en het intermediair omtrent polis- en klantgegevens. Via dit netwerk kunnen nieuwe aanvragen en mutaties van klant- en

polisgegevens worden gemeld, zodat dit in de polisadministratie van de betreffende verzekeringsmaatschappij wordt verwerkt. Maar ook de prolongatiegegevens die van verzekeringsmaatschappij naar het intermediair worden verstuurd gaan via het ADN. Het ADN wordt beheerd en geëxploiteerd door ADP. De dienst die door ADP wordt geleverd betreft het ontvangen van de ADN berichten van de maatschappij, controle op syntax en formaat van deze berichten en het distribueren naar de postvakken van de geadresseerde intermediairs, waar de berichten kunnen worden opgehaald. ADN berichten worden opgesteld op basis van het All Finance Datacatalogus (AFD) dat nu in beheer is van SIVI. Op basis van het AFD worden de berichten opgemaakt en door het administratiepakket van het intermediair verwerkt. De werking is op basis van een view systematiek, waarbij de gegevens nodig voor het administreren van polissen worden uitgedrukt in een specifieke ADN-view of maatschappij view voor aanvragen en mutaties en een P-view voor de prolongatieberichten. Dit leidt tot een elektronische verwerking in de administratie van de tussenpersonen of verzekeraars.

Een ander door de branche genomen initiatief betreft het in 2003 opgerichte SIVI. De SIVI ontwikkelt en beheert standaarden voor de informatie uitwisseling in het intermediairdistributiekanaal. Uit het interview met dhr. Vinkenborg (interviewverslag is opgenomen in bijlage D pag. 126) werd duidelijk dat de ontwikkeling van de transactiestandaard in 1998 met ontwerpprojecten door ASN is begonnen. ASN was het softwareontwikkelingsbedrijf van verzekeringsmaatschappij Aegon dat administratiepakketten voor het aangesloten intermediair ontwikkelde. Aangezien één partij in de waardeketen niet voldoende draagvlak kan creëren voor het neerzetten van een standaard, is nadat de ontwikkeling stil heeft gestaan, het ontwerp overgebracht naar ADP, die hier een speciale afdeling, Branche Initiatieven, voor heeft opgezet. In 2001 leidde dit tot de eerste versie van de transactiestandaard GIM, die nu in beheer is van het SIVI. SIVI wordt bestuurd door zes verzekeringsmaatschappijen: Nationale Nederlanden, AEGON, Delta Lloyd, Fortis ASR, London Verzekeringen, Avéro Achmea, en de intermediair belangenverenigingen NVA / NBVA.



Figuur 2.3: Scenario voor informatie uitwisseling [Do02]

Het SIVI heeft vier aan elkaar gerelateerde standaarden ontwikkeld voor het standaardiseren van de informatie-uitwisseling in het intermediairdistributiekanaal, die nodig zijn tijdens het totstandkomen, muteren en prolongeren van de verzekeringspolissen. In eerste instantie zijn de standaarden van toepassing in de schadesector, maar ze zullen worden uitgebreid tot een branchebrede standaard. Bij het

standaardiseren van deze informatie uitwisseling hanteert het SIVI de in figuur 2.3 weergegeven situatie als uitgangspunt waarin de volgende situatie wordt geschetst:

- Het intermediair heeft een eigen administratiepakket dat door een implementatie van de gegevensstandaard in staat is synchroon te communiceren met een verzekeringsmaatschappij.
- Informatie-uitwisseling kan ook asynchroon worden uitgewisseld Deze communicatie vindt plaats via een lokale toepassing bij de verzekeringsmaatschappijen en het intermediair en maakt gebruik van het Assurantie Data-netwerk Nederland.

Afhankelijk van de situatie bij de intermediair of de verzekeringsmaatschappij kan de informatie-uitwisseling plaatsvinden via de synchrone of asynchrone route of via een combinatie van beide. De vier standaarden betreffen alle een ander vlak in de informatie-uitwisseling in het intermediairdistributiekanaal. De processtandaard omschrijft de werkprocessen en geeft zo een verduidelijking van de activiteiten die worden ondernomen. Deze standaard dient als uitgangspunt voor de andere standaarden die zijn ontwikkeld. De gegevensstandaard, vastgelegd in het AFD is in feite een woordenboek voor het elektronisch en gestructureerd uitwisselen van informatie in de financiële branche. De transactiestandaard omschrijft de technische koppeling tussen het intermediair en de verzekeringsmaatschappijen en de presentatiestandaard is ontwikkeld voor uniformiteit voor de presentatie. In de volgende paragrafen zullen deze standaarden nader worden beschreven.

Processtandaard - Atlas intermediaire werkprocessen

Voor de standaardisatie van de interfaces in het intermediairdistributiekanaal is een beschrijving gemaakt van de verschillende activiteiten zoals die zich in de markt voordoen. Uitgangspunt bij deze beschrijving is de levenscyclus van een verzekeringscontract, weergegeven in figuur 2.4. Op basis van deze procesbeschrijvingen worden transacties beschreven die op een geautomatiseerde wijze moeten kunnen plaatsvinden.

In de processtandaard worden de volgende processen onderscheiden: Adviseren: dit betreft het proces waarbij het intermediair op basis van productinformatie van verschillende verzekeringen een advies uitbrengt aan de klant.

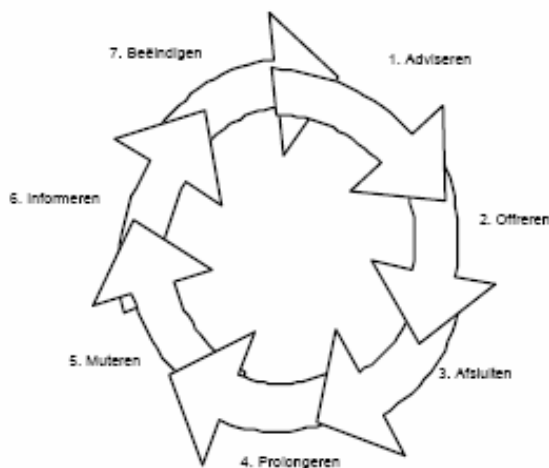
Dit proces wordt opgevolgd door het offerteproces. Hierbij wordt op basis van de klant- en risicogegevens door de verzekeraar een periodieke premie berekend en offerte hiervoor opgemaakt.

Wanneer de klant akkoord gaat met uitgebrachte offerte begint het proces van afsluiten. In dit proces beoordeelt de verzekeraar het aangeboden risico en op basis van acceptatieregels wordt besloten om een polis af te sluiten.

Prolongeren is een periodiek proces waarbij de nota's worden verstuurd, contracten op vervaldatum worden verlengd of beëindigd en mogelijke wijzigingen worden gecommuniceerd. Tevens wordt in dit proces op basis van de provisieregelingen de provisie voor het intermediair met zijn rekening courant verrekend.

Muteren is het proces voor het doorvoeren van wijzigingen in de polisgegevens. Afhankelijk van het type wijziging worden opnieuw de acceptatieregels toegepast en dient het aangeboden risico opnieuw te worden beoordeeld door de verzekeringsmaatschappij. Mutaties op initiatief van de verzekeringsmaatschappij worden via het prolongatieproces gedaan.

Informeren betreft het proces van het beschikbaar stellen van productinformatie en marketingmateriaal aan het intermediair die op basis hiervan zijn klanten kan adviseren.

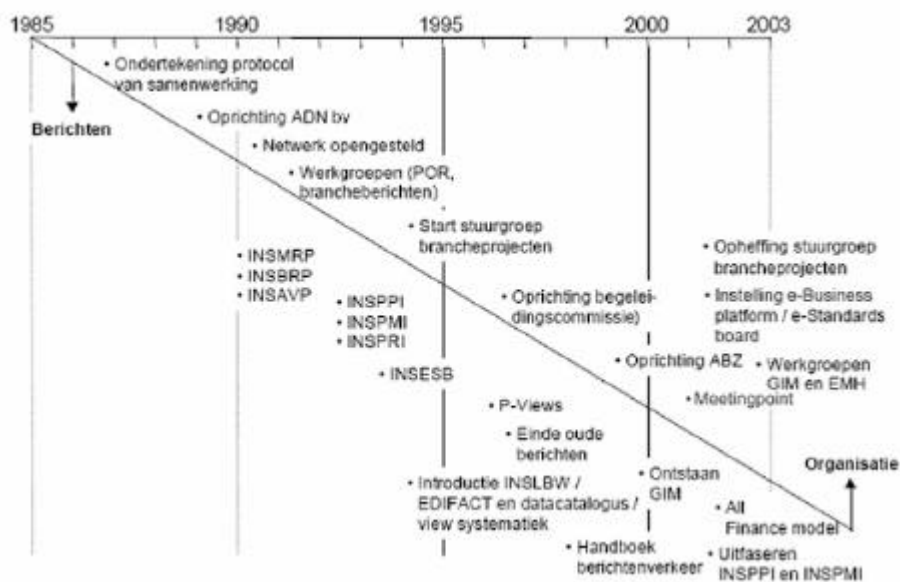


Figuur 2.4: Activiteiten levenscyclus contract [Si03]

Tot slot wordt in de processtandaard het proces Beëindigen onderscheiden. Dit proces heeft betrekking op het beëindigen van een verzekering door de klant, beëindiging van een polis op initiatief van de verzekeringsmaatschappij wordt tijdens het prolongatieproces beëindigd. Een uitgebreide uitwerking van de standaard is in bijlage B bijgevoegd.

Gegevensstandaard - het All Finance Datamodel

Voor standaardisatie van de uitwisseling van gegevens wordt gebruik gemaakt van het bestaande AFD. Deze standaard is een vervanging van de oudere standaard die onderdeel was van ADN. Bij implementatie van het ADN was er behoefte aan een gestandaardiseerde manier van gegevensuitwisseling in het intermediairdistributiekanaal. Dit heeft ertoe geleid dat een datacatalogus is opgemaakt voor gegevensuitwisseling via het ADN (EDIFACT). Door de nieuwe technische mogelijkheden en de ontwikkeling van de transactiestandaard was er reden om de datacatalogus te moderniseren. Tevens was de ADN datacatalogus, door een wildgroei van maatschappijspecifieke (dubbele) entiteiten en attributen, zeer onoverzichtelijk en ongebruiksvriendelijk geworden. Deze redenen hebben ertoe geleid dat de datacatalogus is herzien, en de AFD is opgesteld. Figuur 2.5 geeft de ontstaanshistorie en ontwikkelingen van de AFD weer.



Figuur 2.5: Historie AFD [Si05d]

De AFD is een set van bouwstenen (entiteiten, attributen e.d.) op basis waarvan elektronisch kan worden gecommuniceerd. De doelstelling voor de gegevensstandaard is als volgt geformuleerd;

Een gestandaardiseerd gegevensmodel dat de eenduidige definities vertegenwoordigt tussen de communicerende partijen in de financiële branche voor het aanvragen en muteren van financiële producten. [Si05d]

Het gegevensmodel is bedoeld voor het communiceren van contracten, dus puur gericht op het uitvoeren van transacties, zoals aanvragen en mutaties van financiële producten. Tevens moet het AFD een gegevensmodel zijn voor de gehele financiële branche, dus niet beperkt tot verzekeringen, maar ook hypotheek, universal life, employee benefits en claims kunnen aan de hand van het gegevensmodel worden gecommuniceerd. Het AFD model bestaat uit: Datacatalogus, codelijsten, hiërarchie, waarin de nesting van entiteiten wordt aangegeven, volgorde voor het regelen van de presentatie en een handboek waarin de verplichtingen rond de opzet van berichtdefinities worden uitgelegd.

De datacatalogus bestaat uit entiteiten die worden omschreven door attributen. De waarden van de attributen kunnen zijn vastgelegd volgens een codelijst, waar de codewaarden in staan vermeld. Volgens de statistieken van september 2005 [Si05d] bestaat de AFD uit: 195 entiteiten, 8051 attributen, 186 codelijsten en 782 views en een

groeiend aantal sjablonen (>200). Een view en een sjabloon worden door een verzekeringsmaatschappij opgesteld om aan de hand van de entiteiten en attributen de gewenste gegevens bij aanvraag of mutatie voor de verschillende producten te omschrijven. De datacatalogus is opgedeeld uit een aantal deelcatalogi specifiek voor het type transactie dat wordt gecommuniceerd. Zo zijn de volgende datacatalogi onderscheiden: Contractentransactie, Relatietransactie en Werknemerstransactie.

Een view betreft een elektronisch aanvraag- of mutatieformulier dat aan de hand van het AFD wordt opgesteld voor het transactieverkeer via het ADN door de verzekeringsmaatschappijen. Er zijn algemene (ADN) views gedefinieerd die voor de producten van meerdere maatschappijen gelden. Echter ook heeft de verzekeringsmaatschappij de mogelijkheid specifieke views op te stellen die enkel voor het specifieke product gelden. De views worden geïmplementeerd in de applicatie voor de tussenpersonen door de softwareleveranciers.

Sjablonen dienen door de verzekeringsmaatschappij te worden opgesteld voor het transactieverkeer via de Generieke Interface Manager (GIM) die in de transactiestandaard wordt beschreven. Een sjabloon wordt net als een view omschreven aan de hand van entiteiten en attributen uit de AFD. Op basis hiervan wordt een elektronische aanvraag of mutatieformulier opgesteld waarin wordt vermeld welke gegevens nodig zijn voor het uitvoeren van de gewenste functie (aanvraag, offerte of mutatie). In tegenstelling tot views worden sjablonen niet in de applicatie voor de tussenpersonen ingebouwd, echter bij iedere aanvraag opnieuw opgevraagd. Voordeel hiervan is dat makkelijker nieuwe producten kunnen worden geïntroduceerd of bestaande producten worden gewijzigd. Verdere omschrijving van het gebruik van sjablonen in combinatie met GIM wordt in de beschrijving van de transactiestandaard gegeven.

De opbouw van de AFD berichten is door de gebruikte technieken verschillend. Zo wordt een view via het ADN verstuurd waardoor de hiërarchie tussen de verscheidene entiteiten en bijbehorende attributen verloren gaat. Hiervoor zijn de hiërarchietabellen aan de standaard toegevoegd. Bij sjablonen blijft deze hiërarchie in de berichten intact, doordat het op basis van XML technologie wordt opgemaakt. Het gebruik van sjablonen is van toepassing bij de transactiestandaard die door het SIVI is opgesteld. In de volgende paragraaf wordt deze standaard nader toegelicht.

Transactiestandaard - Generieke Interface Manager

Administratieprocessen en bijbehorende gegevensuitwisseling spelen een grote rol in het intermediairdistributiekanaal, echter behoort niet tot de kernactiviteiten van een verzekeringsmaatschappij of het intermediair en hierdoor wordt in de branche gezocht naar manieren om deze gegevensuitwisseling en administratieprocessen zo efficiënt mogelijk te laten verlopen. Voor het verhogen van de efficiëntie van deze processen en informatiestromen is integratie tussen de verschillende systemen bij zowel het intermediair als de verzekeringsmaatschappijen noodzakelijk, waardoor de problematiek van dubbele administratieve handelingen, lange verwerkings- en responstijden, hoog foutpercentage (25%) kunnen worden opgelost. Gegevensuitwisseling via het ADN heeft, middels asynchrone, batch-gewijze gegevensuitwisseling, reeds gezorgd voor een efficiëncyslag in de branche. De transactiestandaard biedt in aanvulling hierop synchrone gegevensuitwisseling tussen de verschillende systemen in het intermediair-distributiekanaal waardoor een verdere integratie van processen en systemen wordt gerealiseerd.

De transactiestandaard kan worden onderverdeeld in twee type services, namelijk de transactieservice en de resultatenservice. De transactieservice betreft het aanbieden van functionaliteit door de verzekeringsmaatschappij die het intermediair, vanuit zijn eigen werkomgeving, kan aanroepen. Kenmerkend aan deze manier van communicatie is het hergebruik van gegevens die reeds in de systemen aanwezig zijn, zoals klantgegevens. Hierdoor wordt dubbele invoer vermeden en wordt de kans op fouten verlaagd. Functionaliteiten die mogelijk aangeboden kunnen worden, zijn: premieberekening, offerteaanvraag, aanvraag nieuw contract, muteren van contract of klantgegevens, schademelding en afhandeling (vanaf 1 januari 2006), royeren, ophalen contractgegevens en raadplegen contractinformatie. De resultatenservice is voor het uitwisselen van de

resultaten van de aangeroepen functie, bijvoorbeeld een offerte of een polis. Tevens biedt de resultatenservice de mogelijkheid voor het uitwisselen van de prolongatieberichten, waardoor de asynchrone gegevensuitwisseling via ADN kan worden vervangen door gebruik te maken van de resultatenservice.

De transactiestandaard beschrijft de technische koppeling tussen het intermediair en de verzekeringsmaatschappij. Zo wordt in de standaard de mogelijke typen transacties (nieuwe polis, mutatie, etc), de structuur van de berichten ten behoeve van de transacties, de invulling van de inhoud van de berichtenstructuur op basis van de AFD en de technologie voor communicatie omschreven. Voor communicatie wordt gebruik gemaakt van de Generieke Interface Manager (GIM), een koppelingsmodule waarmee de applicatie van de tussenpersoon moet worden uitgebreid. De GIM maakt gebruik van bestaande internettechnologie, zoals webservices en webpagina's, voor het aanroepen van functies en weergave op het scherm. De verzekeringsmaatschappij dient zijn frontofficesystemen uit te breiden met een GIM compliant interface voor het verwerken van de aanvragen van de transactieservice en mogelijk communiceren van het resultaat via de resultatenservice.

De transactiestandaard maakt het mogelijk dat administratieve processen bij zowel het intermediair als bij de verzekeringsmaatschappijen deels geautomatiseerd verlopen en hierdoor minder handelingen nodig zijn. Het intermediair kan vanuit zijn eigen werkomgeving transacties doen bij de betreffende verzekeringsmaatschappij. Echter tijdens het dialoog is het noodzakelijk dat het extranet van de verzekeringsmaatschappij wordt getoond. Aangezien veel verzekeringsmaatschappijen een eigen extranet hebben ontwikkeld, is er nogal wat variatie in werkwijzen op dit gebied. Om de gebruiksvriendelijkheid voor het intermediair te verhogen heeft het SIVI een presentatiestandaard ontwikkeld. In de volgende paragraaf wordt deze standaard nader omschreven.

Presentatiestandaard

Om te bewerkstelligen dat een medewerker van het intermediair de extranetten van de verzekeringsmaatschappijen ervaart als een standaard werkomgeving, worden in de presentatiestandaard richtlijnen voor de opbouw van digitale verzekeringsformulieren gegeven. De bouwstenen van een verzekeringsformulier worden beheerd in de AFD. De doelstelling voor de presentatiestandaard betreft het vergroten van het invoer- en verwerkingsgemak bij de behandeling van verzekeringsformulieren door het intermediair en de verzekeraars (uniformiteit). Naast het bieden van richtlijnen voor de opbouw en presentatie van verzekeringsformulieren kent de presentatiestandaard twee afgeleide doelstellingen:

- Het minimaliseren van kansen op fouten bij het invullen van formulieren;
- Het vereenvoudigen van handmatige invoer bij het intermediair.

De uniformiteit van digitale verzekeringsformulieren die op de verschillende extranetten worden getoond, wordt behaald door de richtlijnen die de presentatiestandaard aangeeft. Deze richtlijnen hebben betrekking op de invoervolgorde van gegevens en de opbouw van formulier. Gezien vanuit het perspectief van de gebruiker, het intermediair, en voor het vereenvoudigen van de handmatige invoer is het gebruiksvriendelijker dat de invoervolgorde voor de gevraagde gegevens, zoals klant- en objectgegevens, bij elk verzekeringsformulier gelijk is. Zo wordt in de presentatiestandaard aangegeven dat een formulier begint met het opvragen van de klantgegevens, en vervolgens de objectgegevens worden gevraagd. Hiernaast wordt in de presentatiestandaard aangegeven dat in het scherm de voortgang van de invoer moet worden getoond en standaardknoppen, zoals vorige en volgende pagina op een duidelijke plaats moeten staan (boven of onderaan het formulier).

De standaarden en afspraken die in de branche worden gemaakt kunnen zeker leiden tot meer gebruikersgemak en minder administratieve handelingen door de partijen in de keten. Echter de betrokken partijen zullen ook een inspanning moeten leveren om aan de betreffende standaarden en afspraken te voldoen, om op deze wijze de beoogde tijd- en kostenbesparing, snellere verwerkings- en responstijden en een versterking van het intermediair distributiekanaal door geautomatiseerde verwerking te verwezenlijken. Voor

deze realisatie zijn meerdere initiatieven, door zowel samenwerking, maatschappij specifieke en door derden genomen. In de volgende paragrafen worden deze mogelijkheden voor realisatie nader beschreven.

2.3.2 Initiatieven van samenwerkende verzekeringsmaatschappijen

Tijdens het onderzoek is gebleken dat op initiatief van meerdere verzekeringsmaatschappijen een platform voor het uitvoeren van transacties in het intermediair-distributiekanaal is opgezet. Door middel van een interview (Interviewverslag is opgenomen in bijlage D pag. 113) is hier meer informatie over verzameld. In deze paragraaf wordt nader aangegeven welke maatschappijen hier aan deelnemen, hoe het transactieplatform werkt en op welke wijze het wordt gebruikt.

Op initiatief van drie verzekeringsmaatschappijen, die van mening zijn dat technologie en infrastructuur geen bron van onderscheidend vermogen is, is het transactieplatform voor het intermediair MeetingPoint opgezet. De dienst van MeetingPoint heeft betrekking op transacties voor de primaire en administratieve processen, zoals offertes, aanvragen en mutaties en richt zich op Commodity en Simple risk producten in de particuliere en klein zakelijke schadeverzekeringen. Momenteel is MeetingPoint een samenwerkingsverband tussen negen verzekeringsmaatschappijen. De aandeelhoudende maatschappijen zijn:

- Fortis ASR, bestaande uit de deelnemende maatschappijen: Amev, Stad Rotterdam verzekeringen, Woudsend verzekeringen en de Europeesche;
- Delta Lloyd Verzekeringen;
- Reaal Verzekeringen;

Andere deelnemende maatschappijen, echter geen aandeelhouder, zijn

- Generali, voorheen zeer actief en voorloper op het gebied van ketenintegratie, echter vanwege de beschikbare capaciteit en de kosten die het met zich meebrengt is besloten om bij MeetingPoint aan te sluiten.
- Yarden (uitvaartverzekeringen) werkten eerst uitsluitend via eigen agenten, deze heeft beslist om het intermediair ook als distributiekanaal aan te wenden en hiervoor is aansluiting bij MeetingPoint gezocht.
- Turien en Co een assuradeur.

Voor het tot stand brengen van de dienst zijn een aantal leveranciers aangetrokken waarvoor MeetingPoint BV als opdrachtgever fungeert. Deze leveranciers zijn ADP, TJIP en Siennax. ADP is verantwoordelijk voor de hosting, helpdesk en de beveiliging middels de in de branche gehanteerde certificaten (die ook door ADP worden verzorgd). De technische infrastructuur wordt door Siennax beheerd. TJIP is de leverancier en maker van de gebruikte softwareapplicaties. MeetingPoint stelt het beleid op en is verantwoordelijk voor de commercie. MeetingPoint is voor de aangesloten maatschappijen het aanspreekpunt. Voor het aangesloten intermediair is de helpdesk van ADP het aanspreekpunt. Overleg met de deelnemende maatschappijen en TJIP vindt plaats in technische overleggen over bijvoorbeeld extra functionaliteit. Deze meetings worden door MeetingPoint georganiseerd.

MeetingPoint biedt voor de deelnemende verzekeringsmaatschappijen het intermediair verschillende manieren om transacties uit te voeren. Een mogelijkheid is middels een GIM-koppeling met het administratiepakket waarmee het intermediair in staat is om vanuit zijn eigen omgeving (het administratiepakket) transacties door te geven. Deze mogelijkheid bestaat voor de zeven grootste assurantie administratiepakketten, namelijk het pakket van ANVA, pakketen van Amedia (Assis 2000, Assis voor Windows, Diamant en DIAS), pakket van CSS (Level) en van Online. De koppeling is op basis van de in de branche gestandaardiseerde transactiestandaard GIM, met uitzondering van Online, die werkt namelijk op basis van een zelf ontwikkelde transactieprotocol, genaamd KIM.

Een andere mogelijkheid is via de website van MeetingPoint (<https://www.mp4all.nl>), hier kan de tussenpersoon bijvoorbeeld offertes en contracten aanvragen, muteren. Hiernaast biedt het extranet van MeetingPoint een aantal aanvullende diensten voor de tussenpersoon, zoals overzicht van zijn polisportefeuille waar vanuit inzage kan worden gekregen in de aanvragen, polissen en statusinformatie van deze aanvragen bij alle deelnemende maatschappijen. Ook is een koppeling met Rijksdienst van Wegverkeer en het Systeem van Vertrouwelijke Mededelingen en Malusregistratie gerealiseerd, zodat

autogegevens in het geval van een autoverzekering bij de RDW kunnen worden opgevraagd en klantgegevens kunnen worden nagekeken in het Systeem van Vertrouwelijke Mededelingen en Malusregistratie. Hiernaast zijn bij het uitvoeren van een transactie ondersteunende middelen, zoals herbouw- en inboedelwaardemeter, beschikbaar.

Derde mogelijkheid is via het extranet van de deelnemende partijen. Een extranet wordt aangeboden door Delta Lloyd, Stad Rotterdam en Reaal. Hierbij wordt op het extranet van de betreffende maatschappij de MeetingPoint functionaliteiten, zoals offerte aanvraag en aanvragen polis aangeboden. De GIM-koppeling voor particuliere schadeproducten is alleen beschikbaar voor het transactieplatform MeetingPoint en niet voor de individuele extranetten.

De koppeling met de verzekeringsmaatschappij is op basis van het versturen van de berichten. Hiervoor dienen de deelnemende maatschappijen een webservice op te zetten om deze berichten te ontvangen en bijvoorbeeld premieberekeningen uit te voeren. De terugkoppeling van, bijvoorbeeld, de acceptatie van een polisaanvraag wordt middels ADN aan MeetingPoint en de betreffende intermediair doorgegeven.

Voor een verzekeringsmaatschappij is het natuurlijk belangrijk om te weten in hoeverre het intermediair gebruik maakt van de door MeetingPoint aangeboden dienst, want op deze manier kan een beeld worden verkregen of het interessant is om in deze ontwikkeling mee te gaan. De distributiestrategie die MeetingPoint presenteert kan als volgt worden uitgelegd: de meeste tussenpersonen werken hoofdzakelijk met één of twee hoofdleveranciers en voor sommige producten, die ze niet bij die verzekeringsmaatschappijen kunnen onderbrengen of waarvoor ze bij een andere maatschappij een betere deal krijgen, wordt aansluiting gezocht bij een beperkt aantal andere maatschappijen. Volgens MeetingPoint levert gemiddeld weg 20% van de tussenpersonen bij een verzekeringsmaatschappij ongeveer voor 55% van de premieomzet. Dit zijn de tussenpersonen waar de maatschappij hoofdleverancier is. Aan de andere kant heb je 10% van de tussenpersonen die liever geen zaken doen met de maatschappij. En tot slot zijn er 70% van de tussenpersonen die ongeveer verantwoordelijk zijn voor 45% van de premieomzet. Dus de premieomzetgroei zal vanuit deze 70% moeten komen, echter hoe bereikt een verzekeringsmaatschappij deze groep. Hier biedt MeetingPoint volgens eigen zeggen een goede mogelijkheid voor. Momenteel zijn er 5500 intermediairs aangesloten en werden er in juni 2005 23.000 transacties via MeetingPoint uitgevoerd.

Door de uitbreiding van de transactiestandaard wordt door MeetingPoint de aangeboden dienst uitgebreid met transacties voor het muteren van gegevens en voor het melden en afhandelen van schadeclaims. Hiernaast wordt in een project gewerkt aan het betrekken van de verzekernemer bij de transacties. Door het aanbieden van modules moet het mogelijk worden voor particulieren om via de website van de tussenpersoon een offerteaanvraag te doen. Hierbij heeft de tussenpersoon vervolgens de mogelijkheid om de offerte te registreren en later door te zetten naar een aanvraag.

Naast initiatieven uit samenwerking van meerdere verzekeringsmaatschappijen zijn er ook maatschappijen die liever zelf initiatieven nemen om ketenintegratie mogelijk te maken. Een veelvoorkomend initiatief is het opzetten van een extranet waarmee het aangesloten intermediair toegang krijgt voor het verkrijgen van informatie en de mogelijkheid krijgt transacties uit te voeren. In de volgende paragraaf worden deze initiatieven nader geanalyseerd.

2.3.3 Individuele initiatieven van de verzekeringsmaatschappijen

De initiatieven van de verzekeringsmaatschappijen zelf bestaan uit de opzet van een extranet voor de communicatie met hun intermediairs. Op het extranet is naast het verschaffen van informatie en nieuws ook de mogelijkheid om transacties uit te voeren, mogelijk met GIM-koppeling. In deze paragraaf wordt aan de hand van het artikel 'Extranetten bieden steeds meer mogelijkheden' [Vb05] de ontwikkeling van extranetten door de maatschappijen nader onderzocht.

schema 1: Overzicht functionaliteiten extranetten

		Allianz Nederland	AXA	BLG Hypotheken	Cardif	Erasmus Verzekeringen	AMES, SR, Woudend	Europeesche	De Amersfoortse	Falcon Leven	Generali	De Goudse	Legal & General	London Verzekeringen	Movir	Nationale Nederlanden	Nieuwe Hollandse Lloyd	Noordhollandsche	Reaal	Rijnmond	Zwitserleven
Functionaliteit																					
Informatie	Formulieren	N		N	N	N	N	N			N		N		N	N	N	N	N	N	N
	Brochures / Productassortiment	N		N	N	N	N	N			N	N	N		N	N	N	N	N	N	N
	Polisvoorwaarden	N	N	N		N	N	N			N	N	N		N	N	N	N	N	N	N
	Offertesoftware	N		N	N						N				N/B		N		N	B	N
	Nieuws	N		N					N				N			N		N			N
	Inzicht prolongatie			B	N											?		N		B	
	Inzicht rekening courant			B	N				N		N					?		N		B	
	FAQs										N					?	N			N	
	Klachtenbehandeling										N										
	Statusinformatie		N	N/B	N	N							N			N	N				N
Verwerking	Premieberekening					N					N	N	B			N	N		N/B	B	
	Aanvraag offerte	B	N				N	N	B	N	N	N	B			N		N	N/B	B	
	Nieuwe aanvraag	B	N			N	N	N	B	N	N/B	N	B	N		N		N	N/B	B	
	Automatische acceptatie	B	N					N/B	N				B	N		N		N			
	Mutaties bestaande polissen	B	N		N	N	N		N	N				N		N		N	N/B	B	N
Techniek	Schadeaangifte / declaratie				N	N			N	N						N					
	ABZ Digitaal Paspoort	B														?		N	N		
	GIM koppeling	B				B	N					B			N		?	N	N		B
	DigiPass																				N
Webtools voor intermediair								N													

N	Mogelijkheid reeds geïmplementeerd
B	Op korte termijn wordt dit doorgevoerd
N/B	Reeds gedeeltelijk geïmplementeerd

Bron: www.vbnet.nl, Het Verzekeringsblad, onafhankelijk verzekeringsmagazine sinds 1910
VB, 95^e jaargang 6 mei 2005 nummer 9, pag 484-495

Figuur 2.7: Overzicht van de functionaliteiten op de extranetten [Vb05]

Uit het artikel [Vb05] blijkt dat de ontwikkeling van extranetten van verzekeraars snel gaat. In het artikel wordt nader geanalyseerd welke mogelijkheden al worden aangeboden en de uitbreidingsplannen op de korte termijn. Opvallend hieraan is dat de nadruk van de extranetten verschuift van informatieverschaffing naar het bieden van functionaliteiten zoals offerteaanvraag, automatische acceptatie van nieuwe aanvragen en premieberekening. Het gebruik van de door de verzekeringsbranche ontwikkelde transactiestandaard begint volgens het artikel ook toe te nemen. In figuur 2.7 wordt door middel van een tabel weergegeven welke functionaliteit door de onderzochte verzekeringsmaatschappijen wordt gebruikt.

Opvallend is dat de verzekeringsmaatschappij de Europeesche een afwijkende strategie heeft ten opzichte van de andere onderzochte maatschappijen. De Europeesche heeft ervoor gekozen om zogenaamde modules te ontwikkelen die de assurantie-intermediair kan gebruiken voor het aanbieden van functionaliteit aan de consument op zijn eigen website. Deze methode wordt gehanteerd vanwege het specifieke karakter van de verzekeringsproducten van de Europeesche: vrijetijdsverzekeringen.

Gezien het feit dat in het onderzoek voor het artikel verzekeraars van verschillende omvang (gemeten in organisatiegrootte) zijn benaderd, blijkt dat de kleinere verzekeraars niet ver achterblijven met implementeren van functionaliteiten op het extranet. Dit bevestigt de door Park en Yun [Pa04] geconstateerde ontwikkeling dat het gebruik van internettechnologie in b2b communicatie zich niet beperkt tot specifieke branches of organisatiegrootte.

In figuur 2.7 zijn de aangeboden functionaliteiten en de mogelijkheden die op de korte termijn worden geïmplementeerd weergegeven. De meeste van de in het artikel onderzochte extranetten van de verzekeraars bieden informatieverschaffende mogelijkheden: het downloaden van formulieren, voorwaarden en brochures worden door bijna alle onderzochte verzekeraars geboden. Tevens is dit door sommige verzekeraars aangevuld met een bestelmodule voor marketingmateriaal etc. Hiernaast bieden de meeste extranetten tevens download-mogelijkheden voor offerte- / premieberekeningssoftware. Ook het bieden van nieuws, uit de verzekeringsbranche, over producten en acties, over cursussen en workshops en andere activiteiten komt bij de helft van de onderzochte extranetten voor.

De online mogelijkheden voor onder andere: offerte aanvragen, premieberekeningen, polisaanvraag en afsluiten, mutaties op bestaande polissen worden steeds meer geïmplementeerd. Het gebruik maken van een koppeling met de administratie van de tussenpersonen blijft in vergelijking hiermee achter.

Naast de ontwikkeling van functionaliteit geboden op de extranetten van de verzekeringsmaatschappijen zijn er ook nog andere initiatieven die door een maatschappij worden genomen. Een voorbeeld hiervan is het aanbieden van webservices door Delta Lloyd verzekeringen, die op de website van het intermediair kunnen worden aangeroepen voor het uitvoeren van transacties. Zo worden services voor het berekenen van de premie, aanvraag plaatsen voor een offerte of een polis en het muteren van gegevens aangeboden. Op basis hiervan kan het intermediair functionaliteit voor zijn website laten ontwikkelen waarmee de verzekernemer zijn eigen gegevens, in dit geval bij Delta Lloyd, kan beheren.

2.3.4 Initiatieven door geïmplementeerde intermediairs

Naast initiatieven in de branche door samenwerking van verschillende verzekeringsmaatschappijen en eigen initiatieven van verzekeringsmaatschappijen, worden er ook initiatieven door overige partijen in de waardeketen genomen, namelijk door geïmplementeerde intermediairs. De bijzondere positie die een geïmplementeerde intermediairs in de keten inneemt, maakt het mogelijk om op eigen initiatief aan ketenintegratie te werken.

Voogd en Voogd

Voogd en Voogd Verzekeringen is een volmachtbedrijf die met haar administratieve dienstverlening een unieke plaats in het intermediairdistributiekanaal inneemt. Door de volmacht is er, binnen de randvoorwaarden hiervan, geen communicatie omtrent offertes en polissen met de verzekeringsmaatschappij noodzakelijk, doordat Voogd en Voogd gemachtigd is om zowel de acceptatie en (financiële en polis-) administratie te verzorgen. Met 18 volmachten wordt een groot assortiment aan verzekeringsproducten aan het aangesloten intermediair geboden. Het aangesloten intermediair kan via het extranet van Voogd en Voogd zijn administratie online en real-time raadplegen. Door deze specifieke positie van een volmachtbedrijf in de keten en de gecentraliseerde administratie is de integratie van de systemen bij het intermediair en bij de verzekeringsmaatschappij niet aan de orde. Dit stelt Voogd en Voogd in staat om eigen informatielinks op te zetten voor het intermediair. Door een zusteronderneming Voogd en Voogd Diensten zijn hier al een aantal van deze informatielinks gerealiseerd.

Voogd en Voogd Diensten richt zich op de ontwikkeling van IT middelen voor het intermediair dat bij Voogd en Voogd Verzekeringen is aangesloten middels een agentschap. Een van deze middelen betreft Klik & Sluit Online®, een online premieberekenings- en acceptatieprogramma voor het intermediair. Hiermee kan iedere tussenpersoon premies vergelijken van vrijwel alle aanbieders op de Nederlandse markt. Ook kunnen middels een *E-aanvraag* langs elektronische weg verzekeringen via Klik & Sluit Online® worden afgesloten. Hiervoor is een agentschap bij Voogd & Voogd Verzekeringen nodig. Ook worden door Voogd en Voogd Diensten webmodules ontwikkeld voor het intermediair. Deze webmodules bieden de klanten de mogelijkheid om op de website van betreffend intermediair premies en offertes aan te vragen. Een toenemend aantal verzekeringsproducten kan online direct worden afgesloten. Met deze ontwikkeling probeert Voogd en Voogd voor het aangesloten intermediair het internet als verkoopkanaal in te zetten, een verkoopmanier die veelal door de Direct Writers wordt gebruikt. In een interview, gepubliceerd in het vakblad INFinance, wordt door dhr. De Voogd aangegeven dat de klant vraagt om het verkoopkanaal internet, waarbij zelfbediening als grootste gemak wordt gezien door de eindklant. Zo wordt in het interview aangegeven dat 64% van de eindklanten hun autoverzekering via internet wil regelen en wordt aangegeven dat de oorzaak van het dalend marktaandeel van het intermediairdistributiekanaal in de schadesector, zoals ook wordt aangegeven in de eerste paragraaf van dit hoofdstuk, door het niet gebruiken van internet als verkoopkanaal wordt veroorzaakt. Met de Klik & Sluit webmodules probeert Voogd en Voogd concurrentievoordeel te halen op de Direct Writers, doordat meerdere verzekeringsproducten voor de eindklant op prijs en voorwaarden worden vergeleken. Dit

tn tegenstelling tot de dienst aangeboden door Direct Writers, die gebonden is aan zijn eigen productassortiment. In het interview wordt tevens vermeld dat uit een zelfgehouden onderzoek is gebleken dat het intermediair die gebruik maakt van deze webmodules een omzetgroei van 10 procentpunt meer realiseert.

2.3.5 Ontwikkeling van ketenintegratie-oplossingen door derden

Hiernaast zijn er nog initiatieven van softwareontwikkelaars die oplossingen voor ketenintegratie bij verzekeringsmaatschappijen bieden. Door de ontwikkelingen op het gebied van ketenintegratie in het intermediairdistributiekanaal en dankzij afspraken betreffende de standaardisatie van informatie-uitwisseling tussen verzekeringsmaatschappij en intermediair, bieden leveranciers standaardoplossingen voor verzekeringsmaatschappijen voor implementatie van ketenintegratie op basis van de transactiestandaard GIM. In de markt zijn hier meerdere voorbeelden van:

- de Intelligent Message Adaptor (IMA) productlijn, ontwikkeld door LogicaCMG;
- GIM transactie- en resultatenserver, ontwikkeld door Centric;
- Certigo Verzekeren, ontwikkeld door NetAspect.

Deze oplossingen hebben een groot bereik, enerzijds bieden ze een oplossing voor het GIM compliant maken van het extranet van de verzekeringsmaatschappij, dit kan met de GIM transactie- en resultatenserver van Centric of IMA van LogicaCMG. Anderzijds kan het een totaal oplossing bieden voor de gehele frontoffice automatisering, bijvoorbeeld middels Certigo Verzekeren van NetAspect, waarbij het ook mogelijk is een gedeelte van de geboden functionaliteit te implementeren. Deze initiatieven zijn een implementatie van de standaarden die door de branche zijn ontwikkeld en bieden verzekeringsmaatschappijen een make-or-buy beslissing voor implementatie.

2.4 Conclusie

In dit hoofdstuk is het onderzoeksveld beschreven en is antwoord gegeven op de onderzoeksvragen van de eerste stap uit het onderzoekplan:

- Welke partijen zijn onderdeel van de betreffende keten;
- Het belang van ketenintegratie;
- Welke ontwikkelingen ten aanzien van ketenintegratie zijn er binnen de verzekeringsbranche.

2.4.1 Welke partijen zijn onderdeel van de betreffende keten

In de eerste paragraaf wordt aangegeven dat in de verzekeringsbranche gewerkt wordt met een combinatie van verschillende distributiekanaalen. Doordat de opdrachtgever hoofdzakelijk middels het intermediairdistributiekanaal actief is in de schadesector is vastgesteld dat de partijen die onderdeel zijn van de waardeketen bestaan uit het intermediair en de klant.

2.4.2 Het belang van ketenintegratie

Het belang van ketenintegratie voor het intermediairdistributiekanaal is in de eerste paragraaf aangegeven met de constatering dat in vergelijking met 2002 het marktaandeel, gemeten aan de hand van de premieomzet, van het intermediairdistributiekanaal fors is afgenomen (daling van 6,6 procentpunt). En hierdoor kan worden gesteld dat het voortbestaan van het intermediair onder druk staat. Het onderscheidende vermogen van een distributiekanaal is de manier van klantbenadering en communicatie. In het intermediairdistributiekanaal zijn verschillende communicatiekanalen onderscheiden. Door het gebruik van internettechnologie kan deze communicatie efficiënter verlopen, waardoor, zoals Sarkar, Butler en Steinfield [Sa95] aangeven, de positie van het traditionele intermediair zal versterken en mogelijk een groei van een nieuwe generatie intermediairs tot gevolg heeft.

2.4.3 Ontwikkelingen binnen de verzekeringsbranche

Doordat het intermediairdistributiekanaal onder druk staat, wordt in de verzekeringsbranche hard gewerkt aan initiatieven voor ketenintegratie om zo het distributiekanaal te versterken en de kosten voor de administratieve verwerking te verlagen. Deze ontwikkelingen ten aanzien van ketenintegratie zijn in het hoofdstuk onderverdeeld in vier initiatieven, namelijk: branchebrede, samenwerking, eigen en

overige. De branchebrede initiatieven betreffen het maken van afspraken en het opstellen van standaarden. Momenteel zijn er vier aan elkaar gerelateerde standaarden ontwikkeld voor het standaardiseren van de informatie-uitwisseling in het intermediairdistributiekanaal: de proces-, gegevens-, transactie- en presentatiestandaard.

Branchebrede initiatieven

De processtandaard beschrijft de activiteiten die in het intermediairdistributiekanaal worden ondernomen. Op basis van deze procesbeschrijvingen worden transacties beschreven die op het koppelvlak elektronisch moeten kunnen plaatsvinden. Voor standaardisatie van de uitwisseling van gegevens wordt gebruik gemaakt van de gegevensstandaard waarin het All Finance Datamodel is uitgewerkt. De transactiestandaard omschrijft een techniek voor de communicatie in het intermediairdistributiekanaal op basis van de gegevensstandaard. De presentatiestandaard is opgesteld om de gebruiksvriendelijkheid voor een medewerker van het intermediair op de extranetten van de diverse verzekeringsmaatschappijen te vergroten door gemaakte afspraken over de opbouw van en invoervolgorde van verzekeringsformulieren.

Initiatieven van samenwerkende verzekeringsmaatschappijen

Op basis van deze standaarden kan een ketenintegratie-oplossing worden geïmplementeerd. Uit samenwerking van meerdere verzekeringsmaatschappijen is het initiatief genomen om een transactieplatform, MeetingPoint, voor het intermediair te ontwikkelen. Met MeetingPoint wordt een informatielink geboden waar het aangesloten intermediair op basis van de transactiestandaard transacties kan uitvoeren bij de deelnemende verzekeringsmaatschappijen.

Individuele initiatieven van de verzekeringsmaatschappijen

Een ander initiatief is de ontwikkeling van een informatielink, in de vorm van extranetten, door de verzekeringsmaatschappijen zelf. Doel hiervan is om te zorgen voor een efficiëntere communicatie en informatie-uitwisseling naar het intermediair toe. Uit de analyse blijkt dat ook de kleinere verzekeraars niet ver achterblijven met implementeren van functionaliteiten op het extranet.

Initiatieven door geïmplementeerde intermediairs

Een andere ontwikkeling is het aanbieden van vergelijkingsdiensten door geïmplementeerde intermediairs. Door de specifieke positie die een geïmplementeerde in de waardeketen inneemt en de gecentraliseerde administratie is de integratie van de systemen bij het intermediair en bij de verzekeringsmaatschappij niet aan de orde. Dit stelt Voogd en Voogd in staat om eigen informatielinks en diensten op te zetten voor het aangesloten intermediair.

Ontwikkeling van ketenintegratie-oplossingen door derden

Hiernaast worden ook initiatieven door overige partijen genomen. Zo zijn er door leveranciers ketenintegratie oplossingen op basis van de in de branche ontwikkelde standaarden ontwikkeld. Deze oplossingen hebben een groot bereik, enerzijds bieden ze een oplossing voor het GIM compliant maken van het extranet van de verzekeringsmaatschappij en anderzijds kan het een totaaloplossing voor de gehele frontoffice automatisering betreffen.

In het volgende hoofdstuk zal worden gekeken naar de technologie die de ontwikkeling van deze initiatieven mogelijk maakt.

3. TECHNOLOGIE

In het vorige hoofdstuk zijn de initiatieven voor ketenintegratie, die door de partijen in het intermediairdistributiekanaal worden genomen, omschreven. In dit hoofdstuk wordt de technologie die de ontwikkeling van deze initiatieven mogelijk maakt nader geanalyseerd. Allereerst wordt relevante internettechnologie, de enabler voor de ontwikkelingen, beschreven, en vervolgens behandeld hoe GIM in combinatie met webservice technologie werkt. Een ander initiatief is de ontwikkeling van informatielinks door de maatschappijen zelf in de vorm van een extranet waarop het intermediair na login transacties kan plaatsen of het ontwikkelen en distribueren van offertesoftware voor het intermediair. Een technologie die mogelijk bij de ontwikkeling van offertesoftware kan worden gebruikt zijn smart clients. Tot slot is een goede beveiliging voor het elektronisch zaken doen noodzakelijk. In de branche wordt gewerkt aan de hand van persoonsgebonden certificaten.

3.1 Internettechnologie

De initiatieven die in de branche worden genomen zijn gebaseerd op het gebruik van internet als verkoop-, service- of communicatiekanaal. Een van de initiatieven die wordt ondernomen door de verzekeringsmaatschappijen is de ontwikkeling van een extranet toegankelijk voor het aangesloten intermediair. In het vorige hoofdstuk is al nader geanalyseerd welke functionaliteiten op verscheidene extranetten worden geboden. In dit hoofdstuk wordt aan de hand van een omschrijving van relevante technologie aangegeven hoe een informatielink voor het intermediairdistributiekanaal kan worden ontwikkeld. Een manier voor het ontkoppelen van de backoffice is gebruik te maken van webservices, waardoor gewenste service en gegevens via een op http gebaseerde technologie beschikbaar is. Volgens Van Eck en Wieringa [Ec04b] kan de webservice technologie worden beschouwd als de volgende stap in de zich ontwikkelende technologie van Enterprise Application Integration en kan gebruikt worden als implementatiesoftware voor integratie van applicaties tussen organisaties.

3.1.1 Webservices

Onder webservices wordt volgens Alonso, Casati, Kuno en Machiraju [Al04] verstaan: informatiesystemen waarvan de functionaliteit zodanig beschreven wordt dat computers in staat zijn deze beschrijvingen te vinden en te interpreteren. Bovendien zijn webservices wereldwijd beschikbaar via een op http gebaseerde technologie, zonder menselijke tussenkomst. Door de beschikbaarheid en de automatische verwerkingsmogelijkheden leent de webservice technologie zich goed als implementatiesoftware voor integratie van applicaties tussen organisaties.

Een webservice architectuur bestaat uit drie primaire functies: beschrijving, ontdekking en transport. Voor ieder van deze functies is een XML gebaseerde standaard; Web Services Description Language (WSDL) voor het beschrijven van de webservice. Universal Description, Discovery and Integration (UDDI) register voor bekendmaken van de geboden services. En Simple Object Access Protocol (SOAP) voor de communicatie tussen de webservice en de gebruikers.

WSDL

WSDL is een XML-gebaseerde taal voor het beschrijven van de functionaliteiten die door de betreffende webservice wordt geboden. Een WSDL document definieert services als een collectie van poorten en beschrijft de interacties. Een WSDL document bestaat uit de volgende elementen:

- Types, data type definities voor beschrijving van de berichten die worden uitgewisseld;
- Berichten, een abstracte definitie van de uitgewisselde databerichten;
- Operaties, specificeren de input en/of output berichten;
- Poort types, een benoemde set van abstracte operaties;
- Bindings, definieert bericht formaat en protocol bindings voor een specifieke poort type;
- Poorten, voor het associëren van een binding aan een betreffend service adres;
- Services, een set van poorten.

UDDI

UDDI is een XML-gebaseerd register waar aanbieders van web services hun web service kunnen registreren en webservice afnemers kunnen zoeken naar geschikte webservices. Een UDDI register bestaat uit drie elementen; op het hoogste niveau zijn de 'White Pages' gedefinieerd, hierin wordt basis informatie over het aanbiedende bedrijf en de services. Vervolgens zijn er de 'Yellow Pages' waar de services zijn gesorteerd op industrie, service type of geografische locatie. Op het laagste niveau zijn de 'Green Pages' waar de technische mechanismen voor het vinden en uitvoeren van een webservice.

SOAP

SOAP beschrijft de XML documenten en processing model die worden gebruikt in de interactie tussen de web service en de gebruikers. Een SOAP bericht bestaat uit een envelop, opgedeeld in een header en een body gedeelte. SOAP berichten kunnen worden getransporteerd over HTTP bovenop TCP/IP.

Het SOAP Processing Model definieert een gedistribueerd, statusloos processing model voor SOAP berichten. Wanneer een node een SOAP bericht ontvangt, zal deze node eerst vaststellen welke regels er gelden. Vervolgens wordt de header verwerkt door de node en wanneer het om de betreffende ontvanger gaat wordt ook de body -gedeelte verwerkt. Wanneer de node niet de betreffende ontvanger is wordt het SOAP bericht verder gestuurd in de SOAP berichten pad.

3.1.2 Smart client applicaties

Smart client applicaties zijn een combinatie van rich en thin client applicaties. Rich client applicaties opereren stand-alone op de pc van de client en maakt gebruik van de aanwezige hardwarebronnen en de features van het besturingsysteem. Deze applicaties hebben beperkingen, aangezien ze niet bewust zijn van de omgeving waarin ze opereren waardoor integratie met andere applicaties beperkt is. Een alternatief hiervoor is gekomen toen pc's in netwerken en op internet begonnen te opereren. Op deze netwerken werden thin client applicaties ontwikkeld. Thin client applicaties zijn browsergebaseerde applicaties die op een centrale webserver opereren en worden beheerd, waardoor naast de browser bij de client geen applicaties hoeven te opereren en te worden beheerd. The thin client architectuur stelt bedrijven instaat om efficiënt de applicaties voor een grote groep gebruikers beschikbaar te stellen en worden beheer- en implementatieproblemen opgelost doordat de applicatie centraal op een webserver opereert. Maar doordat het grote deel van de applicaties logica en status op de centrale server staat, worden door thin client applicaties veelvuldig verzoeken aan de server gedaan voor data en uitvoer van transacties, waarbij het gebruik van het netwerk noodzakelijk is. Om de voordelen van beide architecturen; rich -en thin client architectuur, te benutten is de smart client architectuur ontwikkeld. Smart client applicaties kunnen worden ontworpen voor het gebruik maken van de voordelen van een rich-client applicatie, zoals snelheid en gebruiksvriendelijkheid, en gecombineerd met de implementatie en beheervoordelen van thin client applicaties, namelijk centraal op een server [Hi04].

Smart client applicaties hebben verschillende eisen, afhankelijk van de omgeving waarin ze worden gebruikt. De volgende kenmerken zijn volgens de ontwerprichtlijn [Hi04] uniek voor smart client applicaties:

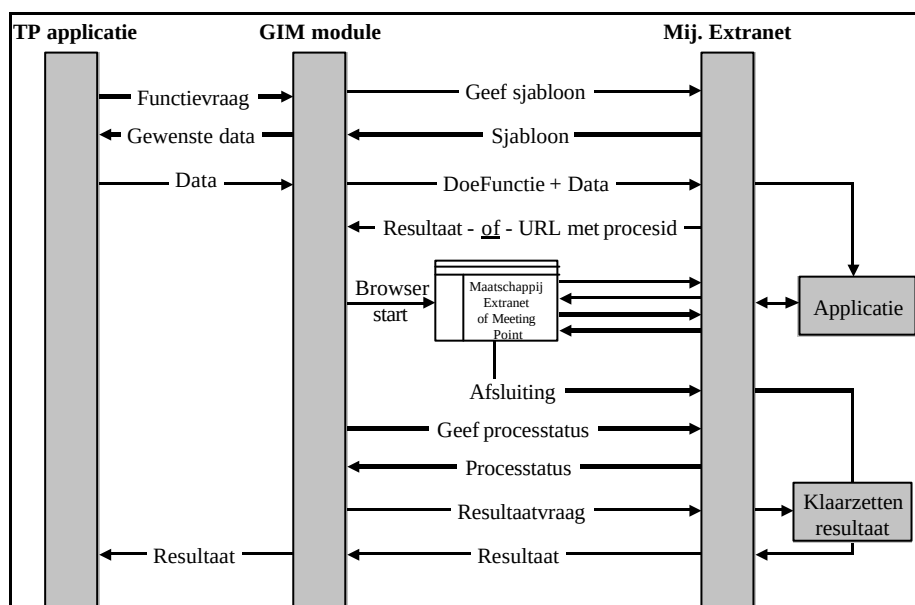
- Ze maken gebruik van de locale bronnen, zoals hardware en besturingsysteem;
- Ze maken gebruik van beschikbare netwerk bronnen;
- Ondersteunen het gebruik door gebruikers die niet altijd de beschikking hebben over een netwerk;
- Centrale en beheer efficiënte installatie en update voorziening;
- Geschikt voor gebruik met verschillende hardware en besturingsystemen.

Gebruik maken van de locale bronnen maakt gebruik van het voordeel dat de applicaties en data lokaal kunnen opereren en hierdoor beschikken over een snelle reactietijd van de user interface en gebruik maakt van de hardwarebronnen van de client voor complexe data manipulatie, visualisatie, zoeken en sorteer operaties. Smart client applicatiess consumeren en gebruiken verschillende services en data aangeboden op een netwerk, waardoor gecentraliseerd het beheer van de data en van de applicatie kan worden

gerealiseerd. Er zijn verschillende implementatiemogelijkheden om deze voordelen van de smart client architectuur te benutten. Er kan een onderscheid worden gemaakt tussen een Loosly Coupled en Tightly Coupled architectuur voor de smart client applicaties, waarin de afhankelijkheid van services aangeboden op het netwerk mee wordt aangeduid. Afhankelijk van de requirements waaraan de applicatie dient te voldoen kan worden beoordeeld welke services door het netwerk dienen te worden aangeboden en welke operaties lokaal door de applicatie kunnen worden voltooid. Uitgangspunt hierbij is echter dat de netwerkservices worden aangeboden voor het aanvragen van data en het uitvoeren van transacties. Deze services kunnen op verschillende manieren worden aangeboden, bijvoorbeeld door implementatie van webservices die de applicatie kan aanroepen voor de betreffende service.

3.2 Generieke Interface Manager

In het vorige hoofdstuk zijn de vier branchestandaarden omschreven. De werking en gebruik van de Generieke Interface Manager is vastgelegd in de transactiestandaard. Het dialoog tussen de systemen van het intermediair en de verzekeringsmaatschappij tijdens het uitvoeren van een transactie via GIM bestaat uit meerdere stappen. Dit wordt in het transactiedialoog, weergegeven in figuur 3.1, afgebeeld.



Figuur 3.1: Transactie dialoog schema GIM [Si05b]

Een transactiedialoog wordt geïnitieerd door een handeling in de applicatie van de intermediair. Op basis van deze handeling zal de GIM-module een functieaanvraag doen bij de frontoffice van de betreffende verzekeringsmaatschappij. Als antwoord hierop wordt een sjabloon teruggestuurd, waarin staat omschreven welke gegevens nodig zijn voor de uitvoer van de betreffende functie. De GIM-module zal bekende gegevens uit de applicatie van de intermediair in het sjabloon zetten en een ingevuld sjabloon naar de verzekeringsmaatschappij sturen. Hier worden de gegevens verwerkt en wordt een URL teruggestuurd vanaf waar de intermediair de transactie kan voltooien. De GIM-module opent de browser op basis van de ontvangen url en hier wordt een reeds ingevuld formulier getoond op basis waarvan de intermediair aanvullende gegevens kan geven en de transactie kan voltooien, dit dialoog valt onder de transactieservice. Tijdens het aanvullen van de gegevens in de browser wordt tevens de resultatenservice opgestart.

De resultatenservice werkt via een zogenaamd pollingmechanisme om eventuele resultaten rechtstreeks in de applicatie van de intermediair te verwerken. Uit dit dialoog wordt duidelijk dat in de eerste stappen geen menselijke interventie noodzakelijk is, behalve bij het initialiseren van de transactie. Gegevens die al zijn geadministreerd worden dankzij het vullen van het sjabloon door het softwarepakket van de intermediair hergebruikt.

3.2.1 Transactieservice

Uit het omschreven transactiedialoog blijkt dat de eerste stap van de transactie het opvragen van het sjabloon is. Op basis van het sjabloon zal de betreffende transactie plaatsvinden. Hierdoor dienen voor de te ondersteunen transacties sjablonen worden opgesteld door de verzekeringsmaatschappij. In deze sjablonen wordt aangegeven welke gegevens noodzakelijk zijn voor de uitvoer van de gevraagde transacties. De transacties die in de transactiestandaard zijn omschreven worden in de tabel van figuur 3.2 weergegeven.

AL_FUNCTIE	Omschrijving transactie	GIM functie
13	Aanvraag premieberekening	100.2013
08	Aanvraag offerte	100.2000
01	Aanvraag nieuw contract	200.2000
02	Aanvraag wijziging contract	200.2001
05	Royeren contract	200.2006
06	Opschorten contract	200.2008
11	Herstel royement	200.2007
07	Herstel opschorting	200.2009
03	Aanmelden bestaand los contract in pakket	200.2011
14	Ophalen contractgegevens	200.2025
09	Raadpleeg contractinformatie	200.2003
16	Omzetten offerte naar contract	100.2005
18	Opvragen bewijs van dekking	501.2000
17	Relatie wijziging	101.2001

Figuur 3.2: overzicht functies Transactiestandaard [Si05a]

Alvorens een GIM functie vanuit het softwarepakket van de intermediair kan worden aangeroepen, dient de geboden functies door de verzekeringsmaatschappij bekend worden gemaakt door middel van een GIM registratiebericht. In het GIM registratiebericht is onder andere opgenomen welke functies per product, op welke manier, waar kunnen worden aangeroepen.

In figuur 3.3 wordt het gedeelte van de transacties per product van het GIM registratiebericht weergegeven. In het voorbeeld wordt voor een product aangegeven welke stappen (geefSjabloon en doeFunctie) van de transacties (Aanvraag offerte; 100.2000) op welke manier (SOAPAction) en waar (URL) kunnen worden aangeroepen. Het GIM registratiebericht geeft op deze manier een mogelijkheid om aan te geven waar de gewenste informatie te verkrijgen is per stap van het transactiedialoog voor het gekozen product. Product kan zijn een losstaande polis of een pakket. De geboden functionaliteit kan elk van de opsomming van figuur 3.2 betreffen en een url dient gegeven te zijn voor de processtappen geefSjabloon, doeFunctie, geefProcesStatus en geefResultaat.

```

<GimEnvelope>
  <header />
  <data>
    <GimObject id='65'>
      <Co_Product>
        <Product id='5063'>
          <Co_Function>
            <Function id='100.2000'>
              <GoWeb id='geefSjabloon'>
                <URL>
                  https://myservers/gim/SOAPhandler
                </URL>
                <SOAPAction>
                  geefSjabloon
                </SOAPAction>
              </GoWeb>
              <GoWeb id='doeFunctie'>
                <URL>
                  https://myservers/gim/SOAPhandler
                </URL>
                <SOAPAction>
                  doeFunctie
                </SOAPAction>
              </GoWeb>
            </Function>
          </Co_Functions>
        </Product>
      </Co_Product>
    </GimObject>
  </data>
  <Trailer/>
</GimEnvelope>

```

Figuur 3.3 voorbeeld gedeelte GIM registratiebericht

De eerste GIM-functie die wordt aangeroepen bij de start van een transactie is geefSjabloon. Aan de hand van het in het GIM registratiebericht opgegeven locatie per product en transactie wordt de functieaanvraag doorgegeven aan de webservice van de verzekeringsmaatschappij. De webservice beantwoordt geefSjabloon GIM-functie met het gevraagde sjabloon gegeven. Een voorbeeld van een sjabloon is in figuur 3.4 weergegeven. Sjablonen dienen voor de implementatie zijn opgesteld en goedgekeurd / gecertificeerd oor SIVI. In het sjabloon wordt met tags aangegeven welke gegevens noodzakelijk zijn voor de uitvoer van gevraagde transactie. Zoals in het voorbeeld is te zien zijn de gebruikte tags conform het AFD.

Bij ontvangst van het sjabloon door de GIM koppelingsmodule van de applicatie van de intermediair worden de gevraagde gegevens opgezocht in het administratiepakket en wordt het sjabloon zo voorledig mogelijk gevuld. Het ingevulde sjabloon wordt met de GIM-functie doeFunctie doorgegeven aan de webservice van de verzekeringsmaatschappij. Hier worden de gegevens bewaard en de doeFunctie wordt beantwoord met het geven van een URL naar het betreffende extranet waar de transactie kan worden voltooid. Op het extranet wordt mogelijk de nog niet ingevulde gegevens aangevuld door de intermediair en wordt de transactie bevestigd. Tijdens deze sessie op het extranet wordt de processtatus opgevraagd met GIM-functie geefProcesStatus.

```
<Contractdocument>
  <AL>
    <AL_VRWRKCD/>
    <AL_VIEWCOD/>
    <AL_FUNCTIE/>
    <AL_DATACAT/>
  </AL>
  <PP>
    <PP_VRWRKCD/>
    <PP_EXTERN/>
    <PP_NUMMER/>
    <PP_PRODUCT/>
    <PP_INGDTW/>
    <PP_REDROY/>
    <PP_VOORLOP/>
    <PP_INGDAT/>
    <PP_CDUUMND/>
    <PP_BETTERM/>
    <PP_VVDAT/>
    <PP_BETWIJZ/>
    <PP_INCWIJZ/>
    <VP>
      <VP_VRWRKCD/>
      <VP_VOLGNUM/>
      <VP_ANAAM/>
      <VP_TWEEDED/>
      <VP_VOORL/>
      <VP_VOORV/>
      <VP_TITEL/>
      <VP_GESLACH/>
      <VP_STRAAT/>
      <VP_HUISNR/>
      <VP_TOEVOEG/>
      <VP_LOCATIE/>
      <VP_PCODE/>
      <VP_PLAATS/>
      <VP_LAND/>
      <VP_GEBDAT/>
      <VP_NATIONA/>
      <VP_BANKRK/>
      <VP_GIRORK/>
      <IK>
        <IK_VRWRKCD/>
        <IK_RELTOT/>
        <IK_RELVNR/>
        <IK_BEROEP/>
        <IK_BEROMS/>
      </IK>
    </VP>
    <BA>
      ...
    </BA>
    <WM>
      ...
    </WM>
    <IP>
      ...
    </IP>
    <GP>
      ...
    </GP>
    <RI>
      ...
    </RI>
  </PP>
  ...
</Contractdocument>
```

Figuur 3.4 voorbeeld GIM sjabloon

Bij voltooiing van de extranet-sessie wordt de geefProcesStatus beantwoord met 'Compleet' of 'Incompleet', wanneer

niet alle gegevens zijn ingevuld, maar de extranet-sessie is beëindigd. Op basis hiervan wordt de geefResultaat GIM-functie aangevraagd door de applicatie van de intermediair. Antwoord op de geefResultaat GIM-functie is het ingevulde sjabloon dat tijdens de transactie is gebruikt met mogelijk bijlagen, zoals een offerte of polisvoorwaarden. De bijlagen kunnen verschillende bestandstypen betreffen, momenteel worden de volgende types onderscheiden door de standaard; html, txt, xml, rtf, pdf of zip [Si05b].

Tijdens deze stappen zijn unieke waarden noodzakelijk om de transactie te onderscheiden. Bij het invullen van een sjabloon wordt door de applicatie van het intermediair een extern indicatief (<PP_EXTERN>) meegegeven. Dit is het unieke nummer voor de transactie voor de applicatie van de intermediair. Bij de aanvraag van een nieuw contract dient hetzelfde extern indicatief weer worden teruggestuurd door de verzekeringsmaatschappij. Hiernaast wordt bij de tweede stap, de GIM-functie doeFunctie, in het antwoord door de webservice van de verzekeringsmaatschappij een uniek ProcesId doorgegeven op basis waarvan de applicatie van de intermediair de status en eventueel het resultaat van de transactie kan opvragen. Er zijn dus twee unieke kenmerken tijdens een transactie: het extern indicatief, op basis waarvan de applicatie van de intermediair de transactie kenmerkt. Dit wordt opgenomen in het sjabloon en de resulterende GIM-documenten. Hiernaast is het procesid waarmee de verzekeringsmaatschappij de transactie kenmerkt en de gegevens op het extranet kan tonen. Dit procesid wordt bij de GIM-functies geefProcesStatus en geefResultaat gebruikt voor het kenmerken van de transactie.

3.2.2 Resultatenservice

Naast het uitvoeren van transacties voor specifieke klanten of polissen biedt de transactiestandaard ook de mogelijkheid om resultaatoverzichten tussen de verzekeringsmaatschappij en het intermediair te communiceren. In de resultatenservice zijn de volgende functies opgesteld.

Omschrijving functie	GIM functie
Post voor post resultatenoverzicht	
Ophalen alle post voor post resultaten	0.700.7000
Ophalen overzicht premieresultaten	0.700.7001
Ophalen overzicht offerteresultaten	0.700.7002
Ophalen overzicht gevalideerde / geaccepteerde aanvraag nieuw contract	0.700.7003
Ophalen overzicht gevalideerde / geaccepteerde wijziging contract	0.700.7004
Batch resultaten overzichten	
Ophalen overzicht alle batchresultaten	0.770.7700
Ophalen overzicht polis informatie berichten	0.770.7701
Ophalen overzicht polis aanvraag en mutatie bevestiging berichten	0.770.7702
Ophalen overzicht polis prolongatieberichten	0.770.7703
Ophalen overzicht rekening courant	0.770.7704
Ophalen overzicht elektronische standard brieven	0.770.7705

Figuur 3.5: overzicht functies Resultatenservice [Si05b]

In de resultatenoverzichten bevinden zich de procesid's van de aanwezige resultaten die vermeld worden in het overzicht. Het aanvragen van resultaten verloopt in meerdere stappen:

1. Vanuit de applicatie van de intermediair wordt een verzoek opgestart voor het opvragen van een resultatenoverzicht, dit verzoek gaat middels de functie geefResultaatOverzicht en dient in het GIM registratiebericht te zijn genoemd bij implementatie van de resultatenservice. De verzekeringsmaatschappij beantwoordt de geefResultatenOverzicht met een overzicht van alle resultaten die klaar liggen voor betreffende intermediair
2. De intermediair selecteert via de applicatie de resultaten van het resultatenoverzicht die hij wil ontvangen waarop de applicatie van het intermediair middels de functie geefResultaten het verzoek naar de verzekeringsmaatschappij stuurt. Door de verzekeringsmaatschappij worden de gevraagde resultaten naar de intermediair gestuurd.
3. Bij ontvangst van de resultaten stuurt de applicatie van het intermediair een ontvangstbevestiging met de functie OntvangstBevestiging. Op basis hiervan kan de verzekeringsmaatschappij registreren welke resultaten reeds zijn

opgehaald. Reeds opgehaalde resultaten dienen niet meer voor te komen op het resultatenoverzicht van stap 1.

De in stap 2 geselecteerde resultaten dienen één voor één worden opgehaald, verwerkt en bevestigd. De maatschappij kan bij het ontvangen van de verzoeken om resultaten wel kiezen om alles gebundeld terug te sturen. Afhankelijk van de functie kan het resultaat bestaan uit een contract of pakket aangevuld met bijlagen met extensies html, txt, rtf, xml, pdf, edi of zip. Een overzicht van verwachte inhoud van de resultaatberichten wordt in [Si05b] weergegeven.

3.2.3 Beveiliging van de transacties

De transactiestandaard schrijft voor dat iedere transactie die via GIM wordt uitgevoerd middels de in de branche gehanteerde persoonsgebonden certificaat dienen te zijn beveiligd. Uitgangspunt van het gebruik van persoonsgebonden certificaten is dat het intermediair het ervaart als Single Sign On, aangezien de identificatie, authenticatie en autorisatie door het persoonsgebonden certificaat wordt gedaan en hierdoor niet meer op het extranet van de verschillende verzekeringsmaatschappijen waar de intermediair zaken mee doet, dient te worden ingelogd.

Op transport niveau wordt de data die middels een GIM transacties wordt uitgewisseld door middel van een Secure Socket Layer beveiligd tegen afluisteren en wijzigingen van data onderweg. Hiernaast wordt bij de uitvoer van transacties gebruik gemaakt van het persoonsgebonden certificaat voor identificatie van de intermediair. Deze beveiliging geldt voor alle verbindingen tussen de intermediair en de verzekeringsmaatschappijen voor zowel de SOAP sessies en het bezoek aan de betreffende extranetten, die binnen de transactie en resultaten service van de transactiestandaard plaatsvinden.

3.3 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de relevante technologieën besproken die mogelijk een rol spelen bij de implementatie van ketenintegratie oplossingen bij de verzekeringsmaatschappij. Allereerst is aangegeven dat internettechnologie de enabler is voor mogelijkheden van ketenintegratie en wordt webservice nader uitgelegd.

De ketenintegratie ontwikkelingen die momenteel plaatsvinden richten zich op het vereenvoudigen en versnellen van de administratieve processen die zowel bij het intermediair als bij de verzekeringsmaatschappijen plaatsvinden. Momenteel zijn er een aantal ontwikkelingen gaande, namelijk de ontwikkeling en distributie van offerteapplicaties door de verzekeringsmaatschappijen aan het aangesloten intermediair. Een mogelijk interessante technologie hierbij kan de smart client architectuur zijn.

Daarnaast zijn door de branche afspraken gemaakt en standaarden opgezet voor ketenintegratie. In dit hoofdstuk is de transactiestandaard vanuit een technisch oogpunt besproken. De transactiestandaard maakt gebruik van de webservice technologie door de data via SOAP te communiceren. Ook het GIM registratiebericht vertoont overeenkomsten met het UDDI van de webservice technologie, alhoewel er geen centraal 'telefoonboek' wordt bijgehouden in de branche. De besproken technologieën spelen een rol bij de geformuleerde scenario's in hoofdstuk 5.

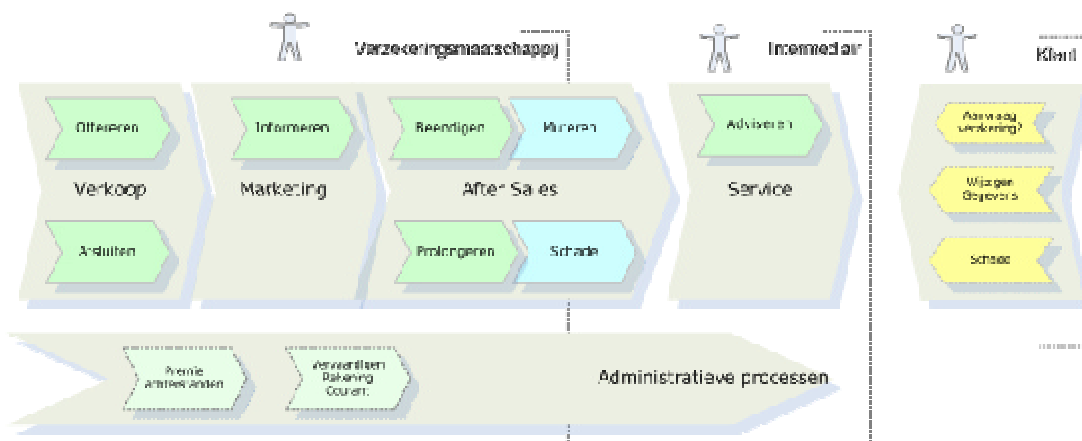
4. FUNCTIONELE REQUIREMENTS

Door het analyseren van de huidige situatie in de betreffende waardeketen en in het bijzonder van Zevenwouden Verzekering, kunnen de requirements voor informatielinks voor ketenintegratie in het intermediairdistributiekanaal worden bepaald. Van Eck, Gordijn en Wieringa [Ec04a] geven aan dat het probleem bij het ontwerpen van interorganizational information systems is dat de commerciële belangen van de samenwerkende actoren op elkaar afgestemd dienen te worden zonder centraal management. Hiervoor moet in het ontwerpproces een duidelijk beeld worden gekregen van de activiteiten, waardetoevoegingen en informatiebehoefte van iedere partij. Door het omschrijven van de waardeketen, zoals die in het onderzoeksveld is afgebakend, namelijk verzekeraar - intermediair - klant, wordt de aanwezige samenwerking in de keten gemodelleerd. Dit wordt uitgevoerd aan de hand van de door Van Eck, Gordijn en Wieringa [Ec04a] onderscheiden gezichtspunten en bijbehorende modelleringstechniek. In dit hoofdstuk wordt het ontwerpproces behandeld door middel van een uitwerking van het waarde- en procesgezichtspunt. Het waardegezichtspunt omschrijft de samenwerking vanuit een commercieel oogpunt door aan te geven welke waardetoevoegende objecten in de keten worden gecreëerd en gedistribueerd door de samenwerkende partijen. In het procesgezichtspunt wordt de samenwerking vanuit een operationeel oogpunt omschreven door de activiteiten te beschrijven die moeten worden ondernomen om waardeobjecten te creëren en te distribueren aan de partijen in de waardeketen.

4.1 De waardeketen

De analyse betreft de waardeketen van de schadesector via het intermediaire distributiekanaal. De waarde toevoegende activiteiten zijn geschakeld in de waardeketen die verbinding maakt tussen de supply- en demandkant van een organisatie, wanneer het meerdere partijen betreft, wordt ook wel gesproken van een waardesysteem. Door een analyse van de schakels in de waardeketen is het mogelijk om de interne en externe processen van de organisatie te verbeteren. Het modelleren van de waardeketen is gedaan op basis van de processtandaard die de activiteiten in een levenscyclus van een contract beschrijft. Volgens de processtandaard [Si03] ondergaat een polis de volgende activiteiten: Adviseren, offeren, afsluiten, prolongeren, muteren, informeren, beëindigen. Omdat deze standaard verzekeringsspecifieke processen buiten beschouwing laat, wordt het proces van schadeafhandelingen aan de activiteiten toegevoegd. Naast deze activiteiten worden in de processtandaard twee secundaire activiteiten omschreven: vervaardigen rekening courant en afhandelen premieachterstand.

In figuur 4.1 wordt de waardeketen van verzekeraar - intermediair - klant weergegeven, verdeeld over de functiegroepen: *Service*, *Verkoop*, *Marketing*, *After Sales* en *Administratieve processen*. Hierbij worden de taken van de functiegroepen 'After Sales', 'Marketing' en 'Verkoop' door de verzekeraar verricht en 'Verkoop' en 'Service' door de



Figuur 4.1: De waardeketen

intermediair. Tevens dient opgemerkt te worden dat de functiegroep 'Verkoop', uitgevoerd door de verzekeringsmaatschappij, het verschaffen van informatie betreft. Het benodigde klantcontact tijdens het verkoopproces wordt door de intermediair vervuld.

Het waardeketenmodel ziet informatie als ondersteunend element in het proces van waarde toevoeging, en niet als bron van waarde zelf. Rayport en Sviokla [Ra95] maakt hierin onderscheid en stelt dat een organisatie zich in twee parallelle werelden bevindt. De fysieke wereld van middelen (marketplace) en een virtuele wereld van informatie (marketspace). De marketplace betreft de fysieke stroom van goederen in de waardeketen. Hoewel het hier de verzekeringsbranche betreft, die zich kenmerkt door informatie- en geldstromen, wordt de fysieke stroom gevormd door de dragers van de betreffende informatie. Om waarde op basis van informatie te creëren, moet er gekeken worden naar de marketspace. Naast het maken van een spiegeling van de waardeketen van de marketplace in de marketspace kunnen waardetoevoegende processen voor services en producten in de marketspace worden gemaakt die uniek zijn voor de virtuele wereld. Dit kunnen processen betreffen uit de marketplace die efficiënter, flexibeler en goedkoper kunnen verlopen, maar ook functionaliteiten die eerder niet mogelijk waren, bijvoorbeeld interactieve processen met de klant. Naast het feit dat door de inzet van informatielinks in de waardeketen de activiteiten uit de marketplace worden overgenomen in de marketspace, geven Rayport en Sviokla [Ra95] aan dat nieuwe waardetoevoegende processen voor services en producten die uniek zijn voor de informatiewereld, in de marketspace kunnen worden gemaakt.

In de volgende paragraaf wordt de samenwerking van de partijen die actief zijn in de waardeketen nader beschreven, door het vaststellen van de waardeobjecten die worden gedistribueerd in de keten en welke waardetoevoegende activiteiten de partijen ondernemen.

4.2 Samenwerking in de keten

Voor het ontwerp van een samenwerking dienen de betrokken partijen te worden overtuigd dat de samenwerking ook in hun eigen (commercieel) belang is. Hiervoor is een heldere specificatie nodig van hoe de activiteiten die worden uitgevoerd door iedere partij, bijdragen aan de winstgevendheid van die partij. Immers geen partij zal meewerken in een volledig nieuw bedrijfsproces of een nieuw informatiesysteem aanschaffen slechts voor de betreffende samenwerking. Dus de proces- en systeemspecificaties dienen duidelijk te zijn om te kunnen beoordelen of ze kunnen worden geïmplementeerd door gebruik te maken van bestaande, aanwezige processen en systemen. Dit probleem wordt door Van Eck, Gordijn en Wieringa [Ec04a] onderverdeeld in vier overlappende gezichtspunten:

- waardegezichtspunt;
- procesgezichtspunt;
- informatiesystemen gezichtspunt;
- infrastructureel gezichtspunt;

In dit hoofdstuk worden de eerste twee gezichtspunten uitgewerkt om, zowel vanuit commercieel en operationeel oogpunt, de activiteiten in de waardeketen te beschrijven en op basis hiervan de requirements voor een informatielink aan te kunnen geven

4.2.1 Het waardegezichtspunt

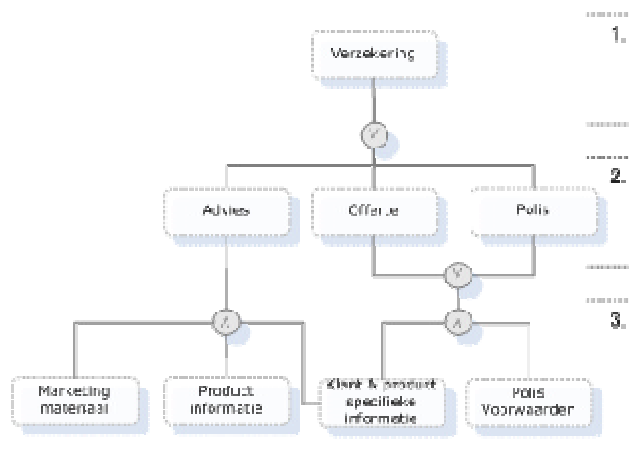
Het waardegezichtspunt modelleert de samenwerking vanuit een commercieel oogpunt door het weergeven van de waardeobjecten, -activiteiten en -uitwisselingen die moeten plaatsvinden tussen de deelnemende partijen om waarde voor de klant te creëren. Voor het specificeren van samenwerkingskeuzes is gebruik gemaakt van de door Van Eck, Gordijn en Wieringa [Ec04a] aangereikte omschrijvingstechnieken voor het waardegezichtspunt, namelijk *waarde hiërarchie* en *waarde netwerken*.

Waardehiërarchieën

In een waardehiërarchie worden de services en waardeobjecten, die geproduceerd worden door de samenwerkende organisaties, weergegeven per specifieke klantbehoefte. Een waardehiërarchie bestaat uit drie basiselementen;

1. De klantbehoefte die middels het waardeobject kan worden vervuld;
2. Waardeobjecten die een bijdrage leveren aan het vervullen van de klantwens;
3. Een draag-bij-relatie, tussen de klantbehoefte en het waardeobject of tussen de waardeobjecten.

Abstract



Figuur 4.2: Abstract value hierarchy
Klantbehoefte 'verzekering'

Ter illustratie is in figuur 4.2 een abstract waardehiërarchie

uitgewerkt. In dit voorbeeld heeft de klant behoefte aan een *verzekering*. Om hiertoe te komen zijn verschillende waardeobjecten geïdentificeerd die een directe of indirecte relatie hebben met deze klantbehoefte. Om aan te geven welke waardeobjecten tijdens de activiteiten voor het voldoen aan deze klantbehoefte worden gecreëerd en gedistribueerd wordt hier een korte omschrijving van gegeven. De klant zal alvorens het aanvragen van een specifieke verzekering worden geadviseerd over verscheidene producten van verschillende aanbieders. Deze oriëntatie wordt gerepresenteerd door het waardeobject *advies*. Op basis hiervan kan de klant besluiten een offerte aan te vragen van een specifiek product van een aanbieder, waardeobject *offerte*. Wanneer de klant akkoord gaat met de offerte wordt dit afgesproken in de vorm van het waardeobject *polis*. Deze drie waardeobjecten zijn in directe relatie met de klantbehoefte. Voor de totstandkoming van deze waardeobjecten zijn er waardeobjecten met een draag-bij relatie te identificeren. Zo is voor het opstellen van advies informatie over de klant en over de te adviseren verzekeringen benodigd. Dit materiaal bestaat, zoals in figuur 4.2 weergegeven, uit de waardeobjecten *marketingmateriaal*, *productinformatie* en *klant- en productspecifieke informatie*. Voor de waardeobjecten *offerte* en *polis* zijn de waardeobjecten *polisvoorwaarden* en *klant- en productspecifieke informatie* benodigd om een offerte of polis op te stellen. Deze waardeobjecten hebben een indirecte relatie met de klantbehoefte, ze worden namelijk gebruikt voor de creatie van waardeobjecten die een directe relatie hebben met de klantbehoefte.

Een *waardehiërarchie*, zoals in figuur 4.2 weergegeven, geeft de volgende drie ontwerpkeuzes weer:

- Er wordt vastgesteld welke klantbehoeften dienen te bestaan;
- De waardeobjecten worden geïdentificeerd en hierbij wordt aangegeven welke waardeobjecten aan een klantbehoefte of aan de creatie van een ander waardeobject voldoen;
- Op basis van de waardeobjecten die in de hiërarchie zijn opgenomen kan de scope van de samenwerking tussen de partijen worden herleid.

In bijlage B zijn de in de processtandaard [Si03] omschreven activiteiten uitgewerkt tot waarde hiërarchieën. Belangrijkste conclusies hieruit zijn:

Welke klantbehoeftes dienen te bestaan?

Op basis van de opgestelde waardehiërarchieën zijn de klantbehoeften per activiteit geïdentificeerd. In de tabel van figuur 4.3 wordt hier een overzicht van gegeven.

Activiteit	Klantbehoefte / Trigger
Adviseren	Klant verzoekt om advisering over verzekeringen;
Offreren	Klant wil een verzekering afsluiten in navolging van het advies dat door de klant is ontvangen;
Afsluiten	Klant gaat akkoord met de offerte. Mogelijk zijn er aanvullende eisen gesteld door de verzekeringsmaatschappij en gaat de klant hier mee akkoord;
Prolongeren	Periodieke premiebetaling;
Schadeafhandeling	Klant heeft schade geleden en wil dit graag verhalen op het betreffende verzekeringsproduct;
Muteren	Klant wil melding doen van veranderde situatie;
Informereren	Het promoten van producten kan gebeuren door een wijziging in het productassortiment, de productspecificaties en/of tarieven of wijziging van het promotiemateriaal. Hiernaast kan het een informatieaanvraag aan de verzekeringsmaatschappij van het intermediair betreffen;
Beëindigen	Klant wil een verzekering beëindigen.

Figuur 4.3: Tabel klantbehoefte per activiteit

Welke waardeobjecten zijn er te onderscheiden?

De waardeobjecten zijn onder te verdelen in waardeobjecten die een directe relatie hebben met de klantbehoefte en waardeobjecten die benodigd zijn voor het creëren van een ander waardeobject en hierdoor dus een indirecte relatie hebben met de klantbehoefte. Op basis van deze onderverdeling wordt in figuur 4.4 een create/use matrix van de waardeobjecten weergegeven, waarin per activiteit wordt aangegeven welke waardeobjecten gecreëerd en/of gebruikt worden en of dit waardeobject een directe of indirecte relatie heeft met de klantbehoefte die voor betreffende activiteit dient te bestaan. Deze informatie wordt gebruikt bij het opstellen van waardenetwerken, waarin de toegevoegde waarde van de partijen in de keten nader wordt omschreven op basis van de waardeobjecten die worden gecreëerd en gebruikt en welke compensatie voor het distribueren van deze waardeobjecten de betreffende partij ontvangt

	Adviseren	Offreren	Afsluiten	Prolongeren	Schadeafhandeling	Muteren	Informereren	Beëindigen
1 Waardeobject met directe relatie								
Advies	c u	u						
Offerte		c u	u					
Polisvoorwaarden		u	u		u		c u	u
Polisblad			c u					
Prolongatie specificatie				c u				
Overzicht rekening courant				c u				
Aanhangsel				c u				
Nota				c u				
Schademelding					c u			
Resultaat schade					c u			
Mutatiemelding						c u		
Poliswijziging						c u		
Marketing materiaal		u					c u	
Product informatie		u					c u	
Ondersteunende software		u					c u	
Tarieven		u					c u	
Aanvraag beëindiging								c u
Bevestigingsbrief								c u
2 Waardeobject met indirecte relatie								
Klantgegevens	c u	u	u					
Objectgegevens	c u	u	u					
Dekkinggegevens	c u	u	u					
Contractgegevens		c u						
Risicogegevens		c u						
Informatie derden			u		u			
Mutatieformulier					u	u		
Schadeformulier					u			
Premiebetalingen				u				u
3 Waardeobjecten met relatie								

Figuur 4.4: Create / use matrix waardeobjecten

De scope van het te ontwerpen interorganizational information system

Op basis van de waardeobjecten die in de verscheidene waardehiërarchieën zijn opgenomen, wordt de scope van de samenwerking tussen de partijen die door het interorganizational information system worden ondersteund herleid. Mogelijk kunnen waardeobjecten worden opgesplitst in deelobjecten, echter wanneer de deelobjecten door dezelfde partij worden uitgevoerd en verder geen specifieke economische waarde hebben voor een ander kan deze opdeling achterwege worden gelaten en wordt hiermee de scope van de te ondersteunen samenwerking afgebakend.

Waar bij het opstellen van waarde hiërarchieën gericht is op het vaststellen van creatie en gebruik van waardeobjecten om aan een specifieke klantbehoefte te voldoen, is een waardenetwerk bedoeld om te kunnen vaststellen wie van de samenwerkende partijen in welke activiteiten deze waardeobjecten creëren, distribueren en consumeren.

Waarde Netwerken

Een tweede methode voor het modelleren van het waardegezichtspunt die door Van Eck, Gordijn en Wieringa [Ec04a] wordt aangereikt is het opzetten van waardenetwerken. In een waardenetwerk wordt weergegeven welke partij in de keten waardeobjecten aan haar omgeving vraagt of geeft. Door te zien naar de wijze waarop een aanbieder van een waardeobject gecompenseerd wordt, is de commerciële waarde van de samenwerking te bepalen. Hiernaast geeft een waardenetwerk aan welke waardeactiviteiten kunnen worden onderscheiden en op welke manier hier toegevoegde waarde uit ontstaat, bijvoorbeeld door het bundelen van waardeobjecten. Op basis van waardenetwerken kan de commerciële waarde van de samenwerking worden ingeschat. Het onderdeel waardenetwerken van het waardegezichtspunt is niet verder uitgewerkt, aangezien de commerciële waarde van de samenwerking door de partijen in de waardeketen en de waardetoevoegende activiteiten die door hen worden uitgevoerd niet ter discussie staan.

Wel is voor het verkrijgen van meer inzicht in de samenwerking nagegaan welke partijen welke waardeobjecten creëren of gebruiken. Van Eck, Gordijn en Wieringa [Ec04a] gebruiken de term samenwerking voor partijen die op basis van het bundelen van de waardeobjecten een nieuw waardeobject creëren, waarbij de klant het ziet alsof dit geleverd wordt door één (virtuele) onderneming. Bij de klantbehoefte voor het afsluiten van een verzekering, vindt tijdens de activiteiten Adviseren, Offreren en Afsluiten bundeling van waardeobjecten plaats. Bij de activiteiten Adviseren en Offreren is het vanuit het perspectief van de klant gezien duidelijk dat hij te maken heeft met meerdere ondernemingen; de tussenpersoon die hem advies geeft en de informatie en/of offertes die mogelijk door meerdere verzekeringsmaatschappijen worden geleverd. De bundeling van waardeobjecten bij de activiteit Afsluiten van de gegevens omschreven in de offerte en de informatie van derden kan worden beschouwd als een samenwerking tussen de verzekeraar en derden die informatie verschaffen.

4.2.2 Het procesgezichtspunt

Het waardegezichtspunt beschrijft op basis van de waardetoevoegende objecten die door de partijen worden gebruikt en gemaakt, waarom een samenwerking tussen de partijen in de keten wordt aangegaan. In het procesgezichtspunt ligt de nadruk op de processen die door de partijen worden uitgevoerd. Van Eck, Gordijn en Wieringa [Ec04a] geven aan dat eerste stap bij het ontwerpen van een informatiesysteem ter ondersteuning van de samenwerking, het identificeren van de processen betreft. Hierdoor wordt bepaald welke ondersteuning het informatiesysteem zal gaan bieden aan de partijen in de keten. Het procesgezichtspunt legt de nadruk op de interne processen die de partijen moeten uitvoeren voor de betreffende waardetransactie. In een waardetransactie worden twee rollen onderscheiden, namelijk de service verlenende partij die de waarde toevoegende activiteit uitvoert, en de service ontvangende partij die het resultaat, het waardeobject, van de activiteit ontvangt.

Het procesgezichtspunt is uitgewerkt in use cases waarin wordt weergegeven welke stappen worden ondernomen voor de totstandkoming van de waardetransactie en het voldoen aan de klantbehoefte voor betreffende activiteit. In bijlage C zijn voor de onderscheiden activiteiten de use cases uitgewerkt. De uitwerking van het

procesgezichtspunt leidt tot verduidelijking van de activiteiten die door de verschillende partijen in de keten worden ondernomen. Namelijk wie initieert het proces, hoe verloopt het en op welke manier wordt het proces en bijbehorende waardetransactie beëindigd.

Uitgangspunt van het beschrijven van het procesgezichtspunt is het bepalen van de te bieden ondersteuning in de samenwerking. Deze ondersteuning dient te worden vertaald naar functionele requirements. Deze requirements omschrijven het gewenste gedrag van het systeem in ontwikkeling (SuD). Dit gedrag kan worden uitgedrukt als services, taken of functies die het systeem moet kunnen uitvoeren. Hierom is ervoor gekozen om door middel van een use case benadering de activiteiten te analyseren, in tegenstelling tot de activity diagrams die door [Ec04a] als modelleringstechniek wordt gehanteerd. Een use case definieert een doelgeoriënteerde set van interacties tussen de actoren en het SuD. Actoren zijn de partijen, onderverdeeld in type gebruikers en andere systemen, in de omgeving van het SuD. Deze actoren zijn onder te verdelen in twee groepen, namelijk de primaire actor die het SuD nodig heeft voor het bereiken van zijn doel. En secundaire actor die het SuD nodig heeft om zijn doel uit te voeren. In een use case ligt de nadruk op wie (actor) doet wat (interactie) met welke bedoeling (doel) met het SuD, zonder stil te staan bij de interne werking van het SuD (een zogenaamde black box benadering). De verzameling van use cases specificeren alle verschillende manieren waarop het SuD kan worden gebruikt en op deze manier het benodigde gedrag van het SuD.

Allereerst staan we stil bij de scope van het SuD. De scope is de omschrijving van wat er wordt ontworpen en kan worden opgedeeld in de functionele scope en de ontwerpscope. De functionele scope geeft aan welke service het SuD zal geven aan zijn omgeving. Cockburn [Co00] draagt hier de volgende methodes voor:

- In/Out list, voor het definiëren wat binnen en buiten de scope van het project valt;
- Actor/Goal list, overzicht van de gebruikersdoelen die het systeem ondersteunen;
- Use case briefs, overzicht van de use cases met korte omschrijving van de use cases.

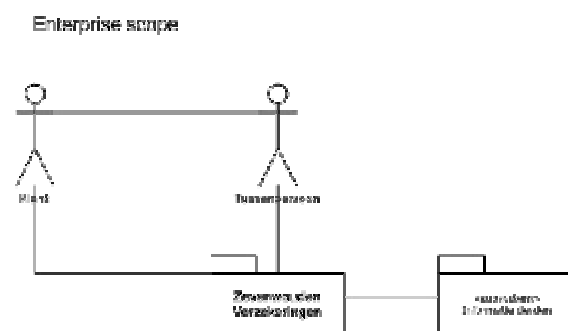
De In/Out list van Figuur 4.5 geeft aan dat ervoor is gekozen om een aantal onderwerpen buiten de scope van het project te houden. Het onderwerp schade en klachtafhandeling valt buiten de scope van het project, omdat in deze processen de belanghebbenden van het systeem anders zijn dan in het waardegezichtspunt is uitgewerkt. Ook de uitvoer van betalingen is in verband met andere belanghebbenden buiten de scope, zoals in het waardegezichtspunt is gedefinieerd, van het project gelaten.

De actor/goal list geeft een duidelijk overzicht van de functionaliteiten die het SuD zal moeten gaan ondersteunen en voor welke actoren. Een use case brief geeft in tabelvorm een duidelijk overzicht van de opgestelde use cases.

Topic	In	Out
Informatievoorziening	In	
Aflevering	In	
Offreren en Afsluiten	In	
Melding van schade, klacht ...	In	
Afhandeling van schade, klacht		Out
Betalingsoverzichten, premie	In	
Uitvoeren van betalingen		Out
Nieuwe services en software	In	
Produceren van management informatie	In	

Figuur 4.5: In Out list

De ontwerpscope is de set van systemen die dient te worden ontworpen en kan omschreven worden op meerdere niveaus van details. Cockburn [Co00] heeft de volgende niveaus onderscheiden: Enterprise, System en Subsystem scope. De enterprise scope voor het SuD is weergegeven in figuur 4.6 In de scope worden de volgende actoren benoemd: Tussenpersoon, Klant, Zevenwouden Verzekeringen en de applicaties voor het opvragen van informatie van derden, bijvoorbeeld het systeem van fraudemeldingen.



Figuur 4.6: Enterprise scope SuD

Een use case omschrijft het contract tussen de belanghebbenden van het SuD en het gedrag hiervan. In de use cases wordt omschreven hoe het systeem reageert op een verzoek van een van de belanghebbenden, de primaire actor. Voor het omschrijven van een use case zijn verscheidene modellen, bijvoorbeeld omschrijvend in tekstvorm of door middel van activity diagrammen. De UML standaard geeft geen voorschriften aan de structurering van de use cases. Hierdoor moet dus worden bepaald hoe de use cases in dit project worden omschreven. Cockburn [Co00] maakt het volgende onderscheid in stijlen voor het omschrijven van use cases; Casual of Fully dressed form, One-column of Two-column table. De casual form is een notatie voor de use case om alles in tekst te omschrijven. In tegenstelling tot de Fully dressed form die een duidelijk template geeft van de inhoud van de use case. Hierin wordt gesteld dat een use case bestaat uit: naam van de use case, omschrijving van doel, scope, level, primaire actor, belanghebbenden, precondities, minimale garanties, succes garanties, trigger, succes scenario, uitbreiding op scenario, technologie en data variatielijst en een mogelijkheid voor aanvullende informatie. Voor de omschrijving van het scenario wordt voorgeschreven dat iedere stap genummerd dient te zijn en dat hier in verband met leesbaarheid geen if-statements in voor mogen komen. De one-column table is een uitwerking van de fully dressed form, echter dan in de vorm van een tabel. De two-column table is op basis van het idee dat de primaire actor een conversatie heeft met het SuD. Hierbij worden de stappen van de use case gescheiden in de twee kolommen (primaire actor en SuD) van de tabel.

De use cases kunnen op verschillende niveaus van ontwerpscope opgesteld. De enterprise scope geeft een globaal overzicht (level Summary) van de interactieprocessen die door het SuD kunnen worden ondersteund. In figuur 4.7 worden de use-case briefs van de acht hoofdactiviteiten uit de levenscyclus van een verzekeringspolis aangegeven. De opgestelde use cases zijn in bijlage C opgenomen. Hierbij is gebruik gemaakt van een variatie op de one-column table van de fully dressed form om de use cases op te stellen.

Use Case	Actor	Doel	Omschrijving / Main success scenario
1	Intermediair	Advisering aan de klant over mogelijke verzekeringsproducten.	Op basis van de door de verzekeraars verschaft informatie en de wensen en eisen van de klant ten aanzien van de dekking, wordt door het intermediair een advies gegeven.
2	Intermediair	Aanvragen van een offerte voor een verzekeringsproduct	Op basis van de door de klant verschaft gegevens wordt door het intermediair op initiatief van de klant een offerte aangevraagd bij de verzekeraar. Na beoordeling van de offerteaanvraag wordt een offerte via het intermediair aan de klant uitgebracht.
3	Intermediair	Het afsluiten van een verzekering op navolging van een offerte	In navolging van een offerte wordt door de intermediair op initiatief van de klant een aanvraag gedaan voor betreffend verzekeringsproduct. Na beoordeling van de aanvraag door de verzekeraar wordt de polis en aanvullende informatie via het intermediair met de klant gecommuniceerd.
4	Intermediair / Klant	Aanvraag van vergoeding voor geleden schade	Op initiatief van de klant meldt het intermediair na beoordeling de geleden schade bij de verzekeraar. De verzekeraar beoordeelt de schademelding op volledigheid en dekking door betreffende verzekeringspolis. Na beoordeling van de schademelding communiceert de verzekeraar het resultaat met de klant.
5	Verzekeraar	Actoren op de hoogte stellen, ontvangen van de betalingen en verwerking van de mutaties en correcties	Periodiek wordt door de verzekeraar het prolongatieproces doorlopen voor het op de hoogte stellen van de actoren van de doorgevoerde wijzigingen en het versturen van nota's voor het ontvangen van de premiebetalingen. Tevens verrekening van bonussen op rekening courant van betreffende intermediair
6	Intermediair	Het doorvoeren van een verandering in de situatie van de klant	Op initiatief van de klant geeft het intermediair een mutatie door aan de verzekeraar. Na beoordeling wordt de mutatie doorgevoerd en wordt het intermediair door de verzekeraar hierover op de hoogte gesteld
7	Verzekeraar	Informereren en promoten van de producten	De verzekeraar informeert het intermediair en/of de klant over de betreffende producten, nieuwe producten of productwijzigingen middels het hiervoor gemaakt marketingmateriaal
8	Intermediair	Beëindiging van een verzekeringspolis	Op initiatief van de klant wordt door het intermediair aanvraag gedaan voor beëindiging van de verzekering. Na beoordeling beëindigt de verzekeraar de verzekeringspolis van de klant en de financiële gevolgen worden met de rekening courant van de intermediair verrekend.

Figuur 4.7: Use case briefs

4.3 Te ondersteunen functionaliteiten

Voor het bepalen van de te ondersteunen functionaliteit zijn de volgende twee typen functionaliteit voor het te ontwerpen interorganizational information system onderscheiden:

- het voldoen aan de informatiebehoefte;
- mogelijkheid bieden voor het uitvoeren van transacties.

Aan het opzetten van use cases is de informatiebehoefte in het intermediair-distributiekanaal afgeleid.

Tijdens het adviesproces heeft de intermediair behoefte aan productinformatie op basis waarvan een advies kan worden opgesteld aan de klant. Wanneer wordt gekeken naar de waardehiërarchie voor deze activiteit blijkt dat deze informatie bestaat uit de waardeobjecten: productinformatie, marketingmateriaal, tarieven en middelen voor het berekenen van premie. In navolging van het advies kan offerte worden aangevraagd, tijdens dit proces heeft de intermediairbehoefte aan informatie over de acceptatie en mogelijke statusinformatie over de verwerking. Ook tijdens de activiteit afsluiten is behoefte aan deze informatie.

In de use case voor de activiteit schadeafhandeling bestaat de interactie tussen het intermediair en verzekeraar uit het doorgeven van de schade en het uiteindelijke resultaat. Tussentijds kan het intermediair behoefte hebben aan informatie over de verdere afhandeling, bijvoorbeeld bij het inschakelen van een expertisebureau.

Tijdens het periodieke prolongatieproces worden mogelijk wijzigingen van polissen doorgevoerd, zoals de door de polishouder doorgegeven wijzigingen of de verlenging van de looptijd van polissen. Op basis van dit proces worden de nota's opgemaakt over het verschuldigd premiebedrag dat de polishouder dient te voldoen. Het intermediair wordt tijdens/na dit proces door middel van overzichten geïnformeerd over mogelijke wijzigingen en zijn inkomsten aan de hand van de rekening courant overzichten. Tijdens dit proces heeft het intermediair behoefte aan informatie omtrent de doorgevoerde wijzigingen en de verrekening op de rekening courant. De doorgevoerde mutaties die door de polishouder worden geïnitieerd worden volgens de omschrijving van use case 'muteren' doorgegeven aan de verzekeringsmaatschappij. De informatiebehoefte die het intermediair heeft tijdens deze activiteit betreft het resultaat hiervan. Een geaccepteerde wijziging wordt door een poliswijziging gecommuniceerd. Mocht een mutatie niet worden geaccepteerd, dan wordt de intermediair hiervan op de hoogte gesteld en kan dit mogelijk leiden tot een beëindiging van het contract. Bij beëindiging van een poliscontract wordt door de verzekeringsmaatschappij, in het geval van voortijdige beëindiging, een afkoop voorstel opgesteld. Op basis hiervan kan de polishouder beoordelen of hij daadwerkelijk overgaat tot beëindiging. De informatiebehoefte tijdens deze activiteit van het intermediair is de afkoopsom en informatie over het resultaat van de verwerking van de beëindiging. Naast de informatiebehoefte tijdens de waarde toevoegende activiteiten heeft het intermediair ook behoefte aan managementinformatie, zoals gerealiseerde premieomzet en schaderesultaat (Interviewverslag is opgenomen in bijlage D pag. 117). Het real-time kunnen voldoen aan deze informatiebehoefte is uniek voor marketSPACE [Ra95].

De ondersteuning die een interorganizational information system aan de informatiebehoefte van het intermediair kan bieden is door het online beschikbaar te stellen van de betreffende informatie. Gezien de activiteiten die worden uitgevoerd in de waardeketen is het mogelijk voor een interorganizational information system om hier ondersteuning aan te bieden. De waardeobjecten die tijdens de activiteiten tussen de partijen worden gedistribueerd betreffen informatiedragende objecten waardoor het goed mogelijk is dit op een digitale, efficiënte manier uit te voeren.

4.4 Conclusie

In dit hoofdstuk is een analyse gemaakt van de waardeketen en welke activiteiten de samenwerkende partijen ondernemen. Hiermee worden deels de onderzoeksvragen uit de tweede en derde stap van het onderzoeksplan beantwoord, namelijk welke mogelijkheden ketenintegratie biedt en welke bedrijfsprocessen hierbij betrokken zijn.

Op basis van een ontwerptechniek van Van Eck, Gordijn en Wieringa [Ec04a] zijn twee gezichtspunten van deze ontwerptechniek uitgewerkt. De tabel weergegeven in figuur 4.8 geeft aan welke modelleringstechnieken per gezichtspunt zijn gebruikt en geeft een omschrijving van welke ontwerpkeuzes hierin zijn gemaakt.

Gezichtspunt	Modelleringstechniek	Omschrijving
Waarde- gezichtspunt	Waardehiërarchieën	Welke waardeobjecten en klantbehoeften zijn er van toepassing bij de samenwerking en behoren tot de scope van het project.
	Waardenetwerken	Welke partijen voeren waarde toevoegende activiteiten en hoe worden ze hiervoor gecompenseerd. Op basis hiervan kan de commerciële waarde van de samenwerking worden bepaald.
Proces- gezichtspunt	Activity diagrams	Welke processen worden uitgevoerd door de partijen van de samenwerking.
	Use Case	Op welke manier kan een informatiesysteem ondersteuning bieden bij deze processen

Figuur 4.8: value-based design of collaboration systems [Ec04a]

Uit de uitwerking van het waardegezichtspunt is gebleken aan welke klantbehoeften wordt voldaan en door welke partij welke waardeobjecten hiervoor gecreëerd, gebruikt en gedistribueerd worden. Dit wordt in figuur 4.3, tabel klantbehoefte per activiteit, en figuur 4.4, create/use matrix waardeobjecten, weergegeven.

In het procesgezichtspunt wordt aan de hand van activity diagrams aangegeven welke processen door de partijen worden uitgevoerd en hoe dit proces wordt geïnitieerd. Uitgangspunt van het beschrijven van het procesgezichtspunt is het bepalen van de te bieden ondersteuning in de samenwerking. Deze ondersteuning dient te worden vertaald naar functionele requirements die het gewenste gedrag van het systeem in ontwikkeling (SuD) omschrijven. Dit gedrag kan worden uitgedrukt als services, taken of functies die het systeem moet kunnen uitvoeren. Hierdoor is ervoor gekozen om door middel van een use case benadering de activiteiten te analyseren. Met de uitwerking van deze use cases op summary level wordt inzicht gegeven van de interacties tussen de samenwerkende partijen in de waardeketen. De use case briefs, weergegeven in figuur 4.7, geven een overzicht van de partij die het proces initieert en een omschrijving van het main success scenario. Op basis van de uitgewerkte use cases zal worden aangegeven bij welke interacties een interorganizational information system een bijdrage kan leveren door het aanbieden van bepaalde functionaliteit en ondersteuning.

De ondersteuning die een interorganizational information system aan de informatiebehoefte van het intermediair kan bieden is door het online beschikbaar te stellen van de betreffende informatie. Hiernaast betreffen de waardeobjecten die tijdens de activiteiten tussen de partijen worden gedistribueerd informatiedragende objecten. Hierdoor is het goed mogelijk om dit op een digitale, efficiënte manier uit te voeren. In het volgende hoofdstuk wordt gekeken op welke wijze dit kan worden gerealiseerd.

5. SCENARIO'S VOOR KETENINTEGRATIE

In dit hoofdstuk wordt eerst geanalyseerd welke mogelijkheden voor ketenintegratie zich momenteel voordoen, om vervolgens in de tweede paragraaf op basis van een combinatie van de genoemde mogelijkheden, scenario's op te stellen. Tot slot wordt in dit hoofdstuk beargumenteerd waarom een scenario voor realisatie van ketenintegratie voor Zevenwouden Verzekeringen het beste kan worden toegepast.

5.1 Mogelijkheden voor ketenintegratie

Voor het analyseren welke mogelijkheden er zijn, is in het vorige hoofdstuk een onderscheid gemaakt op basis van de te ondersteunen functionaliteit en de manier waarop deze op de frontoffice kan worden aangeboden. In dit hoofdstuk wordt op basis hiervan een overzicht van de mogelijkheden per type functionaliteit gegeven. Voor het onderscheiden van de verschillende mogelijkheden wordt eerst gekeken naar het type functionaliteit. De volgende twee typen functionaliteit zijn onderscheiden:

- Het voldoen aan de informatiebehoefte in het intermediair distributiekanaal
- Mogelijkheid bieden voor het uitvoeren van transacties.

In de volgende paragrafen worden de mogelijkheden voor de typen functionaliteit uitgewerkt.

5.1.1 De informatiebehoefte in het intermediairdistributiekanaal

In het intermediairdistributiekanaal zijn verschillende partijen actief met ieder hun eigen informatiebehoefte. In deze paragraaf wordt de informatiebehoefte en op welke manier een verzekeringsmaatschappij hier aan kan voldoen, van deze partijen omschreven. Hiervoor wordt de informatiebehoefte van de primaire en secundaire actoren in het intermediairdistributiekanaal omschreven.

Primaire actor

Primaire actor in dit distributiekanaal is het intermediair. Zoals in vorig hoofdstuk is aangegeven, heeft het intermediair behoefte aan informatie in de vorm van polisvoorwaarden, formulieren, productinformatie en marketingmateriaal / brochures. Op basis van deze informatie is het intermediair in staat om de klant van een advies, offerte of polisaanvraag te voorzien. Mogelijk zijn er variaties voor de presentatie gewenst; zo kan een tussenpersoon willen dat de voorwaarden zonder logo's worden geleverd zodat de informatie van eigen logo's kan worden voorzien. Ook heeft het intermediair behoefte aan statusinformatie betreffende nieuwe aanvragen, mutaties en schademeldingen. En een informatiebehoefte aan financiële gegevens, zoals inzage in rekening courant en productiecijfers, zoals premieomzet, provisie en schadekosten. Kenmerkend aan deze informatiebehoefte is dat het intermediair van verschillende verzekeringsmaatschappijen deze informatiebehoefte heeft, terwijl de verzekeringsmaatschappij alleen in staat is haar eigen gegevens inzichtelijk te maken.

In de huidige situatie bij Zevenwouden Verzekeringen wordt op verschillende manier aan deze informatiebehoefte voldaan. Zo worden polisvoorwaarden, formulieren, productinformatie en marketingmateriaal gedrukt geleverd en op afroep bijgeleverd. Financiële gegevens, zoals overzichten van rekening courant en prolongatieoverzichten, worden periodiek via de post aan het intermediair bekend gemaakt. Deze informatiebehoefte in het intermediaire distributiekanaal kan om efficiëntieredenen en voor het realiseren van kostenbesparing worden gestroomlijnd door gebruik te maken van modernere distributietechnieken, zoals internettechnologie. Hierdoor kan een snellere doorlooptijd, hogere beschikbaarheid en lagere distributiekosten voor het voorzien in de informatiebehoefte van het intermediair worden gerealiseerd.

Secundaire actoren

Secundaire actoren in het intermediaire distributiekanaal waarvoor een specifieke informatiebehoefte kan worden onderscheiden en waar de verzekeringsmaatschappij ondersteuning aan kan geven zijn: de buitendienstmedewerker van de

verzekeringsmaatschappij en de consument. De consument heeft een specifieke informatiebehoefte die grotendeels door het intermediair wordt vervuld. Deze informatiebehoefte is per fase verschillend en hierdoor wordt in de twee onderscheiden fases beschreven op welke wijze een verzekeringsmaatschappij kan bijdragen aan het voldoen aan de informatiebehoefte.

- *Oriëntatiefase.*

In deze fase oriënteert de consument zich op de aangeboden producten. Met de komst van internet en de informatie die de consument hierdoor voor handen heeft, oriënteert de consument zich in steeds grotere mate zelf alvorens de intermediair/assuranteadviseur wordt geraadpleegd. In deze fase is er vooral behoefte aan specifieke productinformatie, zoals dekkingen en uitsluitingen die vermeld staan in de brochures en polisvoorwaarden, en informatie over de hoogte van premie, gespecificeerd voor de situatie van de klant. Bij interesse zal de consument ook geïnteresseerd zijn in informatie om het product af te nemen, in het geval van een intermediairverzekeraar betekent dit het geven van contactinformatie van het intermediair.

- *Afhandelingfase.*

In de afhandelingfase heeft de consument een aanvraag of melding gedaan die door de verzekeringsmaatschappij dient te worden afgehandeld. Afhankelijk van het type melding of aanvraag wil de consument geïnformeerd worden over de voortgang en het resultaat van de afhandeling.

Tot slot wordt de informatiebehoefte van de buitendienstmedewerker van de verzekeringsmaatschappij onderscheiden. Eén onderdeel van de functie van buitendienstmedewerker is het onderhouden van het contact met het intermediair. Hiervoor kan het noodzakelijk zijn dat bij een bezoek behoefte is aan specifieke informatie over de tussenpersoon bijvoorbeeld van de premieomzet, klantenportefeuille, gemelde schades en roeyementen.

Om aan de informatiebehoefte van zowel de primaire als de secundaire actoren te voldoen zijn meerdere mogelijkheden. Zo kan middels een publieke website de consument worden geïnformeerd over de verzekeringsproducten, hoogte van de premie en het verkrijgen van contactgegevens van het aangesloten intermediair. Momenteel beschikt Zevenwouden Verzekeringen al over deze mogelijkheden op hun eigen website. Voor het voldoen aan de informatiebehoefte van het intermediair en eigen buitendienstmedewerkers kan een beveiligde website, het zogenoemde extranet, worden opgezet waar betreffende informatie kan worden gevonden. Hiernaast is er in de branche een initiatief genomen met als doelstelling het centraal aanbieden van de geldige polisvoorwaarden en formulieren van de verzekeringsproducten in de markt, namelijk Polisvoorwaardenonline. Op deze publiekelijke pagina kunnen recente polisvoorwaarden en, indien beschikbaar, verzekeringsformulieren met een zoekfunctionaliteit worden opgezocht.

5.1.2 Mogelijkheid voor transacties

Naast het voldoen aan de informatiebehoefte is het bieden van de mogelijkheid voor het uitvoeren van transacties van belang voor een efficiëntere communicatie en distributie in het intermediairdistributiekanaal. Door gebruik te maken van moderne distributietechnieken, zoals internettechnologie, kan een snellere doorlooptijd, hogere beschikbaarheid en lagere distributiekosten worden gerealiseerd. Transactiemogelijkheden kunnen zowel aan het intermediair, als aan de consument worden geboden. Kenmerkend aan het intermediairdistributiekanaal is de administratie van de klant- en polisgegevens die zowel bij het intermediair als bij de verzekeringsmaatschappijen plaatsvindt, waardoor extra handelingen noodzakelijk zijn voor het bijwerken van deze 'dubbele' administratie. Om deze extra handelingen, zoals overtypen en bijbehorende foutkansen, te voorkomen en de doorlooptijd van transacties te versnellen is integratie van de applicaties van het intermediair een mogelijkheid.

Zoals in hoofdstuk 2.2 is aangegeven worden in de branche meerdere initiatieven hiervoor genomen. Belangrijk initiatief voor de integratie van de applicaties zijn de door de branche ontwikkelde standaarden. Dankzij de implementatie hiervan is het mogelijk

om verzekeringsgegevens op een beveiligde manier te communiceren en automatisch in de backoffice te verwerken. Voor de implementatie zijn meerdere mogelijkheden te onderscheiden; zo is door samenwerking van drie verzekeringsmaatschappijen een transactieplatform opgezet waar het intermediair centraal voor meerdere producten van meerdere verzekeringsmaatschappijen transacties zoals offerteaanvraag, afsluiten en muteren kan uitvoeren. In hoofdstuk 2 is dit initiatief, MeetingPoint, nader omschreven. Hiernaast hebben diverse aanbieders een gestandaardiseerd product voor de implementatie van deze transactiefunctie bij de verzekeringsmaatschappij op de markt gebracht. Dankzij deze producten heeft een verzekeringsmaatschappij een make-or-buy beslissing om aan de branchestandaarden te voldoen. Uiteraard kan ook worden gekozen om zelf de transactiemogelijkheid te ontwikkelen door het uitbreiden van het extranet met de gewenste functionaliteit. Voor integratie met applicaties van het intermediair dient samengewerkt te worden met de leveranciers van deze software voor de implementatie van de koppelingsmodule bij het intermediair. Hiervoor dient aan de transactiestandaard GIM te worden voldaan.

Een andere doelgroep die belang kan hebben bij de mogelijkheid voor het doen van transacties is de consument. Doordat de consument zich steeds meer oriënteert en aankopen doet via het internet bieden moderne communicatie- en distributietechnologieën een mogelijkheid om de klant meer bij de bedrijfsprocessen te betrekken. Een voorbeeld hiervan is tele- en internetbankieren, waarmee de klant in staat is zijn eigen geldzaken thuis via een inbel- of internetverbinding bij de bank te regelen. Voordelen voor de consument die gebruik maakt van deze mogelijkheid zijn de hoge beschikbaarheid van de dienst en de snelheid van de uitvoer van de transactie. Gekeken naar deze mogelijkheid toegespitst op de schadeverzekeringen biedt dit ook voor het intermediair voordelen. Omdat de consument zijn eigen gegevens beheert wordt de kans op fouten verminderd. Hiervoor kunnen internetapplicaties worden ontwikkeld die het intermediair op zijn eigen website kan gebruiken.

5.2 Scenario's voor implementatie van ketenintegratie

In deze paragraaf wordt door middel van scenario's aangegeven welke mogelijkheden er voor Zevenwouden Verzekeringen zijn om ketenintegratie te realiseren. Uit het onderzoek zijn de volgende implementatiemogelijkheden voor ketenintegratie geïdentificeerd. Deze mogelijkheden zijn onderverdeeld enerzijds naar het type functionaliteit (informatief of transactie) en anderzijds naar de in hoofdstuk 2.2 gepresenteerde verdeling naar wie het initiatief voor de betreffende mogelijkheid heeft genomen. Deze verschillende mogelijkheden zijn in de tabel van figuur 5.1 weergegeven.

	Branchebrede initiatieven	Initiatieven uit samenwerking	Eigen initiatieven	Ontwikkelingen door derden
Informatief			- Extranet - Internet	- Polisvoorwaarden online
Transacties	- AFD - ADN - GIM	- MeetingPoint	- Extranet - Offerte software - Internet modules voor website intermediair	- KIM - standaard GIM oplossing van derden

Figuur 5.1: Mogelijkheden voor ketenintegratie

Op basis van deze implementatiemogelijkheden zijn scenario's voor ketenintegratie opgesteld. Deze scenario's zijn aan de hand van de, in hoofdstuk 4 omschreven, functionele requirements onderscheiden en dienen aan de informatiebehoefte te voldoen en een mogelijkheid te bieden voor het uitvoeren van transacties. Ketenintegratie kan, gezien de mogelijkheden weergegeven in figuur 5.1, op drie manieren door Zevenwouden Verzekeringen worden gerealiseerd, namelijk door zelf een ketenintegratie oplossing te ontwikkelen, een oplossing van derden aan te schaffen of door samenwerking met andere verzekeringsmaatschappijen. Op basis van deze realisatiemogelijkheden en de informatie- en transactiemogelijkheden weergegeven in figuur 5.1, zijn drie scenario's onderscheiden:

- Integratie met de tussenpersoonapplicatie;
- Aansluiten bij het initiatief MeetingPoint;
- Verder ontwikkelen van offertesoftware.

Het eerste scenario betreft de realisatie van een extranet voor de informatievoorziening en het bieden van transactiemogelijkheden voor het aangesloten intermediair. Het extranet kan door Zevenwouden Verzekeringen zelf worden ontwikkeld of kan worden gerealiseerd door de aanschaf van een standaard GIM oplossing van derden. Door implementatie van de transactiestandaard GIM kan integratie met de tussenpersoonapplicatie worden gerealiseerd.

Het tweede scenario betreft aansluiten bij de samenwerking MeetingPoint. Hiermee worden transactiemogelijkheden geboden en wordt gedeeltelijk aan de informatiebehoefte van het intermediair voldaan. Naast MeetingPoint, dat een transactieplatform is, zal voor de informatievoorziening naar het intermediair een extranet kunnen worden ontwikkeld.

Het derde scenario betreft het verder ontwikkelen van de aanwezige offertesoftware van Zevenwouden Verzekeringen. Hiermee kunnen transactiemogelijkheden voor het aangesloten intermediair worden geboden, echter dient voor de informatievoorziening en mogelijk voor de distributie van de software een extranet worden opgezet.

Naast deze drie scenario's zijn nog andere mogelijkheden te onderscheiden, echter deze worden niet als een scenario aangeduid aangezien deze mogelijkheden slechts een gedeelte van het ketenintegratie-vraagstuk oplossen. Bijvoorbeeld door de polisvoorwaarden en verzekeringsformulieren beschikbaar te stellen via Polisvoorwaarden online wordt gedeeltelijk aan de informatiebehoefte van het intermediair voldaan, maar worden geen transactiemogelijkheden geboden. Ook de mogelijkheid van het ontwikkelen van internetmodules voor gebruik op de website van de intermediair is slechts een gedeelte van de te bieden transactiemogelijkheden. Hierdoor moeten deze mogelijkheden worden gezien als mogelijke uitbreidingen op het gekozen scenario.

In de volgende paragrafen wordt per scenario een beschrijving gegeven waarin wordt aangegeven welke randvoorwaarden voor implementatie gelden, wat de mogelijke impact van het scenario op de bedrijfsvoering is en welke kenmerken, zoals doorlooptijden en kosten(-besparingen) kenmerkend zijn voor het betreffende scenario.

5.2.1 Scenario 1. Integratie met de tussenpersoonapplicatie

Integratie met de tussenpersoonapplicatie betreft het bieden van functionaliteit om gegevens die al in de tussenpersoonapplicatie aanwezig zijn te gebruiken bij het uitvoeren van transacties. Voor realisatie dient gebruik te worden gemaakt van de transactiestandaard. De werking van de transactiestandaard en welke voordelen dit voor de samenwerkende partijen biedt is in hoofdstuk 2 aangegeven. De transactiestandaard schrijft voor dat voor implementatie van een koppeling met de tussenpersoonapplicatie de verzekeringsmaatschappij moet beschikken over een extranet. Dit extranet kan worden ontwikkeld voor zowel de informatievoorziening als voor het bieden van transactiemogelijkheden aan het intermediair. Het intermediair krijgt na identificatie toegang tot de betreffende informatie die bij de verzekeringsmaatschappij bekend is. Een andere functie voor het extranet is het bieden van mogelijkheden om transacties door te geven en resultaten hiervan door de verzekeringsmaatschappij aan het intermediair terug te koppelen. Door het zelf ontwikkelen van een extranet kan Zevenwouden Verzekeringen bepalen welke functionaliteiten zullen worden ondersteund en is hierbij minder afhankelijk van andere partijen in de keten. Door gebruik te maken van de GIM transactiestandaard wordt de integratie met de applicatie van het intermediair gerealiseerd.

Randvoorwaarden

Voor implementatie van dit scenario zijn de volgende randvoorwaarden die de transactiestandaard stelt, van toepassing,

- De verzekeringsmaatschappij moet beschikken over een extranet waarop aan de hand van formulieren transacties kunnen worden uitgevoerd;
- Voor implementatie van de transactiestandaard dient bij de tussenpersoon een koppelingsmodule, die voldoet aan de transactiestandaard, geïmplementeerd te worden;
- De transacties die volgens de transactiestandaard plaatsvinden dienen (vanaf 1 januari 2006) door middel van het in de branche gehanteerde persoonsgebonden certificaat te worden beveiligd. Dit betekent dat het intermediair moet beschikken

over betreffend persoonsgebonden certificaat en dat het extranet en GIM functionaliteit van de verzekeringsmaatschappij in staat is om de certificaten verifiëren.

Mogelijke veranderingen

Door invoer van de integratie met de tussenpersoonapplicatie zijn veranderingen te verwachten in de processen. Zo zal door het digitaal communiceren een ondertekend exemplaar van de aanvraag voor een polis bij het intermediair worden gearchiveerd, in plaats van bij de verzekeringsmaatschappij. Hiernaast moet gedacht worden aan de doorlooptijden van de verwerking van de op het extranet uitgevoerde transacties. Door het hanteren van een kortere doorlooptijd kan het gebruik worden gestimuleerd. Ook zal er ondersteuning vanuit de verzekeringsmaatschappij aan het intermediair moeten worden geboden, bijvoorbeeld bij de implementatie van de koppelingsmodule en bij mogelijke storingen die kunnen optreden.

Kenmerken

Elk scenario onderscheidt zich door een aantal unieke kenmerken, zoals kosten voor realisatie, uitbreidingsmogelijkheden en commerciële kenmerken. Voor het scenario integratie met de tussenpersoonapplicatie zijn de volgende kenmerken geïdentificeerd:

- Voor de informatievoorziening op het extranet zijn veel uitbreidingsmogelijkheden, echter ten aanzien van transactievoorziening is dit beperkt tot de transactiestandaard, die overigens wel wordt uitgebreid met nieuwe functionaliteiten.
- De kosten voor implementatie van de integratiemogelijkheid betreft de koppelingsmodule die bij het intermediair dient te worden geïmplementeerd door de softwareleveranciers en de ontwikkeling van een extranet met GIM ondersteuning bij de verzekeringsmaatschappij. De hoogte van de kosten is afhankelijk van of er wordt gekozen voor een gestandaardiseerde oplossing van derden voor implementatie van de gegevensstandaard of dat de verzekeringsmaatschappij er voor kiest deze functionaliteit zelf te ontwikkelen. De kosten van de koppelingsmodule voor de applicatie van het intermediair is afhankelijk van welke softwareleveranciers hiervoor worden benaderd. In deze markt zijn meerdere leveranciers aanwezig, waardoor voor een gehele dekking met al deze softwareleveranciers afspraken dienen te worden gemaakt.
- Implementatie van de transactiestandaard wordt, doordat de koppelingsmodule bij het intermediair dient te worden geïmplementeerd, alleen bij de bestaande relaties uitgevoerd, waardoor een vergroting van het intermediairbestand van de verzekeringsmaatschappij uitblijft.
- Het gebruik van persoonsgebonden certificaten die ieder jaar dienen te worden verlengd zorgt voor het nodige beheer en onderhoud van de administratie hiervan. Het gebruik van certificaten is per 1 januari 2006 verplicht gesteld voor het gebruik van de transactiestandaard.

Duur en verloop van de implementatie

Voor het bieden van de mogelijkheid van integratie met de applicaties van het intermediair wordt een implementatieproject opgestart. Dit implementatieproject bestaat enerzijds uit de ontwikkeling van een extranet met transactie- en informatievoorzieningen en anderzijds uit een traject voor de implementatie van een koppelingsmodule in samenwerking met de verschillende leveranciers van applicaties voor het intermediair. In een interview met dhr. Vinkenborg is inzicht verkregen hoe dit traject bij AMEDIA, marktleider in polisadministratiesoftware voor het intermediair, verloopt. Wanneer een verzekeraar haar tussenpersonen gebruik wil laten maken van de GIM-koppeling dienen een aantal stappen te worden doorlopen. Alvorens men begint moet de verzekeraar gecertificeerd worden door het SIVI. Deze certificering gebeurt op basis van de GIM-sjablonen die de maatschappij dient op te stellen om de producten volgens de transactiestandaard te kunnen aanbieden. In deze sjablonen wordt omschreven welke gegevens nodig zijn voor het uitvoeren van de betreffende functie, bijvoorbeeld aanvraag offerte. Hiernaast moet de verzekeringsmaatschappij ook over een extranet beschikken.

Vervolgens worden er 2 trajecten doorlopen. Allereerst een commercieel traject waarin de koppelingsovereenkomst wordt opgesteld. In deze overeenkomst wordt vastgelegd welke

functies middels GIM door AMEDIA worden ondersteund. Het tweede traject betreft een testopstelling en verdere implementatie. Wanneer de testopstelling succesvol wordt doorlopen zal volgens de wensen van de maatschappij een gefaseerde of brede uitrol van de ketenintegratie-module plaatsvinden. Deze uitrol wordt doorgaans door de verzekeringsmaatschappijen zelf gedaan met mogelijk ondersteuning van AMEDIA. Het implementatieproject zal aan de kant van AMEDIA ongeveer 6 maanden duren, dit met de veronderstelling dat er reeds een extranet met transactiemogelijkheden aanwezig is. (bijlage D pag. 127)

Gebruik en tevredenheid

Tijdens het interview met dhr Vinkenborg van de softwareleverancier AMEDIA (interviewverslag is opgenomen in bijlage D pag. 127) is het huidige gebruik en de tevredenheid van de gerealiseerde GIM-koppelingen besproken. AMEDIA, heeft in mei 2005 een gebruikersonderzoek uitgevoerd. Momenteel hebben 11 verzekeringsmaatschappijen een GIM-koppeling met de module ketenintegratie. Echter deze koppeling betreft niet voor alle verzekeringsmaatschappijen alle producten met ondersteuning voor alle functionaliteiten van de transactiestandaard. Dit komt mede omdat de transactiestandaard nog niet volledig is gespecificeerd en de uitrol gefaseerd verloopt. Veel verzekeringsmaatschappijen beginnen de integratie met functies voor berekenen van de premie, offerte aanvragen en omzetten naar contract. Wanneer men hier ervaring mee heeft opgedaan, wordt ook een begin gemaakt met het aanbieden van functionaliteit voor het muteren van bestaande contracten via de GIM-koppeling. Deze ontwikkeling is momenteel gaande, hierbij is het kunnen aanbieden van de mutatiefunctie sterk afhankelijk van de mogelijkheden die de verzekeringsmaatschappijen hebben om de backofficesystemen te ontsluiten.

Het genoemde gebruikersonderzoek is onder 659 gebruikers van de module ketenintegratie gehouden. De respons op de enquête was 26% en de respons op aanvraag koppeling met extranetten, die tevens was toegestuurd, was 45%. Hieruit blijkt dat het intermediair wel bereid is om koppelingen te realiseren. Belangrijke conclusies die uit het gebruikersonderzoek kunnen worden gehaald is dat het merendeel van de gebruikers het gebruik van de module als makkelijk ervaart. Ook de noodzakelijke inregelwerkzaamheden die moeten worden verricht alvorens de module kan worden gebruikt wordt door een meerderheid (68%) als eenvoudig ervaren. De ondersteuning die de tussenpersonen vanuit AMEDIA krijgen bij deze inregeling wordt door de meerderheid als matig tot slecht ervaren. Hier staat tegenover dat de ondersteuning hiervan vanuit de verzekeringsmaatschappij voor 80% als voldoende tot goed wordt ondervonden. Hiernaast is in het gebruikersonderzoek onderzocht hoeveel de GIM koppeling wordt gebruikt. De respondenten geven aan dat bij maximaal 25% van de transacties gebruik gemaakt wordt van de GIM koppeling. Belangrijkste redenen om niet via een gekoppelde manier de transactie uit te voeren zijn volgens de respondenten; de snelheid van het direct werken op het extranet, dat de functionaliteit van de GIM koppeling te beperkt of niet beschikbaar is of dat de terugkoppeling niet naar wens is.

Voor de verzekeringsmaatschappij is het niet zozeer belangrijk dat via de GIM koppeling de transacties worden uitgevoerd, maar in hoeverre de transacties op een digitale manier worden aangeleverd bij de frontofficesystemen, namelijk hier kan de maatschappij door automatisering de doorlooptijden verkorten en de kosten die gepaard gaan met handmatige invoer verlagen. In het gebruikersonderzoek van AMEDIA wordt al aangegeven dat het direct invullen op het extranet van de verzekeringsmaatschappij als sneller wordt ervaren door de respondenten. Het gebruik van deze manier van werken wordt ook door andere partijen benadrukt; zo geeft London Verzekeringen aan dat momenteel 78% van de nieuwe aanvragen en 30% van de mutatie via hun extranet binnenkomen. Hier moet bij worden aangegeven dat op het metingmoment muteren een nieuwe functionaliteit betreft. Ook de Noordhollandsche van 1816 geven aan dat het 80% van de aanvragen en 60% van de mutaties via het extranet krijgt aangeboden. Hierbij kan worden opgemerkt dat de Noordhollandsche van 1816 (nog) geen GIM-koppelingen heeft gerealiseerd. (bijlage D pag. 130)

Uit deze gegevens blijkt dat het hebben van transactiemogelijkheden op een extranet door het intermediair als gewenst wordt ervaren. De integratie met de

tussenpersoonapplicatie aan de hand van de transactiestandaard wordt momenteel minder gebruikt, echter verwacht wordt wanneer alle functionaliteit voor alle producten door de verzekeringsmaatschappijen worden aangeboden, het gebruik hiervan zal toenemen, doordat er bij het intermediair minder verwarring is of het uitvoeren van de transactie op een gekoppelde manier mogelijk is.

5.2.2 Scenario 11 aansluiten bij het initiatief MeetingPoint

Het tweede scenario voor realisatie van ketenintegratie bij Zevenwouden Verzekeringen is het aansluiten bij de samenwerking MeetingPoint. MeetingPoint biedt, zoals is aangegeven in hoofdstuk 2, voor het intermediair een transactieplatform, waarop transacties mogelijk zijn met de deelnemende maatschappijen. Tevens wordt door MeetingPoint de transactiestandaard GIM gebruikt, waardoor integratie met de applicaties van het intermediair mogelijk is. Voor de communicatie tussen MeetingPoint en verzekeringsmaatschappij dient een specifieke koppeling te worden gerealiseerd, zodat de transacties grotendeels real-time kunnen plaatsvinden. MeetingPoint biedt naast transactiemogelijkheden het aangesloten intermediair ook de mogelijkheid om klant-, polis-, product- en rekeningcourantgegevens en de polisvoorwaarden van alle deelnemende verzekeringsmaatschappijen te raadplegen. Voor maatschappij specifieke informatie, zoals productiegegevens, statusinformatie over aanvragen, mutaties en schades en marketingacties, kan worden overwogen om een eigen informatielink voor het aangesloten intermediair te realiseren, bijvoorbeeld door de implementatie van een extranet.

Randvoorwaarden

Voor implementatie van dit scenario zijn de volgende randvoorwaarden van toepassing:

- Voor de communicatie tussen MeetingPoint en de verzekeringsmaatschappij dienen er webservices voor de te ondersteunen functionaliteiten, denk aan premieberekening, offerteaanvraag, afsluiten polis of muteren van de polis, door de verzekeringsmaatschappij aan MeetingPoint worden aangeboden.
- De terugkoppeling van de resultaten van de transacties wordt momenteel via het ADN aan MeetingPoint en de betreffende tussenpersoon gecommuniceerd. Deze terugkoppeling is van belang voor het bijwerken van de polisadministratie bij zowel MeetingPoint als de betreffende tussenpersoon.

Mogelijke veranderingen

Door aan te sluiten bij het initiatief MeetingPoint zijn voor de bedrijfsvoering en werkprocessen van Zevenwouden Verzekeringen veranderingen te verwachten. Een verandering is dat door de digitaal communicatie een ondertekend exemplaar van de aanvraag bij het intermediair wordt gearchiveerd, in plaats van bij de verzekeringsmaatschappij. Hiernaast moet gedacht worden aan de doorlooptijden van de verwerking van de via MeetingPoint uitgevoerde transacties. Door het hanteren van een kortere doorlooptijd kan het gebruik worden gestimuleerd, zo wordt door de aan MeetingPoint deelnemende maatschappij Generali (bijlage D pag. 121) een doorloop- en verwerkingstijd van maximaal 48 uur gehanteerd.

Kenmerken

Het scenario voor aansluiten bij het MeetingPoint onderscheidt zich van de andere scenario's door een aantal unieke kenmerken:

- Met MeetingPoint wordt de implementatie van de transactiestandaard uitbesteed aan MeetingPoint en haar leveranciers. Zo wordt de implementatie van de koppelingsmodule door MeetingPoint afgehandeld en wordt deze koppeling met zeven assurantie-administratie-pakketten gerealiseerd.
- Het beheer en de nodige ondersteuning voor het intermediair, bijvoorbeeld in geval van storingen, wordt door MeetingPoint gecoördineerd, waardoor bij de verzekeringsmaatschappij hier geen extra capaciteit beschikbaar dient te zijn. Wel dient er een contactpersoon te worden aangewezen voor het geval dat door storingen aanpassingen bij de verzekeringsmaatschappij dienen te worden gedaan.
- Volgens de statistiek van juni 2005 zijn er bij MeetingPoint 5500 intermediairs aangesloten. Hiermee kan door Zevenwouden Verzekeringen een groter netwerk van aangesloten intermediairs worden bediend dan de huidige 500 aangesloten

intermediairs. Hiermee biedt MeetingPoint een gelegenheid voor uitbreiding van het intermediairdistributiekanaal van Zevenwouden Verzekeringen.

- Voor uitbreidingsmogelijkheden voor de transactievoorziening is Zevenwouden Verzekeringen afhankelijk van de ontwikkelingen bij MeetingPoint en de verdere ontwikkeling van de transactiestandaard. In overleg met MeetingPoint is het mogelijk om meer transactiemogelijkheden aan te bieden, mits dit binnen de ontwikkelingen past. Hiernaast kunnen alle deelnemende verzekeringsmaatschappijen gebruik maken van de ontwikkelingen die door MeetingPoint worden gerealiseerd.
- Informatievoorziening naar het aangesloten intermediair toe zal via een andere informatielink moeten dan MeetingPoint. Hiervoor is het opzetten van een extranet een mogelijkheid, echter met de transactiemogelijkheden bij MeetingPoint, is het een mogelijkheid dat het intermediair het extranet niet zal raadplegen.
- De kosten voor deelname aan het initiatief MeetingPoint bestaan uit: initiële kosten, variabele kosten voor implementatie van het aantal producten en de gewenste functionaliteit en uitrol bij het intermediair. Hiernaast worden de periodieke onderhouds- en ontwikkelingskosten doorberekend aan de deelnemende verzekeringsmaatschappijen.

Duur van de implementatie

De duur van de implementatie van het scenario aansluiten bij MeetingPoint is afhankelijk van de duur om aan de bovengenoemde randvoorwaarden te voldoen. Deze randvoorwaarden bestaan uit de realisatie van interfaces / webservices voor het uitvoeren van de te ondersteunen functionaliteit voor gebruik door MeetingPoint. Ook dient door de verzekeringsmaatschappij de betreffende sjablonen voor de aan te bieden verzekeringsproducten te worden opgesteld. Wanneer aan deze randvoorwaarden wordt voldaan en de verzekeringsmaatschappij volgens SIVI certificering sjablonen heeft opgesteld kan door MeetingPoint aan het implementatieproject worden begonnen. Dit project bestaat uit de implementatie van de formulieren op het extranet van MeetingPoint en de uitrol van de GIM-koppelingsmodule van de verschillende softwareleveranciers bij het intermediair. Dit kan, zoals uit het interview met dhr. Van der Stok, werkzaam bij MeetingPoint, blijkt (interviewverslag is opgenomen in bijlage D pag. 114), in zes weken worden gerealiseerd.

Gebruik en tevredenheid

Tijdens het interview met dhr. Van der Stok (interviewverslag is opgenomen in bijlage D pag. 113) is het gebruik van de transactiemogelijkheden via MeetingPoint besproken. De exacte cijfers worden maandelijks aan de deelnemende partijen bekend gemaakt; iedere deelnemer krijgt inzage in de statistieken van de uitgevoerde transacties bij zowel eigen verzekeringsmaatschappij als voor het totaal van MeetingPoint. Hierin zijn verwerkt het aantal offerte aanvragen, het aantal gesloten polissen en hoe de gebruikers op MeetingPoint zijn gekomen (via GIM-koppeling of website). Volgens de statistieken van juni 2005 zijn door circa 5500 gebruikers ongeveer 23.000 transacties uitgevoerd.

In het interview met dhr. Boon (interviewverslag is opgenomen in bijlage D pag. 121), werkzaam bij Generali Verzekeringsgroep, is gevraagd naar het gebruik en de tevredenheid over de dienst van MeetingPoint vanuit het perspectief van een deelnemende verzekeringsmaatschappij. In juli 2005 heeft Generali besloten om bij het initiatief van Meetingpoint aan te sluiten. Momenteel zijn 350 intermediairs aangesloten voor gebruik van Meetingpoint met Generali. Hiervan werkt slechts 10% met de gerealiseerde GIM koppeling. Deze 350 kantoren genereren ongeveer 25% van de productie voor Generali, deze productie bestaat voor 80% uit de Simple Risk producten (AVP, auto-, inboedel- en opstalverzekering) die via MeetingPoint zijn te sluiten. Deze transacties betreffen +/- 40% aanvragen en 60% mutaties. Momenteel wordt gewerkt aan het migreren van de extranetgebruikers van Generali naar MeetingPoint. Hierbij gaat het om 70 intermediairkantoren, die samen verantwoordelijk zijn voor ongeveer 75% van de productie. De reden voor de overstap naar het transactieplatform MeetingPoint is dat met LeoPoint, het extranet van Generali, slechts 7% van alle transacties, mogelijk in combinatie met de GIM koppeling, werden aangeleverd. In totaal zullen ongeveer 500 intermediairkantoren via MeetingPoint worden aangesloten voor het elektronisch zaken doen met Generali.

Generali verwacht door deelname aan het transactieplatform van MeetingPoint meer aanvragen digitaal te ontvangen, doordat er een breder draagvlak vanuit de verzekeringsmaatschappijen voor is. Toegevoegde waarde die hierdoor ontstaat, is dat de intermediair op één plaats polissen van meerdere verzekeringsmaatschappijen kan beheren, muteren en afsluiten. Een andere motivatie om aan MeetingPoint deel te nemen is de beheerproblematiek die dhr. Boon voorziet bij het gebruik van de persoonsgebonden certificaten die ieder jaar zullen worden verlengd. Hiernaast wordt ook de 'helpdesk' door MeetingPoint verzorgd en wordt hiermee een betere service richting de tussenpersoon geboden, bijvoorbeeld ten aanzien van de openingstijden, want de helpdesk is ook buiten kantooruren bereikbaar.

5.2.3 Scenario III Ontwikkelen van offertesoftware

Het derde scenario betreft het verder ontwikkelen van de bestaande offertesoftware van Zevenwouden Verzekeringen. Momenteel is offertesoftware beschikbaar waarmee het intermediair premieberekeningen kan uitvoeren en offertes kan opstellen voor het 7+ pakket. Door het verder ontwikkelen van deze software is het mogelijk om transactiemogelijkheden aan de applicatie toe te voegen. Tevens kan de informatievoorziening middels de applicatie worden gerealiseerd. Hierbij is het een mogelijkheid om een applicatie te ontwikkelen die periodiek nieuwe informatie of updates ontvangt en nieuwe aanvragen, mutaties op bestaande polissen voor verwerking verstuurt naar Zevenwouden Verzekeringen.

Randvoorwaarden

Voor de ontwikkeling van een offerteapplicatie die informatie- en transactievoorziening voor het intermediair biedt zijn de volgende randvoorwaarden van toepassing:

- Voor een koppeling met de backofficesystemen dient een interface te worden opgezet, bijvoorbeeld op basis van de webservice standaarden, echter dit is niet noodzakelijk aangezien de applicaties in een gesloten omgeving functioneren. Zowel de cliëntsoftware (offerteapplicatie) als de interface van de backoffice zijn in beheer van de verzekeringsmaatschappij.
- Voor de terugkoppeling van de resultaten van de transacties naar de applicatie van het intermediair zal het intermediair moeten beschikken over ADN software of een GIM-koppelingsmodule.

Kenmerken

Onderscheidende kenmerken voor realisatie van ketenintegratie door het verder ontwikkelen van de offerteprogrammatuur naar transactie en informatiesoftware zijn:

- De offertesoftware zal door de verzekeringsmaatschappij aan het intermediair dienen te worden gedistribueerd. Dit kan door het online beschikbaar stellen van de software op een internetpagina of distributie door het versturen van de software via bijvoorbeeld de email of de post. De software zal bij het intermediair dienen te worden geïnstalleerd en mogelijk dient hier ondersteuning voor te worden gegeven.
- Updates en nieuwe informatie dient online beschikbaar te worden gesteld.
- Voor het doorgegeven van de transacties aan de backoffice van de verzekeringsmaatschappij dient een interface te worden ontwikkeld waar de software de betreffende services/functies kan aanroepen.
- De uitbreidmogelijkheden voor de software zijn beperkt doordat vergaande uitbreiding niet via een update is door te voeren en hiervoor een nieuwe versie dient te worden gedistribueerd. Hierdoor is de verzekeringsmaatschappij afhankelijk van in hoeverre het intermediair bereid is om de nieuwe versie te installeren. Mogelijk dient hierbij ook ondersteuning te worden geboden aan het intermediair en dienen oudere versies in beheer te worden gehouden.
- Voor verwerking van de transacties met het administratiepakket van het intermediair dient hier een koppelingsmodule voor aanwezig te zijn, bijvoorbeeld terugkoppeling via het ADN of door een koppeling tussen het offerteapplicatie en de GIM-koppelingsmodule van het administratiepakket.

Duur van de implementatie

De realisatietijd van de offertesoftware is afhankelijk van de capaciteit die Zevenwouden Verzekeringen heeft voor de ontwikkeling. Hierbij is de ontwikkeling afhankelijk van de duur om een nieuwe versie van de software te ontwikkelen en te distribueren onder het aangesloten intermediair. Hiernaast is de realisatietijd afhankelijk van de implementatie van de benodigde functionaliteit, services uit de backoffice.

Gebruik en tevredenheid

Momenteel wordt door het huidige aangesloten intermediair van Zevenwouden Verzekeringen gebruik gemaakt van de reeds aanwezige applicatie. Echter doordat hier nog geen transactiemogelijkheden door worden geboden, is het gebruik niet uit te drukken in een aantal via deze wijze aangeboden transacties. Gezien de tevredenheid van de huidige gebruikers wordt verwacht dat een nieuwere versie met transactiemogelijkheden ook door deze gebruikers zal worden gebruikt.

5.3 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn op basis van de mogelijkheden voor ketenintegratie drie scenario's onderscheiden. Alhoewel de scenario's elkaar niet helemaal uitsluiten, is het niet mogelijk om zowel het eerste scenario, integratie met tussenpersoonapplicatie en het tweede scenario, aansluiten bij MeetingPoint, te implementeren, omdat in de implementatie van de transactiestandaard slechts naar één extranet kan worden verwezen. Uit het interview met dhr. Van der Stok (bijlage D pag. 114) en dhr. Boon (bijlage D pag. 121) blijkt dat er andere mogelijkheden hiervoor zijn, namelijk die door Delta Lloyd op haar extranet wordt toegepast. Dit is echter voor Zevenwouden Verzekeringen niet van toepassing, omdat de verkoop en distributie van het 7+ pakket voornamelijk door het onafhankelijk intermediair wordt gedaan. In tegenstelling tot Delta Lloyd die ook actief is met het bancaire distributiekanaal en waar gebruik gemaakt wordt van het extranet.

Om het intermediair van Zevenwouden Verzekeringen zo goed mogelijk te ondersteunen en de efficiency te vergroten dient een van de bovengenoemde scenario's voor ketenintegratie te worden gerealiseerd. Voor het kiezen van een scenario dient op verschillende criteria worden gelet, zoals de kosten, duur van realisatie, bedrijfszekerheid, beveiliging, gebruik en tevredenheid, uitbreidbaarheid van geboden functionaliteiten en commerciële mogelijkheden. De kosten bestaan uit de initiële kosten voor de implementatie van het scenario en periodieke kosten voor beheer en onderhoud van het ontwikkelde informatielink. De bedrijfszekerheid is van belang aangezien het niet beschikbaar zijn van de informatielink mogelijk tot gevolg heeft dat het intermediair de transacties, zoals nieuwe aanvragen, bij een andere verzekeringsmaatschappij onderbrengt. Aangezien de transacties klant- en polisgegevens betreffen is beveiliging van communicatie van belang. In de transactiestandaard is het verplicht gesteld om transacties middels een persoonsgebonden certificaat te beveiligen (versleuteling van het bericht).

De kosten voor de implementatie van het eerste scenario zijn hoog, doordat de GIM koppelingsmodule door verscheidene leveranciers van intermediairapplicaties bij het intermediair dienen te worden geïmplementeerd. Ook aan de kant van Zevenwouden Verzekeringen dient geïnvesteerd te worden in onder andere de ontwikkeling van een extranet met GIM functionaliteiten. De bedrijfszekerheid is hiermee in eigen handen, echter in geval van storing dient dit snel te worden opgelost. Aangezien het intermediair niet alleen op kantooruren werkzaam is, is te verwachten dat ook buiten kantooruren ondersteuning gewenst is. Op basis van deze constatering kan wel gesteld worden dat de realisatie van het eerste scenario meerdere minpunten heeft, namelijk hoge kosten en het feit dat het vraagt om de nodige capaciteit binnen Zevenwouden Verzekeringen voor het beheer en het bieden van ondersteuning voor het aangesloten intermediair.

Ook voor het derde scenario, ontwikkeling van offertesoftware voor transactievoorziening kent soortgelijke minpunten. Voordeel van dit scenario ten opzichte van het eerste scenario is dat voor het gebruik van de offertesoftware het intermediair niet over een GIM-koppelingsmodule hoeft te beschikken en de veranderingen ook via het ADN kunnen

worden gecommuniceerd. Hiernaast heeft het hebben van eigen offertesoftware bij de intermediair het voordeel dat de te bieden functionaliteit niet gebonden zijn aan de branchestandaarden, immers zowel de cliëntsoftware als de backofficesystemen zijn in eigen beheer. De kosten voor realisatie van dit scenario zijn dan ten opzichte van het eerste scenario ook lager, maar er dienen wel investeringen te worden gedaan voor bijvoorbeeld de ontwikkeling van de offertesoftware, geschikt maken van de backofficesystemen voor het ontvangen van de transacties en de ontwikkeling van een extranet voor de distributie van de software en mogelijke updates naar het aangesloten intermediair.

Het tweede scenario sluit dan ook beter aan bij de criteria. Zo wordt door MeetingPoint ook buiten kantooruren ondersteuning verleend aan het intermediair. Echter er zijn wel kosten aan verbonden voor deelname en ook dient er te worden geïnvesteerd om de benodigde functionaliteit vanuit de backofficesystemen van Zevenwouden Verzekeringen te kunnen realiseren. De beveiliging van transacties tussen MeetingPoint en het intermediair gaat middels het persoonsgeboden certificaat die in de branche wordt gehanteerd. De beveiliging van de transacties tussen MeetingPoint en de verzekeringsmaatschappijen is anders geregeld. Zo blijkt uit het interview met dhr Boon (bijlage D pag. 121) dat Generali MeetingPoint hiervoor toegang door de firewall verleent. Een voordeel aan MeetingPoint is dat, vanwege de samenwerking door meerdere maatschappijen, het momenteel door ongeveer 5500 intermediairs gebruikt wordt. Hierdoor wordt, in tegenstelling tot de andere scenario's waarbij het voornamelijk om reeds aangesloten intermediairs betreft, kan door aansluiting bij MeetingPoint een grotere groep intermediairs worden bereikt. Hiernaast biedt dit scenario nog een voordeel ten opzichte van de duur voor realisatie. Vergeleken met het eerste scenario waarbij de implementatie van de GIM-koppelingsmodule bij het aangesloten intermediair tot ongeveer 6 maanden kan duren, kan dit bij het scenario aansluiten bij MeetingPoint in zes weken worden gerealiseerd, mede doordat de aangesloten intermediairs al in het bezit zijn van een GIM-koppelingsmodule met MeetingPoint en hierdoor slechts de maatschappijspecifieke zaken dienen te worden ingeregeld.

Mede hierdoor kan geconcludeerd worden dat het tweede scenario 'Aansluiten bij het initiatief MeetingPoint' het beste aan de gestelde criteria voldoet. In het volgende hoofdstuk wordt in het implementatieplan nader omschreven hoe dit scenario kan worden gerealiseerd.

6. IMPLEMENTATIEPLAN

In het implementatieplan wordt aangegeven hoe het gekozen scenario kan worden geïmplementeerd door Zevenwouden Verzekeringen. In hoofdstuk 5 is aangegeven dat het scenario 'Aansluiten bij het initiatief MeetingPoint' voor Zevenwouden Verzekeringen het meest haalbare scenario is voor de realisatie van een ketenintegratie oplossing voor haar intermediair. In dit hoofdstuk wordt voor Zevenwouden Verzekeringen een plan voor de implementatie van dit scenario gepresenteerd.

De implementatie van dit scenario staat in relatie met lopende projecten bij Zevenwouden Verzekeringen, zoals de vernieuwing van de infrastructuur en de migratie naar een nieuwe versie van de verzekeringsapplicatie. Door de verdere systeemintegratie tussen Zevenwouden Verzekeringen en het aangesloten intermediair die het scenario biedt, is mede hierdoor ervoor gekozen om de implementatie gefaseerd te laten verlopen, waarbij de verschillende fases onder andere de mate van systeemintegratie weergeven.

De eerste fase is het bieden van transactiemogelijkheden aan het intermediair voor digitale communicatie. Tweede fase is automatische beoordeling van nieuwe aanvragen en mutaties waardoor een deel van de transacties automatisch worden afgehandeld en de intermediair meteen het resultaat krijgt teruggekoppeld. De laatste fase is de automatische administratie van de geaccepteerde mutaties en aanvragen, waardoor transacties die via het communicatiekanaal van MeetingPoint aan Zevenwouden Verzekeringen worden geplaatst geheel geautomatiseerd, mits de beoordeling positief is, worden afgehandeld. Dit leidt tot een hogere efficiency en snellere doorlooptijden waardoor Zevenwouden Verzekeringen meer capaciteit heeft voor de afhandeling van transacties.

De komende paragrafen geven een stappenplan van de verschillende fases voor de implementatie van het scenario 'Aansluiten bij MeetingPoint'.

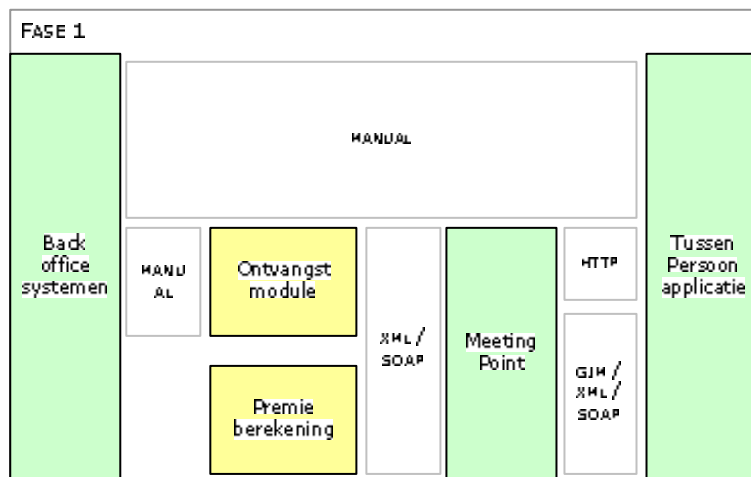
6.1 Fase 1: Bieden van transactiemogelijkheden

De eerste fase kenmerkt zich door het bieden van een transactiemogelijkheid, zodat de geboden functies, zoals offerteaanvraag, aanvraag nieuw contract en mutaties, online naar Zevenwouden Verzekeringen kunnen worden verstuurd. Hierdoor worden de doorlooptijden versneld door een snellere communicatie (t.o.v. de post) en is er een mogelijkheid om bij een aanvraag meteen het resultaat te communiceren. In figuur 6.1 wordt een abstracte schematische weergave van het resultaat van deze fase gegeven.

In het figuur wordt aangegeven welke systemen er bij de implementatie zijn betrokken en op welke wijze er tussen deze systemen wordt gecommuniceerd, omtrent transacties. Uit deze weergave is af te leiden dat ten opzichte van de huidige situatie er bij een transactie

meerdere systemen noodzakelijk zijn en op verschillende wijze kan worden gecommuniceerd.

Vanuit de intermediair gezien kan er naast 'manual', waarmee de huidige communicatiekanalen wordt bedoeld, ook online, namelijk via GIM en http, worden gecommuniceerd voor specifieke verzekerings-transacties. Hiervoor



worden dan de systemen van MeetingPoint aangeroepen. MeetingPoint zal voor de uitvoer van transacties modules, zoals premieberekening en ontvangstmodule van Zevenwouden Verzekeringen aanroepen. De daadwerkelijke verwerking van verzekeringstransacties wordt in deze fase nog volgens de huidige wijze verwerkt.

Alvorens het nieuwe communicatiekanaal in gebruik kan worden genomen, dienen verscheidene zaken worden gerealiseerd in de volgende paragrafen wordt aan de hand van stappen aangegeven op welke wijze de eerste fase kan worden geïmplementeerd.

6.1.1 *Stappen voor implementatie*

Voor implementatie van de eerste fase kunnen verschillende stappen worden onderscheiden. In deze stappen wordt specifiek aangegeven welke onderdelen dienen te worden gerealiseerd. Zoals in figuur 6.1 is weergegeven zijn er ten opzichte van de huidige situatie een aantal veranderingen. Naast de huidige communicatiekanalen wordt met MeetingPoint dit uitgebreid met een nieuw communicatiekanaal waarvoor enkele nieuwe systemen/modules noodzakelijk zijn.

Voorwaarde voor gebruik van dit communicatiekanaal is dat het intermediair beschikt over de GIM module van zijn administratiepakket. Deze module maakt het mogelijk dat de intermediair conform de transactiestandaard kan communiceren met MeetingPoint. Mocht het intermediair niet beschikken over deze module dan is er ook nog een mogelijkheid om via het extranet van MeetingPoint transacties uit te voeren. De systemen van MeetingPoint dienen een koppeling te hebben met Zevenwouden Verzekeringen. In deze fase is deze koppeling beperkt tot een module voor de uitvoer van premieberekeningen en een ontvangstmodule voor ontvangst van aanvragen en mutaties. Voor implementatie van de eerste fase zijn de volgende stappen onderscheiden:

Opstellen sjablonen per te ondersteunen functie

In figuur 3.2 (transactieservice) en figuur 3.5 (resultatenservice) zijn alle GIM-functies van de transactiestandaard weergegeven. Tijdens deze stap dient de keus worden gemaakt welke functies/transactiemogelijkheden bij de uitrol zullen worden aangeboden aan het intermediair. Voor de transactiemogelijkheid dient per functie een sjabloon worden opgesteld, waarin wordt aangegeven welke informatie noodzakelijk is voor de uitvoer van gevraagde transactie.

certificering van de sjablonen door SIVI

Voordat met de transactiestandaard kan worden gewerkt, dienen door SIVI de gehanteerde sjablonen te worden gecontroleerd op correctheid. Deze stap is ook meer een mijlpaal voor de verdere implementatie van de eerste fase.

Ontwikkeling van modules voor premieberekening en ontvangst aanvragen

Huidige premieberekening module dient beschikbaar te worden gesteld voor gebruik door MeetingPoint. Tevens het protocol hiervoor bespreken; welke gegevens worden doorgegeven door MeetingPoint, welke gegevens zijn noodzakelijk voor de berekening van de premie en op welke wijze dient het resultaat worden teruggekoppeld. Dit kan op basis van de in de transactiestandaard opgenomen GIM-functie voor premieberekening.

Voor de ontvangst van de via MeetingPoint geplaatste transacties voor aanvragen en mutaties dient een ontvangstmodule te worden ontwikkeld waar MeetingPoint de aanvraag of mutatie kan doorgeven. De te communiceren informatie is vast te stellen op basis van de opgestelde sjablonen en kan door middel van een geheel ingevuld sjabloon worden doorgegeven aan Zevenwouden Verzekeringen.

In de eerste fase is ervoor gekozen om een verdere koppeling met de backoffice systemen van Zevenwouden Verzekeringen achterwege te laten in verband met een lopend project van vernieuwing van de verzekeringsapplicatie en de mogelijkheden die dit biedt. Hiernaast dienen er acceptatieregels te worden toegepast alvorens een aanvraag of mutatie kan worden geaccepteerd en in de backoffice zal worden verwerkt. In verband hiermee wordt de verwerking volgens het huidige proces afgehandeld.

6.1.2 Overige stappen

Naast de hierboven genoemde stappen voor implementatie zijn nog overige stappen te onderscheiden echter die door MeetingPoint zullen worden ondernomen:

Transactiemogelijkheid bieden op het extranet van MeetingPoint

Aangezien de sjablonen aangeven welke informatie noodzakelijk is voor de uitvoer van een transactie kan MeetingPoint op basis van de opgestelde sjablonen de formulieren voor het extranet aanmaken. Voor het bieden van de transactiemogelijkheid op MeetingPoint dienen de te gebruiken sjablonen bij MeetingPoint beschikbaar te zijn voor beantwoording van de GIM-functie, geefSjabloon (Uitleg van deze functie is in hoofdstuk 3 opgenomen).

Koppeling realiseren tussen de modules en MeetingPoint

In figuur 6.1 is aangegeven dat in deze fase een tweetal modules noodzakelijk zijn voor het bieden van transactiemogelijkheden via MeetingPoint. Een koppeling tussen deze modules en MeetingPoint kunnen via webservice technologie worden gerealiseerd. Hiervoor dient met MeetingPoint worden afgesproken op welke manier de benodigde webservice kan worden aangeroepen en welke informatie via welk protocol zal worden gecommuniceerd. Voor het aanroepen van de module voor premieberekeningen kan gebruik worden gemaakt van de functie zoals omschreven in de transactiestandaard.

Certificering van de transactiemogelijkheden door SIVI

Alvorens de uitrol van het GIM registratiebericht bij het intermediair kan beginnen en de geboden transactiemogelijkheden op basis van de transactiestandaard via MeetingPoint in gebruik kan worden genomen dient dit eerst door SIVI worden beoordeeld. Deze controle vindt plaats om te verifiëren dat de transactiestandaard goed is toegepast. Deze stap kan worden gezien als een mijlpaal in het implementatieproject, aangezien bij certificering kan worden begonnen met de uitrol.

6.1.3 De uitrol bij het intermediair

Het aangesloten intermediair dient op de hoogte worden gesteld van de transactiemogelijkheden voor de producten van Zevenwouden Verzekeringen bij MeetingPoint. Tevens dient voor gebruik van de transactiestandaard het GIM registratiebericht in het administratiepakket van de intermediair worden opgenomen. Voor de uitrol is het belangrijk om de buitendienstmedewerkers van Zevenwouden Verzekeringen erbij te betrekken, aangezien zij de personen van de organisatie zijn die de contacten met het intermediair onderhouden. Hiernaast kan het aangesloten intermediair tijdens het implementatieproces op de hoogte worden gesteld middels een nieuwsbrief.

6.1.4 Organisatorische consequenties

Door een gefaseerde implementatie wordt de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen langzamerhand betrokken en kan geleidelijk aan kennis maken met de nieuwe communicatiekanalen die door de gekozen oplossing voor ketenintegratie mogelijk zijn. De eerste fase betreft het bieden van een transactiemogelijkheden via MeetingPoint voor het intermediair.

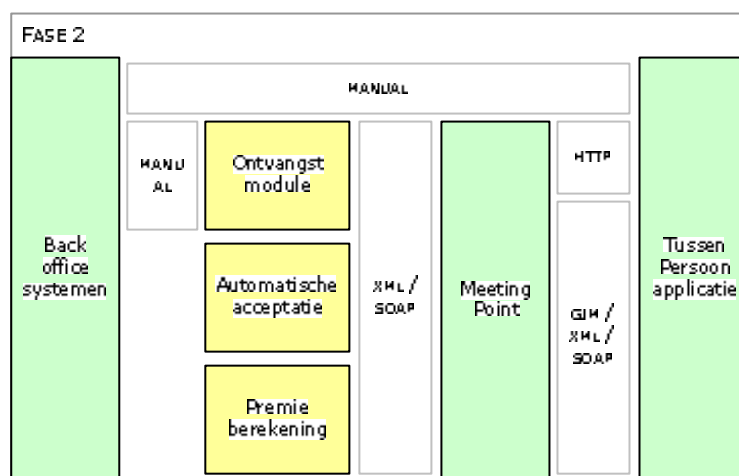
Veranderingen voor de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen liggen in deze fase bij de afdeling Acceptatie en de buitendienstmedewerkers. Veranderingen voor afdeling Acceptatie is dat naast de reguliere communicatiekanalen (fax, post, email en telefoon) ook een ontvangstmodule aanwezig is waar offerteverzoeken en nieuwe aanvragen worden verzameld voor verwerking. De verwerking hiervan zal gelijk gaan aan het huidige proces voor acceptatie, echter kan om deze manier van communiceren met het intermediair te bevorderen wel procedureel worden vastgelegd dat aanvragen in de ontvangstmodule binnen 24 uur dienen te worden afgehandeld. In de interviews is namelijk naar voren gekomen dat de doorlooptijd van verwerking van aanvragen de voornaamste reden is om gebruik te maken van deze middelen

6.2 Fase 2: Automatische acceptatie en afgeven van polis

De tweede fase betreft het beoordelen van nieuwe aanvragen en bij een positief oordeel kan automatisch een polis worden afgegeven. Ook voor de verwerking van mutaties die ertoe leiden dat de polis dient te worden herbeoordeeld, kunnen aan de hand van de geautomatiseerde acceptatiemodule worden afgehandeld en een nieuwe polis worden afgegeven.

Figuur 6.2 geeft met een schematische weergave de betrokken systemen en wijze van communicatie tussen deze systemen aan. In vergelijking met de eerste fase, figuur 6.1, zijn de betrokken systemen uitgebreid met een module voor automatische acceptatie.

De module voor automatische acceptatie dient in staat te zijn om de acceptatieregels die gelden voor de aangeboden producten van Zevenwouden Verzekeringen op de nieuwe aanvragen en mutaties toe te passen. Op basis hiervan kunnen de meeste aanvragen automatisch worden afgehandeld voor acceptatie en dienen ze slechts nog handmatig te worden geadmistreerd in de backoffice systemen. Eventuele aanvragen die de module niet kan beoordelen worden in de ontvangstmodule verder handmatig beoordeeld en verwerkt. De wijzigingen van deze fase van de implementatie betreffen slechts de



betrokken modules van Zevenwouden Verzekeringen en mogelijk een wijziging van het aanroepen van de geboden webservices van Zevenwouden Verzekeringen door MeetingPoint. MeetingPoint dient rekening te houden dat bij een automatische beoordeling een resultaat van gevraagde transactie wordt teruggestuurd door Zevenwouden Verzekeringen.

6.2.1 Stappen voor implementatie

Zoals in figuur 6.2 is weergegeven vindt er een uitbreiding van de modules van Zevenwouden Verzekeringen plaats. Voor implementatie van de tweede fase dient een module voor automatische acceptatie van offerteaanvragen en mutaties worden geïmplementeerd. Deze module moet in staat zijn de geldende acceptatieregels op de aanvragen toe te passen. Hiernaast is een wijziging voor communicatie tussen Zevenwouden Verzekeringen en MeetingPoint aan de orde, doordat bij het communiceren van aanvragen in deze fase ook gelijk een resultaat kan worden gecommuniceerd.

Implementatie van een module voor automatische acceptatie

De module voor automatische acceptatie heeft twee hoofdtaken, namelijk het toepassen van de geldende acceptatieregels op de ontvangen aanvragen en het opstellen van een resultaat van de aanvraag. Aanvragen worden aan de hand van een volledig ingevuld sjabloon gecommuniceerd. Door de communicatie op basis van XML en een vaststaand protocol kan een module worden ontwikkeld die de gewenste gegevens hieruit kan beoordelen en verwerken. Het resultaat kan na beoordeling worden opgesteld aan de hand van gestandaardiseerde offerte of polisbladen.

In hoofdstuk 3 is aangegeven dat de transactiestandaard een aantal mogelijkheden voor het communiceren van het resultaat, zoals bijvoorbeeld in het PDF –formaat, geeft. In

deze fase is de koppeling met de backoffice nog steeds op basis van de huidige werkwijze, echter wordt de verwerking van aanvragen in de backoffice systemen minder arbeidsintensief, aangezien een gedeelte van de aanvragen door de module automatische acceptatie zullen worden beoordeeld en deze slechts nog dienen te worden geadministreerd in de backoffice.

Aanpassing voor communicatie van resultaten

Zoals al aangegeven kan door het automatisch accepteren van aanvragen en mutaties het resultaat van de transactie worden gecommuniceerd. Hiervoor dient MeetingPoint mogelijk een aantal wijzigingen doorvoeren waardoor het resultaat ook aan de betreffende intermediair wordt gecommuniceerd aan de hand van de GIM-functie geefResultaat (Uitleg van deze functie is in hoofdstuk 3 gegeven)

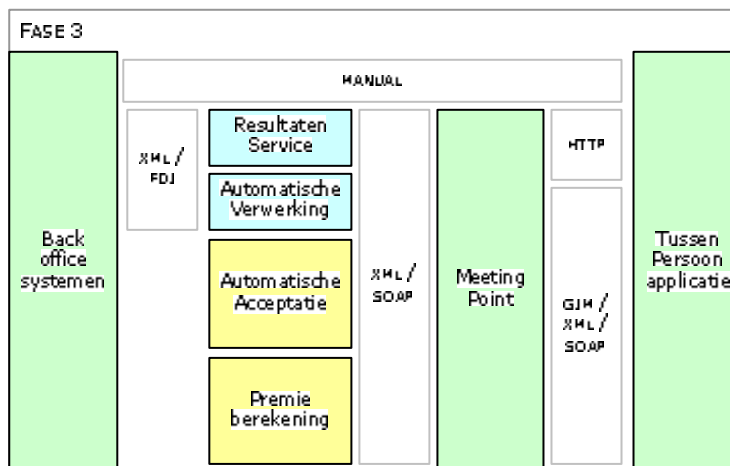
6.2.2 Organisatorische consequenties

De veranderingen die in deze fase aan de orde zijn hebben invloed op de organisatie en met name op afdeling Acceptatie. De module voor automatische acceptatie zal een gedeelte van het werk vervangen. Hierbij moet goed gecommuniceerd worden dat alleen de standaard aanvragen mogelijk voor automatische acceptatie in aanmerking zullen komen, waardoor het werk van de afdeling acceptatie aantrekkelijker zal worden. Hiernaast moet gelet worden dat hierdoor een verhoging van de aanwezige capaciteit mogelijk is, waardoor Zevenwouden Verzekeringen in staat is meer aanvragen en mutaties te kunnen verwerken. Hiernaast is het niet de verwachting dat het aangesloten intermediair bij introductie alleen gebruik zullen maken van het nieuwe communicatiekanaal, maar dat de huidige communicatiekanalen nog steeds zullen worden gebruikt.

6.3 Fase 3: Implementatie van de resultatenservice

De derde fase betreft de implementatie van de automatische verwerking van transacties in de polisadministratie van de backoffice systemen. Ook biedt deze fase een mogelijkheid voor de implementatie van de resultatenservice. Afhankelijk van de ontwikkelingen bij MeetingPoint kan dit mogelijk via MeetingPoint worden gerealiseerd of dient dit door Zevenwouden Verzekeringen worden geïmplementeerd. Voordeel aan de automatische verwerking is dat het intermediair na de uitvoer van de transactie meteen het resultaat, bijvoorbeeld een polis, van Zevenwouden Verzekeringen krijgt en daarnaast dat deze aanvragen automatisch in het backoffice systeem worden geadministreerd. Hierdoor versnelt de doorlooptijd.

De implementatie van de resultatenservice betreft het beschikbaar stellen van de benodigde overzichten aan het intermediair. Een overzicht van de GIM-functies van de resultatenservice is in figuur 3.5 opgenomen. Overzichten die via de resultatenservice beschikbaar zijn, zijn onder andere premie- en offerteresultaten, prolongatiegegevens en rekeningcourant gegevens. MeetingPoint is momenteel aan het onderzoeken op welke wijze de resultatenservice kan worden aangeboden aan het aangesloten intermediair. Hierdoor is over de invulling hiervan nog weinig bekend, verwacht wordt dat gevraagde overzichten gedeeltelijk door MeetingPoint aan het intermediair kan worden geleverd.

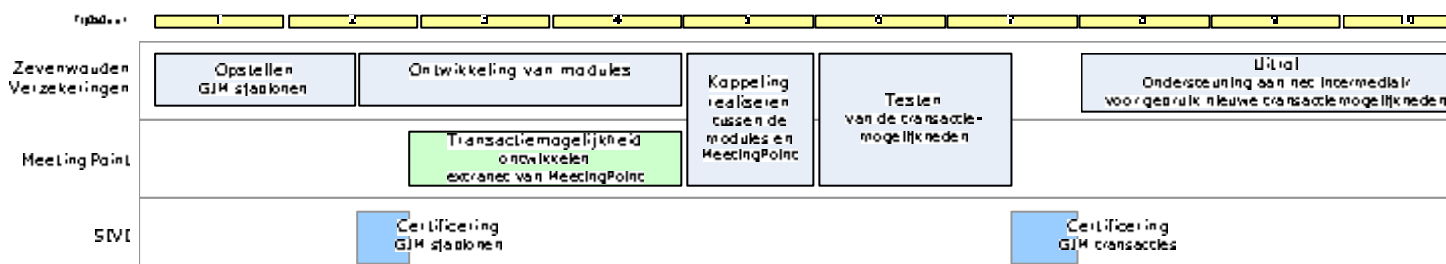


Fase 3 kenmerkt zich naast de resultatservice van de transactiestandaard ook door de koppeling tussen wat in de vorige fases de ontvangstmodule was en de backoffice systemen van Zevenwouden Verzekeringen. De nieuwe versie van de verzekeringsapplicatie beschikt over een uitbreidingsmodule Flexible Data Interface (FDI). Met de FDI kan informatie in de backoffice worden gezet en hier de te gebruiken business rules op worden toegepast. Dit biedt dus de mogelijkheid om een geautomatiseerde koppeling te maken met de backoffice systemen door in de module voor automatische verwerking de ontvangen informatie te transformeren naar een formaat die door het FDI wordt ondersteund.

Doordat de wijze waarop MeetingPoint de resultatservice wil gaan implementeren en de mogelijkheden die de FDI van de nieuwe versie van de verzekeringsapplicatie biedt nog niet bekend zijn, is in het huidige stadium geen gedetailleerde informatie voor de implementatie van de derde fase. Wel is overeengegesteld dat door implementatie van deze fase een volledige ketenintegratie oplossing zal worden behaald. Deze fase is aan het implementatieplan toegevoegd ter verduidelijking van waar de automatisering toe moet leiden.

6.4 Tijdsplan implementatie

Om een indicatie te geven van de duur van de implementatie van het scenario 'Aansluiten bij MeetingPoint' wordt in deze paragraaf een tijdsplan gegeven van de hierboven genoemde fasen en stappen van de implementatie. De derde fase is door de op dit moment aanwezige onduidelijkheden niet meegenomen in het tijdsplan. Figuur 6.4 geeft het tijdsplan voor de verschillende betrokkenen van de eerste fase van het implementatietraject weer.

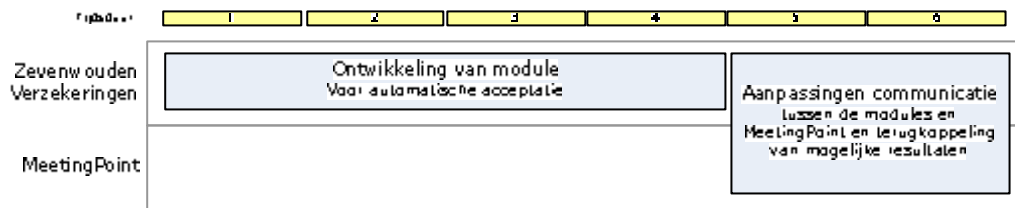


Figuur 6.4: Tijdsplan Fase 1 implementatieplan

In het tijdsplan van figuur 6.4 worden de verschillende stappen die zijn behandeld in paragraaf 6.1.1 en 6.1.2 ten opzichte van een tijdsplan geplaatst waaruit een schatting van de duur voor realisatie van een stap is af te leiden. De implementatie van fase 1 duurt in totaal 10 maanden, waarbij de duur van de uitrol bij het intermediair flexibel is, in figuur op 3 maanden gezet. Tevens is uit het tijdsplan af te leiden dat verschillende betrokkenen bij de implementatie zijn betrokken.

Zevenwouden Verzekeringen is zelf verantwoordelijk voor het opstellen van de te gebruiken GIM sjablonen (met een geschatte duur anderhalve maand), die vervolgens door SIVI dienen te worden gecertificeerd. Na certificering van de GIM sjablonen kan MeetingPoint op basis hiervan de transactiemogelijkheden op het extranet realiseren. Parallel hieraan zal Zevenwouden Verzekeringen de twee modules ontwikkelen voor de premieberekening en het ontvangen van aanvragen en mutaties. Tussen MeetingPoint en de modules van Zevenwouden Verzekeringen dient een koppeling op basis van webservices worden gerealiseerd, waarna de transactiemogelijkheden kunnen worden getest en vervolgens door SIVI worden gecertificeerd voor het voldoen aan de transactiestandaard. Na certificering kan begonnen worden met de uitrol bij het aangesloten intermediair. Hiermee is ook de eerste fase van de implementatie voltooid.

Voor de tweede fase is het tijdsplan als in figuur 6.5 weergegeven opgesteld. Tweede fase kan na voltooiing van de eerste fase, waarbij parallel met de uitrol bij het aangesloten intermediair een mogelijkheid is, worden gestart. Zoals in figuur 6.5 is aangegeven is de



Figuur 6.5: Tijdspad Fase 2 implementatieplan

duur van de implementatie van de tweede fase op 6 maanden geschat. Implementatie van de tweede fase bestaat uit twee stappen, namelijk de ontwikkeling van een module voor het automatisch accepteren en het aanpassen van de communicatie tussen MeetingPoint en Zevenwouden voor het communiceren van het resultaat van de transactie.

6.5 Samenvatting

In dit hoofdstuk is een implementatieplan gegeven voor implementatie van het scenario 'Aansluiten bij MeetingPoint' die in hoofdstuk 5 als het meest haalbare scenario voor een ketenintegratie oplossing voor Zevenwouden Verzekeringen is beoordeeld. Met dit implementatieplan is antwoord gegeven op de onderzoeksvraag 'Hoe kan ketenintegratie door Zevenwouden Verzekeringen worden geïmplementeerd'.

Gekozen is voor een gefaseerde invoering van het scenario, waarbij de mate van systeem integratie en de organisatorische consequenties het onderscheid maken tussen de verschillende fasen. De eerste fase betreft het aanbieden van transactiemogelijkheden voor het aangesloten intermediair via MeetingPoint, schematisch weergegeven in figuur 6.1. De tweede fase betreft de ontwikkeling van een module voor automatische acceptatie van standaard aanvragen en mutaties, waaruit het meteen terugkoppelen van resultaten van de transactie aan de betreffende intermediair moet leiden. In figuur 6.2 wordt hier een schematische weergave van gegeven. De laatste fase is het geautomatiseerd verwerken van automatisch geaccepteerde aanvragen en mutaties in de backoffice systemen van Zevenwouden Verzekeringen en een implementatie van de resultatenservice. Doordat de wijze waarop MeetingPoint de resultatenservice wil gaan implementeren en de mogelijkheden die de nieuwe versie van de verzekeringsapplicatie biedt nog niet bekend zijn, is in het huidige stadium geen gedetailleerde informatie voor de implementatie van de derde fase. Deze fase is aan het implementatieplan toegevoegd ter verduidelijking van waar de automatisering toe zou kunnen leiden.

Door een gefaseerde implementatie wordt de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen langzamerhand betrokken en kan geleidelijk aan kennis maken met de nieuwe communicatiekanalen die door de gekozen oplossing voor ketenintegratie mogelijk zijn. Veranderingen voor de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen liggen in de eerste fase bij de afdeling Acceptatie en de buitendienstmedewerkers en betreft voornamelijk de realisatie van een nieuw communicatiekanaal voor het intermediair. In de tweede fase is de impact door de implementatie van een module voor automatische acceptatie groter doordat hiermee een gedeelte van het werk van afdeling Acceptatie wordt geautomatiseerd. De redenen hiervoor dient voor het waarborgen van betrokkenheid goed worden gecommuniceerd.

7. CONCLUSIE

In het onderzoeksplan dat voor het afstudeeronderzoek is opgesteld zijn vier centrale onderzoeksvragen geformuleerd voor verduidelijking van de doelstelling. De voorgaande hoofdstukken hebben ertoe geleid dat er een antwoord kan worden gegeven op deze onderzoeksvragen. In deze paragraaf worden de centrale onderzoeksvragen beknopt beantwoord.

Wat is het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en voor Zevenwouden

Het belang van ketenintegratie voor het intermediairdistributiekanaal is in het tweede hoofdstuk aangegeven met de constatering dat in vergelijking met 2002 het marktaandeel, gemeten aan de hand van de premieomzet, van het intermediairdistributiekanaal fors is afgenomen (daling van 6,6 procentpunt). Hierdoor kan worden gesteld dat het gebruik van het intermediairdistributiekanaal onder druk staat. Het onderscheidende vermogen van een distributiekanaal is de manier van klantbenadering en communicatie. In het intermediairdistributiekanaal zijn verschillende communicatiekanalen onderscheiden. Door het gebruik van internettechnologie kan deze communicatie efficiënter verlopen met als doel het intermediair distributiekanaal te versterken door snellere doorlooptijden en betere advisering door prijstransparantie (middels vergelijkingssoftware). Doordat het intermediairdistributiekanaal onder druk staat, wordt in de verzekeringsbranche hard gewerkt aan initiatieven voor ketenintegratie om zo het distributiekanaal te versterken en de kosten voor de administratieve verwerking te verlagen.

Welke problemen bij realisatie van ketenintegratie kunnen worden onderscheiden

Voor de realisatie van ketenintegratie in het intermediair distributiekanaal zijn geen grote problemen onderscheiden. Wel een punt van aandacht is de langzame implementatie van de door de branche ontwikkelde standaarden bij de softwareproducten voor administratiepakketten voor het intermediair en een volledige ondersteuning van het gehele productassortiment van de verzekeringsmaatschappijen. Door deze versnippering en onduidelijkheid is de acceptatie van het gebruik van de nieuwe communicatiemiddelen door het intermediair laag. Deze acceptatie zal naar mijn verwachting groeien wanneer de onduidelijkheid omtrent welke product / transactie combinatie bij welke verzekeringsmaatschappij mogelijk is, wordt weggenomen door een volledige implementatie van de transactiestandaard voor iedere product / transactie combinatie door de verschillende verzekeringsmaatschappijen.

Hoe kan ketenintegratie voor Zevenwouden worden geïmplementeerd

In hoofdstuk 5 zijn op basis van implementatiemogelijkheden en huidige initiatieven voor ketenintegratie scenario's voor Zevenwouden Verzekeringen opgesteld. Deze scenario's zijn aan de hand van de, in hoofdstuk 4 omschreven, functionele requirements onderscheiden en dienen aan de informatiebehoefte te voldoen en een mogelijkheid te bieden voor het uitvoeren van transacties. Realisatie van ketenintegratie kan op drie manieren worden gedaan, namelijk door zelf een ketenintegratie oplossing te ontwikkelen, een oplossing van derden aan te schaffen of door samenwerking met andere verzekeringsmaatschappijen. Op basis van deze realisatiemogelijkheden en de informatie- en transactiemogelijkheden zijn drie scenario's onderscheiden:

- Integratie met de tussenpersoonapplicatie;
- Aansluiten bij het initiatief MeetingPoint;
- Verder ontwikkelen van offertesoftware.

Het eerste scenario betreft de realisatie van een extranet voor de informatievoorziening en het bieden van transactiemogelijkheden voor het aangesloten intermediair. Het extranet kan door Zevenwouden Verzekeringen zelf worden ontwikkeld of kan worden gerealiseerd door de aanschaf van een standaard GIM oplossing van derden. Door implementatie van de transactiestandaard GIM kan integratie met de tussenpersoonapplicatie worden gerealiseerd. Het tweede scenario betreft aansluiten bij de samenwerking MeetingPoint. Hiermee worden transactiemogelijkheden geboden en wordt gedeeltelijk aan de informatiebehoefte van het intermediair voldaan. Naast

MeetingPoint, dat een transactieplatform is, zal voor de informatievoorziening naar het intermediair een extranet kunnen worden ontwikkeld. Het derde scenario betreft het verder ontwikkelen van de aanwezige offertesoftware van Zevenwouden Verzekeringen. Hiermee kunnen transactiemogelijkheden voor het aangesloten intermediair worden geboden, echter dient voor de informatievoorziening en mogelijk voor de distributie van de software een extranet worden opgezet.

Voor Zevenwouden Verzekeringen heeft het scenario 'Aansluiten bij het initiatief MeetingPoint' ten opzichte van de alternatieve scenario's voordelen, namelijk het beheer en ondersteuning aan het intermediair is met implementatie van dit scenario uitbesteed aan MeetingPoint, korte realisatietijd ten opzichte van de alternatieven en mogelijk uitbreiding van het aangesloten intermediair, doordat MeetingPoint een samenwerking is van meerder verzekeringsmaatschappijen.

Naast deze drie scenario's zijn nog andere mogelijkheden te onderscheiden, echter deze worden niet als een scenario aangeduid aangezien deze mogelijkheden slechts een gedeelte van het ketenintegratie vraagstuk oplossen. Bijvoorbeeld door de polisvoorwaarden en verzekeringsformulieren beschikbaar te stellen via Polisvoorwaarden online wordt gedeeltelijk aan de informatiebehoefte van het intermediair voldaan, maar worden geen transactiemogelijkheden geboden. Ook de mogelijkheid van het ontwikkelen van internetmodules voor gebruik op de website van de intermediair is slechts een gedeelte van de te bieden transactiemogelijkheden. Hierdoor moeten deze mogelijkheden worden gezien als mogelijke uitbreidingen op het gekozen scenario.

Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden

De ondersteuning die een interorganizational information system aan de informatiebehoefte van het intermediair kan bieden is door het online beschikbaar te stellen van de betreffende informatie. Gezien de activiteiten die worden uitgevoerd in de waardeketen is het mogelijk voor een interorganizational information system om hier ondersteuning aan te bieden. De impact van een interorganizational information system op de werkwijze van de betrokken is groot. Voor het intermediair betreft het een verandering in de werkwijze en communicatie met de verzekeringsmaatschappij. In het implementatieplan van hoofdstuk 6 is gekozen voor een gefaseerde implementatie van het gekozen scenario. Hierdoor wordt de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen langzamerhand betrokken en kan zowel de organisatie als het aangesloten intermediair geleidelijk aan kennis maken met de nieuwe communicatiekanalen die door de gekozen oplossing voor ketenintegratie mogelijk zijn. Veranderingen voor de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen liggen in de eerste fase bij de afdeling Acceptatie en de buitendienstmedewerkers en betreft voornamelijk de realisatie van een nieuw communicatiekanaal voor het intermediair. In de tweede fase is de impact door de implementatie van een module voor automatische acceptatie groter doordat hiermee een gedeelte van het werk van afdeling Acceptatie wordt geautomatiseerd. Voordeel van deze automatisering is dat er meer capaciteit beschikbaar is voor acceptatie, waardoor Zevenwouden Verzekeringen in staat is meer aanvragen te kunnen verwerken.

Conclusie

In het onderzoek naar de mogelijkheden voor implementatie van een ketenintegratie oplossing voor Zevenwouden Verzekeringen zijn meerdere mogelijkheden voor implementatie hiervan gevonden. In dit rapport is nader ingegaan op de mogelijkheid om bij het initiatief MeetingPoint aan te sluiten en dit ook nader uitgewerkt tot het implementatieplan in hoofdstuk 6. Voor Zevenwouden Verzekeringen is het belangrijk om snel een ketenintegratie oplossing te realiseren om op deze wijze haar concurrentiepositie, voor met name het 7+ product, te behouden en mogelijk te versterken. Zevenwouden Verzekeringen heeft het voordeel dat zij om een beperkt aantal producten heeft en hierdoor mogelijk alle transacties voor deze producten via het nieuwe communicatiemiddel kan aanbieden. De te ondersteunen functionaliteit dient al in de eerste fase te worden bepaald en het is ook aan te bevelen om in deze fase ervoor te kiezen om zowel aanvragen als mutaties te gaan ondersteunen.

EPILOOG

In het epiloog wil ik kort terugkijken op het onderzoek waar ik 9 maanden aan heb gewerkt. Van deze 9 maanden heb ik 6 maanden een leuke tijd gehad bij Zevenwouden Verzekeringen waarbij ik veel zelfstandig aan mijn onderzoek. Het epiloog is het onderverdeeld in de paragrafen, beperkingen van het onderzoek, relevantie van het onderzoek en een persoonlijke reflectie.

Beperkingen van het onderzoek

Doordat het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van Zevenwouden Verzekeringen § tijdens de uitvoer ook rekening gehouden met de eisen en wensen van de opdrachtgever. Wel is tijdens het onderzoek het onderzoeksveld zo breed mogelijk gehouden, zodat benodigde algemene informatie over de branche is opgenomen. Het onderwerp ketenintegratie staat momenteel hoog op de agenda bij de organisaties actief in de verzekeringsbranche. Hierdoor zijn er meerdere oplossingen, die mogelijk nog zouden kunnen worden onderzocht echter in dit rapport is een verdere uitwerking gemaakt van de oplossing die het meest haalbaar wordt geacht voor realisatie door Zevenwouden Verzekeringen.

Relevantie van de scriptie

De resultaten van het uitgevoerde onderzoek zijn met name voor Zevenwouden Verzekeringen relevant, omdat hiermee een antwoord wordt gegeven op de vraag op welke wijze de opdrachtgever ketenintegratie kan realiseren voor het aangesloten intermediair. Hiernaast is het voor betrokken relevant in verband met de omschrijving van de ontwikkelingen die momenteel in de verzekeringsbranche aan de orde zijn.

De interviews gehouden tijdens het veldonderzoek geven inzicht in hoe de verschillende betrokkenen met het ketenintegratie vraagstuk bezig zijn. Tijdens het onderzoek is duidelijk geworden dat zowel de grotere als de kleinere verzekeraars ketenintegratie realiseren en hierdoor aangeven het belang ervan in te zien. Gezien de statistieken neemt namelijk het marktaandeel van het intermediair af ten bate van de direct writers. Naar mijn mening heeft het intermediair, mits hun onafhankelijke imago wordt gewaarborgd en grote toegevoegde waarde in verband met de complexiteit van sommige verzekeringsproducten en de consument in veel gevallen wel advies nodig heeft. Dit versterkt met de ketenintegratie-middelen die de consument in staat kunnen stellen zijn portefeuille zelf te beheren kan zorgen voor een hevigere concurrentiestrijd tussen het intermediair en direct writers.

Persoonlijke reflectie

Tijdens mijn afstudeerstage kreeg ik Zevenwouden Verzekeringen voldoende ruimte om zelfstandig mijn onderzoek uit te voeren. Bij aanvang was ik helemaal niet bekend met de verzekeringsbranche en welke problemen er spelen. Het mooie aan de organisatie van Zevenwouden Verzekeringen is dat door de kleinschaligheid de vele kanten van het verzekeringsvak kunt observeren, waardoor ik beter inzicht heb gekregen in de processen die worden uitgevoerd.

Hiernaast heb ik het zeer op prijs gesteld dat ik zelfstandig mijn onderzoek heb kunnen uitvoeren, maar daarnaast nog nevenactiviteiten heb kunnen uitvoeren. Voorbeeld hiervan is een project voor het structureren van de polisvoorwaarden waaruit een ontwerp is gekomen voor het ontwerp van een applicatie waarin de polisvoorwaarden kunnen worden onderhouden, beheerd en gegenereerd. Ook heb ik in verband met de voorgenomen pilot voor de ontwikkeling van een extranet kunnen verdiepen in .NET en welke interessante mogelijkheden dit ontwikkelingsplatform te bieden heeft.

Het voornaamste wat ik denk ik tijdens het afstuderen heb geleerd is dat de uitkomst en het verloop van een onderzoek vaak niet is zoals bij aanvang wordt voorgenomen.

LITERATUURLIJST

- [Aa04] Van der Aalst, W.M.P. (2004). 'Proces-Oriented Architectures for eCommerce and Interorganizational workflow', , Information Technology and Management, vol 5 , nr 1-2, jan. en apr. 2004, P. 65 – 110.
- [Al04] Alonso, G., Casati, F., Kuno, H. en Machiraju, V. (2004). 'Webservices: concepts, architectures and applications', Springer Verlag, 2004.
- [Ba91] Bakos, J. Y. (1991). 'The Role of Interorganizational Information Systems in Vertical Markets'. Journal of Management Information Systems, vol. 8 nr 2, pag. 31 – 54.
- [Be95] Benjamin R. en Wigand R. (1995). 'Electronic markets and virtual value chains on the information highway'. Sloan Management Review, November 1995, pag. 62 – 72.
- [Bo04] Boyes, J. A. en Irani, Z. (2004). 'An analysis of the barriers and problems to web infrastructure development experienced by small businesses'. International Journal of Information Technology and Management, vol 3, nr 2-4 / 2004, pag. 189 – 207.
- [Ca04] Cary, C., Wen H. J. en Mahatanankoon, P. (2004). 'A viable solution to enterprise development and systems integration: a case study of web services implementation'. International Journal of Management and Enterprise Development, volume 1, nr. 2 / 2004 , pag. 164 – 175.
- [Cl00] Clemons, E. K. en Hitt, L. M. (2000). 'The Internet and the Future of Financial Services: Transparency, Differential Pricing and Disintermediation', Discussion draft beschikbaar op <http://knowledge.wharton.upenn.edu/papers/1195.pdf>
- [Co00] Cockburn, A. (2000). 'Writing effective use cases', Addison - Wesley, februari 2000.
- [Do02] Doveren, B. (2002). 'Ketenintegratie en de rol van GIM'. Beschikbaar op <http://www.sivi.org/>
- [Ec04a] Van Eck, P., Gordijn, J. en Wieringa R.J. (2004). 'Value Based Design of Collaboration Processes for e-Commerce', CTIT Technical Report 04-10, februari 2004.
- [Ec04b] Van Eck, P. en Wieringa R. (2004). 'Webservice als zelfstandige economische activiteit', eCommerce december 2004, pag. 38 – 43.
- [Ho04] Hoekman, A.L. (2004). 'Strategisch gebruik van internet bij een intermediairverzekeraar'. afstudeerscriptie Informatiekunde, faculteit Economische Wetenschappen , Universiteit van Tilburg, januari 2004.
- [Hi04] Hill, D., Webster, B. et. Al. (2004). 'Smart Client Architecture and Design Guide – patterns & practices'. Microsoft Press, juni 2004.
- [Pa02] Papazoglou, M P. (2002). 'The World of e-Business: Web-Services, Workflows, and Business Transactions'. Revised Papers from the International Workshop on Web Services, E-Business, and the Semantic Web, pag. 153 - 173.

-
- [Pa04] Park, S. en Yun, G. (2004). '*The Impact of Internet-Based Communication Systems on Supply Chain Management: An Application of Transaction Cost Analysis*'. Journal of Computer-Mediated Communication vol. 10, nr 1, november 2004.
- [Ra95] Rayport, J. F. en Sviokla, J. J. (1995). 'Exploiting the Virtual Value Chain'. Harvard Business Review, Nov.-Dec. , p. 75-85.
- [Sa95] Sarkar, M. B., Butler, B. en Steinfield, C. (1995). '*Intermediaries and Cybermediaries: A Continuing Role for Mediating Players in the Electronic Marketplace*'. Journal of Computer-Mediated Communication, vol. 1, nr 3, december 1995.
- [Si03] SIVI (2003). 'Atlas intermediaire werkprocessen', eBusiness Platform, beschikbaar op <http://www.sivi.org/>
- [Si05a] SIVI (2005). '*Gebruikershandleiding GIM transacties*', versie april 2005, beschikbaar op <http://www.sivi.org/>
- [Si05b] SIVI, (2005). '*Aansluiten van webservices op GIM*', versie januari 2005, beschikbaar op <http://www.sivi.org/>
- [Si05c] SIVI (2005). '*GIM register*', beschikbaar op <http://www.sivi.org/>
- [Si05d] SIVI (2005). '*GIM beveiliging transacties*', beschikbaar op <http://www.sivi.org/>
- [Si05e] SIVI (2005). '*Ketenintegratie in de praktijk- onderzoeksrapport tvv SIVI congres*', beschikbaar op <http://www.sivi.org/>
- [Vb05] 'Extranetten bieden steeds meer mogelijkheden', Verzekeringsblad, nr 9, mei 2005, pag 484 - 495
- [Ve95] Verschuuren, P en Doorewaard, H. (1995). '*Het ontwerpen van een onderzoek*'.
- [Vv05] Verbond van Verzekeraars. (2005). '*Verzekerd van Cijfers 2005*'. Beschikbaar op <http://www.verzekeraars.org/>
- [Ww04] W3C (2004). '*Web Services Glossary*', W3C Web Services Architecture Working Group, februari 2004, beschikbaar op <http://www.w3.org/TR/ws-gloss/>

Relevante websites

MeetingPoint - <http://www.mp4all.nl/>

Voogd en Voogd - <http://www.voogd.com/>

Verzekeringsblad - <http://www.vbnet.nl/>

ADP Business Services - <http://www.adpbusiness.nl/>

SIVI - <http://www.sivi.org/>

W3C - <http://www.w3.org/>

Use cases - <http://www.usecases.org/>

Verbond van verzekeraars - <http://www.verzekeraars.org/>

BIJLAGEN

BIJLAGE A: PROJECTPLAN AFSTUDEERONDERZOEK	75
BIJLAGE B: WAARDE HIERARCHIEN INTERMEDIAIRE WERKPROCESSEN	92
BIJLAGE C: USE CASES	100
BIJLAGE D: INTERVIEWVERSLAGEN VELDONDERZOEK	111

BIJLAGE A: PROJECTPLAN AFSTUDEERONDERZOEK

Bedrijf: Zevenwouden verzekeringen
Van Maasdijkstraat 22
8400 AA Heerenveen
Contactpersoon: dhr. A.F.M. Soontiëns,
manager financiën & informatisering

Datum: 23 mei 2005 Versie: 1.4

INHOUDSOPGAVE

1	Onderzoeksplan	76
1.1	Projectkader	76
1.2	Doelstelling	76
1.3	Onderzoeksmodel	77
1.4	Onderzoeksvragen	78
1.4.1	Onderzoeksvragen	78
2	Onderzoekstechnisch ontwerp	79
2.1	Onderzoeksstrategie	79
2.2	Onderzoeksmateriaal	79
2.2.1	Literatuurstudie	80
2.2.2	Veldonderzoek	80
2.2.3	Vooronderzoek ketenintegratie	80
2.3	Veldonderzoek	81
2.3.1	Projectkader	81
2.3.2	Doelstelling en onderzoeksvragen	81
2.3.3	Onderzoeksmodel	81
2.3.4	Onderzoeksstrategie	82
2.3.5	Onderzoeksmateriaal - de interviewvragen	83
2.4	Onderzoeksplanning	89

1 ONDERZOEKSPLAN

Zevenwouden is een onderlinge verzekeringsmaatschappij die naast het verzekeren van standaard particuliere risico's gespecialiseerd is in het verzekeren van bijzondere risico's, zoals rietgedekte panden; woonboerderijen, villa's e.d. (en ook de inboedels daarin). Als verkoop en service kanaal naar de klant toe, maakt Zevenwouden gebruik van een nationaal netwerk van intermediairs. Deze intermediairs sluiten verzekeringspolissen voor meerdere verzekeringsmaatschappijen waarbij hun rol is om de klant zo goed mogelijk te informeren en van dienst te zijn bij het afsluiten van een verzekering.

1.1 Projectkader

Een duidelijke trend in de verzekeringsbranche is de digitalisering van de communicatie en een verdere integratie van de bedrijfsprocessen bij de verzekeringsmaatschappij en haar omgeving, zoals intermediairs, expertbureaus, volmachten en klanten. Zevenwouden is genooddaakt om mee te gaan in deze trend van ketenintegratie ter bescherming van haar concurrentiepositie. Deze ontwikkeling van ketenintegratie wordt mogelijk gemaakt door brancheafspraken voor standaarden in IT middelen¹.

Belangrijk onderdeel in ketenintegratie betreft de opzet van een extranet voor de communicatie met de intermediairs en de verdere integratie met de bedrijfsprocessen. Bijzonder element in deze casus is gelegen in het feit dat Zevenwouden in het marktsegment een relatief kleine speler is. Hierdoor is, in vergelijking met branchegerelateerde bedrijven, voor het realiseren van de ketenintegratie een beperkt budget beschikbaar.

1.2 Doelstelling

Aan de hand van een analyse naar de problemen bij ketenintegratie en de impact hiervan op organisaties in de verzekeringsbranche, wordt een implementatieplan, om te komen tot ketenintegratie, voor Zevenwouden opgesteld.

¹ In de branche betreft het GIM-integratieprojecten. GIM is de afkorting van Generieke Interface Manager, de verzamelnaam van een aantal branchebreed gedragen afspraken voor het transactieverkeer tussen verzekeraars (via hun extranet) en de administratiepakketten van tussenpersonen.

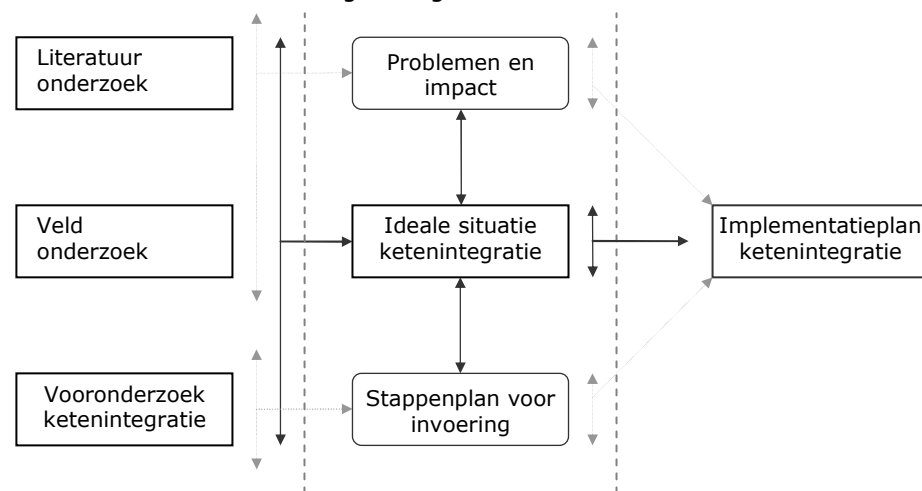
1.3 Onderzoeksmodel

Het onderzoek naar welke problemen zich bij ketenintegratieprojecten voordoen, zal bestaan uit meerdere onderdelen. Allereerst zal worden geanalyseerd welke mogelijkheden ketenintegratie biedt, belangrijke ontwikkelingen in de branche en welke problemen er voor de organisatie ontstaan bij ketenintegratie. Hiernaast wordt er een veldonderzoek gedaan bij branchegerelateerde bedrijven die een ketenintegratieproject (hebben) ondergaan. Motivatie hiervoor is dat een veldonderzoek leidt tot waardevolle informatie ten aanzien van de problematiek bij invoering van ketenintegratie. Het resultaat zal bestaan uit een implementatieplan voor ketenintegratie bij Zevenwouden.

Het eerste deelonderzoek bestaat uit een literatuurstudie voor verdere verdieping in de mogelijkheden die ketenintegratie biedt voor de verzekeringsbranche en zal een analyse van de oorzaken van de problemen die zich volgens de theorie (kunnen) voordoen, worden gemaakt. Tevens heeft de literatuurstudie als doel om op basis van de mogelijkheden van ketenintegratie een beeld te vormen van de ideale situatie. Het resultaat hiervan zal door het uitvoeren van een veldonderzoek bij branchegerelateerde bedrijven naar de ervaringen ten aanzien van ketenintegratie, worden getoetst. Dit tweede deelonderzoek heeft als doel te bepalen welke impact ketenintegratie op een organisatie in de verzekeringsbranche heeft en om de haalbaarheid van de in de literatuurstudie opgestelde ideale situatie te analyseren.

Het derde onderdeel van het onderzoek betreft een vooronderzoek naar de impact van ketenintegratie op de organisatie. Binnen dit onderzoek wordt gekeken of bedrijfsprocessen (dienen te) veranderen bij invoering van ketenintegratie en wordt beoordeeld welke veranderingen prioriteit hebben. Tevens zal in dit onderdeel in het kader van een pilot een begin worden gemaakt met de implementatie om op deze wijze meer informatie te verzamelen over specifieke problemen ten aanzien van systeemintegratie bij Zevenwouden.

Op basis van de resultaten van de drie deelonderzoeken, literatuurstudie, veldonderzoek en het vooronderzoek, zal het implementatieplan voor ketenintegratie bij Zevenwouden worden opgesteld. Hierin wordt de impact van en de mogelijke problemen omtrent ketenintegratie omschreven en wordt een advies gegeven over de te nemen stappen. Samenvattend is het onderzoek in figuur 1 gemodelleerd.



Figuur 1: onderzoeksmodel

Gezien de aard van de problematiek en het feit dat bij aanvang van het onderzoek nog niet alles duidelijk is, is het niet mogelijk om de drie deelonderzoeken afzonderlijk uit te voeren. Het is niet ondenkbaar dat output van een deelonderzoek leidt tot input van een ander deelonderzoek en hierdoor zal de uitvoer (deels) parallel verlopen. De daadwerkelijke uitvoer (ten opzichte van de tijd) is in de onderzoeksplanning (schema 1) weergegeven.

1.4 Onderzoeksvragen

De kernbegrippen; *ketenintegratie*, *problemen*, *impact* en *implementatieplan*, kunnen uit de in vorig hoofdstuk geformuleerde doelstelling van het project worden afgeleid. Op basis van deze kernbegrippen zijn de volgende centrale onderzoeksvragen geformuleerd:

1. Wat is het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en voor Zevenwouden;
2. Welke problemen bij realisatie van ketenintegratie kunnen worden onderscheiden;
3. Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden;
4. Hoe kan ketenintegratie voor Zevenwouden worden geïmplementeerd.

1.4.1 Onderzoeksvragen

Stap 1. Wat is het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en voor Zevenwouden;

De eerste stap betreft voornamelijk het onderzoeken van algemene achtergrondinformatie over de ontwikkelingen in de verzekeringsbranche en wat dit voor Zevenwouden betekent.

Onderzoeksvragen:

- Welke ontwikkelingen ten aanzien van ketenintegratie zijn er binnen de verzekeringsbranche;
- Het belang van ketenintegratie voor Zevenwouden;
- Welke partijen zijn onderdeel van de betreffende keten.

Stap 2. Welke problemen bij realisatie van ketenintegratie kunnen worden onderscheiden;

De tweede stap bestaat uit een verdieping in het belang en de problematiek van ketenintegratie in de verzekeringsbranche. Op basis hiervan kan een goed beeld worden geschetst van de mogelijkheden van ketenintegratie in het algemeen en voor Zevenwouden in het bijzonder.

Nadat er een beeld is geschetst van de mogelijkheden van ketenintegratie bij verzekeringsmaatschappijen kan, op basis van de ervaringen van branchegerelateerde organisaties met de invoering van ketenintegratie, worden getoetst naar de haalbaarheid van deze plannen. Ook wordt op deze manier een duidelijk beeld verkregen van de problemen met betrekking tot ketenintegratie en kan worden geanalyseerd in hoeverre de ervaringen vanuit de praktijk overeenkomen met de theorie.

Onderzoeksvragen:

- Wat staat er in de literatuur omschreven over de problematiek van ketenintegratie;
- Welke mogelijkheden en bedreigingen biedt ketenintegratie voor de Zevenwouden;
- Welke ervaringen hebben branchegerelateerde organisaties met ketenintegratie;
- Welke problemen zijn te onderscheiden bij ketenintegratie in de verzekeringsbranche.

Stap 3. Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden.

Tijdens de derde stap zal de impact van ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden nader worden geanalyseerd. Op basis van de problemen die in stap 2 zijn onderscheiden wordt geanalyseerd welke bedrijfsprocessen bij de ketenintegratie zijn betrokken en welke invloed het zal hebben op deze bedrijfsprocessen en de organisatie van Zevenwouden.

Onderzoeksvragen:

- Welke bedrijfsprocessen zijn betrokken bij de ketenintegratie;
- Welke veranderingen zullen plaatsvinden binnen deze bedrijfsprocessen;
- Wat is de impact van die veranderingen op de organisatie.

Stap 4. Hoe kan ketenintegratie voor Zevenwouden worden geïmplementeerd.

Voor het opstellen van het implementatieplan voor ketenintegratie bij Zevenwouden wordt nagegaan welke functionaliteiten prioriteit hebben om te integreren in de keten. Tevens zullen er keuzes worden gemaakt over de invoering, namelijk welke ketenonderdelen worden als eerste betrokken bij het project (gedacht kan worden aan een gefaseerde invoering waarbij de grootste intermediairs, gemeten qua bijdrage aan de omzet, als eersten te betrekken) .

Onderzoeksvragen:

- Op basis van welke criteria kunnen prioriteiten worden vastgesteld;
- Welke functionaliteit heeft prioriteit om te integreren in de keten;
- Welke onderdelen uit de keten hebben prioriteit om ermee te werken.

2 ONDERZOEKSTECHNISCH ONTWERP

In het technisch ontwerp wordt nader ingegaan op de vraag wat voor soort materiaal er voor het onderzoek nodig is en op welke manier dit kan worden bemachtigd. Het onderzoek is opgedeeld in drie deelonderzoeken, per deelonderzoek wordt eerst indien noodzakelijk de gekozen onderzoeksstrategie toegelicht. Vervolgens wordt aangegeven welk onderzoeksmateriaal benodigd is per deelonderzoek, om op basis hiervan een globale planning van het onderzoek op te stellen.

2.1 Onderzoeksstrategie

Op basis van een onderzoeksstrategie wordt nader bepaald hoe de benodigde informatie wordt gevonden. Vooral bij het deelonderzoek veldonderzoek is het noodzakelijk om de onderzoeksstrategie nader te bepalen. Gezien de complexiteit van de problematiek rond ketenintegratie is ervoor gekozen om de gevalstudie –strategie toe te passen. De gevalstudie geeft een manier om veel gedetailleerder op specifieke problemen, mogelijkheden en bedreigingen in te gaan.

2.2 Onderzoeksmateriaal

In het onderzoekstechnisch ontwerp wordt onderzocht welk materiaal nodig is voor het onderzoek om antwoord te geven op de vier centrale vragen (en bijhorende onderzoeksvragen);

1. Het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en voor Zevenwouden;
2. Welke problemen met ketenintegratie kunnen worden onderscheiden;
3. Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden;
4. Hoe kan ketenintegratie voor Zevenwouden worden geïmplementeerd.

Gekozen is om het onderzoek hiervoor op te splitsen in drie deelonderzoeken, namelijk literatuurstudie, veldonderzoek en een vooronderzoek voor ketenintegratie bij Zevenwouden. Hierbij wordt in de literatuurstudie getracht antwoord te geven op de centrale vragen 1 en 2. Beoogd wordt om met het veldonderzoek een antwoord te formuleren op de centrale vragen 2 en 3. En het vooronderzoek zal verder ingaan op de centrale vragen 3 en 4.

2.2.1 Literatuurstudie

1. *Wat is het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en voor Zevenwouden;*
2. *Welke problemen met ketenintegratie kunnen worden onderscheiden;*

Vanuit de wetenschappelijke literatuur en vakbladen wordt geanalyseerd enerzijds het belang van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en anderzijds wordt geanalyseerd welke problemen er spelen bij ketenintegratieprojecten. Een onderdeel hierbij zal betrekking hebben op de mogelijkheden en bedreigingen van ketenintegratie in de verzekeringsbranche. Mogelijke bronnen voor de literatuurstudie: vakliteratuur uit de ICT / Verzekeringsbranche, wetenschappelijke journals en voorgaande onderzoeken uitgevoerd bij Zevenwouden.

2.2.2 Veldonderzoek

2. *Welke problemen met ketenintegratie kunnen worden onderscheiden;*
3. *Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden;*

Aangezien niet alle nodige informatie uit de literatuurstudie kan worden gehaald is er gekozen om een veldonderzoek uit te voeren. Dit veldonderzoek zal bestaan uit interviews met verantwoordelijken bij branchegerelateerde bedrijven die ketenintegratieprojecten (hebben) ondergaan en gesprekken met IT dienstverleners gericht op de verzekeringsbranche. Op basis van dit veldonderzoek wordt ten eerste de bevindingen vanuit de literatuur getoetst en mogelijk aanvullende bevindingen en problemen geformuleerd. Tevens biedt het veldonderzoek een unieke mogelijkheid om te toetsen welke aspecten van de ideale situatie voor ketenintegratie haalbaar zijn en wat de te verwachten impact zal zijn op de organisatie.

Er zal worden onderzocht welke bedrijven hiervoor kunnen worden benaderd, dit kunnen bedrijven betreffen in dezelfde branche, maar ook IT bedrijven, gespecialiseerd in de uitvoer van ketenintegratieprojecten en het opzetten van extranetten. Tevens zijn er in de branche samenwerkingsverbanden opgericht om de manier van ketenintegratie te standaardiseren. Verwacht wordt dat hier waardevolle informatie kan worden verkregen.

Aan de hand van deze informatie in combinatie met de resultaten uit de literatuurstudie zal worden geanalyseerd welke van de problemen voor Zevenwouden van toepassing kunnen zijn en welke mogelijkheden er bestaan om deze problemen op te lossen. Dit zal resulteren in een implementatieplan, rekening houdend met de gevolgen / impact hiervan op de organisatie.

2.2.3 Vooronderzoek ketenintegratie

3. *Welke impact heeft ketenintegratie op de organisatie van Zevenwouden;*
4. *Hoe kan ketenintegratie voor Zevenwouden worden geïmplementeerd.*

Voor het opstellen van het implementatieplan voor ketenintegratie bij Zevenwouden wordt in het vooronderzoek nagegaan welke functionaliteiten prioriteit hebben om te integreren in de keten. Een belangrijk onderdeel hierin is een analyse naar veranderingen van de bedrijfsprocessen die betrokken zijn bij de in de keten aangeboden functionaliteit. Ook deze veranderingsfactoren spelen een rol bij het vaststellen van de prioriteiten. Hiervoor dient een beter inzicht te krijgen in het verloop van de betrokken bedrijfsprocessen ondersteund door de functionaliteit van ketenintegratie. Tevens zullen er keuzes worden gemaakt over de invoering; welke functionaliteiten dienen in de keten worden aangeboden en welke ketenonderdelen worden als eerste betrokken bij het project (gedacht kan worden aan een gefaseerde invoering waarbij de belangrijkste intermediairs, gemeten qua bijdrage aan de omzet, als eersten te betrekken).

Een ander aspect van het vooronderzoek voor ketenintegratie bij Zevenwouden heeft betrekking op een pilot, gericht op de opzet van een extranet. Uit deze pilot wordt waardevolle praktijkinformatie verzameld over welke problemen er ten opzichte van systeemintegratie ontstaan. Benodigd onderzoeksmateriaal hierbij zullen onder andere

bestaan uit eisen die de opdrachtgever stelt aan de functionaliteit van het extranet en wanneer dat nodig wordt geacht aangevuld met gesprekken met de end-users.

2.3 Veldonderzoek

Aangezien niet alle nodige informatie uit de literatuurstudie kan worden gehaald is er gekozen om een veldonderzoek uit te voeren. Dit veldonderzoek zal bestaan uit interviews met verantwoordelijken bij branchegerelateerde bedrijven die ketenintegratieprojecten (hebben) ondergaan en gesprekken met IT dienstverleners gericht op de verzekeringsbranche. Op basis van dit veldonderzoek wordt ten eerste de bevindingen vanuit de literatuur getoetst en mogelijk aanvullende bevindingen en problemen geformuleerd.

2.3.1 Projectkader

Ketenintegratie is een belangrijk onderwerp in de verzekeringsbranche. Er worden tal van initiatieven genomen voor de bevordering hiervan. In de branche zijn al meerdere maatschappijen die ketenintegratieprojecten hebben opgezet en al middelen hiervoor hebben ontwikkeld. Ook wordt er in de branche gewerkt aan standaardisering van de gegevens, transactieprotocol, beveiliging en presentatie. Tevens zijn er organisaties opgezet die de ontwikkeling en beheer van middelen voor ketenintegratie voor een verzekeringsmaatschappij regelt.

Door al deze initiatieven zijn er voor Zevenwouden Verzekeringen tal van mogelijkheden om ketenintegratie te realiseren. Hierbij moet gelet worden welke impact het heeft op de bedrijfsprocessen van zowel de verzekeringsmaatschappij als van het intermediair. Voor het onderzoeken naar deze mogelijkheden en impact hiervan worden verschillende partijen uit de waardeketen benaderd.

2.3.2 Doelstelling en onderzoeksvragen

Het veldonderzoek biedt een goede mogelijkheid om te toetsen welke mogelijkheden en haalbaarheid hiervan, er voor het realiseren van ketenintegratie zijn. De doelstelling voor het veldonderzoek is dan ook als volgt geformuleerd:

Wat is de impact van ketenintegratie op de betrokken organisaties in de keten van verzekeraar en intermediair.

Voor het onderzoek van de bovengenoemde doelstelling worden verschillende partijen uit de keten verzekeraar en intermediair benaderd; (primair) verzekeraars, intermediair en (secundaire) softwareleveranciers en standaardisatie-instituut. Hierbij is de centrale onderzoeksvraag voor de doelgroep van verzekeringsmaatschappijen als volgt geformuleerd:

Welke ervaringen hebben verzekeraars met ketenintegratieprojecten en welke veranderingen hebben hierdoor in de betrokken bedrijfsprocessen plaatsgevonden.

Tussenpersonen worden benaderd om te onderzoeken:

Wat is de deelname van tussenpersonen in ketenintegratie en voor welke doeleinden zal het worden gebruikt.

Tevens worden softwareleveranciers en het standaardisatie-instituut benaderd voor beantwoording op de centrale onderzoeksvraag:

Welke technische mogelijkheden en hoe dienen die te worden geïmplementeerd, bieden de verzekeringsapplicaties en standaarden op dit moment en welke ontwikkelingen zijn er te verwachten op het gebied van ketenintegratie.

2.3.3 Onderzoeksmodel

Uit de centrale onderzoeksvragen en doelstelling van het veldonderzoek zijn de volgende kernbegrippen af te leiden:

- *Impact*

Op basis van de ervaringen en welke veranderingen in de bedrijfsprocessen hebben plaatsgevonden bij de te interviewen personen van andere verzekeringsmaatschappijen en tussenpersonen kan de impact door een ketenintegratieproject worden beoordeeld.

- *Gebruik*

In het veldonderzoek worden tussenpersonen geïnterviewd over de deelname aan ketenintegratie en het gebruik van de nieuwe middelen. Hierdoor wordt inzicht gekregen over de eisen die de gebruikers (het intermediair) stelt aan deze middelen. Tevens worden er verzekeraars benaderd die al verscheidene stappen richting het realiseren van ketenintegratie hebben genomen. Ook hier kan worden gevraagd naar het gebruik door de tussenpersonen, op welke manier dit wordt gestimuleerd en de verwachtingen die ze hier van hebben.

- *Doelen*

In de interviews bij verzekeringsmaatschappijen zal aandacht worden besteed naar wat de beoogde doelen zijn van ketenintegratie. Dit kan invloed hebben op waarom Zevenwouden aan ketenintegratie moet beginnen. Aangezien ketenintegratie ook invloed heeft op de bedrijfsvoering van het intermediair moet ook worden onderzocht welke doelen en belangen zij hebben bij het realiseren van ketenintegratie

- *Ontwikkelingen en Techniek*

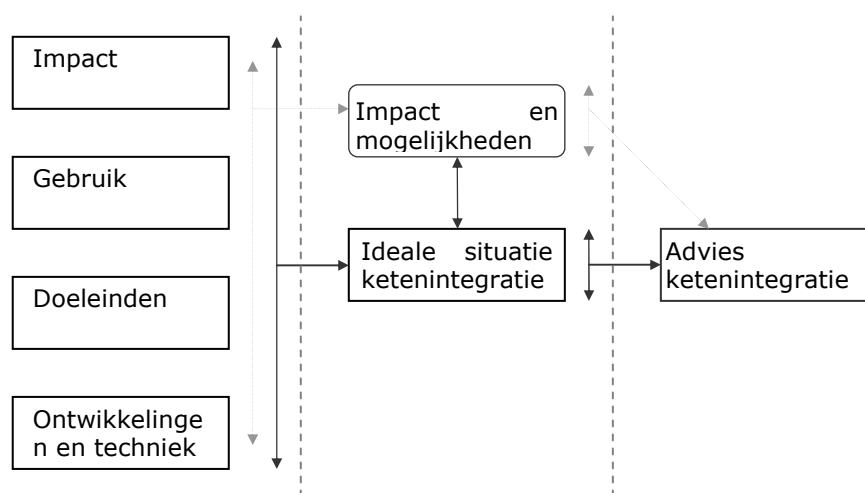
In het veldonderzoek worden naast de verzekeringsmaatschappijen ook een aantal softwareleveranciers benaderd voor het onderzoeken van de technische mogelijkheden en welke ontwikkelingen gaande zijn in dit werkgebied. Ook wordt het standaardisatie instituut benaderd voor verdere uitleg en mogelijke ontwikkeling van de standaarden.

De vanuit de theorie gevormde ideaal situatie kan op deze wijze worden getoetst aan de hand van de hierboven genoemde kernbegrippen. Ook wordt getracht informatie over het daadwerkelijke gebruik en voor welke doeleinden andere verzekeringsmaatschappijen aan ketenintegratie zijn begonnen, te verzamelen. Dit kan zeer relevante informatie opleveren voor het advies / implementatieplan voor ketenintegratie voor Zevenwouden Verzekeringen.

De kernbegrippen vormen de onderzoeksvelden van het veldonderzoek, dat moet leiden naar de vaststelling van de impact van en mogelijkheden voor ketenintegratie. Dit getoetst aan de ideale situatie moet leiden tot het advies van hoe ketenintegratie kan worden toegepast door Zevenwouden Verzekeringen. Het hierboven geschetste onderzoeksmodel is in figuur 1 weergegeven.

2.3.4 Onderzoeksstrategie

Gezien de complexiteit van de problematiek rond ketenintegratie is ervoor gekozen om de gevalstudie –strategie toe te passen. De gevalstudie geeft een manier om veel gedetailleerder op specifieke problemen, mogelijkheden en bedreigingen in te gaan. Er is



Figuur 1: onderzoeksmodel

voor gekozen om een aantal branchegerelateerde bedrijven die ketenintegratieprojecten (hebben) ondergaan en gesprekken met IT dienstverleners gericht op de verzekeringsbranche te benaderen. Middels een interview wordt de benodigde informatie voor een gevalstudie verzameld. Doordat verschillende partijen uit de keten worden benaderd geeft dit ook de mogelijkheid om op basis van de antwoorden uit een interview met een partij te verifiëren bij het interview met de andere partij.

Het veldonderzoek richt zich op de partijen betrokken in de keten van verzekeraar en intermediair. Hierdoor richt het onderzoek zich op de volgende drie doelgroepen; verzekeringsmaatschappijen, tussenpersonen en softwareleveranciers. In de doelgroep verzekeringsmaatschappijen worden twee uiteenlopende organisaties benaderd voor een gevalstudie;

Aegon - momenteel bezig met de ontwikkeling van ketenintegratie functionaliteiten op het extranet, hierbij is certificering voor het gebruik van de branchestandaard GIM aangevraagd.

Noordhollandsche van 1816 - een middelgrote schadeverzekeringsmaatschappij die uitsluitend via het intermediaire distributiekanaal werkt. De Noordhollandsche heeft al een extranet met veel functionaliteiten voor het intermediair opgezet. Tevens wordt een GIM koppeling gefaseerd gerealiseerd.

In de doelgroep tussenpersonen worden een aantal tussenpersonen van verschillende organisatiegrote benaderd om op deze manier een indruk te krijgen wat het beoogde gebruik is/zal zijn en of deze verschillende organisatie ook uiteenlopende eisen en wensen hebben ten aanzien van ketenintegratie.

Tevens wordt in het veldonderzoek softwareleveranciers benaderd, dit vooral omdat vanuit de softwarehuizen de techniek en nieuwe ontwikkelingen komen. In het veldonderzoek wordt MeetingPoint en leveranciers van tussenpersoonapplicaties benaderd.

MeetingPoint is een transactieplatform voor het intermediair waar de verzekeraar aan kan deelnemen. Middels het interview wordt nader onderzocht of dit een mogelijke optie kan zijn voor Zevenwouden Verzekeringen.

Online is een ontwikkelaar van tussenpersoonapplicaties en hebben een eigen module ontwikkeld voor koppeling van deze applicatie met het extranet van de verzekeraar; Online WIN Ketenintegratie module (KIM). Hiernaast wordt ook *Amedia* of *ANVA* geïnterviewd. Amedia is marktleider op het gebied van tussenpersoonapplicaties.

SIVI is het door de branche opgerichte standaardisatie-instituut waar verscheidene verzekeraars, softwarehuizen en intermediairorganisaties in vertegenwoordigd zijn. Door de SIVI zijn in overleg met deelnemende partijen 4 standaarden uitgewerkt. Regelmatig regelt SIVI inloopsessies over de toepassing van de standaarden. In het kader van het veldonderzoek zal aan verscheidene inloopsessie worden deelgenomen om zo meer duidelijkheid te krijgen over het gebruik, de toepassing en ontwikkeling van de standaarden.

2.3.5 Onderzoeksmateriaal - de interviewvragen

Voor het uitvoeren van de gevalstudie worden met de verschillende doelgroepen diepte interviews gehouden. De doelgroepen zijn in vier categorieën onder te verdelen; namelijk Verzekeringsmaatschappijen, intermediair, cybermediair (Meetingpoint) en softwareleveranciers. Per doelgroep zijn thema's en daarvan afgeleide interviewvragen opgesteld;

• **Verzekeringsmaatschappijen**

In het veldonderzoek worden andere verzekeringsmaatschappijen benaderd met het doel antwoord te vinden op de onderzoeksvraag:

Welke ervaringen hebben verzekeraars met ketenintegratieprojecten en welke veranderingen hebben hierdoor in de betrokken bedrijfsprocessen plaatsgevonden.

Uit deze onderzoeksvraag zijn een aantal kernbegrippen, thema's voor het interview, af te leiden;

Motivatie voor ketenintegratie

Welke redenen zijn er voor de verzekeraar om aan ketenintegratie te beginnen; verwacht wordt dat kostenbesparing een van de redenen zal zijn. Onderzoeksvraag voor het veldonderzoek hiervoor is als volgt geformuleerd;

- Welke motieven waren er nog meer om aan ketenintegratie te beginnen,
 - Levert ketenintegratie kostenbesparing op,
 - Draagt het bij aan het vergroten van de premieomzet?
 - Impact van ketenintegratie op prijsstelling en provisiebeleid
 - Worden besparingen vertaald naar lagere premies
 - Veranderd het provisiebeleid naar aanleiding van meer automatisering
 - Welke prestatie indicatoren zijn opgezet voor beoordeling van het succes van ketenintegratie;
- Multichannel - betreft ketenintegratie een nieuw communicatie en/of distributiekanaal?
 - Rol van het kanaal ten opzichte van andere kanalen,
 - Mogelijk direct afsluiten via internet zonder tussenkomst intermediair
 - Problemen met synergie tussen kanalen;
 - Wanneer melding via meerdere kanalen binnenkomt, wordt dit gefilterd?

Gebruik

Het opzetten van een nieuw communicatie- en distributiekanaal wordt voor het intermediair gedaan. In het interview met de verzekeraar aandacht voor het gebruik van het nieuwe kanaal door het intermediair. Mogelijke vragen over dit thema?

- Hoe worden de middelen door de deelnemende intermediairs ervaren?
 - % gebruik
 - Hoe ervaren de deelnemers het, wordt dit onderzocht?
 - Wordt het gebruik gestimuleerd,
 - Hoe wordt dit gedaan, meer provisie bij digitaal afsluiten?
- Welke geboden functionaliteiten worden het meest gebruikt
 - Mogelijke redenen?
 - Zijn de geboden functionaliteit per tussenpersoon gelijk
 - Onderscheidt particulier / zakelijk oid?
- Welke kosten zijn gemaakt tbv ketenintegratie,
 - Ontwikkelkosten,
 - Deploymentkosten,
 - Kosten voor realiseren koppeling tussenpersoonapplicatie.
 - Met hoeveel softwareleveranciers van TPA zijn afspraken gemaakt
 - Schatting van kosten
 - Certificeringkosten en andere bijkomende kosten SIVI
 - Testen

Technologie en ontwikkeling

Ketenintegratie wordt mogelijk gemaakt door de opkomst van nieuwe standaarden en communicatietechnologie. Welke keuzes ten aanzien van de technologie zijn er gemaakt bij het ketenintegratieproces.

- Op welke manier is ketenintegratie bij de verzekeraar ingevuld,
 - Technologiekeuze (webservices, extranet, workflow)
 - Welke standaarden worden op welke manier gehanteerd (GIM, ADN)
 - Wat zijn de ervaringen met de standaarden, is de standaard toereikend?
- Eisen ten aanzien van beschikbaarheid, betrouwbaarheid en andere beheeraspecten
 - 24*7 beschikbaarheid van frontoffice,
- Is er een (real-time) koppeling met de backoffice gerealiseerd,
 - Welke functionaliteiten worden ondersteund,

-
- Automatische acceptatie aanvragen of mutaties,
 - Automatische schade afhandeling,
 - Wordt workflow management voor koppeling backoffice toegepast?

Beveiliging

- Hoe is de beveiliging in de context van ketenintegratie geregeld (identificatie en dataoverdracht)
 - Techniek (single sign on, certificaten)
 - Beleid
- Toegang op gebruikers of kantoor niveau?

Veranderingen

Uit het veldonderzoek willen we onderzoeken wat de impact van ketenintegratie is. Hierdoor is een belangrijk thema bij de interviews welke veranderingen er hebben plaatsgevonden of er nog onverwacht veranderingen noodzakelijk zijn. Onderzoeksvragen bij dit thema zijn:

- Wat gaat er na invoering van ketenintegratie anders dan voorheen?
 - Welke veranderingen zijn er in het verzekering -en communicatieprocessen;
 - Waren er onverwachte veranderingen in het werkproces;
- Impact van nieuw communicatiekanaal op de bestaande contactkanalen;
 - Is functionaliteit geboden via andere kanalen veranderd;
 - Is er een probleem met dubbele melding via verschillende communicatiekanalen;
 - Hoe is dit opgelost (front-, mid- en backoffice opdeling);
 - Reageert het intermediair als verwacht op de nieuwe mogelijkheden.

Juridische implicaties

Verkoop op afstand brengt juridische implicaties met zich mee. In hoeverre zijn verzekeraars deze beperkingen tegengekomen en welke maatregelen zijn er genomen.

- Zijn er juridische beperkingen van toepassing (WfD),
 - Welke maatregelen zijn hiervoor genomen, bijvoorbeeld mbt. handtekeningen;

Intermediairs

Vormt internet een bedreiging of een kans voor het intermediair en waarom is het belangrijk te anticiperen in ketenintegratie. Volgens [ISI](#) moet internet gezien worden als een servicekanaal voor het intermediair. Voor het aanbieden van service via het internet is verdere integratie met de verzekeraars noodzakelijk. De tussenpersonen worden benaderd om te onderzoeken:

Wat is de deelname van tussenpersonen in ketenintegratie en voor welke doeleinden zal het worden gebruikt.

De onderzoeksvragen zijn dan ook als volgt geformuleerd:

Motivatie voor ketenintegratie

- Hoe ziet de intermediair ketenintegratie.
 - Welke problemen, verbeteringen worden volgens het intermediair middels ketenintegratie aangepakt.
 - Welke mogelijkheden functionaliteiten zijn voor het intermediair belangrijk.
 - Welk doel heeft ketenintegratie voor het intermediair en welke automatiseringskansen zien ze.
 - Is koppeling met applicatie van het intermediair daadwerkelijk zo belangrijk.
 - Wat vinden ze van de standaarden
 - Kosten van gebruik
 - Deelname SIVI, nodig voor gebruik van de standaarden, Persoonsgebonden certificaat (ABZ), Licentiekosten software (GIM koppeling tussenpersoonapplicatie)

Wensen van de gebruikers

- Wat zijn de eisen, wensen en voorkeuren van de klanten (zowel het intermediair als de consumenten) op het gebied van ketenintegratie?
 - Welke rol speelt (kan) de verzekeraar hierin (spelen).
 - Welke activiteiten worden door het intermediair op eigen website ontplooit bijvoorbeeld afsluiten, muteren van gegevens door de klant en welke ondersteunende rol kan een verzekeraar hierin spelen.
- Hoe komt een advies voor de klant tot stand en in welke mate kan IT dit ondersteunen en hoe kan een verzekeraar zich hierin onderscheiden.

Gebruik

- Is de intermediair bekend met internetinitiatieven die in de branche worden genomen
 - Bekendheid MeetingPoint (of alternatieven hiervoor) en wordt dit gebruikt.
 - Ervaringen hiervan
 - Verzekeringssite, vergelijkings en offerteaanvraagssite gericht op consumenten
 - Wat vinden ze van dergelijke initiatieven
 - Wordt dit ook door de intermediair gebruikt voor leads, offerteaanvragen?
 - Worden middelen als Polisvoorwaarden Online en ADP-Atrium gebruikt
- Is het wenselijk dat Zevenwouden aan deze initiatieven anticipeert
- Gebruik van ketenintegratie middelen / internettechnologie bij het contact met de klant.
 - Is contact met klant op kantoor of
 - Is ketenintegratie functionaliteiten ook buiten kantoor wenselijk

Ervaringen

- Wordt er momenteel al met systemen van andere verzekeraars gewerkt en wat zijn de ervaringen hiermee,
 - Snelheid invoering van dergelijke systemen
 - Wat moet er aan de kant van de tussenpersoon worden geregeld
 - Veranderingen in werkprocessen
 - Vernieuwing van software
 - Hoe wordt het gebruik vanuit de verzekeraar gestimuleerd.
 - Is de beveiliging voldoende?
 - Welk type beveiliging wordt gebruikt (wachtwoorden, certificaten etc.)
 - Hecht het intermediair waarde aan beveiliging

Juridische implicaties

Verkoop op afstand brengt juridische implicaties met zich mee. In hoeverre zijn verzekeraars deze beperkingen tegengekomen en welke maatregelen zijn er genomen.

- Zijn er juridische beperkingen van toepassing (WfD),
 - Welke maatregelen zijn/worden hiervoor genomen, bijvoorbeeld mbt. Handtekeningen

- **Meetingpoint**

Meetingpoint is een transactieplatform voor intermediair. Meetingpoint levert een dienst waarmee het transactie verkeer tussen het intermediair en de verzekeraar door Meetingpoint wordt ondersteund. In de context van ketenintegratie is de dienst van Meetingpoint een mogelijkheid om het transactie verkeer te automatiseren. Doel van het interview met Meetingpoint is dan ook:

Is de dienst aangeboden door Meetingpoint interessant voor een verzekeraar zoals Zevenwouden

De interviewvragen:

Algemeen over MeetingPoint

- Wat houdt de dienst van Meetingpoint precies in?
 - Het maken van een extranet die aan de standaarden voldoet voor het transactieverkeer
 - Aansluiten van het aangesloten intermediair hierop (snelheid, en wie?)
- Wat moet de verzekeraar ondersteunen, koppeling backoffice, een extranet ... etc.
 - Welke eisen stelt Meetingpoint aan haar deelnemers
 - Kosten deelname door maatschappij?
 - Hoe wordt de integratie met de backoffice van de verzekeraar geregeld?
- Werkt Meetingpoint via een soort ASP bedrijfsmodel?
 - Implicaties en impact van ASP bedrijfsmodellen op bedrijven
 - voordelen
 - Betalen per gebruik?

Gebruik

- Het gebruik van Meetingpoint?
 - Hoeveel wordt het gebruikt (aantal afgegeven offertes, contracten gesloten?)
 - Hoe gebruikt het intermediair Meetingpoint
 - Ter ondersteuning van het advies, afsluiten of offeren?
 - Ophalen informatie
 - Hoe wordt het gebruik gestimuleerd.
 - Vanuit MeetingPoint en vanuit verzekeraar

Ontwikkelingen

- Zijn er soortgelijke ontwikkelingen gaande of is Meetingpoint uniek?
 - Het Assurantie Net?
- Welke ontwikkeling worden in nabije toekomst verwacht?
 - Uitbreiding GIM standaard

Juridische implicaties

Verkoop op afstand brengt juridische implicaties met zich mee. In hoeverre zijn verzekeraars deze beperkingen tegengekomen en welke maatregelen zijn er genomen.

- Zijn er juridische beperkingen van toepassing (WfD),
 - Welke maatregelen zijn hiervoor genomen, bijvoorbeeld mbt. Handtekeningen

- **Softwareleveranciers**

De softwareleveranciers spelen een belangrijke rol bij de implementatie van ketenintegratie, en met name aan de kant van het intermediair. In het kader van het onderzoek zullen een aantal softwarehuizen worden benaderd met het doel:

Welke technische mogelijkheden bieden de verzekeringsapplicaties op dit moment en welke ontwikkelingen zijn er op dit gebied gaande. Hoe dienen dergelijke oplossingen te worden geïmplementeerd.

Onderzoeksvragen die mogelijk door de softwarehuizen kunnen worden beantwoord:

Mogelijkheden

- Mogelijkheden huidige tussenpersoonapplicaties ten opzichte van ketenintegratie
 - Welke mogelijkheden / functionaliteiten biedt de GIM module;
 - Waarom voor iedere verzekeraar een specifieke module;
 - Kosten, ontwikkel en implementatietijd van een GIM module;
 - Mogelijkheden van GIM module ten aanzien van pakketpolissen;
 - Zijn er alternatieven, andere ontwikkelingen naast GIM waar rekening mee wordt gehouden;

Gebruik

- Hoeveel intermediairs en verzekeraars zijn momenteel aangesloten via GIM?

Ontwikkelingen

- Welke ontwikkelingen voor ketenintegratie verwachten ze;
 - zowel branchebreed als van eigen R&D;
- Welke ontwikkelingen zien ze in de branche
 - Verplaatsing van administratie naar derden (voogd & voogd), bedreiging voor eigen positie?
 - Welke rol speelt ketenintegratie (GIM) hierin, kans voor behoud van

2.4 Onderzoeksplanning *(schema 1)*

Het onderzoek begint met een studie naar relevante literatuur uit wetenschappelijke bronnen (journals) en vakbladen van de verzekeringsbranche. Op deze wijze zal er meer inzicht worden verkregen in de mogelijkheden en de ontwikkelingen ten aanzien van ketenintegratie in de verzekeringsbranche en welke problemen er kunnen voordoen bij ketenintegratieprojecten. Aangezien niet alle gegevens bij aanvang van het project bekend zijn, is dit naar mate het onderzoek vordert een terugkerende activiteit (in planning uitgebeeld in licht gearceerd geel).

Na het krijgen van een overzicht van de mogelijkheden, ontwikkelingen en problemen van ketenintegratie in de verzekeringsbranche zal doormiddel van een gevalstudie worden geanalyseerd welke ervaringen branchegerelateerde bedrijven hebben met ketenintegratie. Eerst zal er voorbereiding plaatsvinden en zullen contacten worden gezocht met bedrijven die betrokken zijn (geweest) bij ketenintegratieprojecten om vervolgens, door interviews, meer over de aard van de problematiek te weten te komen.

Parallel hieraan kan worden begonnen met het vooronderzoek voor ketenintegratie bij Zevenwouden. Hiervoor dienen verscheidene zaken worden uitgewerkt; de eisen die de opdrachtgever stelt aan de functionaliteit zullen moeten worden onderzocht, tevens dient te worden geanalyseerd welke bedrijfsprocessen zullen zijn betrokken bij de ketenintegratie, om vervolgens tot een ontwerp voor implementatie te komen. In verband met de wensen van de opdrachtgever zal het ontwerp in het kader van een pilotproject worden geïmplementeerd. Met het oog op beheeraspecten en uitbreidmogelijkheden zal voor de pilot een documentatie worden opgezet.

Op basis van de gegevens verzameld in de drie deelonderzoeken over de knelpunten / problemen die zich voordoen bij ketenintegratie en systeemintegratie zal een implementatieplan voor ketenintegratie bij Zevenwouden worden opgesteld. Tevens zijn de resultaten van de drie deelonderzoeken onderdeel van de scriptie. Overzicht van de hierboven omschreven projectplanning is in schema 1 weergegeven.

schema 1: Projectplanning

Maand			Mei				Juni					Juli				Augustus				September					Oktober			
Activiteit	Materiaal	Weeknr.	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43
Literatuurstudie																												
	analyse literatuur																											
	overzicht																											
Veldonderzoek																												
	voorbereiding																											
	benaderen bedrijven																											
	interviews																											
	uitwerking																											
Vooronderzoek ketenintegratie																												
	eisen functionaliteit																											
	analyse processen																											
	ontwerp																											
	knelpuntenanalyse																											
pilot	implementatie																											
	documentatie																											
Implementatieplan																												
	impact																											
	ketenintegratie																											
	prioriteiten vaststellen																											
	uitwerking plan																											
Scriptie																												

BIJLAGE B: WAARDE HIERARCHIEN INTERMEDIAIRE WERKPROCESSEN

In deze bijlage wordt een omschrijving gegeven van de activiteiten omschreven in de Atlas intermediaire werkprocessen. Iedere activiteit wordt omschreven middels een waardehiërarchie, bestaande uit 1. Klantbehoefte, 2. Waardeobjecten in directe relatie met de klantbehoefte en 3. waardeobjecten die gebruikt worden bij de creatie van een ander waardeobject.

INHOUDSOPGAVE

Adviseren	93
Offreren	94
Afsluiten	95
Schadeafhandeling	95
Prolongeren	96
Muteren	97
Informereren	97
Beëindiging	98
Secundaire processen	98
Vervaardigen rekening courant	98
Afhandelen premieachterstand	98

ADVISEREN

Advies is een proces dat gestart wordt door een actie van de klant of intermediair. Primair betreft het een proces tussen klant en intermediair. In het adviesproces zijn meerdere stappen te onderkennen: 1. Gegevens verzamelen, 2 gegevens vastleggen, 3 gegevens analyseren, 4 advies opstellen, 5 advies communiceren naar de klant, 6 resultaat van adviesronde verwerken.

1. Het verzamelen van directe klantgegevens heeft als doel het opbouwen van een integraal klantbeeld. Belangrijk voor een effectief advies kan het raadplegen van externe informatiebronnen zijn. De inventarisatie van de verzekeringswensen van de klant maakt een belangrijk onderdeel uit van het proces van het verzamelen van gegevens.

4. Het opstellen van het advies kan gebeuren in de vorm van een offerte, rapportage, eb-statement etc. Een en ander is afhankelijk van het soort advies en de resultante uit voorgaande processen.

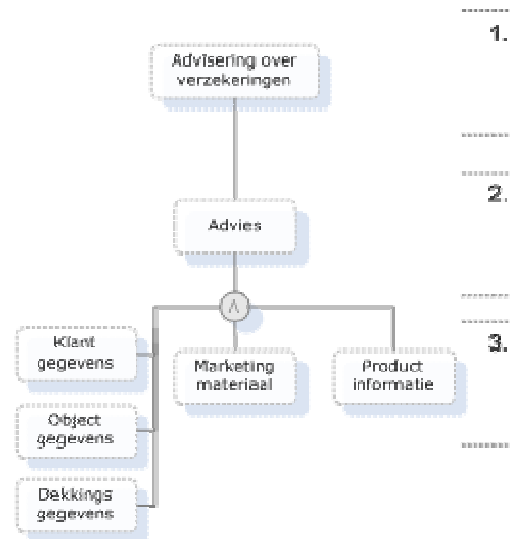
5. Het uitgewerkte advies wordt gecommuniceerd. Getoetst wordt of het advies voldoet aan de wensen en behoeften van de klant en wat de gewenste vervolgactie is, bijvoorbeeld, aanvraag/offerteprocedure, facturering of stopzetten actie.

Waardehierarchie adviseren

In de waardehierarchie voor de activiteit *Adviseren*, hiernaast weergegeven, bestaat uit:

Klantbehoefte; Klant wil advisering over verzekeringen. Het waardeobject dat wordt opgesteld naar aanleiding van de behoefte van de klant is het Adviesrapport en wordt opgemaakt op basis van marketingmateriaal, zoals folders en brochures, en productinformatie ter beoordeling van of het verzekeringsproduct aansluit bij de behoefte van de klant en de klant, object en dekkingsgegevens.

Adviseren



OFFREREN

Offreren betreft het uitbrengen van een offerte door de verzekeraar op basis van de door de intermediair opgegeven gegevens. Dit proces kan een voortzetting zijn van een advies en opgevolgd worden door de activiteit afsluiten. De activiteit begint bij het verzoek van de klant of op eigen initiatief van het intermediair en eindigt met de offerte. Een standaardofferte kan direct worden afgegeven door de verzekeringsmaatschappij. Bij een maatwerkofferte kunnen aanvullende acties worden gestart bij de verzekeraar, waarvan het resultaat eerst moet worden afgewacht. In de activiteit offreren zijn de volgende stappen te onderkennen:

1. Behandelen offerte verzoek. Op het offerte formulier staan klant-, contract-, object-, risico- en dekkingsgegevens.
2. Completeren offerteverzoek. Toetsing of alle benodigde gegevens zijn ingevuld en eventueel aanvullende informatie van derden benodigd is.
3. Beoordelen van het offerteverzoek. De verzekeringsmaatschappij beoordeelt op basis van het aangeboden risico (object, dekking, verzekeringnemer) of zij het risico wil accepteren.

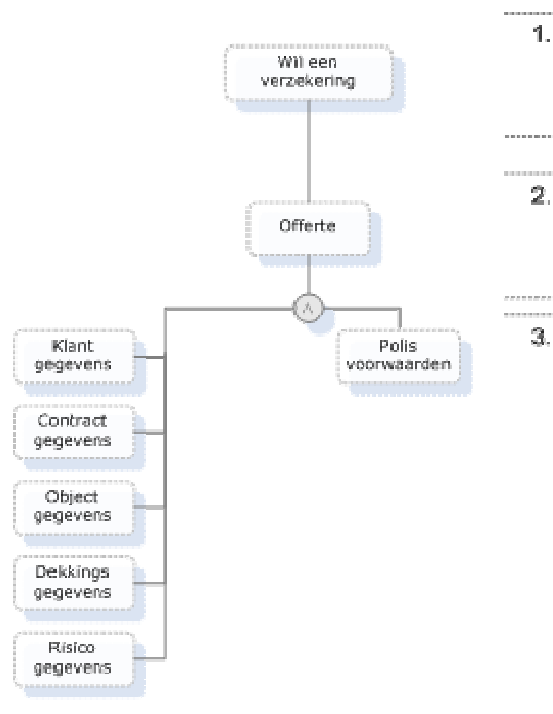
Waardehierarchie Offreren

In de waardehierarchie voor de activiteit *Offreren*, hiernaast weergegeven, bestaat uit:

Klantbehoefte; klant wil een verzekering afsluiten op navolging van het advies dat door de klant is ontvangen.

Het waardeobject dat aan deze behoefte voldoet is *Offerte* die wordt opgemaakt op basis van klant-, contract-, object-, dekkings- en risicogegevens en polisvoorwaarden.

Offreren



Afsluiten

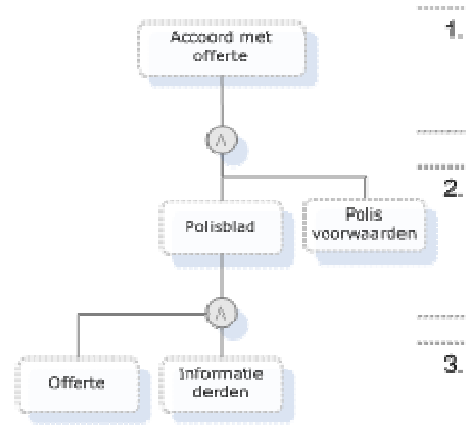
Een aanvraag van de klant voor een nieuwe verzekering wordt in behandeling genomen door de intermediair. Bij beoordeling van de aanvraag door de verzekeringsmaatschappij is informatie nodig. De benodigde informatie kan bij externe bronnen, dan wel uit de geregistreerde gegevens worden opgevraagd. De acceptatie van de verzekering door zowel de klant als de verzekeringsmaatschappij wordt vastgelegd in een polis. In het afsluitproces zijn de volgende stappen te onderscheiden:

1. Behandelen aanvraag. De klant maakt kenbaar dat hij een verzekering wenst af te sluiten, dan wel akkoord gaat met de offerte (of dat hij aan de beperkende voorwaarden heeft voldaan)
2. Completeren van de aanvraag. Bij de behandeling van een aanvraag zal, afhankelijk van het soort verzekering, externe informatie worden opgevraagd.
3. Beoordeling aanvraag. Een aanvraag wordt door middel van de daarvoor geldende richtlijnen beoordeeld.

Waardehierarchy Afsluiten

In de waardehierarchy voor de activiteit *Afsluiten*, hiernaast weergegeven, bestaat uit: Klantbehoefte, klant gaat akkoord met de offerte, uitgereikt in de activiteit Offreren. Mogelijk zijn er aanvullende eisen gesteld door de verzekeringsmaatschappij en gaat klant hier mee akkoord.

Waardeobjecten die aan de klantbehoefte voldoet betreffen, de polisvoorwaarden en het polisblad. Het polisblad wordt opgemaakt op basis van de klant-, contract-, object-, dekking- en risicogegevens uit de offerte van de activiteit Offreren. Aangevuld met informatie van derden, zoals fraudegegevens.



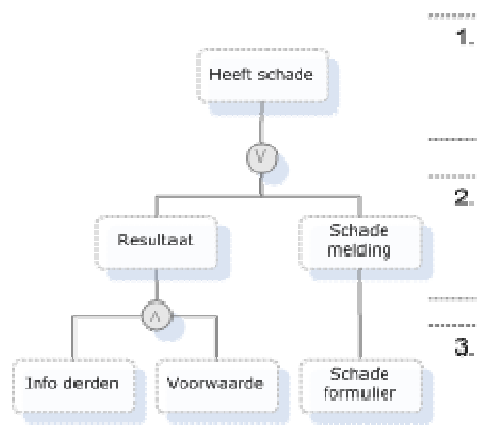
SCHADEAFHANDELING

Activiteit schadeafhandeling is ter beoordeling dat een door de klant (via zijn intermediair) gemelde schade onder de dekking van de betreffende polis valt en de geleden schade conform de polisvoorwaarden dient te worden gecompenseerd door de verzekeringsmaatschappij.

Waardehierarchy Schadeafhandeling

In de waardehierarchy voor de activiteit *Schadeafhandeling*, hiernaast weergegeven, bestaat uit: Klantbehoefte; Klant heeft schade geleden en wil dit graag verhalen op het betreffende verzekeringsproduct.

Waardeobjecten die aan de klantbehoefte voldoen zijn; de schademelding, die wordt opgemaakt obv. schadeformulier. En de terugkoppeling van de schademelding in de vorm van een Resultaat, die op basis van de polisvoorwaarden en informatie door derden, zoals het rapport van de expert die ter plekke de schade heeft beoordeeld en getaxeerd.



PROLONGEREN

Het initiatief voor prolongeren ligt periodiek bij de verzekeringsmaatschappij en is afhankelijk van de betalingstermijn van de polis. Onder prolongeren worden de volgende gebeurtenissen gerangschikt:

1. Prolongatie op premievervaldatum. prolongatie waarbij een nieuwe nota wordt aangemaakt voor volgende betalingstermijn.
2. Prolongatie op de hoofdvervaldatum (polisverjaardag). Prolongatie waarbij naast 1 extra acties worden uitgevoerd, oa. Bonus/malus correcties en indexering.
3. Prolongatie op contractvervaldatum. Prolongatie waarbij naast 2 de polis wordt verlengd.

Welke subprocessen worden uitgevoerd hangt af van; soort verzekering, wel of geen polisverjaardag, wie de premie incasseert en of betreffende intermediair heeft gekozen voor elektronische aanlevering van de informatie. De te onderscheiden subprocessen zijn:

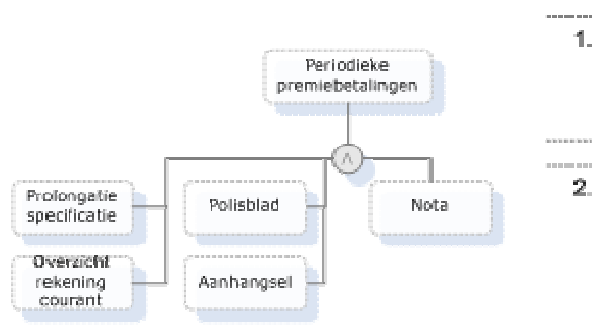
- a. Aanmaken polisblad, Intermediair krijgt in ieder geval een kopie, het origineel gaat naar de klant (rechtstreeks of via intermediair).
- b. Aanmaken aanhangsel, bij het verlengen van het contract en indien bij de polisverjaardag en/of premie/voorwaarden wijzigen wordt indien geen polisblad wordt aangemaakt een aanhangsel verstrekt.
- c. Activering automatische incasso, Indien de klant door prolongatie premie verschuldigd is en deze door de verzekeraar wordt geïncasseerd, wordt een vordering geactiveerd.
- d. Aanmaken prolongatiespecificatie. Van alle in een maand te prolongeren posten wordt voor het intermediair altijd een papieren specificatie gemaakt.
- e. Activering rekening courant. Afhankelijk van product, prolongatiereden en inhoud van de samenwerkingsovereenkomst kan het intermediair door het prolongeren recht hebben op provisie, waardoor dit, conform de papieren specificatie, in de rekening courant wordt geboekt.
- f. Aanmaken P-View Prolongatie (PPR). Indien elektronische levering is afgesproken tussen intermediair en verzekeraar worden de prolongatiegegevens gestandaardiseerde, elektronische aangeleverd.

Waardehierarchie Prolongeren

In de waardehierarchie voor de activiteit *Prolongeren*, hiernaast weergegeven, bestaat uit:

Klantbehoefte (hoewel deze benaming niet geheel van toepassing is, meer de trigger van de activiteit) periodieke premiebetalingen. De premiebetalingen worden gedaan op basis van de waardeobjecten Prolongatiespecificatie, en in geval van verlenging van een contract overzicht rekeningcourant, polisblad en aanhangsel van nieuwe/verlengde polis en de nota voor de vermelding van de verschuldigde premie.

Prolongeren



MUTEREN

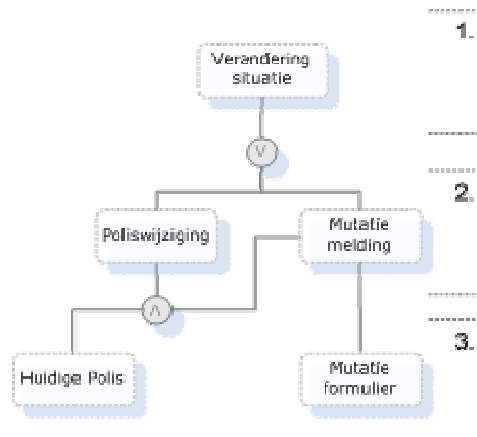
Een aanvraag van een klant voor een wijziging op een lopende verzekering wordt in behandeling genomen door het intermediair. De behandeling van een wijziging waarvoor een nieuwe beoordeling noodzakelijk is verloopt vrijwel identiek aan de behandeling van een aanvraag voor een nieuwe verzekering. Het wijzigen van een contract op initiatief van de verzekeringsmaatschappij geschiedt middels het prolongatieproces.

Waardehierarchie Muteren

In de waardehierarchie voor de activiteit *Muteren*, hiernaast weergegeven, bestaat uit:

Klantbehoefte melding van veranderde situatie. De premiebetalingen worden gedaan op basis van de waardeobjecten mutatiemelding, opgemaakt op basis van het mutatieformulier. En het resultaat wordt door middel van het waardeobject poliswijziging, opgemaakt op basis van huidige polis en de mutatiemelding, gecommuniceerd.

Muteren



INFORMEREN

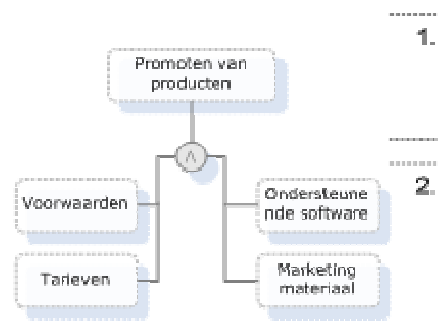
Het intermediair wordt bij het uitvoeren van zijn bedrijfsvoering ondersteund door allerlei vormen van informatie. Hierbij betreft de informatie die het intermediair gebruikt bij de activiteiten adviseren en offrenen. Hiervoor ontvangt het intermediair folders, brochures, offertesoftware, nieuwsbrieven over wetwijzigingen etc. Deze informatie wordt enerzijds op initiatief van het intermediair aangeleverd en anderzijds informatie over producten en tarieven op initiatief van de verzekeraars.

Waardehierarchie Informeren

In de waardehierarchie voor de activiteit *Informeren*, hiernaast weergegeven, bestaat uit:

Klantbehoefte, dan wel de trigger van de activiteit is het promoten van de producten. Dit kan ook gebeuren door een wijziging in productassortiment, de productspecificaties en/of tarieven of wijziging van het promotiemateriaal. Hiernaast kan het een informatieaanvraag aan de verzekeringsmaatschappij van het intermediair betreffen. Het informeren worden gedaan op basis van de waardeobjecten voorwaarden, tarieven, ondersteunende software zoals premieberekenings -en offertesoftware en marketingmateriaal zoals folders en brochures

Informeren



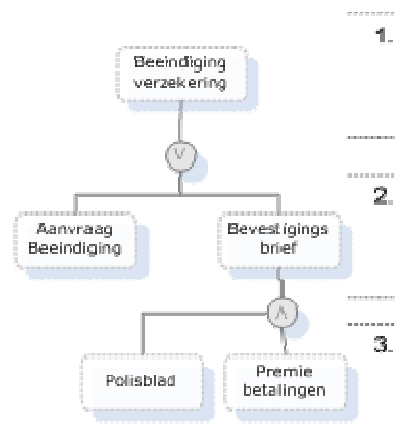
BEËINDIGING

De klant kan kenbaar maken dat hij een verzekering wenst te beëindigen, hiervoor behandeld en beoordeeld de verzekeringsmaatschappij de aanvraag voor beëindiging. De klant wordt door de verzekeraar op de hoogte gesteld over het resultaat en eventueel teveel betaalde premie wordt gerestitueerd.

Waardehierarchy Beëindigen

In de waardehierarchy voor de **Beëindigen** activiteit *Beëindigen*, hiernaast weergegeven, bestaat uit:

Klantbehoefte, de beëindiging van een verzekering op basis van de waardeobjecten aanvraag beëindiging, bijvoorbeeld in de vorm van een brief. Het resultaat wordt gecommuniceerd door middel van de bevestigingsbrief Opgemaakt op basis van het polisblad en betreffende premiebetalingen.



SECUNDAIRE PROCESSEN

Naast de primaire processen in de levenscyclus van een verzekeringspolis kunnen er nog ondersteunende processen worden onderscheiden. De Atlas intermediaire werkprocessen [2] onderscheidt de volgende secundaire processen:

- Vervaardigen rekening courant
- Afhandelen premieachterstand

Vervaardigen rekening courant

In rekening courant worden de financiële gevolgen van samenwerking tussen intermediair en verzekeraar geregistreerd. Alle vorderingen die tijdens de samenwerking ontstaan zijn in de rekening courant terug te vinden. Hierdoor is de rekening courant te vergelijken met een bankrekening waarbij de verzekeringsmaatschappij fungeert als bank. Maandelijks dient er een afschrift van het rekening courant worden verstuurd.

Afhandelen premieachterstand

Het innen van de verschuldigde premie wanneer dit na het prolongatieproces niet is gedaan. Secundair proces voor financiële ondersteuning

BIJLAGE C: USE CASES

Een use case omschrijft het contract tussen de belanghebbenden van het SuD en het gedrag hiervan. In de use cases wordt omschreven hoe het systeem reageert op een verzoek van een van de belanghebbenden, de primaire actor. Voor het omschrijven van een use case zijn verscheidene modellen, bijvoorbeeld omschrijvend in tekstvorm of door middel van activity diagrammen. De UML standaard geeft geen voorschriften aan de structurering van de use cases. Hierdoor moet dus worden bepaald hoe de use cases in dit project worden omschreven. Cockburn maakt het volgende onderscheid in stijlen voor het omschrijven van use cases; Casual of Fully dressed form, One-column of Two-column table. De casual form is een notatie voor de use case om alles in tekst te omschrijven. In tegenstelling tot de Fully dressed form die een duidelijk template geeft van de inhoud van de use case. Hierin wordt gesteld dat een use case bestaat uit: naam van de use case, omschrijving van doel, scope, level, primaire actor, belanghebbenden, precondities, minimale garanties, succes garanties, trigger, succes scenario, uitbreiding op scenario, technologie en data variatielijst en een mogelijkheid voor aanvullende informatie. Voor de omschrijving van het scenario wordt voorgeschreven dat iedere stap genummerd dient te zijn en dat hier in verband met leesbaarheid geen if-statements in voor mogen komen. De one-column table is een uitwerking van de fully dressed form, echter dan in de vorm van een tabel. De two-column table is op basis van het idee dat de primaire actor een conversatie heeft met het SuD. Hierbij worden de stappen van de use case gescheiden in de twee kolommen (primaire actor en SuD) van de tabel.

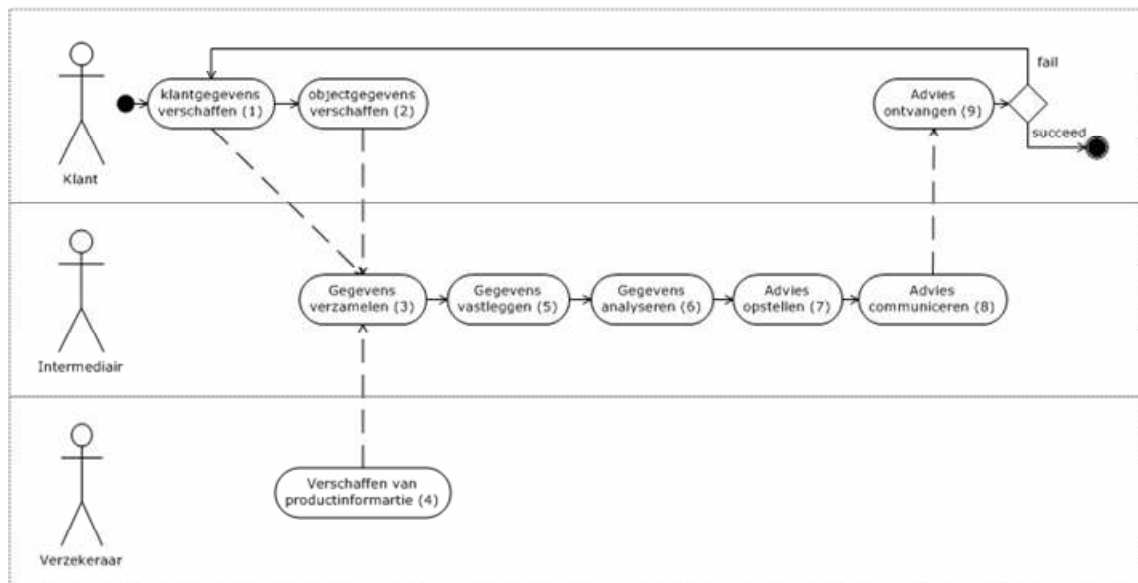
INHOUDSOPGAVE

Adviseren	101
Offreren	104
Afsluiten	105
Schadeafhandeling	106
Prolongeren	108
Muteren	110
Beëindigen	111

Use case	 ADVISEREN 	Nummer Versie	1 19-7-05
-----------------	--	------------------	---------------------

<i>Omschrijving</i>	Advisering aan de klant over mogelijke verzekeringsproducten			
<i>Scope</i>	Enterprise		<i>Level</i>	Summary 
<i>Actoren</i>	Primaire actor		Intermediair, klant	
	Secundaire actoren			
<i>Postcondities</i>	Klant ontvangt een advies op basis van de door de verzekeraar verschaft productinformatie			
<i>Trigger</i>	Klant laat blijken een risico te willen laten dekken			
<i>Succes scenario</i>	<i>Stap</i>	<i>Omschrijving</i>		
	1	Klantgegevens verschaffen		
	2	Objectgegevens verschaffen		
	3	Gegevens verzamelen		
	4	Verschaffen van productinformatie		
	5	Gegevens vastleggen		
	6	Gegevens analyseren		
	7	Advies opstellen		
	8	Advies communiceren		
	9	Advies ontvangen		

Activity diagram

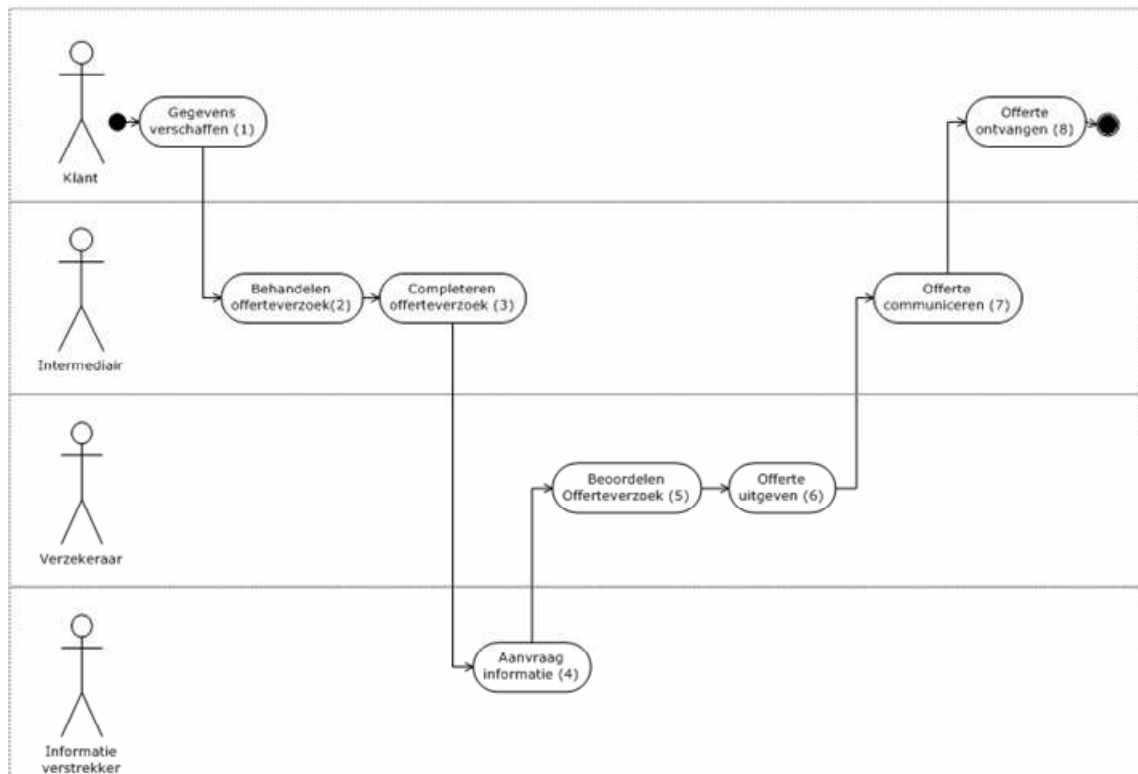


*Aanvullende
Informatie*

- Het verzamelen van directe klantgegevens heeft als doel het opbouwen van een integraal klantbeeld. Voor een effectief advies kan het belangrijk zijn externe databases te raadplegen. De inventarisatie van de verzekeringswensen van de klant maakt een belangrijk onderdeel uit van het proces van het verzamelen van gegevens.
- Het opstellen van het advies kan gebeuren in de vorm van een offerte of rapportage. Een en ander is afhankelijk van het soort advies en de resultante uit voorgaande processen.
- Het uitgewerkte advies wordt gecommuniceerd en getoetst wordt of het advies voldoet en wat de gewenste vervolgactie is.

Use case	 OFFREREN 			Nummer Versie Onderdeel van	2 21-7-05
Omschrijving	Aanvragen van een offerte voor een verzekeringsproduct				
Scope	Enterprise		Level	Summary	
Actoren	Primaire actor Intermediair, klant				
	Secundaire actoren Informatieverstrekker				
Postcondities	Klant krijgt offerte voor het betreffende verzekeringsproduct				
Trigger	Verzoek om offerte voor een verzekering				
Succes scenario	Stap	Omschrijving			
	1	Gegevens verschaffen			
	2	Behandelen van offerteverzoek			
	3	Completeren offerteverzoek			
	4	Aanvraag risico informatie van derden			
	5	Beoordelen offerteverzoek			
	6	Uitgeven van betreffende offerte			
	7	Offerte communiceren naar klant			
	8	Offerte ontvangen			

Activity diagram

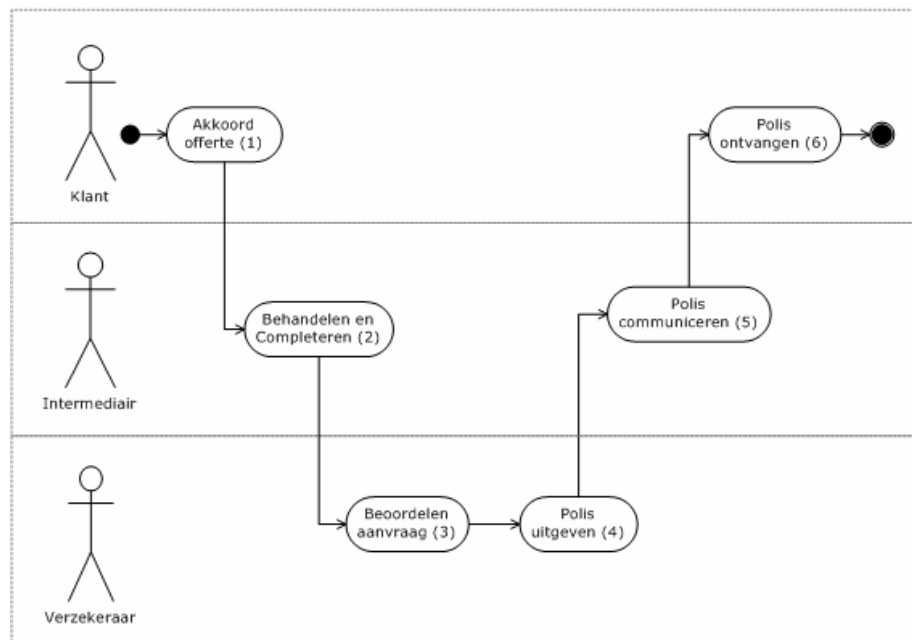


Gerelateerde Informatie

- Afhankelijk van type verzekeringsproduct van het offerteverzoek kan het zijn dat de verzekeraar aanvullende informatie wenst bij het beoordelen van het offerteverzoek
- Het proces offreren kan op navolging van of tijdens het adviesproces plaatsvinden.
- Wanneer de verzekeraar besluit bij beoordelen offerteverzoek om een offerte uit te geven, accepteert de verzekeraar het aangeboden risico.
- Informatieaanvraag bij de informatieverstrekker wordt door de verzekeraar geïnitieerd ter behoeve van beoordeling van het offerteverzoek

Use case	 AFSLUITEN 		Nummer	3
			Versie	21-7-05
			Onderdeel van	
Omschrijving	Het afsluiten van een verzekering op navolging van een offerte			
Scope	Enterprise 	Level	Summary	
Actoren	Primaire actor Intermediair, klant			
	Secundaire actoren Informatiesystemen derden			
Postcondities	Klant krijgt polis en aanvullende informatie voor het betreffende verzekeringsproduct			
Trigger	Klant gaat akkoord met offerte			
Succes scenario	Stap	Omschrijving		
	1	Verzoek voor afsluiten verzekering		
	2	Behandelen en completeren van aanvraag		
	3	Beoordelen aanvraag		
	4	Uitgeven van polis en bijbehorende documenten		
	5	Polis communiceren naar klant		
	6	Polis ontvangen		

Activity diagram

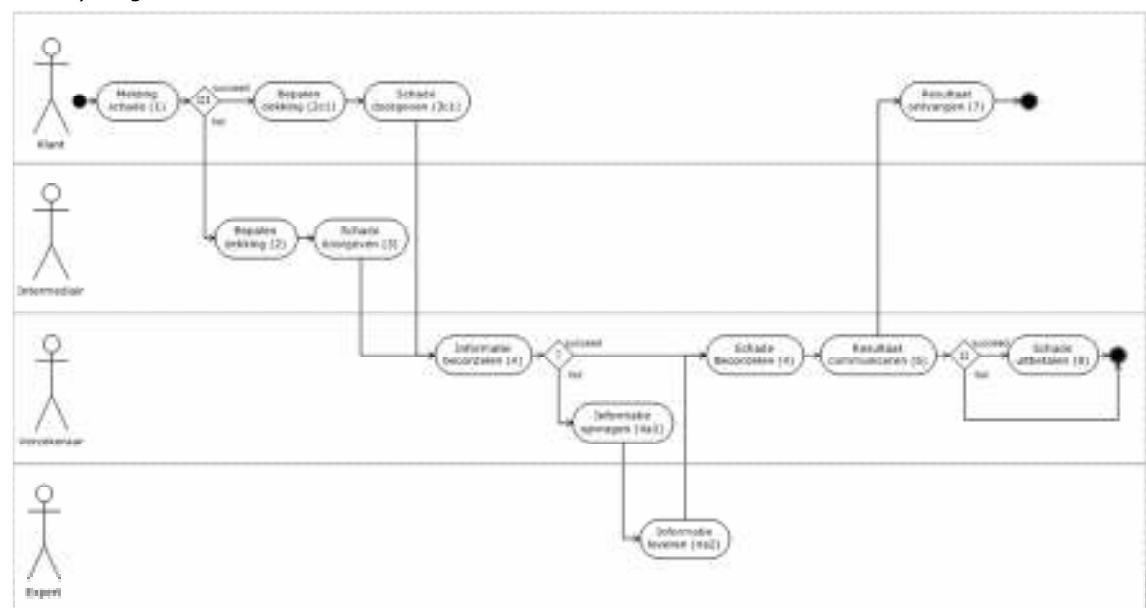


Aanvullende Informatie

- Op de offerte kunnen ook beperkende voorwaarden worden vermeld, wanneer klant akkoord gaat met de offerte, maakt de klant ook kenbaar te hebben voldaan aan deze voorwaarden.
- Het proces voor afsluiten is op navolging het offerteprocess. Een verzekeringspolis kan dus uitsluitend worden afgesloten middel het aanvragen van de offerte en vervolgens hiermee akkoord te gaan en aan te voldoen.

Use case	SCHADEAFHANDELING			Nummer	4
				Versie	21-7-05
				Onderdeel van	
Omschrijving	Aanvraag van vergoeding voor geleden schade				
Scope	Enterprise		Level	Summary	
Actoren	Primaire actor		Intermediair, klant		
	Secundaire actoren		Expert		
Precondities	Klant dient een lopende verzekeringspolis te hebben bij de verzekeraar				
Postcondities	Klant krijgt resultaat van de betreffende schademelding				
Trigger	Klant heeft schade geleden en wil dit verhalen bij de verzekeraar				
Succes scenario	Stap	Omschrijving			
	1	Melding maken van schade			
	2	Bepalen welke verzekering mogelijk dekking biedt			
	3	Schade doorgeven			
	4	Beoordeling of informatie compleet is			
	5	Schade beoordelen			
	6	Resultaat communiceren			
	7	Resultaat ontvangen			
	8	Schade uitbetalen			
Uitbreidingen	I.	Aanvullende informatie noodzakelijk voor beoordeling van schade			
	Stap	Omschrijving			
	4a1	Aanvullende informatie vragen			
	4a2	Aanvullende schade-informatie leveren			
	II.	Na beoordeling van de schade wordt geconcludeerd dat dit niet onder de dekking valt			
	Stap	Omschrijving			
	8b	Schade wordt niet vergoed.			
	III.	Klant meldt schade zelf, zonder tussenkomst van het intermediair			
	Stap	Omschrijving			
	2c1	Bepalen welke verzekering mogelijk dekking biedt			
	3c1	Schade doorgeven			

Activity diagram

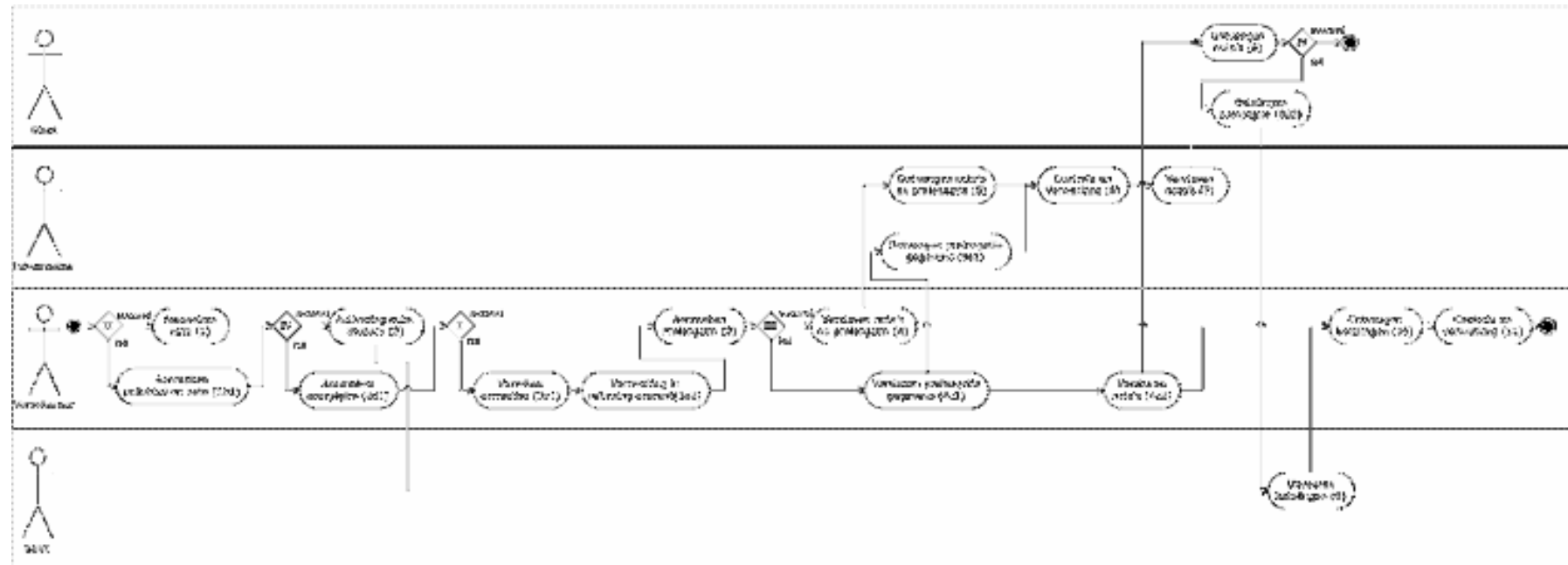


- Aanvullende Informatie**
- Klant kan op twee manieren; melding maken van een schade. Wanneer de klant niet zeker is bij welke verzekering de geleden schade onder de dekking valt kan de schademelding via de intermediair worden gemeld. Tweede manier is dat klant de schade zelf meldt aan de verzekeraar.

-
- Voor het SuD is het een mogelijkheid om voor de klant duidelijk te maken welke schadegebeurtenissen zijn gedekt.
 - Wanneer de opgegeven informatie bij de schademelding onvoldoende is, kan extra informatie worden ingewonnen door het inschakelen van een expertisebureau. In uitzonderlijke gevallen kan het wezen dat deze aanvullende informatie nog niet voldoende blijkt te zijn en kan tevens gebruik worden gemaakt van het aanvragen van extra informatie middels het inschakelen van een informatiebureau

Use case	PROLONGEREN			Nummer	5
				Versie	22-7-05
				Onderdeel van	
Omschrijving	Actoren op de hoogte stellen, ontvangen van de betalingen en verwerking van de mutaties en correcties				
Scope	Enterprise	Level	Summary		
Actoren	Primaire actor	Intermediair, klant			
	Secundaire actoren	Bank			
Postcondities	Actoren op de hoogte stellen van de doorgevoerde wijzigingen Versturen van nota's voor het ontvangen van de premiebetalingen Verrekening van bonussen op rekening courant				
Trigger	Betalingstermijn van polis is bereikt				
Succes scenario	Stap	Omschrijving			
	1	Aanmaken van de nota			
	2	Activering automatische incasso			
	3	Aanmaken van de prolongatiespecificatie			
	4	Versturen nota's en prolongatiespecificatie			
	5	Ontvangen van de nota's en prolongatiespecificatie			
	6	Controle en verwerking			
	7	Versturen nota's			
	8	Ontvangen van nota			
	9	Uitvoering van de betalingen			
	10	Ontvangen van de betalingen			
	11	Controle en verwerking			
Uitbreidingen	I.	Prolongatie op hoofdvervaldatum			
	Stap	Omschrijving			
	3a1	Verrekenen bonus correcties			
	3a2	Verwerking in rekening courant			
	4a1	Versturen nota's, prolongatiespecificatie en rekening courant overzicht			
	II.	Wijzigingen in de polis die doorgevoerd zijn bij de prolongatie op hoofdvervaldatum of verlenging polis op contractvervaldatum			
	Stap	Omschrijving			
	1b1	Aanmaken polisblad voor bekendmaking van de doorgevoerde wijzigingen			
	4b1	Versturen polisbladen, nota's, prolongatiespecificatie en rekening courant overzicht			
	5b1	Ontvangen van polisbladen, nota's, prolongatiespecificatie en rekening courant overzicht.			
	7b1	Versturen van polisbladen en nota's			
	8b1	Ontvangen van de polisbladen en nota's			
	III	Versturen nota's aan klant door verzekeringsmaatschappij			
	Stap	Omschrijving			
	4c1	Versturen prolongatiegegevens			
	4c2	Versturen nota's			
	5c1	Ontvangen van de prolongatiespecificatie			
	IV	Klant betaald via accept giro			
	Stap	Omschrijving			
	2d1	Aanmaken acceptgiro			
	8d1	Betaling via acceptgiro			
Activity diagram	Zie volgende pagina				
Gerelateerde	-				
Informatie	-				

Activity diagram



Use case **MUTEREN** Nummer
Versie
Onderdeel van**6**
22-7-05**Omschrijving**

Het doorvoeren van een verandering in de situatie van de klant

Scope

Enterprise

Level

Summary

Actoren

Primaire actor

Intermediair, klant

Secundaire actoren

Trigger

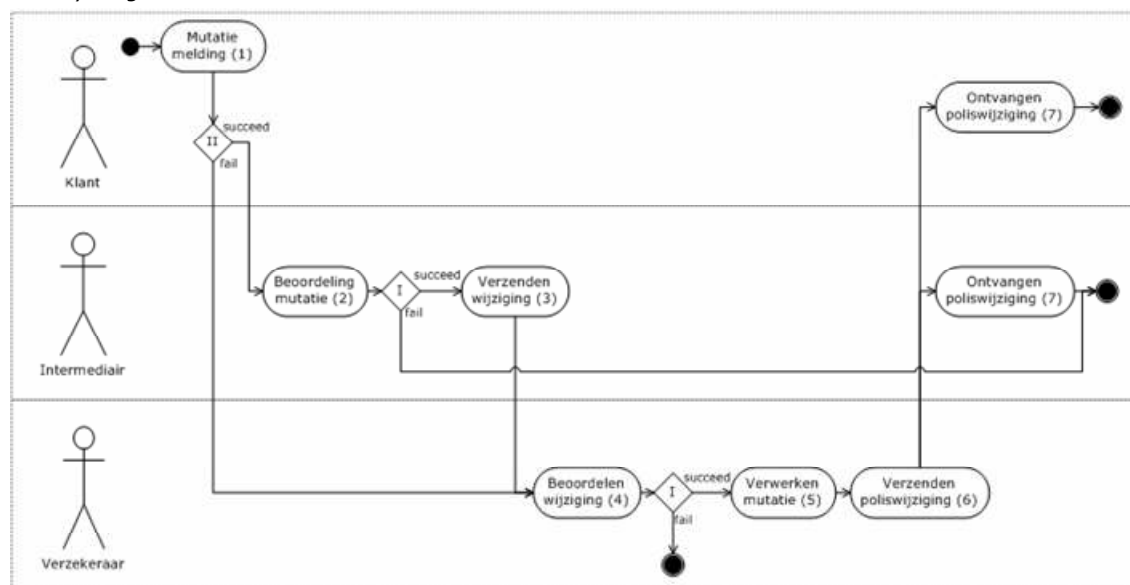
Klant wil melding maken van een verandering in zijn situatie

Succes scenario**Stap****Omschrijving**

- 1 Melding van een verandering in de situatie
- 2 Beoordeling wijziging
- 3 Verzenden van wijzigingsverzoek
- 4 Beoordelen van wijzigingsverzoek
- 5 Verwerking van wijzigingsverzoek
- 6 Verzenden van de poliswijziging
- 7 Ontvangen van de poliswijziging

Uitbreidingen

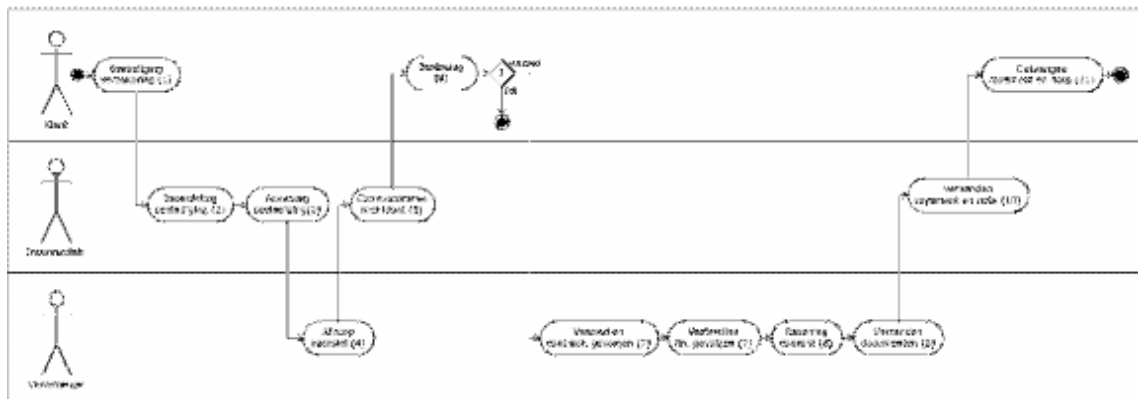
- I.** Bij beoordeling van de verandering blijkt dat hier een nieuwe beoordeling voor zal plaatsvinden en hierdoor via het offerte proces zal verlopen
- II.** Klant meldt verandering in zijn situatie zelf bij de verzekeraar

Activity diagram**Gerelateerde Informatie**

- Wijzigingen in de polis kunnen ook op initiatief van de verzekeraar worden uitgevoerd, dit verloopt via 5. Prolongatie.
- Bij een doorgevoerde wijziging wordt zowel de klant als de intermediair op de hoogte gesteld.

Use case	Beëindigen			Nummer	8
				Versie	25-7-05
				Onderdeel van	
Omschrijving	Beëindiging van een verzekeringspolis				
Scope	Enterprise	Level	Summary		
Actoren	Primaire actor Intermediair, Klant				
	Secundaire actoren				
Postcondities	Verzekeringspolis van de klant wordt beëindigd en financiële gevolgen wordt op rekening courant van de intermediair verrekend.				
Trigger	Klant geeft aan zijn verzekeringspolis te willen beëindigen				
Succes scenario	Stap	Omschrijving			
	1	Aangeven van beëindiging van polis			
	2	Beoordeling op basis van contractgegevens			
	3	Aanvraag beëindiging			
	4	Afkoopvoorstel doen			
	5	Communiceren met klant			
	6	Beslissing voor beëindiging			
	7	Vaststellen contractuele gevolgen			
	8	Vaststellen financiële gevolgen			
	9	Verrekening met rekening courant			
	10	Verzenden royement, nota en verklaring financiële gevolgen			
	11	Verzenden royement en nota naar klant			
	12	Ontvangen van royement en nota			
Uitbreidingen	I.	Klant besluit op basis van de afkoopsom om de verzekering niet te beëindigen			

Activity diagram



Gerelateerde Informatie	- Beëindiging van een verzekeringspolis op initiatief van de verzekeraar gaat middels het prolongatieproces
-------------------------	---

BIJLAGE D: INTERVIEWVERSLAGEN VELDONDERZOEK

INHOUDSOPGAVE

Rapport inloopsessie GIM	112
Interview verslag Meetingpoint	114
Interview verslag Silderhuis	118
Interview verslag Generali	121
Interview verslag Online Groep	125
Interview verslag AMEDIA	127
Verslag SIVI congres	130

RAPPORT INLOOPSESSIE GIM

Door: Jan Vrijenhoek en Erik Snippe, SIVI
Datum: 16 juni 2005
Locatie: Huis ter Heideweg, Zeist

Agenda:

- Introductie over SIVI
- GIM Branche Project BP 1.2
- Transactieservice
- Resultatenservice
- Extranet ontwerp
- Beveiliging

Na een inleiding over de werkzaamheden van SIVI en het overkoepelende ABZ werd er nader ingegaan op ketenintegratie in de verzekeringsbranche.

Extranet ontwerp

Business case ontwerp

Bepaal de mogelijk aantal transacties; huidig kengetal hiervoor is +/- 8%
Tevens dient er voor gebruik van de GIMstandaard een bijdrage worden geleverd aan SIVI, formule voor berekening van het bedrag staat op website.

Bij pakketpolissen zijn nog een aantal zaken wat met de leveranciers van de tussenpersoonapplicatie dient te worden overeengestemd, dit omdat niet iedere softwareleverancier het op een standaard manier heeft geïmplementeerd.

Bij het gebruik van GIM dient te worden uitgegaan van het All Finance Datacatalogus
Per product/functie omschrijven van de GIMfuncties

Opstellen van sjablonen, er is één standaard sjabloon voor de functie 'Wijzigen Relatie'
andere sjablonen dienen zelf te worden opgesteld.

Transactie service

GIM werkt op basis van SOAP berichten; echter gekozen is voor message oriented.
Transacties worden gekenmerkt door een extern indicatief wat de sleutel is bij de communicatie met de tussenpersoon. Het PP_EXTERN wordt door de GIM-module van de tussenpersoon aangemaakt.

Bij het bouwen van een extranet dient rekening worden gehouden met de presentatiestandaard (door SIVI ontwikkeld). Deze presentatiestandaard omschrijft de invulvolgorde voor de formulieren en geeft richtlijnen voor het ontwerp van formulieren. Dit heeft tot doel om voor de TP een eenduidige werkomgeving te creëren.

Status van een proces (bijvoorbeeld een berekening) wordt middels de functie geefProcesStatus opgevraagd. Met de softwareleveranciers van tp-applicaties is afgesproken dat de periode tussen een ontvangstbericht van een proces en het opvragen van een nieuw proces status bericht een seconde pauze moet zitten. Er zijn geen normen met betrekking tot de tijd die de server van de verzekeringsmaatschappij neemt voor het teruggeven van een antwoord. Op navolging van geefProcesStatus is geef Resultaat waarmee het resultaat van een proces wordt gecommuniceerd. Mogelijke Status is Actief, Incompleet (wanneer de aangeleverde gegevens niet compleet zijn, Compleet, wanneer aanvraag is ontvangen en berekening is gerealiseerd. En Voltooid wanneer een volledig proces is afgehandeld.

Voor het testen is een GIMmodule en TestCenter aanwezig. Het TC simuleert een TP-applicatie en is te downloaden op de site van SIVI.

Aanmelden voor GIM gebeurt middels een GIM Register bericht, deze kan naar SIVI worden gestuurd incl. inloggegevens voor het testen van het extranet.

Beveiliging

Uitgangspunt is Single Sign On voor het intermediair echter wel beveiliging voor veilig zaken doen en berichtenbeveiliging, middels encryptie.

Twee typen beveiliging:

Enkelzijdig SSL voor encryptie van berichtenverkeer vanuit server naar client en client naar server.

Het ABZ digitaal paspoort is een persoonsgebonden certificaat (VeriSign class 2 certificate), opgezet voor het authenticatie en beveiliging van de berichten van client naar server. Voor het ABZ digitaal paspoort wordt een CRL gepubliceert voor controle of certificaat nog geldig is.

Bronnen

Sheets inloopsessie

Extranet

[http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM Inloopdag Extranet.pdf](http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM%20Inloopdag%20Extranet.pdf)

Sjablonen

[http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM Inloopdag Sjablonen.pdf](http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM%20Inloopdag%20Sjablonen.pdf)

Functies

[http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM Inloopdag Functies.pdf](http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM%20Inloopdag%20Functies.pdf)

PakketPolis

[http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM Inloopdag Pakketpolis.pdf](http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM%20Inloopdag%20Pakketpolis.pdf)

Beveiliging

[http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM Inloopdag Beveiliging 20050616.pdf](http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM%20Inloopdag%20Beveiliging%2020050616.pdf)

Aansluiten WebServices

[http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM BP 1.2 Aansluiten Webservices op GIM.pdf](http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM%20BP%201.2%20Aansluiten%20Webservices%20op%20GIM.pdf)

GIM register

http://www.sivi.org/bc_upload/pdf/gimbp/GIM%20Register%2020050401.1.pdf

INTERVIEW VERSLAG MEETINGPOINT

Datum interview 5-9-2005
Datum verslag 15-9-2005
Versie 2.1

Organisatie: Meetingpoint
Gesproken met: Dhr. B. van der Stok
Functie: accountmanager

Algemeen

MeetingPoint is transactieplatform voor intermediair opgezet op initiatief van drie verzekeringsmaatschappijen die van mening zijn dat technologie en infrastructuur geen bron van onderscheidend vermogen is, vooral met betrekking tot:

- 1 Primaire en administratieve processen, zoals offertes, aanvragen en mutaties
- 2 Commodity en simple risk product, de particuliere en klein zakelijke schadeverzekeringen

Meetingpoint is een samenwerkingsverband tussen 9 verzekeringsmaatschappijen. Voor het tot stand brengen van de dienst is een aantal leveranciers aangetrokken waarvoor Meetingpoint BV als opdrachtgever fungeert. Deze leveranciers zijn ADP, Tjip en Siennax. ADP is verantwoordelijk voor de hosting, helpdesk en beveiliging middels de in de branche gehanteerde certificaten (die tevens ook door ADP worden verzorgd). TJIP is de leverancier en maker van de software. MeetingPoint stelt het beleid op en is verantwoordelijk voor de commercie. MeetingPoint is voor de aangesloten maatschappijen het aanspreekpunt. Voor het aangesloten intermediair is de helpdesk van ADP het aanspreekpunt. Overleg met de deelnemende maatschappijen en TJIP vindt plaats in technische overleggen over bijvoorbeeld extra functionaliteit. Deze meetings worden door MeetingPoint georganiseerd.

MeetingPoint is een joint venture van de aandeelhoudende maatschappijen. De aangesloten maatschappijen zijn onder te verdelen in aandeelhouders en deelnemende maatschappijen. MeetingPoint wordt volledig door de deelnemende maatschappijen gefinancierd.

De aandeelhoudende maatschappijen zijn;

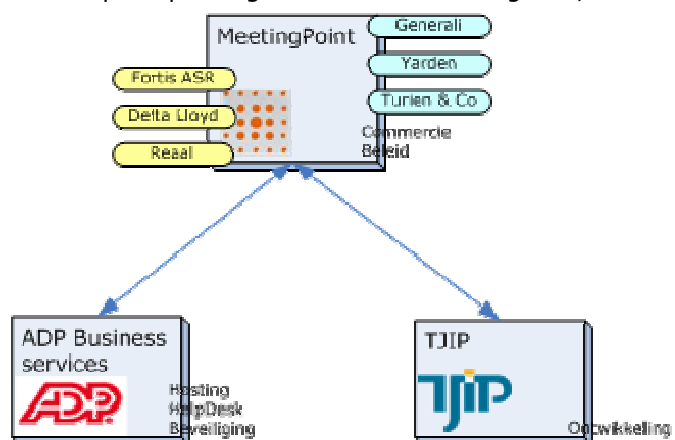
- Fortis ASR, bestaande uit de deelnemende maatschappijen
 - Amev;
 - Stad Rotterdam;
 - Woudsend;
 - Europeesche.
- Delta Lloyd Verzekeringen;
- Reaal Verzekeringen.

Overige deelnemende maatschappijen;

- Generali, voorheen zeer actief en voorloper op het gebied van ketenintegratie, echter vanwege de beschikbare capaciteit en de kosten die het met zich meebrengt is besloten om bij MeetingPoint aan te sluiten.

- Yarden (uitvaartverzekeringen) werkten eerst uitsluitend via eigen agenten, beslissing is gemaakt om het intermediair ook als distributiekanaal aan te wenden en hiervoor is aansluiting bij MeetingPoint gezocht.

- Turien en Co, betreft een volmacht / assuradeur.



Figuur 1: Businessnetwerk MeetingPoint

Wat houdt de dienst van Meetingpoint precies in?

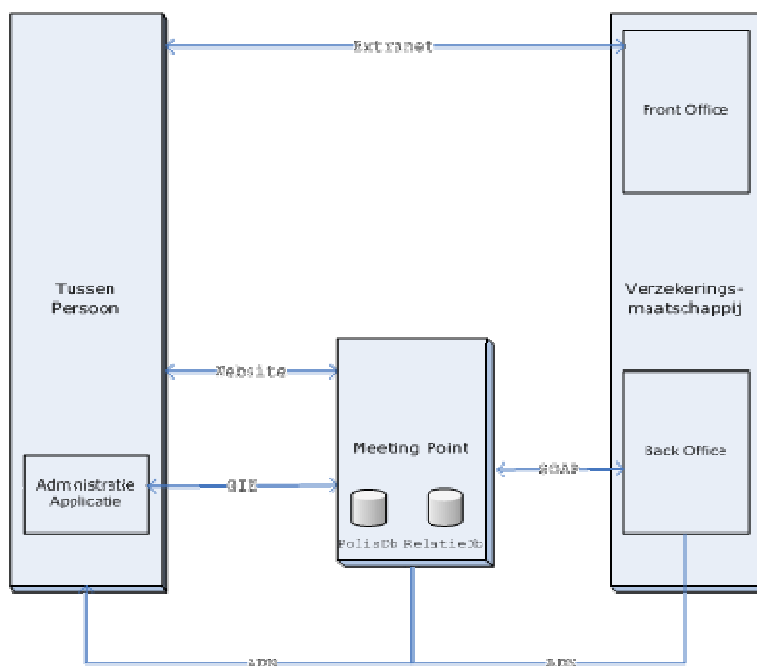
Meetingpoint biedt het intermediair verschillende manieren om met de aangesloten maatschappijen te communiceren. Door MeetingPoint is een koppeling gerealiseerd met de zeven grootste assurantie administratiepakketten, namelijk met het pakket van ANVA, pakketen van Amedia (Assis 2000, Assis voor Windows, Diamant en DIAS), pakket van CSS (Level) en van Online. Deze koppeling is op basis van de in de branche gestandaardiseerde transactieprotocol GIM, met uitzondering van Online, die werken op basis van een zelf ontwikkelde transactieprotocol, genaamd KIM. Deze koppeling stelt het intermediair in staat om vanuit eigen omgeving (het administratiepakket) contact te maken met Meetingpoint.

Een tweede mogelijkheid is via de website van MeetingPoint (<https://www.mp4all.nl>), hier kan de tussenpersoon bijvoorbeeld offertes en contracten aanvragen, muteren. Tijdens het gesprek zijn de verschillende functionaliteiten gedemonstreerd en hieruit kan worden geconcludeerd dat het vanuit het perspectief van de gebruiker (het intermediair) MeetingPoint werkt alsof je direct zaken doet met de maatschappij. Hiernaast biedt het extranet van MeetingPoint een aantal aanvullende diensten voor de tussenpersoon; zoals overzicht van zijn polisportefeuille waar vanuit hij inzage krijgt in de aanvragen, polissen en statusinformatie van deze aanvragen bij alle deelnemende maatschappijen.

Derde mogelijkheid is het extranet van de deelnemende partijen. Een extranet wordt aangeboden door Delta Lloyd, Stad Rotterdam en Reaal. , hierbij wordt op het extranet Delta Lloyd Digital Domain (DDD) de MeetingPoint functionaliteiten, zoals offerte aanvraag en aanvragen polis aangeboden. De GIM koppeling voor particuliere schadeproducten is alleen beschikbaar via het transactieplatform Meetingpoint en niet via de individuele extranetten.

Tevens heeft MeetingPoint een aantal aanvullende diensten, zoals een koppeling met Rijksdienst van Wegverkeer en het Systeem van Vertrouwelijke Mededelingen en Malusregistratie. Ook extra's zoals herbouw- en inboedelwaardemeter zijn op de website beschikbaar.

De koppeling met de verzekeringsmaatschappij gaat door een webservice aan de kant van de verzekeraar die een offerte of polisaanvraag kan ontvangen. Terugkoppeling (acceptatie) vanuit de verzekeraar naar het intermediair en MeetingPoint gaat middels het Assurantie DataNetwerk (ADN).



Figuur 2: Elektronische distributiekkanalen

Wat moet de verzekeraar ondersteunen, koppeling backoffice, een extranet ... etc.

De backoffice van de verzekeringsmaatschappij moet worden gekoppeld aan MeetingPoint. Aanvragen vanuit MeetingPoint naar de Verzekeraar gaat middels SOAP berichten, waarvoor de verzekeraar een webservice moet opzetten om de berichten te ontvangen. De terugkoppeling van, bijvoorbeeld, de acceptatie van een polisaanvraag, wordt middels ADN aan MeetingPoint doorgegeven.

Werkt Meetingpoint via een soort ASP bedrijfsmodel?

Nee, iedere maatschappij mag deelnemen en betaald hier een bedrag voor, bestaande uit:

- kosten voor onderhoud;
- initiële kosten;
- variabele kosten afhankelijk van aantal producten en functies aangeboden via MeetingPoint.

Exacte bedragen alleen op aanvraag, hiervoor kan contact worden opgenomen met:

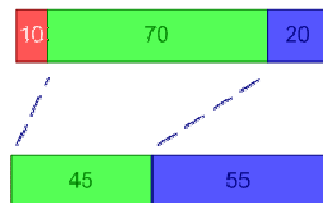
Dhr. Jan Lindeboom, Manager Operations

Dhr. Steven Jonkman, Directeur

Dhr. Theo Helmer, Programma manager

Gebruik

Voor de verzekeraar is het natuurlijk belangrijk om te weten in hoeverre het intermediair gebruik maakt van de dienst aangeboden bij MeetingPoint, want op deze manier kan een beeld worden verkregen of het interessant is in deze ontwikkeling mee te gaan. De distributiestrategie die MeetingPoint presenteert is als volgt (zie ook figuur 3). De meeste tussenpersonen werken hoofdzakelijk met 1 of 2 hoofdleverancier en voor sommige producten, die ze bij die maatschappij(-en) niet kunnen onderbrengen of bij een andere maatschappij een betere deal krijgen, sluiten ze af bij een beperkt aantal andere maatschappijen. Voor de maatschappij als Zevenwouden is het daarom belangrijk om bij die beperkt aantal alternatieven te staan. Volgens MeetingPoint levert gemiddeld weg 20% van de tussenpersonen ongeveer 55% van de premieomzet. Dit zijn de tussenpersonen waar de maatschappij hoofdleverancier is. Aan de andere kant heb je 10% van de tussenpersonen die liever geen zaken doen met de maatschappij. En tot slot zijn er 70% van de tussenpersonen die ongeveer verantwoordelijk zijn voor 45% van de premieomzet. Dus de groei zal vanuit deze 70% moeten komen, echter hoe bereikt een maatschappij dezen. Hiervoor is MeetingPoint volgens eigen zeggen een goede gelegenheid voor.



Figuur 3: Distributiestrategie

Hoeveel wordt het gebruikt (aantal afgegeven offertes, contracten gesloten?)

Exacte cijfers worden maandelijks aan de deelnemende partijen bekend gemaakt; Iedere deelnemer krijgt de statistieken voor zijn eigen maatschappij en voor het totaal van MeetingPoint. Hierin zijn verwerkt het aantal offerte aanvragen, het aantal gesloten polissen en hoe de gebruikers op MeetingPoint zijn gekomen (via GIM-koppeling of website). Een paar statistieken(juni 2005): Aantal gebruikers 5500 die 23.000 transacties per maand uitvoeren.

Hoe wordt het gebruik gestimuleerd.

Vanuit MeetingPoint is er contact met het intermediair om het gebruik van Meetingpoint in het algemeen te stimuleren.

Ontwikkelingen

- In het gesprek met dhr B. van der Stok en dhr. J. Lindeboom (manager Operations) kwam naar voren dat meerdere maatschappijen aansluiting overwegen waaronder de Noordhollandse van 1816.

- Verder wordt er gewerkt om muteren van gegevens middels de GIM koppeling te realiseren, muteren is wel mogelijk op de website. Er vindt momenteel een pilot plaats waarin het intermediair vanuit zijn administratiepakket polisgegevens bij Delta Lloyd en Reaal kan muteren.

- 'White Label', betreft een project waarmee het voor particulieren mogelijk wordt via de website van de tussenpersoon een offerteaanvraag te doen. Deze functionaliteit zal door MeetingPoint worden geboden, waarbij de tussenpersoon een mogelijkheid heeft om de offerte te registreren om later door te zetten naar een aanvraag.

- In januari 2006 komt er een nieuwe functionaliteit in de GIM-koppeling, namelijk schademelding. MeetingPoint zal dit ook gaan implementeren.

- Mogelijk een implementatie van de resultaten service, zoals omschreven in de GIM standaard, hierdoor wordt het ADN verkeer vervangen.

- En over de technologie van Meetingpoint, er is sprake van een overgang naar zogenaamd MP3, een DOTNET gebaseerde omgeving, met als doel flexibeler en sneller functionaliteiten te ontwikkelen

Juridische zaken

De deelnemende maatschappijen hebben afgesproken dat een ondertekend exemplaar door de tussenpersoon dient te worden bewaard.

INTERVIEW VERSLAG SILDERHUIS

Datum interview 11-9-2005
Datum verslag 15-9-2005
Versie 1.0

Organisatie: Silderhuis Assurantiën
Gesproken met: Dhr. Frank Postel
Functie: Assurantieadviseur

Algemeen

Silderhuis Assurantiën is een organisatie die naast assurantieadviseur ook een vestiging van de regiobank heeft. Als assurantieadviseur wil dhr. Frank Postel zich voornamelijk richten op drie verzekeringsmaatschappijen, namelijk Aegon (waar momenteel een groot gedeelte van zijn portefeuille is onder gebracht), Noordhollandsche van 1816 (zijn vroegere werkgever, waar hij de functie van accountmanager bekleedde) en een derde (kleine) maatschappij die hij nog moet uitzoeken. Momenteel heeft dhr. Postel, door een aangekochte portefeuille, ook een aantal polissen bij Zevenwouden Verzekeringen.

Op het gebied van ketenintegratie is dhr. Postel bezig om de elektronische prolongatieberichten (de p-views die de maatschappijen naar de tussenpersonen verstuurd na een prolongatieproces) buiten ADP om te ontvangen. Dit in verband met de kosten die hiervoor in rekening worden gebracht. Dhr. Postel is van mening dat ADP weinig toegevoegde waarde heeft op dit gebied en dat het ook kan door middel van het leveren van de bestanden rechtstreeks door de maatschappijen. Zijn verzekeringsapplicatie leverancier Online biedt tussenpersonen hier de mogelijkheid voor door deze prolongatiebestanden te verwerken en als update voor zijn administratie aan te bieden op de website www.pviews.nl.

Dhr. Postel maakt gebruik van het pakket van Online. Online kijkt op een andere manier naar ketenintegratie dan doorgaans door de andere partijen wordt gedaan. Online heeft een KIM -module voor de koppeling tussen het extranet van de verzekeraar en het administratiepakket van de intermediair. In tegenstelling tot de GIM-modules die door andere softwarehuizen worden gerealiseerd voor dit doeleinde, ontwikkeld Online zijn KIM module op eigen initiatief, waarbij de grotere softwarehuizen dit op verzoek van de verzekeringsmaatschappij doen. Wat de KIM -module doet is de velden op het extranet vullen met de gegevens uit het administratiepakket. Hierdoor ziet dhr. Postel ook geen verdere noodzaak voor standaardisering, zoals GIM, en vindt de invoering van deze standaarden veel te lang duren. Wel geeft dhr. Postel aan dat contact kan worden gezocht met Online om verdere informatie over ketenintegratie te krijgen. Contactpersoon bij Online is R. van Beek of Maarten, telefoonnummer 024 371 6959.

Motivatie voor ketenintegratie

Als belangrijkste motivatie voor ketenintegratie noemt dhr. Postel, het verkorten van de doorlooptijden voor het verstrekken van een offerte of een polis. Ook invoer bij de bron om foute gegevens te beperken is zeer belangrijk voor een efficiëntere bedrijfsvoering.

Binnen de branche wordt ketenintegratie gezien om het onafhankelijk intermediaire distributiekanaal te versterken. Dhr. Postel denkt niet dat het intermediaire distributiekanaal onder druk staat. Vooral de service die klanten ondervinden is het onderscheidene vermogen ten opzichte van het bancaire kanaal en Direct Writers. Hiervoor geeft dhr. Postel het voorbeeld aan dat een klant van de Rabobank bij hem op kantoor (tevens Regiobank) komt wisselen. Uiteraard moet er wel worden meegegaan met de tijd en de klant de mogelijkheid bieden om te communiceren via het kanaal die hij kiest (persoonlijk, telefonisch maar ook digitaal).

Gebruik en ervaringen

Om meer inzicht te verkrijgen over de rol van IT-middelen is gevraagd naar het gebruik en ervaringen. Om een beter inzicht te krijgen in welke processen IT een rol kan spelen is dit aan dhr. Postel gevraagd. Tijdens het adviseringsproces wordt er weinig gebruik gemaakt van IT middelen, in principe kan alles op de 'achterkant van een viltje' worden

geschreven. Wanneer de klant daadwerkelijk interesse toont zal een offerte worden opgemaakt. Advisering vindt zowel op kantoor als bij de klanten thuis plaats. Voor het offren worden wel IT-middelen gebruikt. Hiervoor zal dit ook vooral op kantoor plaatsvinden, dan wel achteraf. Tijdens dit proces worden de klant, object, dekking en risicogegevens ingevoerd en op basis hiervan een (aanvraag voor) offerte opgemaakt.

Momenteel wordt vooral gebruik gemaakt van het extranet van de [Noordhollandsche van 1816](#). Ook het extranet van Aegon wordt wel eens gebruikt, echter deze is minder gebruiksvriendelijk, omdat men meerdere malen moet klikken voordat je bent waar je wilt wezen. De login op het extranet van de NH1816 maakt gebruik van certificaten, dit betreft niet de certificaten uitgegeven door ADP, maar een eigen certificaat uitgegeven door VeriSign in opdracht van de NH1816. ADP werkt ook met VeriSign certificaten en ik denk dat NH1816 hiermee voorop loopt, zodat ze in de toekomst hun eigen certificaten kunnen uitgeven, in plaats van ADP. Dit kan mogelijk bij de maatschappij worden nagevraagd.

Dhr. Postel is zeer tevreden over deze manier van inloggen, voordeel van geen wachtwoorden om te onthouden, en vooral dat er een veilige verbinding tot stand is gebracht tussen de pc van de intermediair en NH1816. Het extranet van Aegon maakt nog wel gebruik van gebruikersnaam en wachtwoord. Online heeft hier iets op bedacht, zodat de juiste combinatie door de browser van Online wordt ingevuld.

[MeetingPoint](#) ziet hij voor zichzelf niet als een alternatief voor de maatschappij specifieke extranetten, voornamelijk omdat hij zich wil beperken tot 3 verzekeringsmaatschappijen waarmee hij zaken doet. Hierdoor ziet hij weinig/geen toegevoegde waarde voor een portal waar transacties met meerdere maatschappijen mogelijk zijn.

Het gebruik van het digitale communicatiekanaal, het extranet, wordt niet specifiek door de maatschappij gestimuleerd. Indirect wordt het natuurlijk wel gestimuleerd door de snellere afhandeling.

Belangrijke functionaliteiten die een extranet volgens dhr. Postel in ieder geval moet bieden zijn:

- Functionaliteiten voor transacties voor het doorgeven van een offerte- en polisaanvraag;
- Download mogelijkheid van de polisvoorwaarden, inclusief vorige versies. Dit is ook het voordeel boven [PolisvoorwaardenOnline](#), omdat hier slechts de laatste versie van de betreffende voorwaarden te downloaden zijn;
- Inzage in productiecijfers, de statistieken van eigen agentschap over hoeveel premie en schades in een betreffende periode is opgebracht. Dit geeft voor de tussenpersoon informatie over zijn productiviteit en efficiency. En mogelijk handig bij het onderhandelen met de maatschappij over bonussen/kortingen en schades;
- Extra functionaliteiten zoals een herbouwwaardemeter, inboedelwaardemeter en premieberekening

Waar ook aandacht aan moet worden besteed is de gebruiksvriendelijkheid van de extranetten. Dhr. Postel vindt het extranet van de Noordhollandsche goed ingericht, in tegenstelling tot het extranet van Aegon waar veel schermen moet worden doorlopen voor men bij het betreffende scherm is.

Momenteel heeft dhr. Postel ook een [website](#), hierin is een module voor het afsluiten van reisverzekeringen opgenomen die de klant in staat stelt een reisverzekering (zowel doorlopende als kortlopende reisverzekeringen en een aantal specifieke reisverzekeringen, zoals survival en voor backpackers) te sluiten bij [Elvia](#). Elvia is een verzekeringsmaatschappij gespecialiseerd in reisverzekeringen. Op deze wijze heeft Silderhuis Assurantiën al ongeveer 50 verzekeringen gesloten. "Hieruit", geeft dhr. Postel aan, "is af te leiden dat er wel vraag naar is om op deze wijze met de klanten te communiceren. Ieder klant kiest zijn eigen communicatiekanaal waarop hij het liefst met de tussenpersoon communiceert en hier moet ook rekening mee worden gehouden." Momenteel is de website niet volledig en dit is dus nog een punt van aandacht. Als een verzekeraar modules aanlevert voor het opvragen van informatie en aanvragen van een verzekering, wordt dit zeker op prijs gesteld.

Toekomstig Scenario

Tijdens het interview is aan dhr. Postel gevraagd hoe hij de werkzaamheden als assurantieadviseur in de nabije toekomst ziet:

Dhr. Postel gaf aan graag met een laptop een inbel-/vpn- verbinding te willen opzetten met zijn eigen kantoor zodat wanneer hij bij de klant op bezoek is, meteen alle gegevens bij de hand heeft en dezelfde functionaliteiten heeft als op kantoor. Hiermee realiseer je daadwerkelijk 'invoer bij de bron'. De ondersteuning die de verzekeraar hierin kan bieden betreft functionaliteiten voor elektronisch offerte aanvragen en verstrekken, zodat hij meteen de offerte aan de klant kan tonen en wanneer mogelijk via de e-mail sturen.

Juridisch

Dhr. Postel werkt veel met de Noordhollandsche van 1816 en geeft de volgende juridische stappen in het proces aan.

De offerte, aanvraag en polis dienen ondertekend te worden door de klant. Deze ondertekende papieren worden door de tussenpersoon gearhiveerd. Hierbij geeft dhr. Postel aan dat het belangrijk is dat er een periodieke audit, naar deze archivering, door maatschappij wordt uitgevoerd.

Gedragscode Informatieverstrekking Dienstverlening Intermediair (GIDI) is een door zelfregulering tot stand gekomen gedragscode om de consument te waarborgen. De gedragscode is tot stand gekomen door een samenwerking van meerdere verzekeringsmaatschappijen. De GIDI stelt dat het intermediair aan de volgende eisen moet voldoen: een beroepsaansprakelijkheidsverzekering, aangesloten bij het klachteninstituut en werken via een advieswijzer. Silderhuis Assurantiën voldoet aan deze eisen en heeft hier ook een certificaat (met verkeerde datum; 2022) voor. Dhr Postel is van mening dat de gedragscode niet zoveel omvat, echter het aangesloten moeten zijn bij het klachteninstituut vindt hij zeer belangrijk. Zo verteld hij ook aan de klanten dat ze bij klachten over zijn dienstverlening terecht kunnen bij dit instituut.

INTERVIEW VERSLAG GENERALI

Datum interview 21-9-2005
Datum verslag 10-10-2005
Versie 2.1

Organisatie: Generali Verzekeringsgroep NV
Gesproken met: Dhr. Edwin Boon
Functie: ICT Architect

Algemeen

Generali Verzekeringsgroep NV is in Nederland de 20^e verzekeraar. Generali is onderdeel van de wereldwijd actieve Generali Group, de op 1 na grootste verzekeraar in Europa. Generali Verzekeringsgroep NV is actief op de markten voor schade- (Generali Schadeverzekeringen maatschappij NV) en levensverzekeringen en pensioenen (Generali Levensverzekeringen maatschappij NV). Het ketenintegratie vraagstuk heeft betrekking op het schadeverzekeringsbedrijf, dit door de aantallen en frequentie van transacties en informatie-uitwisseling ten behoeve van de schadeverzekeringsproducten (Simple Risk producten)

Gezien de historie van ketenintegratie in de schadeverzekeringsbranche is Generali een voorloper op dit gebied. Eén van de eerste ontwikkelingen was LeoNET, de voorloper van LeoPoint. LeoNet was een automatisch acceptatiesysteem voor offertes en polissen die bij de tussenpersoon werd

Historie van ketenintegratie en welke initiatieven Generali hierin heeft genomen.

1987	Begin met het Assurantie DataNetwerk (EDI X.400) door ABZ, toen nog ADN geheten.
1995	Gebruik van het X.400 netwerk als distributiekanaal met LeoNet, Offerte en Polis uitgifteapplicatie.
1996	Ontvangst van award van VVP voor de internetactiviteiten van Generali.
1997	Ontwikkeling van LeoWeb
2001	GIM specificatie ontwikkelt door wat nu heet SIVI
2003	introductie van LeoPoint
2005	GENERALI treedt toe tot MeetingPoint.

geïnstalleerd (stand-alone). Communicatie tussen de tussenpersoon en maatschappij werd via het assurantie datanetwerk (ADN) gerealiseerd. In 1997 werd een internetapplicatie ontwikkeld met de naam LeoWeb. Het concept van LeoWeb was gelijk aan dat van MeetingPoint, een groot aanbod van verzekeringsproducten van verschillende verzekeraars op één plaats voor het intermediair. Dit plan is niet verder dan de conceptfase gekomen door te weinig belangstelling van andere verzekeringsmaatschappijen, die een voorkeur hadden voor de ontwikkeling van eigen initiatieven in plaats van het aansluiten bij dit initiatief van Generali. In 2003 werd LeoPoint (versie 2) geïntroduceerd. LeoPoint is een internetapplicatie voor de tussenpersoon voor het aanvragen van offertes en afsluiten van de producten: auto-, inboedel-, opstal- en avp-verzekeringen. Voor LeoPoint is een GIM-koppeling met de pakketen van Amedia (Assis, Diamant) gerealiseerd. Generali is naast certificering voor de transactiestandaard ook (als enige maatschappij) gecertificeerd voor de presentatiestandaard.

Motivatie voor ketenintegratie

De grootste drijfveer voor het integreren van de partijen in keten is het verlagen van de kosten die gemoeid gaan met de transacties. Deze kosten bestaan uit; print- en portokosten, kosten in verband met het (dubbel) invoeren van de gegevens, kosten die gemaakt worden om fouten te herstellen. Door het digitaal communiceren wordt niet alleen de kosten verlaagd, ook wordt er tijdswinst behaald (afhandeling binnen 48 uur bij Generali) en de foutkans wordt verminderd, door eenmalige invoer (bij de bron).

Gebruik en ervaringen

80% van al het transactieverkeer voor Generali betreft zogenaamde Simple Risk producten (auto, inboedel, opstal en AVP). Van deze transacties betreffen +/- 40% aanvragen en 60% mutaties. Slechts 7% van al deze transacties worden via LeoPoint gemaakt, de overige 93% gaan dus via de overige communicatiekanalen, zoals telefoon, fax, e-mail of post.

Onlangs (juli 2005) heeft Generali besloten om bij het initiatief van Meetingpoint aan te sluiten. Momenteel zijn 350 intermediairs aangesloten voor gebruik van Meetingpoint met Generali. Hiervan werkt slechts 10% met de GIM koppeling. Deze 350 kantoren genereren ongeveer 25% van de productie. Momenteel wordt gewerkt aan het migreren van de LeoPoint gebruikers naar MeetingPoint, dit gaat om 70 intermediairkantoren, die samen verantwoordelijk zijn voor ongeveer 75% van de productie. Tevens staan er nog +/- 100 intermediairkantoren op de wachtlijst om te worden aangesloten via MeetingPoint.

In totaal zullen ongeveer 500 intermediairkantoren via MeetingPoint worden aangesloten voor het elektronisch zaken doen met Generali. Generali hoopt door het transactieplatform van MeetingPoint meer aanvragen digitaal te ontvangen, doordat er een breder draagvlak vanuit de maatschappijen voor is. Toegevoegde waarde die hierdoor ontstaat, is dat de intermediair op een plaats polissen bij meerdere maatschappijen kan beheren/muteren/sluiten. Een andere motivatie om aan MeetingPoint deel te nemen is de beheerproblematiek die dhr. Boon voorziet bij het gebruik van persoonsgebonden certificaten die ieder jaar worden vernieuwd. Hiernaast wordt dan ook de 'helpdesk' door Meetingpoint verzorgd en wordt hiermee een betere service richting de tussenpersoon geboden, bijvoorbeeld ten aanzien van de openingstijden, ook buiten kantooruren.

Multichannel

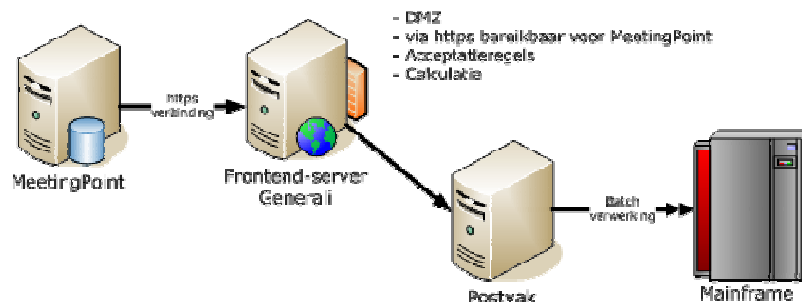
Generali heeft verschillende soorten verzekeringen, schade- en levensverzekeringen. Met LeoPoint is het mogelijk om zowel voor schade- en levensverzekeringen offertes aan te vragen en af te sluiten. De LeoPoint versie voor het Levenbedrijf is in de pilotfase blijven steken. Met het aansluiten bij MeetingPoint zal LeoPoint worden vervangen, echter dit betreft alleen de schadeverzekeringen. Voor de levensverzekeringen zijn er plannen voor de ontwikkeling van een nieuwe applicatie. De ketenintegratie vindt plaats in de schadeverzekeringstak. Enerzijds doordat de levensverzekeringentak een hele andere branche betreft, geen ADN en weinig gebruik van tussenpersoonapplicaties, zoals Amedia en ANVA. En anderzijds doordat 80% van al het ADN gerelateerde transactieverkeer schadeverzekeringen betreffen.

Naast LeoPoint en MeetingPoint heeft Generali ook nog een eigen extranet waar de tussenpersonen de benodigde productinformatie en folders kunnen raadplegen. Dhr. Boon is van mening dat deze informatie eigenlijk publiekelijk toegankelijk moet zijn ter bevordering van de transparantie in de markt. De Marketing afdeling van GENERALI is echter bang dat de relatief technische informatie, die zich richt op het intermediair, meer vragen oproept bij de geïnteresseerde consument dan er worden beantwoord.

Het extranet van Generali biedt geen transactiemogelijkheden, hiervoor is LeoPoint ontwikkeld en wordt nu de overstap naar Meetingpoint gemaakt. Een constructie zoals Delta Lloyd heeft op haar extranet, Delta Lloyd Digitaal Domein (DDD), vindt dhr. Boon voor Generali niet van toepassing. Voor Delta Lloyd is het van belang dat het DDD zo compleet mogelijk is in verband met de verschillende distributiekkanalen die Delta Lloyd heeft. Delta Lloyd verkoopt zowel middels het onafhankelijke intermediair distributiekanaal als ook middels het bancaire distributiekanaal. MeetingPoint is uitsluitend opgezet voor het onafhankelijk intermediair, om ook het bancaire distributiekanaal de volledige functionaliteiten te bieden geeft Delta Lloyd op het DDD de mogelijkheid om transacties (die wel via MeetingPoint gaan) te doen. Generali maakt voor de schadeverzekeringen uitsluitend gebruik van het onafhankelijk intermediair distributiekanaal.

Technologie en Ontwikkelingen

LeoPoint is er voor het transactieverkeer tussen intermediair en Generali, deze taak wordt stapsgewijs door MeetingPoint vervangen. De koppeling met Meetingpoint is gerealiseerd, zoals weergegeven in de figuur hiernaast.



De systemen van MeetingPoint kunnen een beveiligde verbinding maken met de frontend server van Generali. Op deze server zijn functionaliteiten, zoals premieberekening en acceptatieregels die bij de transactie kunnen worden gebruikt, beschikbaar. Nieuwe (offerte-)aanvragen worden door de frontend server doorgestuurd naar een zogenaamd 'postvak', waarvan ze middels een batchverwerking dagelijks naar de backend systemen (mainframe) worden overgezet (hiervoor is een gedeelte ingericht, genaamd de 'handbak'). Het daadwerkelijk invoeren van de nieuwe aanvragen in de backoffice van Generali gaat middels een controle uitgevoerd door een medewerker. Ook mutaties geven een groot probleem voor integratie met de backend systemen. Mutaties worden gescheiden bijgehouden en handmatig doorgevoerd. Binnen de Generali Group loopt een project om deze legacy backend systemen te vervangen, dit project loopt al vier jaar.

Vervanging van LeoPoint door MeetingPoint, hiervoor dienen de 70 kantoren die gebruik maken van LeoPoint worden aangesloten op MeetingPoint(de-registreren van de GIM-koppeling van LeoPoint en registreren van de GIM-koppeling met MeetingPoint voor Generali.) Voor de levensverzekeringen zijn plannen voor de ontwikkeling van een nieuwe applicatie, aangezien deze producten niet via MeetingPoint kunnen worden gesloten.

Binnen MeetingPoint zijn verschillende ontwikkelingen gaande. Met het verder in de markt zetten van het merk Fortis ASR heeft dit verdere consequenties voor de Fortis dochtermaatschappijen die bij MeetingPoint zijn aangesloten; AMEV, Stad Rotterdam en Woudsend. Fortis ASR gaat verder met ontwikkeling van Cockpit en de kans bestaat dat de deelname aan MeetingPoint door de dochtermaatschappijen waarschijnlijk beëindigd.

MeetingPoint is van plan om webmodules voor de tussenpersonen aan te bieden. Deze modules kunnen de tussenpersonen dan gebruiken op hun eigen website en stellen de klant in staat om zelf offerte aan te vragen bij de bij MeetingPoint aangesloten maatschappijen. Dhr. Boon vindt dit enerzijds wel een goede ontwikkeling echter is van mening dat er te weinig vanuit de klant wordt geredeneerd. Zo stelt hij dat de klant zaken doet met de tussenpersoon en verders niet echt geïnteresseerd is in de maatschappijen met wie zijn tussenpersoon zaken doet. Een webmodule aan bieden volgens het plan wat MeetingPoint nu schetst, heeft weinig toegevoegde waarde als dit te weinig klantgericht is. Daarbij moeten lessen getrokken worden uit de min of meer mislukte initiatieven van polis4u en Ineas.

Veranderingen

Door het deelnemen aan MeetingPoint betekende voor Generali een aantal veranderingen, namelijk; afhandeling van aanvragen binnen 48 uur, het ondertekende exemplaar van de aanvraag blijft bij het intermediair en een aantal technische veranderingen zoals een voor MeetingPoint frontend server voor de acceptatieregels en premieberekening. Door de ervaring die Generali al had met LeoPoint heeft het extra communicatiekanaal weinig impact op de organisatie.

Juridisch

De wet financiële dienstverlening (WFD) stelt nieuwe eisen aan het berichtenverkeer waardoor er is gekozen om voor de implementatie van de persoonsgebonden certificaten ter beveiliging van het transactieverkeer. Dit brengt nogal wat beheerproblematiek met zich mee, omdat deze certificaten ieder jaar verlopen. Tevens snapt dhr. Boon niet

waarom de persoonsgebonden certificaten zijn ingevoerd, aangezien de informatie van wie het heeft gesloten of aangevraagd in de keten niet terug te vinden is. Het was verstandiger geweest als de branche de wetgeving had gevolgd in plaats van erop vooruit te lopen. Het had dus meer voor de hand gelegen te starten met bedrijfscertificaten en dan over een jaar of 3, 4 te migreren naar persoonsgebonden certificaten.

INTERVIEW VERSLAG ONLINE GROEP

Datum interview 22-9-2005
Datum verslag 28-9-2005
Versie 1.1

Organisatie: Online Groep
Gesproken met: Dhr. Fred Verbeek
Functie: Specialist ketenintegratie / WfD

Algemeen

De Online Groep is maker van software voor de onafhankelijke assurantieadviseur. De diensten en producten die Online biedt, zijn: Assuratiesoftware, Adviezen, Computers & Netwerken, webhosting, webdesign & inbel diensten. Gezien dit productassortiment kan een compleet automatiseringspakket voor de intermediair worden geleverd. Online bestaat momenteel 20 jaar en wordt door ongeveer 450 intermediair kantoren gebruikt (marktaandeel van +/- 8 %). De organisatie van Online bestaat uit 20 personen.

De Online Groep bestaat momenteel uit drie divisies, namelijk:

- Online Software, maker van de assuratiesoftware.
- Online System, advisering voor de kantoorautomatisering van onder andere het intermediair.
- Online WebArt, webhosting en producten om de intermediair van een website te voorzien

Op het gebied van assuratiesoftware heeft Online momenteel twee versies in de markt en een derde (nieuwe versie) in ontwikkeling. Het basispakket betreft Online en geeft de mogelijkheid om de klant en polisgegevens te administreren en hier uitgebreide overzichten over te geven. Ook zijn modules voor: correspondentie faciliteiten, agendering en een standaard prolongatiesysteem onderdeel van het Online pakket.

Het Online Plus pakket biedt dezelfde functionaliteiten als het Online pakket echter is uitgebreider en kan op maat door middel van modules uitgebreid worden naar de wensen van de tussenpersoon. Deze modules zijn er op het gebied van:

- Dossieradministratie;
- Geavanceerd prolongatiesysteem;
- Uitgebreide standaardoverzichten;
- Management administratie;
- Incasso administratie voorzien van maandbetaling / middeling faciliteit;
- Financiële administratie specifiek toegesneden op de behoeften van intermediairs.

Tijdens het gesprek heeft dhr. Verbeek een demonstratie gegeven van de mogelijkheden in het nieuwe pakket; Online Pro. Online Pro is geheel Windows gebaseerd en dit geeft de intermediair meer mogelijkheden en leidt tot een hogere usability. Grafisch zijn een aantal leuke trucjes uitgehaald om de schermen zo overzichtelijk mogelijk te krijgen. Hierbij is rekening gehouden dat de klant ook mee kan kijken op het scherm en dus gevoelig informatie (zoals provisies en kortingen) niet direct op het scherm worden getoond. Verder biedt het pakket uitgebreide mogelijkheden om alle stukken te archiveren en dossiers aan te maken. Het pakket is nog in ontwikkeling, tijdens dit proces worden ook sessies met huidige klanten gehouden waarop zij hun mening kunnen geven over de functionaliteiten en wat ze anders zien. Hierdoor wordt het pakket dus echt aangepast aan de wensen en eisen van de eindgebruiker.

Op het gebied van ketenintegratie werkt Online Groep met een uitbreidingsmodules voor het Online Pluspakket;

- Online WIN ADN, module voor het versturen van ADN berichten vanuit het administratiepakket.
- Online WIN P-views, module voor het ontvangen en automatisch verwerken van de prolongatiegegevens die door de maatschappijen worden gestuurd (via het ADN netwerk)
- Online WIN Ketenintegratie - Module waarmee vanuit Online de extranetten van de maatschappijen kunnen worden geraadpleegd en de gevraagde gegevens worden met een druk op de knop met de gegevens uit het administratiepakket geleverd.

Mogelijkheden

Modules voor ketenintegratie

Online WIN Ketenintegratie heeft momenteel met 90 extranetten een koppeling. Deze koppeling bestaat uit het 'mappen' van de gegevens die gevraagd worden op het extranet met de gegevens zoals ze in het administratiepakket zijn opgeslagen. Wanneer noodzakelijk wordt het formaat gewijzigd naar het formaat dat op het extranet wordt gevraagd (bijvoorbeeld bij datumnotaties). De mogelijkheden die deze koppeling voor het intermediair biedt is dus vooral gericht op het gebruiken van de informatie in zijn administratiepakket en hierdoor geen dubbele invoer meer.

Ervaringen met de branchestandaarden

Tijdens het gesprek ook gevraagd naar de ervaringen met de branchestandaarden en met name over GIM. Een van de punten is, wat is de toegevoegde waarde immers via het extranet en de KIM manier is het ook al mogelijk. Ook vanuit de klantenkring krijgt Online vragen over GIM, hieruit blijkt dat de bekendheid hiermee nog niet zo hoog is. Reacties die ze horen zijn vooral argwanend; 'kunnen de maatschappijen dan zomaar gegevens uit mijn systeem halen?'.

Gebbruik

Momenteel beschikken +/- 40% van de klanten van Online Groep over de module Ketenintegratie met de KIM koppeling. De mogelijkheden die deze module biedt, wordt positief door het intermediair ervaren.

Ontwikkelingen

Online werkt aan de ontwikkeling van een GIM module zodat ook GIM verkeer tussen de maatschappijen en het Online softwarepakket. Momenteel wordt er gewerkt aan een GIM implementatietraject in samenwerking met de maatschappijen Reaal, Fortis ASR en Nationale Nederlanden. Online heeft ervoor gekozen om een eigen GIM module te ontwikkelen. Nu is er door SIVI wel een module beschikbaar gesteld echter hiervan wordt de broncode niet vrijgegeven. Hier zijn een aantal problemen mee, zo is Online van mening dat de implementatie van Reaal's offerteprogramma niet helemaal correct is, omdat deze alleen werkt met de GIM module van SIVI (door de aanroep van een specifiek COM object). Dit probleem wordt echter niet verholpen door Reaal. Ook het GIM implementatietraject in samenwerking met Nationale Nederlanden werkt het niet helemaal vlekkeloos, omdat NN de uitgegeven offertes niet bewaren, en hierdoor deze gegevens wederom moeten worden verstuurd bij het doen van een aanvraag. Uit deze ervaringen heeft Online geleerd dat een GIM koppeling toch niet zo generiek is en het maatwerk betreft om de verschillende producten en te ondersteunen transactiefuncties voor de verzekeraars te realiseren. Certificering van de GIM module door SIVI is reeds aangevraagd.

Online is bezig met de ontwikkeling van een web enabled applicatie van Online Pro. Het idee is om een webapplicatie aan te bieden, waarbij een backup / mirror van de database van de tussenpersoon bij Online groep staat en deze via de webapplicatie bereikbaar is voor de tussenpersoon. Hiervoor vindt periodiek synchronisatie plaats met de tussenpersoonapplicatie. Het idee is dus dat de tussenpersoon overal over zijn gegevens kan beschikken. Mogelijk kan ook de klant gebruik maken van deze webenabled applicatie om zo via het internet zijn eigen polisgegevens te raadplegen en waar mogelijk te beheren. Grote meerwaarde voor het intermediair van deze ontwikkeling is dat Online het technische aspect voor handen neemt (zoals bouwen van webapplicatie en hosting). Dit is ook een ontwikkeling die Online voorziet, verdere integratie naar de consument toe.

INTERVIEW VERSLAG AMEDIA

Datum interview 27-9-2005
Datum verslag 10-10-2005
Versie 2.0

Organisatie: AMEDIA
Gesproken met: Dhr. Peter Vinkenburg
Functie: accountmanager

Algemeen

AMEDIA is ontstaan vanuit een fusie in 2004 van ACT (onderdeel van de ING Groep) en ASN (onderdeel van Aegon). Zowel ING Groep als Aegon zijn aandeelhouders van AMEDIA BV, echter op afstand betrokken bij de bedrijfsvoering. AMEDIA BV is marktleider in administratiepakketten voor het provinciaal werkend intermediair. Ook hebben ze +/- 100 volmachten in hun klantenbestand, echter in deze markt is het administratiepakket van ANVA (en CCS) leidend. AMEDIA heeft verschillende administratiepakketten voor de tussenpersoon in de markt, namelijk; ASSIS, ASSIS 2000, Diamant, Prisma, X-Assurantien en DIAS.

ASN is in 1998 met ontwerp-'projecten' begonnen wat uiteindelijk leidde tot een blauwdruk van wat nu de GIM-standaard is. Aangezien één partij, ook al is die partij thans marktleider, niet voldoende draagvlak kan creëren om een branchestandaard te introduceren, is nadat de ontwikkeling stil heeft gestaan het ontwerp overgebracht naar ABZ, die hier een speciale afdeling, Branche Initiatieven, voor heeft opgezet. In 2001 leidde dit tot de eerste versie van de transactiestandaard GIM, die nu onder het beheer valt van het in 2003 opgerichte Standaardisatie Instituut voor Verzekeringen in de Intermediairbranche (SIVI). De SIVI wordt bestuurd door 6 maatschappijen; Nationale Nederlanden, AEGON, Delta Lloyd, Fortis, London Verzekeringen, Avéro Achmea, en de intermediair belangenverenigingen NVA / NBVA.

Van de verschillende pakketten die AMEDIA in de markt heeft is de GIM koppeling mogelijk voor drie administratiepakketten, namelijk ASSIS, ASSIS 2000 en DIAS.

Gebruik

Momenteel hebben 11 maatschappijen een GIM-koppeling met de module ketenintegratie. Echter deze koppeling betreft niet voor alle maatschappijen alle producten met alle functionaliteiten. Dit komt mede omdat de transactiestandaard GIM ook nog niet volledig is gespecificeerd en de uitrol gefaseerd verloopt. Veel maatschappijen beginnen met functies voor berekenen premie, offerte aanvragen en omzetten naar contract. Nu de maatschappijen hier ervaring mee hebben opgedaan, wordt nu ook een begin gemaakt voor het aanbieden van functionaliteit voor het muteren van bestaande contracten via de GIM-koppeling. Het aan kunnen bieden van de mutatiefunctie is sterk afhankelijk van de maatschappij in staat is om zijn back-office te ontsluiten.

In mei 2005 is een klanttevredenheid-meting onder 659 gebruikers van de module ketenintegratie gehouden. De respons op de enquête was 26% en de respons op aanvraag koppeling met extranet was 45%. Belangrijke conclusies die uit de klanttevredenheidmeting kunnen worden gehaald is dat grotendeels van gebruikers het gebruik van de module als makkelijk ervaart. Ook de inregelwerkzaamheden die moeten worden verricht alvorens de module kan worden gebruikt wordt door merendeels (68%) als eenvoudig ervaren. De ondersteuning die de tussenpersonen vanuit AMEDIA krijgen bij deze inregeling wordt door merendeels als matig tot slecht ervaren. Hier staat tegenover dat de ondersteuning hiervan vanuit de verzekeringsmaatschappij voor 80% voldoende tot goed wordt ondervonden.

Hiernaast is in de klanttevredenheidmeting onderzocht hoeveel de GIM koppeling wordt gebruikt. Doorgaans hebben de respondenten 15 tot 20 offertes, aanvragen of mutaties per maand. Hiervan wordt bij 1 tot 5 transacties gebruik gemaakt van de GIM koppeling. Ook is gevraagd waarom er niet van de GIM koppeling gebruik wordt gemaakt. Belangrijkste antwoorden waren; snelheid van het direct werken op het extranet, de functionaliteit van de GIM koppeling beperkt of niet beschikbaar of de terugkoppeling is

niet naar wens. Bezwaren die werden genoemd om geen gebruik te maken van de GIM-koppeling zijn:

- Minder mogelijkheden;
- Efficiency/snelheid van werken;
- Slechts vanuit één werkplek kunnen werken;
- Veiliger om zonde koppeling te werken;
- Problemen met de GIM-koppeling;
- Handelen uit gewoonte.

Implementatie / mogelijkheden

Wanneer een verzekeraar haar tussenpersonen gebruik wil laten maken van de GIM koppeling dienen een aantal stappen worden doorlopen. Alvorens men begint moet de verzekeraar gecertificeerd zijn door SIVI. Deze certificering gebeurt op basis van de GIM-sjablonen die de maatschappij moet opstellen om de producten elektronisch te kunnen sluiten. In deze sjablonen wordt omschreven welke gegevens nodig zijn voor het uitvoeren van de betreffende functie, bijvoorbeeld aanvraag offerte. Uiteraard moet de verzekeringsmaatschappij naast een SIVI certificering ook beschikken over een extranet, waarbij vanaf 1 januari 2006 middels persoonsgebonden certificaten (het ADP digitaal paspoort) op kan worden ingelogd.

Vervolgens worden er 2 trajecten doorlopen. Allereerst een commercieel traject waarin de koppelingsovereenkomst wordt opgesteld. In deze overeenkomst wordt vastgelegd welke functies middels GIM door AMEDIA worden ondersteund. Ook kan door AMEDIA een overzicht worden aangeleverd waarin wordt aangegeven hoeveel tussenpersonen over welk administratiepakket van AMEDIA beschikt en of men beschikt over de GIM-modules. Op basis van premievolume worden de kosten geraamd die is opgebouwd uit initiële kosten. Hiernaast is er sprake van € 50,00 initieel per aangesloten tussenpersoon en een jaarlijkse bijdrage voor ondersteuning en implementatie van ongeveer € 20.000,- waarmee voor ongeveer 200 uur aan ondersteuning vanuit AMEDIA wordt geboden.

Het tweede traject betreft een testopstelling en verdere implementatie. In de testopstelling wordt er opgelet dat 'het rondje' volledig kan worden gemaakt zonder dubbele invoer van gegevens. Het rondje bestaat uit: Vanuit tussenpersoonapplicatie een GIM koppeling opzetten met het extranet van de maatschappij, sjabloon afgeven door maatschappij aan applicatie, applicatie vult sjabloon met reeds bekende gegevens en stuurt het terug naar de maatschappij. De maatschappij geeft een url waarmee het betreffende extranet met voor ingevulde gegevens kan worden benaderd. De tussenpersoonapplicatie opent het extranet waarop de tussenpersoon de gegevens kan aanvullen en controleren. Tot slot moet er een resultaat vanaf de maatschappij aan de applicatie worden gecorrespondeerd.

Aandachtspunten in de testopstelling is het maken van de relatie en mogelijk een conversie (denk aan datum notaties etc.) tussen de gevraagde gegevens en waar deze in de applicatie staan en ook voor het uiteindelijke resultaat (wanneer tussenpersoon gebruik maakt van ADN met de maatschappij dan bestaat deze relatie tussen gegevens al). De testopstelling wordt gedaan op de drie GIM-geschikte pakketten. Tijdens deze fase kan de maatschappij extra functies vragen voor het bijwerken van eigen database, bijvoorbeeld klantinformatie die bij de tussenpersoon bekend is. Wanneer deze testopstelling / pilot succesvol is doorlopen zal volgens de wensen van de maatschappij een gefaseerde of brede uitrol van de GIM module plaatsvinden. Deze uitrol wordt door de meeste maatschappijen zelf gedaan met mogelijk ondersteuning van AMEDIA. Volgens dhr. Vinkenborg het is aan te raden om de buitendienst van de maatschappij in dit traject te betrekken, zodat de buitendienst (aangezien zij het meeste contact onderhouden met de tussenpersonen) ook een beeld heeft van wat de GIM koppeling inhoud en bij bezoeken kan gaan promoten.

Ontwikkelingen

Een van de grootste ontwikkelingen die AMEDIA nu onderneemt is het web-enabled maken van DIAS, zodat de tussenpersoon zijn administratie via internet kan raadplegen. Ook biedt dit meer mogelijkheden voor de internetactiviteiten voor de tussenpersoon, zoals de klant via internet zijn gegevens te laten beheren.

Als volgende stap in ketenintegratie ziet dhr. Vinkenborg dat een uitstap naar het extranet van de maatschappij niet meer noodzakelijk is. Hierover zijn al gesprekken met een aantal verzekeraars gevoerd.

VERSLAG SIVI CONGRES

Datum interview 29-9-2005
Datum verslag 30-9-2005
Versie 1.1

Het SIVI congres had als onderwerp: 'Ketenintegratie werkt nu- de weg naar optimale dienstverlening'. Op het congres waren meerdere maatschappijen aanwezig die een bijdrage leverden in de vorm van een parallelsessie waarin de behaalde resultaten en de verwachten op korte termijn werden gepresenteerd. Hiernaast nog plenaire sessies waarin aandacht was voor:

- Promotie voor het gebruik van de GIM standaard;
- Concurrentie tussen het intermediaire distributiekanaal en de Direct Writers;

Door het wegnemen van marktaandeel van het intermediaire distributiekanaal door de direct writers is het voor het intermediair van belang om de kosten en tijd die ze nodig hebben voor de administratieve 'rompsloep' te drukken om service gericht te werk te gaan. Tom Kok gaf in zijn betoog nog een aantal statistieken om aan te geven dat het intermediaire distributie kanaal zeer onder druk staat. Zo is de premieomzet in deze branche van 52% naar 41% gedaald (en wordt dus door een groot deel door de Direct Writers weggesnoept). Naar zijn mening is het intermediair niet goed op de hoogte van deze ontwikkeling, omdat ze het bij de eigen bedrijfsvoering niet voldoende merken, aangezien in het afgelopen jaar het aantal intermediairs van 23.000 na 20.000 is gedaald. Echter de noodzaak voor een efficiëntere en service gericht bedrijfsvoering is groot.

Zelf heb ik de parallel sessies van London Verzekering; 'ketenintegratie een jaar naar dato' en de parallelsessie van Delta Lloyd Verzekeringen: 'Webservices - de volgende stap'. Ook was er een informatiemarkt aanwezig waar de sponsors van het congres een informatiekraam hadden staan. Op de infomarkt ook met verschillende partijen gesproken, waaronder de Noordhollandsche van 1816 en CCS.

London Verzekeringen

Organisatie: Londen Verzekeringen
Gesproken met:
Functie:

LondonNet, het extranet van London Verzekering. Beschikt momenteel over een GIM koppeling voor alle (schade-) producten voor de functies van offreren, aanvragen en sinds dit jaar ook muteren. Deze strategie is een succes. Momenteel komt 78% van de aanvragen via LondonNet binnen (wil niet zeggen dat deze aanvragen ook via de GIM gaan) en de nieuwe functionaliteit muteren zit momenteel op 30%, echter verwacht wordt dat dit gaandeweg zal stijgen. LondonNET heeft een GIM-koppeling met de grotere tussenpersoonapplicaties gerealiseerd. Ze hebben grote verwachtingen van het succes van ketenintegratie en zijn ook van mening dat de volgende stap het betrekken van de consument zal zijn.

Delta Lloyd

Organisatie: Delta Lloyd
Presentatie door: Hans de Goeij
Functie: Marketing

'Webservices, de volgende stap', Delta Lloyd biedt functionaliteiten voor rekenmodules, offreren, aanvragen (acceptatie module) en muteren via webservices aan. Deze methodiek stelt tussenpersonen in staat om op hun eigen website aanvraag modules aan te bieden voor de Delta Lloyd producten door gebruik te maken van de door de webservices geboden functionaliteiten. Hierdoor zijn de reken- en acceptatiemethodieken altijd up to date, aangezien deze in het beheer van Delta Lloyd zijn en de tussenpersoon slecht de functies aanroept.

Deze functionaliteit is dus een uitbreiding op de andere initiatieven die Delta Lloyd onderneemt op het gebied van ketenintegratie. Zo hebben ze ervoor gekozen om gebruik te maken van het transactieplatform MeetingPoint, waar het intermediair zaken kan doen

met meerdere maatschappijen. Ook op hun eigen extranet, Delta Lloyd Digital Domein (DDD) wordt veel functionaliteit geboden voor het intermediair. Echter voor transacties die ook via het extranet werkt, wordt gebruik gemaakt van MeetingPoint, echter dan in de look&feel van DDD. De koppeling van MeetingPoint en Delta Lloyd werkt ook op basis van de betreffende webservices.

Noordhollandsche van 1816

Organisatie: Noordhollandsche van 1816
Gesproken met: Dhr. Cas Verhage
Functie: Algemeen directeur

De Noordhollandsche van 1816 (NH1816) is een kleine verzekeringsmaatschappij (organisatiegrootte van ongeveer 60 personen). NH1816 gebruikt verscheidene IT middelen om de dienstverlening te optimaliseren. Groot succes is het extranet NH1816 Portaal, grotendeels van de nieuwe aanvragen (+/- 80%) en ongeveer 60% van de mutaties wordt via dit communicatiekanaal gemeld. NH1816 heeft het gebruik van IT - middelen om de administratieve lasten te verlagen hoog op de agenda staan. Vandaar ze nadrukkelijk aanwezig waren op het SIVI congres.

Prijs voor beste dienstverlening, het streven is dit jaar weer in de top 3 te eindigen. Spilpunten zijn vooral bereikbaarheid en doorlooptijden van de aanvragen en mutaties.

Geen GIM koppeling met het softwarepakket van de Tussenpersoon. NH1816 heeft wel gesprekken gevoerd met de verschillende leveranciers van deze softwarepakketten (zoals Amedia) De kosten die door de softwareleveranciers worden doorberekend aan de maatschappij is naar zijn volgens dhr. Verhage absurd hoog (waarbij na onderhandelingen de prijs ongeloofwaardig veel was gezakt).

CCS

Organisatie: CCS
Gesproken met: Dhr. André Honders
Functie: Customer Service Manager

CCS is voornamelijk gericht op de automatisering van de gevolmachtigde tussenpersonen. Momenteel zetten ze groot in met hun nieuwe pakket Level 7, geschikt voor intermediairs, gevolmachtigden en verzekeraars. Level 7 is geschikt voor zowel de back en de frontoffice van een maatschappij of volmacht. Tevens is er een web-enabled frontoffice aan het pakket toegevoegd, zodat toegang kan worden verleend aan consumenten, intermediairs en medewerkers rekening gehouden met de verschillende bevoegdheden van deze types gebruiken. Tevens is het pakket klaar voor gebruik van de GIM standaard, voor zowel aan de intermediair kant als aan de kant van de verzekeraar. Dus wanneer een verzekeraar wil gaan GIM-men dit alleen nog aan de kant van de intermediair moet worden ingeregeld (administreren van de specifieke producten).
