

Bijlagen

Laura van der Lugt | s1071111| COM4A |

| Opdrachtgever: Independent Duinrand, Ruysdaelplein 42, 2282 BJ Rijswijk | Bedrijfsbegeleider: Joey van Maanen

| Scriptiebegeleider: Martien Schriemer | 1e lezer: Piet Hein Coebergh | 2e lezer: Dick van Dommelen sr. |
| Vakcode: CO416AO | Datum: 17 augustus 2015 | Versie 1 |

Inhoud

I. Identiteit Independent Duinrand 4
Algemeen 4
Persoonlijkheid 4
Symboliek 6
Communicatie 9
Gedrag 11
II. Vooronderzoek 14
III. Screener vooronderzoek 15
IV. Screener 16
V. Topic guide interviews medewerkers 17
VI. Topic guide interviews klanten 19
VII. Waardenlijsten Rokeach 22
VIII. Toonmateriaal 24
IX. Analyseschema's medewerkers 25
Waardenlijst 1 – terminale waarden 25
Waardenlijst 2 – instrumentele waarden 35
Analyseschema's vragen 45
X. Analyseschema's klanten 65
Waardenlijst 1 – terminale waarden 65
Waardenlijst 2 – terminale waarden 89
Analyseschema's vragen 109
XI. Planning & kosten implementatie 152
XII. Corporate story 156
XIII. Verbatims medewerkers 157
Verbatim respondent 1 157
Verbatim respondent 2 164
Verbatim respondent 3 172
XIV. Verbatims klanten 180
Verbatim respondent 1 180
Verbatim respondent 2 186
Verbatim respondent 3 190
Verbatim respondent 4 196
Verbatim respondent 5 201
Verbatim respondent 6 210

Verbatim respondent 7 217
Verbatim respondent 8 223
Verbatim respondent 9 232
Verbatim respondent 10 236
Interview respondent 11 241
Interview respondent 12 245
XV. Logboek 250

I. Identiteit Independent Duinrand

In deze bijlage staat de identiteit van Independent Duinrand. Deze is in kaart gebracht door middel van deskresearch.

Het imago is een afspiegeling van de identiteit van een organisatie zo stellen Birkigt & Stadler (1986). Het onderzoek zal dan ook van start gaan met het onderzoeken van de huidige identiteit van Independent Duinrand als startpunt. Volgens Birkigt & Stadler (1986) bestaat de identiteit van een organisatie uit vier onderdelen: de persoonlijkheid, de communicatie, het gedrag en de symboliek van de organisatie. Aan de hand van deze vier onderdelen is de identiteit van Independent Duinrand in kaart gebracht.

Algemeen

De concurrentie

In het businessplan (Independent Insurances, 2014) staan de grootste concurrenten van het bedrijf omschreven en waar hun zwaktes en sterktes liggen.

“Independer
De grootste vergelijkingswebsite van Nederland, waar mensen verzekeringen kunnen vergelijken en deze vervolgens bij de verzekeraar kunnen afsluiten.
Sterk: Grote naamsbekendheid.
Zwak: Niet onafhankelijk, geven geen advies.

HoyHoy
Een grote speler op de online markt, voorheen bekend als verzekeringssite.nl, maar nadat er nieuwe investeerders bij zijn gekomen de naam veranderd en als HoyHoy en veel te zien op tv waarin ze aangeven een onafhankelijke vergelijkingswebsite te zijn en een laagste prijsgarantie aangeven.
Sterk: Grote naamsbekendheid, onafhankelijk, lage tarieven.
Zwak: Geven geen advies.

Direct writers
Direct een verzekering afsluiten bij een grote verzekeringsmaatschappij
Sterk: Grote naamsbekendheid, stralen zekerheid uit.
Zwak: Niet onafhankelijk, geven geen online advies.”

Persoonlijkheid

De persoonlijkheid wordt door Birkigt & Stadler (1986) omschreven als ‘das manifestierte Selbstvertandnis des unternehmens’, wat letterlijk vertaald: ‘het gemanifesteerde zelfbegrip van de onderneming’ betekent. Dit betekent dus dat als een onderneming haar persoonlijkheid wil overbrengen op de doelgroep, zij een goede zelfkennis moet hebben. Volgens hen moet een onderneming een duidelijk beeld hebben van de ‘*Ist-situatie’* (de feitelijke situatie op dat moment), als zij zich op een heldere manier wil presenteren door middel van gedrag, communicatie en symboliek. Volgens Birkigt & Stalder (1986) bestaat de persoonlijkheid uit de volgende onderdelen: De geschiedenis, de visie, de missie en de kernwaarden van het bedrijf. De persoonlijkheid van Independent Duinrand zal is dan ook in kaart gebracht aan de hand van deze drie onderdelen.

Independent Duinrand maakt deel uit van de franchiseformule Independent Insurances, Independent Duinrand is hierbij de eerste franchisenemer en tevens ook het hoofdkantoor. In verschillende documenten staat de identiteit en strategie voor de franchiseformule en alle franchisenemers omschreven.

Geschiedenis

In het formulehandboek (Independent Insurances, 2015a) staat de geschiedenis van het bedrijf als volgt omschreven.

"De afgelopen 10 jaar is de verzekeringsmarkt compleet veranderd. De omzet van kleine tussenpersonen liep terug en er moest een ander verdienmodel komen om overeind te blijven. Marcel de Wit zag in 2009 dat de nieuwe tijd ervoor zorgde dat de kwaliteit van de service voor particulieren niet meer op een hoog niveau te houden was en dat er iets moest veranderen. Hoewel hij toen getwijfeld heeft om bij Duinrand te stoppen met particuliere verzekeringen, heeft hij deze knoop nooit doorgehakt en zette hij toen al in op digitalisering om het servicelevel te verhogen.

In 2012 kwam Joey van Maanen als afstudeerder bij Marcel binnen en schreef hij voor Duinrand het boekje "*Don't blame the internet. Become the internet*". In dit boekje beschreef Joey wat de moderne manier van denken is en hoe Marcel Duinrand succesvol de toekomst in kon leiden door gebruik te maken van internetmarketing en de juiste technieken. Dit boekje opende Marcel zijn ogen, waarna verschillende onderdelen uit het boekje werden geïmplementeerd en stapje voor stapje werd toegewerkt naar Independent Duinrand, de basis van de franchiseformule.

Uit verder marktonderzoek werd de conclusie getrokken dat de verzekeraars de tussenpersoon langzaam proberen weg te drukken. Vergelijkingswebsites waar verzekeraars in het bestuur zitten nemen het marktaandeel van de tussenpersonen over. Om deze verandering te stoppen moest er een oplossing bedacht worden waardoor de onafhankelijke tussenpersonen een vuist kunnen maken in een dynamische markt en zo samen marktaandeel terugwinnen. Door optimaal gebruik te maken van online tools en digitalisering kan één adviseur een omzet van €250.000 realiseren en toch de beste service leveren. Zo werd, met Independent Duinrand als testcase, de oplossing voor de onafhankelijke tussenpersoon ontwikkeld: Independent Insurances."

De geschiedenis van het bedrijf voor 2009 staat in het businessplan (Independent Insurances, 2014) beschreven aan de hand van de volgende mijlpalen.

- "01-11-1990 Oprichting Fiducia Assurantiën B.V.
- 01-01-1997 Kantoor verhuist naar Ruysdaelplein 42
- 01-01-1998 Oprichting Fiducia Makelaars
- 01-01-1998 Oprichting Fiducia Groep en toetreding Bakker & Partners tot deze groep
- 01-01-1999 Oprichting Fiducia IT
- 01-01-2001 Verhuizing Fiducia Groep naar Park Hoornwijck 6B
- 01-01-2003 M.E. de Wit niet meer werkzaam voor Fiducia
- 01-07-2009 M.E. de Wit terug als bestuurder Fiducia Assurantiën, direct begonnen aan reorganisatie
- 01-11-2009 Duinrand Makelaars in Assurantiën B.V. overgenomen
- 01-07-2013 Oprichting Duinrand Hypotheken (De Hypotheekshop) aandeelhouders: A.L. de Wit, R. Top en B.H.G. Caminada
- 24-03-2014 M.E. de Wit verkoopt aandelen Duinrand Makelaars in Assurantiën B.V.
- 01-04-2014 M.E. de Wit benadert J. van Maanen met het nieuwe plan
- 01-05-2014 M.E. de Wit en J. van Maanen beginnen samen met de uitwerking van het concept
- 01-07-2014 Officiële start Independent Duinrand"

Visie

De visie van het bedrijf staat als volgt in het businessplan (Independent Insurances, 2014) omschreven:

"Independent Insurance Services Nederland is opgericht met het oog op de toekomst. Een toekomst waarin het internet blijft groeien en klanten persoonlijke aandacht nog belangrijker gaan vinden. Assurantietussenpersonen staan onder druk en verliezen structureel marktaandeel. Independent Insurance Services Netherlands wil met strategische samenwerking in een franchiseformule de krachten bundelen en gezamenlijk een sterk merk ontwikkelen. De combinatie van persoonlijke aandacht voor de klant en efficiency in processen met behulp van internet vormen het fundament onder de ontwikkeling van een succesvol merk. Met een relevante merkpositionering waarbij klanten door een onafhankelijke partij geholpen worden in het vinden van de best passende oplossing tegen

een betaalbare prijs kunnen tussenpersonen terrein terug winnen en hun marktaandeel weer laten groeien."

Missie
De missie van het bedrijf staat als volgt in het businessplan (Independent Insurances, 2014) omschreven:

"Een adviesplatform voor de particulieren en het MKB ontwikkelen dat simpel, persoonlijk, altijd online aanwezig, laagdrempelig en geruststellend is. Zodat we onze klanten altijd de beste deal kunnen garanderen en onze transparantie het vertrouwen in de tussenpersonen terugbrengt."

Kernwaarden
De kernwaarden van het bedrijf staan in het formulehandboek (Independent Insurances, 2015a) omschreven. Het bedrijf heeft de volgende kernwaarden: "eerlijk, sympathiek, flexibel, betrouwbaar, verstand van zaken, meedenkend, georganiseerd, open, energiek, professioneel, vooruitstrevend, digitaal, online."

Symboliek
Met de symboliek van een organisatie (*Unternehmens-Erscheimungsbild)* bedoelen Birkigt & Stadler (1986) de beelden die een onderneming gebruikt om het gedrag en de communicatie visueel te ondersteunen en te onderstrepen. De symboliek moet dus altijd aansluiten op het gedrag en de communicatie van de onderneming. Maar Birkigt & Stadler (1986) stellen wel dat de symboliek continue dient te worden aangepast bij een veranderende identiteit, om zo synchroon te lopen met het gedrag en de communicatie van het bedrijf.

In de huisstijlgids (Independent Insurances, 2015c) staat de huisstijl voor alle Independent-kantoren beschreven. In de huisstijlgids beschrijft de mascotte, het logo, de website en de instore en outstore communicatie als de basiselementen van de huisstijl.

Logo
"De naam 'Independent Insurances' in het logo (inclusief kleurgebruik) is vastgelegd en gedeponeerd bij een merkenbureau. Hiermee kan worden opgetreden tegen partijen die zonder toestemming gebruikmaken van de naam dan wel het logo van Independent Insurances. Gebruik van de huisstijl van Independent Insurances is uitsluitend toegestaan aan de Independent Insurances Centrale Organisatie en aan de franchisenemers van Independent Insurances. Iedere franchisenemer krijgt twee verschillende logo's tot zijn beschikking. Enerzijds het logo van de Centrale Organisatie en het Independent-logo van het eigen kantoor (Independent + naam kantoor)."



Figuur 1 Logo Independent Insurances, (Independent Insurances, 2015c)



Figuur 2 Logo Independent Duinrand, (Independent Insurances, 2015c)

Mascotte

In de huisstijlgids (Independent Insurances, 2015c) staat de mascotte als volgt omschreven:

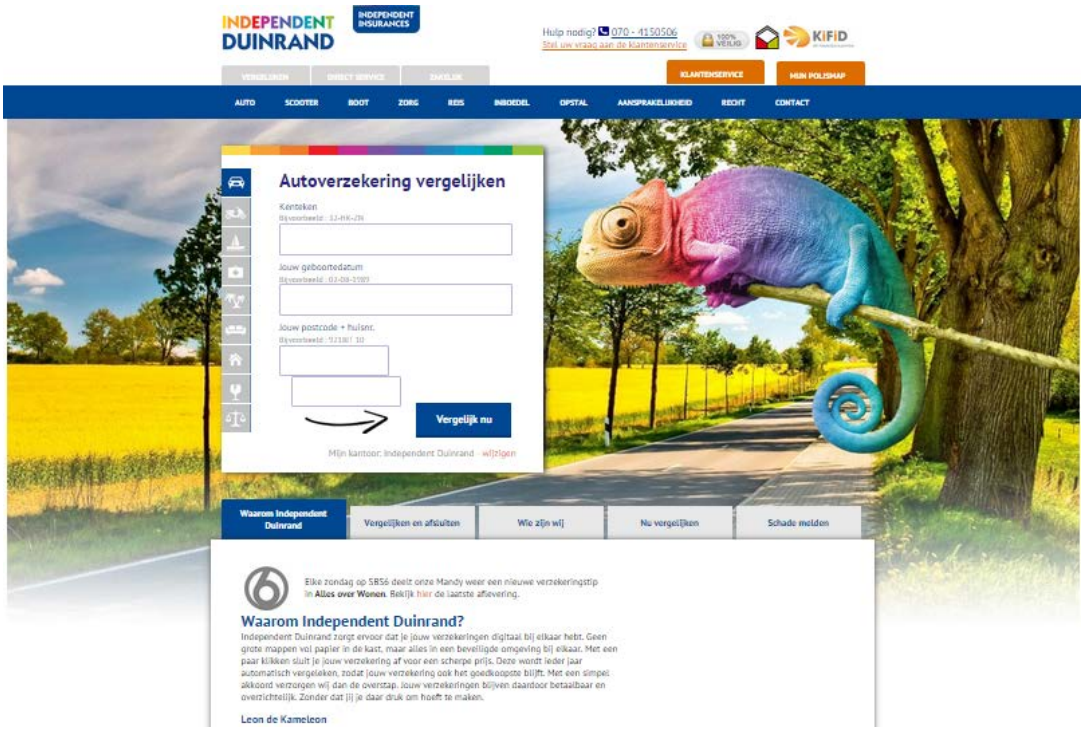
"De kameleon staat als metafoor centraal in de communicatie van Independent Insurances. Een kameleon kan alle kleuren aannemen, door deze kleuren toe te passen op het woord 'independent' symboliseren we de verschillende mogelijkheden bij het kiezen van de juiste verzekering. Independent Insurances zoekt de verzekering die het beste bij de klant past. De klant hoeft zich dus niet aan te passen aan de verzekering, maar wij passen de verzekering aan aan de klant. Net als een kameleon dat zou doen aan zijn omgeving. Dit doen we door goed om ons heen te kijken en zo veel mogelijk verschillende verzekeringen te vergelijken. Je zou dus kunnen zeggen dat we het blikveld van een kameleon, dat 360° bestrijkt, op onze unieke manier nabootsen. De kameleon maakt geen onderdeel uit van het logo. In het logo komen wel de kleuren terug die synoniem staan voor de vele keuzemogelijkheden."



Figuur 3 Mascotte: Leon de kameleon, (Independent Insurances, 2015c)

Website

In de huisstijlgids (Independent Insurances, 2015c) noch het formulehandboek (Independent Insurances, 2015a) of het businessplan (Independent Insurances, 2014) is er door het bedrijf vastgelegd hoe de symboliek tot uiting komt in de website.



Figuur 4 Homepage website, (Independent Duinrandc)

Locatie

De symboliek voor de locatie staat als volgt omschreven in de huisstijlgids (Independent Insurances, 2015c):

“Algemene beleving

Hoewel de lokale identiteit van het kantoor behouden moet blijven, is het noodzaak dat zowel aan de binnenkant, als aan de buitenkant, te zien is dat het een Independent-kantoor betreft, zo vindt Independent Insurances. De kracht van het gezamenlijke merk komt dan goed naar voren. Tevens dient er in elk Independent-kantoor een PC aanwezig te zijn voor de klanten waar zij digitaal hun schade kunnen indienen en eventueel een vergelijking kunnen maken met hulp van een medewerker van het kantoor.”

“Outstore communicatie

Het Independent-logo dat bestaat uit de bestaande merknaam inclusief het voorvoegsel ‘Independent’ dient ergens op de gevel van het Independent-kantoor te zien zijn. Zie hieronder het voorbeeld van Independent Duinrand.



Figuur 5 Outstore communicatie (Independent Insurances, 2015c)

Naast het Independent-logo dient er aan de gevel van elk Independent-kantoor een Independent Insurances-vlag opgehangen te worden aan de voorzijde van het pand. Op die manier is niet alleen de naam van het kantoor, maar ook de naam van de franchiseformule zichtbaar voor de klant.

Als toevoeging op het logo en de vlag zal de kleurrijke balk die in de communicatie-uitingen terugkomt, als sticker op de bovenrand van een raam aan de voorkant van het pand geplakt worden. Zo wordt er extra herkenning gecreëerd volgens Independent Insurances. Zie onderstaand voorbeeld."



Figuur 6 Independent kleuren voor raamstickers (Independent Insurances 2015c)

"Instore communicatie

Bij elk Independent-kantoor moet Leon de Kameleon bij binnenkomst, minimaal eenmalig terugkomen in het interieur. Zodat klanten direct de mascotte van Independent Insurances en het desbetreffende kantoor herkennen. De onderstaande visual, eventueel aangevuld met tekst, kan op steigerhout gedrukt worden."



Figuur 7 Instore communicatie mascotte (Independent Insurances, 2015c)

Communicatie

Communicatie is volgens Birkigt & Stadler (1986) het meest flexibele instrument, dat ook snel tactisch inzetbaar is. Met communicatie bedoelen Birkigt & Stadler (1986) alle verbale en visuele boodschappen van een onderneming zoals marketing communicatie, persberichten en andere vormen van geplande communicatie. Het is volgens hen het meest flexibele instrument van de drie, dat snel tactisch inzetbaar is. Zij stellen dat dit komt omdat een organisatie door middel van communicatie rechtstreeks een boodschap over kan brengen aan de doelgroep.

In het formulehandboek (Independent Insurances, 2015a) en het businessplan (Independent Insurances, 2014) die Independent Insurances heeft opgesteld staat de algehele communicatie voor verschillende doelgroepen beschreven. Zo is de boodschap per doelgroep beschreven, alsmede de communicatiestrategie en de communicatiemiddelenmix. De communicatiedoelstelling ontbreken in het formulehandboek, Independent Insurances moet deze nog formuleren. In datzelfde formulehandboek (Independent Insurances,2015a) staat ook de propositie en voor Independent Insurances en zijn kantoren beschreven. Deze onderdelen staan hieronder toegelicht.

Communicatiedoelgroepen

De hoofddoelgroepen van Independent Duinrand zijn bestaande klanten en potentiële klanten. Deze groepen zijn verder gesegmenteerd in de volgende subdoelgroepen:

- Gezinnen
- Alleenstaanden en 2p-huishoudens
- Senioren 55+
- Studenten

Independent Insurances onderscheidt naast zijn bestaande klanten en potentiële klanten nog twee andere doelgroepen namelijk de franchisenemers en de potentiële franchisenemers.

Boodschap per doelgroep

In het formulehandboek (Independent Insurances, 2015a) staat de boodschap per doelgroep omschreven. Het bedrijf heeft voor zowel bestaande klanten als voor potentiële klanten, een boodschap opgesteld.

De boodschap voor bestaande klanten luidt als volgt:

“Met Independent Insurances heeft de onafhankelijke adviseur de toekomst. Door optimaal gebruik te maken van online tools kan een adviseur het gemak van een online vergelijkingswebsite beiden, terwijl nog steeds de beste service wordt geboden onder de vleugels van een groot landelijk merk.”

De boodschap voor potentiële klanten luidt als volgt:

“De onafhankelijke vergelijkingswebsite met de adviseur op de hoek. Independent Insurances-kantoren geven het gemak van een vergelijkingswebsite terwijl de service van een online en offline (bij complexe producten) adviseur geboden wordt.”

Communicatiestrategie

“Independent Insurances kiest voor een “Eventdriven” communicatiestrategie. In plaats van het centraal stellen van de producten en diensten denken en handelen wij vanuit de belevingswereld van de klant en sluiten we aan op gebeurtenissen en momenten in het leven van de klant die van belang zijn voor de samenstelling van de verzekeringspolissen. Independent Insurances kiest voor een combinatie van online marketing met offline middelen en persoonlijke communicatie. De klanten moeten zien en voelen dat we daadwerkelijk doen wat we beloven. Door het gemak en de snelheid van online te combineren met de persoonlijke aanpak creëert Independent Insurances een unieke propositie. Door eenvoudig taalgebruik en transparante communicatie helpt Independent Insurances zijn klanten om op een eenvoudige manier inzicht te krijgen in de moeilijke materie van verzekeringen. Zogenaamde “Jip en Janneke” taal moet de drempel voor klanten verlagen om aan de slag te gaan met het verzekeringspakket en deze onder te brengen bij Independent Insurances.” (Independent Insurances, 2015a)

De propositie van het bedrijf staat omschreven in het formulehandboek (Independent Insurances, 2015a) en luidt als volgt: “goedkoop en eenvoudig online verzekeren, eerlijk en onafhankelijk, met de online persoonlijke ondersteuning van uw lokale verzekeringsagent.”

Tone of voice

De tone of voice staat in het formulehandboek (Independent Insurances, 2015a) als volgt omschreven:

- “Eenvoudig toegankelijk taalgebruik.
- Teksten vanuit de beleving van de klant geschreven.
- Vraag gestuurd / Eventdriven.”

Communicatiemiddelenmix

Zoals al eerder is vermeld maakt Independent Duinrand gebruik van een combinatie van online en offline middelen. Alle middelen staan als volgt in het businessplan (Independent Insurances, 2014) omschreven. Er staat echter niet omschreven met welk doel deze communicatiemiddelen worden ingezet.

"Internet/website
- Google SEO/SEA
- Affiliate marketing (online en offline partners met dezelfde doelgroepen/events)
- E-mail marketing

Social media
- Facebook
- Twitter
- Youtube

Centraal webcare team → reageren op berichten (alerts op zoekwoorden)
Klantportaal met online polismap
Polismap app
Chatmogelijkheid
Blogs/nieuwsbrieven
Active advisor
Kantoor in de regio
Service center – telefoon acquisitie
Radio/Tv:
- RTL LifeXperience (RTL 4)
- Ondernemen doen we zo! (RTL 7)
- Alles over Wonen (SBS6)

Banners
Autobelettering
Digitale reclame op festivals
Actieve PR
Independent Insurances zal periodiek persberichten versturen en redactionele aandacht vragen voor diverse ontwikkelingen in de verzekeringsbranche en de visie c.q. rol van Independent Insurances daarin. In sommige gevallen wordt gekozen voor betaalde redactionele aandacht. Independent Insurances stimuleert franchisenemers regelmatig persberichten te (laten) schrijven en deze te versturen aan regionale media. Deze persberichten dienen voor verzending ter goedkeuring worden voorgelegd aan franchisegever."

Gedrag

Onder het gedrag van een organisatie verstaan Birkigt & Stadler (1986) het gedrag van de werknemers van de organisatie, zij laten daarmee een indruk achter op stakeholders. Volgens Birkigt & Stadler (1986) is het gedrag van de organisatie en haar medewerkers het meest belangrijke element in de identiteit van de organisatie. Zij stellen dat elke organisatie zich veel meer op de kaart zet met haar gedrag dan met symboliek of communicatie. Uiteindelijk zijn het de handelingen van de organisatie waar de doelgroepen haar op afrekent.

In het businessplan (Independent Insurances, 2014) staat dat Independent Insurances van mening is dat de combinatie jong-oud de sleutel tot het succes is op de hedendaagse verzekeringsmarkt. Zij streven er daarom naar om binnen de formule een beeld te creëren van creatieve, jonge personeelsleden en ervaren oudere werknemers. Op deze manier ontstaat een natuurlijke balans en kunnen beide generaties elkaar ondersteunen in de bedrijfsprocessen en het ontwikkelen van een werkwijze die het beste uit twee werelden pakt.

Om ervoor te zorgen dat de medewerkers van alle Independent kantoren toegewijd zijn aan hun werk en het bedrijf heeft Independent Insurances het Independent commitment (Independent Insurances, 2015d) opgesteld. Hierin staat wat Independent kantoren van hun medewerkers verwachten. Independent kantoren verwachten het volgende van hun werknemers:

“Independent medewerkers hebben passie voor hun vak, zij adviseren hun relaties volledig transparant, gebaseerd op de persoonlijke omstandigheden van de relaties en gezinsleden.

Independent medewerkers staan in dienst van de klant, wij verkopen geen producten, wij adviseren onze cliënten omtrent de beste verzekeringen op basis van prijs, kwaliteit en performance van de verzekeraar.

Independent medewerkers staan ten alle tijden klaar bij vragen van cliënten, helpen he bij het Maken van de juiste keuzes en begeleiden deze wanneer er een schade gemeld wordt.

Independent medewerkers zijn ervan overtuigd dat een ieder verzekeringen nodig heeft, dat maar weinig consumenten affiniteit heeft met verzekeringen en een product slechts op prijs te sluiten niet altijd de beste keuze voor de relatie is.

Independent medewerkers zijn digitaal.

Independent medewerkers blijven op de hoogte van alle ontwikkelingen in de verzekeringsmarkt om zodoende de relaties volledig te kunnen informeren en adviseren.

Independent medewerkers komen de gemaakte afspraken ten alle tijden na; wij houden ons woord!

Independent medewerkers werken zelfstandig, nemen verantwoording en tonen begrip voor de persoonlijke omstandigheden van hun relaties.

Independent medewerkers begrijpen dat problemen er zijn om op te lossen en niet om te ontwijken.

Independent medewerkers behandelen hun relaties zoals zij zelf behandeld zouden willen worden.

Independent medewerkers doen daarom de volgende belofte;

- Ik zal iedere klant het beste advies verstrekken omtrent hun verzekeringen
- Ik zal ten alle tijden volledige service aan mijn relaties verlenen
- Ik zal mij blijven verdiepen in de digitale mogelijkheden
- Ik zal alle vakgerichte informatie tot mij nemen om mijn relaties goed te kunnen adviseren
- Ik zal direct reageren zodra een klant een mail stuurt of op de chat om hulp vraagt docht
- uiterlijk binnen 24 uur indien ik het antwoord niet direct paraat heb
- Ik BEN de klant”

In de personeelsgids van het bedrijf (Independent Duinrand, 2015d) staan de overige regels voor het personeel beschreven.

Geheimhouding
“Het is verboden voor medewerkers, zowel tijdens als ook na beëindiging van het dienstverband, mededelingen te doen of bijzonderheden te geven aan derden over de werkgever, projecten, (gewezen) cliënten of relaties van de werkgever, waar de medewerker tijdens zijn/haar dienstverband kennis van heeft genomen, tenzij dit in het kader van de functie noodzakelijk is. Daarnaast vindt Independent Duinrand dat ook tegenover de cliënten en relaties van de werkgever de verplichting geldt om met hun persoonlijke gegevens uiterst zorgvuldig om te gaan.”

Aannemen van geschenken
“In hun functie komen medewerkers regelmatig in aanraking met de relaties van de werkgever. Het is belangrijk om in de verhouding met deze relaties altijd onafhankelijk en integer te blijven. Het is dan ook verboden om, buiten medeweten van de werkgever, commissies of geschenken aan te nemen van leveranciers en/of derden, waarmee de medewerker in het kader van haar/zijn werkzaamheden bij de werkgever contacten onderhoudt. Instemming van de werkgever met deze eventuele commissies en/of geschenken dient te blijken uit een schriftelijke accordering van de werkgever.”

“Indien een medewerker in strijd handelt met de regels ten aanzien van geheimhouding en het aannemen van geschenken is dat voor de werkgever in alle gevallen een dringende reden voor ontslag op staande voet”

Wet financiële dienstverlening (Wfd)
“De wet financiële dienstverlening (Wfd) is van toepassing op alle werkzaamheden van de werkgever voor zover zij gericht zijn op het aanbieden, adviseren, bemiddelen, beheren en uitvoeren van overeenkomsten met consumenten inzake financiële producten. Wanneer de werkzaamheden van de werkgever vallen onder de werkingssfeer van de Wfd, heeft de werkgever zicht te houden aan een aantal Wfd-kwaliteitskenmerken op het terrein van betrouwbaarheid, deskundigheid, integriteit en financiële zekerheid. Voor de werknemer brengen de kwaliteitskenmerken op het terrein van ‘betrouwbaarheid’ en ‘deskundigheid’ een aantal verplichtingen met zich mee zoals het verplicht afgeven van een verklaring omtrent gedrag (VOG) aan de werkgever en het bewaken van persoonlijke gegevens van cliënten door deze uitsluitend te gebruiken voor het beheren van de lopende contracten en voor het zorgvuldig adviseren omtrent nieuwe contacten.”

II. Vooronderzoek

Independent Duinrand heeft 1242 klanten. Een groot aantal klanten, 1094 klanten, hebben geen digitale polismap of zijn hier wel voor uitgenodigd maar hebben deze niet geactiveerd. 450 klanten daarvan hebben een telefoonnummer. Independent Duinrand wil in de toekomst naar eigen zeggen niet verder met de klanten zonder digitale polismap. Onduidelijk was of deze klanten in de toekomst wel gebruik wilden maken van de digitale polismap of dat zij hier geen behoefte aan hadden. Daarom is er een klein vooronderzoek gedaan naar de behoeften van de klanten zonder digitale polismap. Om te bepalen of er animo was voor een digitale polismap. (Independent Duinrand, 2015b).

Om de steekproefgrootte van dit vooronderzoek te bepalen heeft de onderzoekster gebruik gemaakt van de formule voor een dichotomie verdeling van Van der Zee (2004): $Z^2 \cdot p \cdot q / D^2$. Hierbij is Z het betrouwbaarheidspercentage. P is het percentage klanten dat wel een digitale polismap wil. Q is het percentage klanten dat geen digitale polismap wil en D de foutmarge. Het percentage klanten zonder digitale polismap die in de toekomst wel een digitale polismap wil, is geschat door middel van een educated guess. Deze educated quess is gemaakt door zes medewerkers van de commerciële binnendienst en de marketingafdeling. Zij hebben dagelijks contact met de klant en kunnen dus goed inschatten hoeveel procent van de klanten zonder digitale polismap, in de toekomst wel hierop over willen stappen. Van deze zes educated guesses is het gemiddelde genomen, dit is 77,5%. 22,5% van de klanten wil dus geen digitale polismap. Het laagst geschatte percentage is 60%, dit betekent dat de foutmarge op 17,5% ligt. Met een betrouwbaarheid van 95% ligt de Z waarde op 1,96. Op basis van deze waarden is er een steekproefomvang van 22 berekend. Er zijn dus 22 mensen gebeld om te bepalen of er animo is voor een digitale polismap.

$Z^2 \cdot p \cdot q / D^2 = 1{,}96^2 \cdot 77{,}5 \cdot 22{,}5 / 17{,}5^2 = 22.$

Volgens de berekening zijn er 22 klanten zonder digitale polismap gebeld, zowel met uitnodiging voor de digitale polismap als zonder uitnodiging voor de digitale polismap. 15 klanten willen in de toekomst geen digitale polismap, 7 klanten wilden dit wel. Omdat ruim 1/3 van de klanten zonder polismap deze wel wil aanschaffen in de toekomst, is er gekozen om deze groep klanten wel te betrekken in het onderzoek. De groep klanten die in de toekomst niet over wil gaan op een digitale polismap wordt niet meegenomen in dit onderzoek.

III. Screener vooronderzoek

Voor het vooronderzoek zijn er 22 klanten zonder online polismap gebeld om te achterhalen of onder deze klanten animo is voor de online polismap. Sommigen van deze klanten hebben een uitnodiging ontvangen voor de online polismap maar deze niet geactiveerd. Sommigen hebben helemaal geen uitnodiging ontvangen. Aan de hand van onderstaand belscript is er telefonisch onderzocht of er animo was voor de online polismap onder deze 22 klanten.

- Introductie

  Goedendag u spreekt met Laura van der Lugt ik ben student aan de Hogeschool Leiden.
  En ik doe een afstudeeronderzoek voor Independent Duinrand, een imago onderzoek en ik wilde u daarvoor 3 korte vraagjes stellen.

  Nee mag niet/heb geen tijd: Oké dan houdt het op, dan wens ik u nog een fijne dag.

- Zo ja:

  U maakt op dit moment nog geen gebruik van de digitale polismap, klopt dat? wilt u dit wel in de toekomst gaan doen?
  Wat is die polismap dan?
  In plaats van dat u al uw polisgegevens op papier hebt kunt u daar bij Independent Duinrand digitaal bij, u kunt dan inloggen via de website en dan krijgt u een overzicht van al uw polisgegevens, u kunt ook via de digitale polismap schade melden en gegevens wijzigen.
  Nee dat wil ik niet → Oké nou dan houdt het op, bedankt voor uw tijd en dan wens ik u nog een fijne dag.
  Ja dat wil ik wel*:* Oké dan stuur ik u gelijk een uitnodiging voor de digitale polismap, u krijgt dan een e-mail met een inlogcode, zo kunt u via de website inloggen, u kunt ook de polismap app voor op uw mobiele telefoon downloaden.

  Oké dat was alle informatie die ik nodig had, dank u voor uw tijd en nog een fijne dag.

IV. Screener

Op respondenten te selecteren voor het onderzoek is er gebruik gemaakt van een screener. Deze is telefonisch afgenomen met onderstaand belscript. De onderzoekster heeft de geselecteerde respondenten de dag voor het interview ook gebeld om hen aan het interview te herinneren.

- Introductie

Goedemiddag u spreekt met Laura van der Lugt van Independent Duinrand. Ik ben student aan de Hogeschool Leiden en ik doe mijn afstudeeronderzoek voor Independent Duinrand. Ik heb uw gegevens via Mandy de Wit gekregen.

- Voor klanten met een uitnodiging voor de online polismap:

Klopt het dat u een uitnodiging heeft ontvangen voor de digitale polismap?

Ja dat klopt → *Oké, zou u in de toekomst wel gebruik willen maken van de online polismap?*

Nee → *Oké dan houdt het op. Bedankt voor uw tijd en ik wens u nog een fijne dag.*

Ja dat wil ik wel → *Oké, nu is het zo dat ik voor mijn onderzoek ook klanten wil interviewen, zou u daar aan mee willen werken?*

Ja hoor dat wil ik wel → *Oké het interview duurt een half uurtje, afhankelijk van uw antwoorden. Het interview kan op kantoor of bij u thuis, of via de webcam, wat u het prettigst vindt.* → verdere afspraak

V. Topic guide interviews medewerkers

In deze topic guide beschrijft de onderzoekster de vragen die zijn gesteld aan de medewerkers. Het doel en de verantwoording van elke vraag en elk onderwerp staan beschreven in paragraaf 5.5. Een interview aan de hand van deze topic guide duurt ongeveer uur en 5 minuten.

Functie respondent:
Aantal jaar werkzaam binnen bedrijf:
Geluidsopname: Ja
Methode: Face-to-face/webcam diepte interview, individueel

Introductie – 5 minuten

Welkom heten en uitleg geven doel onderzoek:
Fijn dat u tijd kon vrijmaken voor dit interview. Met dit interview wil ik in kaart brengen hoe de medewerkers van Independent Duinrand de identiteit van het bedrijf overbrengen op de klant. Er zijn geen goede of foute antwoorden, het gaat om uw persoonlijke mening.

Algemeen/Persoonlijkheid – 25 minuten

- Komt het wel eens voor dat u op een feestje/verjaardag aan anderen moet vertellen waar u werkt?
    - Zo ja, wat zegt u dan over Independent Duinrand? Hoe legt u uit waar u werkt?
    - In hoeverre neemt u die beschrijving mee in de communicatie naar de klant toe?

Waarden Rokeach – 15 minuten

Rangschikken van volgende waarden volgens Best-Worst scaling.

Eindwaarden:	Instrumentele waarden:
Zekerheid voor gezin	Eerlijk
Wereld in vrede	Betrouwbaar
Zelfrespect	Behulpzaam
Vrijheid	Opgewekt
Vriendschap	Liefhebbend
Innerlijke harmonie	Onafhankelijk
Plezier	Ruimdenkend
Gelijkheid	Beleefd
Wijsheid	Vergevingsgezind
Acceptatie	Beheerst
Volwassen liefde	Moedig
Schoonheid	Creatief
Nationale veiligheid	Zuiver
Comfortabel leven	Gehoorzaam
Stimuleren leven	Competent
Gevoel van prestatie	Ambitieus
Vergeving	Intellectueel
	Logisch

Persoonlijkheid/algemeen vervolg – 10 minuten

- Als u kijkt naar de concurrentie (bijv. Independer of HoyHoy) wat doet Independent Duinrand dan beter?
    - En in welke opzichten zou Independent Duinrand van de concurrentie kunnen leren?

- Welke cultuur/sfeer heerst er binnen Independent Duinrand?
    - In hoeverre beïnvloed deze cultuur/sfeer uw werkzaamheden/communicatie met de klant?

- Hoe zou u het karakter van Independent Duinrand beschrijven als het een persoon was?
    - Welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?
    - Welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?
    - Welke karaktertrekken moet Independent Duinrand vandaag de dag veranderen?
- Als u een leeftijd zou geven aan Independent Duinrand welke zou dat zijn?

Symboliek – 10 minuten

- Wat vindt u van Leon de Kameleon als mascotte? Waarom?
    - In hoeverre beïnvloedt deze mening in uw communicatie met de klant?

- Wat vindt u van de stijl/look & feel van de website?
    - In hoeverre beïnvloedt deze mening uw communicatie met de klant?

- Wat vindt u van het logo van Independent Duinrand?
    - In hoeverre beïnvloedt deze mening uw communicatie met de klant?

- Vindt u dat Independent Duinrand op de juiste locatie is gevestigd?
    - Waarom wel/niet
    - Wat zou de perfecte locatie zijn voor Independent Duinrand

Communicatie – 15 minuten

- Wat zijn volgens u de doelgroep(en) van Independent Duinrand?
- Wat is volgens u de boodschap naar elke doelgroep toe? Op welke manier communiceert u deze boodschap naar de doelgroep?
- Wat is de belofte/propositie die je naar de klant communiceert?

- Omschrijf de ideale klant van Independent Duinrand, hoe ziet hij eruit? Man/vrouw?, Baan?, Hobby's?, Inkomen? Online actief en hoe? Kennis van verzekeringen? Etc.

- Heeft u naar uw gevoel genoeg contactmomenten met de klant om de klant optimale service te verlenen?

- Hoe maakt u gebruik van de website in uw communicatie naar de klant?
- Hoe maakt u gebruik van e-mail marketing in uw communicatie naar de klant?
- Hoe maakt u gebruik van social media in uw communicatie naar de klant?
- Hoe maakt u gebruik van de online polismap in uw communicatie naar de klant?
- Hoe maakt u gebruik van de chatmogelijkheid in uw communicatie naar de klant?
- Welke offline communicatiemiddelen gebruikt u in uw communicatie naar de klant? Waarom gebruikt u deze en op welke manier zet u deze middelen in?

Gedrag – 10 minuten

- Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?

- Wat vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt?
    - Hoe zou dit beter gecommuniceerd kunnen worden aan de klant?
    - Hoe communiceert u dit zelf naar de klant?

VI. Topic guide interviews klanten

In deze topic guide beschrijft de onderzoekster de vragen die zijn gesteld aan de klanten. Het doel en de verantwoording van elke vraag en elk onderwerp staan beschreven in paragraaf 5.5. Een interview aan de hand van deze topic guide duurt ongeveer uur en 10 minuten.

Respondent in bezit van digitale polismap:	Ja/nee
Aantal jaar klant:	>5 jaar/ <5 jaar
Methode:	Face-to-face diepte interview, individueel
Geluidsopname:	Ja

Introductie – 5 minuten

Fijn dat u tijd kon vrijmaken voor dit interview. Met dit interview wil ik in kaart brengen hoe de medewerkers van Independent Duinrand de identiteit van het bedrijf overbrengen op de klant. Er zijn geen goede of foute antwoorden, het gaat om uw persoonlijke mening.

Algemeen/Persoonlijkheid – 25 minuten

- Komt het wel eens voor dat u vertelt aan familie of vrienden dat u bij Independent Duinrand verzekerd bent?
    - Zo ja, hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?

Waarden Rokeach – 15 minuten

Rangschikken van volgende waarden volgens best-worst scaling.

Eindwaarden:	Instrumentele waarden:
Zekerheid voor gezin	Eerlijk
Wereld in vrede	Betrouwbaar
Zelfrespect	Behulpzaam
Vrijheid	Opgewekt
Vriendschap	Liefhebbend
Innerlijke harmonie	Onafhankelijk
Plezier	Ruimdenkend
Gelijkheid	Beleefd
Wijsheid	Vergevingsgezind
Acceptatie	Beheerst
Volwassen liefde	Moedig
Schoonheid	Creatief
Nationale veiligheid	Zuiver
Comfortabel leven	Gehoorzaam
Stimuleren leven	Competent
Gevoel van prestatie	Ambitieus
Vergeving	Intellectueel
	Logisch

Persoonlijkheid/algemeen vervolg – 10 minuten

- Wat zijn naar uw mening de grootste concurrenten van Independent Duinrand?
    - Als u kijkt naar deze concurrenten, wat doet Independent Duinrand dan beter vindt u?
    - En in welke opzichten zou Independent Duinrand van de concurrentie kunnen leren?

- Welke cultuur/sfeer heerst er binnen Independent Duinrand?

- Hoe zou u het karakter van Independent Duinrand beschrijven als het een persoon was?
    - Welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?
    - Welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?

    - Welke karaktertrekken moet Independent Duinrand vandaag de dag veranderen?
- Als u een leeftijd zou geven aan Independent Duinrand welke zou dat zijn?

Symboliek – 10 minuten

- Wat vindt u van Leon de Kameleon als mascotte? Waarom?

- Wat vindt u van de stijl/look & feel van de website?

- Wat vindt u van het logo van Independent Duinrand?

- Vindt u dat Independent Duinrand op de juiste locatie is gevestigd?
    - Waarom wel/niet
    - Wat zou de perfecte locatie zijn voor Independent Duinrand

Communicatie – 20 minuten

- Wat zijn volgens u de doelgroep(en) van Independent Duinrand?
- Wat is volgens u de belofte die Independent Duinrand zijn klanten doet? Op welke manier merkt u dit/wordt dit naar u gecommuniceerd?

- Wat vindt u van de tone of voice die Independent Duinrand gebruikt in zijn communicatie?

- Wat vindt u van de service van Independent Duinrand?
    - Tijdens het vergelijken
    - Bij het afsluiten
    - Prolongatie/jaarlijkse check

- Heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?
    - Zo ja: Hoe heeft u dit gemeld?
        - Hoe verliep de schadeafhandeling en wat vond u daarvan?

- Wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?

- Hoe vindt u de communicatie via de website?
    - Wat vindt u van de informatievoorziening op de website?
    - Wat vindt u van de gebruiksvriendelijkheid van de website?

- Hoe vindt u de communicatie via de e-mail?
    - Wat vindt u van de informatievoorziening van de e-mails die u ontvangt?
    - Wat vindt u van de responstijd op e-mais?

- Hoe vindt u de communicatie via sociale media?
    - Wat vindt u van de informatievoorziening via sociale media?
    - Wat vindt u van het gedrag van Independent Duinrand op sociale media?

- Wat vindt u van de online polismap?
    - Wat vindt u van de gebruiksvriendelijkheid van de online polismap?
    - Wat vindt u van de informatievoorziening van de online polismap?

- Wat vindt u van de mobiele polismap app?
    - Wat vindt u van de gebruiksvriendelijkheid van de mobiele polismap app?
    - Wat vindt u van de informatievoorziening van de mobiele polismap app?

- Hoe vindt u de communicatie van de chatfunctie?
    - Wat vindt u van de gebruiksvriendelijkheid van de chatfunctie?
    - In welke mate voorziet de chatfunctie in de hulp die u nodig heeft?

- Via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?
    - Waarom?
    - Zou u formeel of informeel benaderd willen worden via het door u gekozen medium? Waarom?

Gedrag – 10 minuten

- Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?

- Hebt u ooit direct met een medewerker/adviseur contact gehad?
    - Zo ja: via welk medium?
        - Wat vond u van het gedrag van de medewerker/adviseur?
        - Wat vond u van de service die de medewerker/adviseur u verleende?

- Wat vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt?
    - Hoe heeft u dit gemerkt?
    - Wat vind u goedgaan in de communicatie over de verandering?
    - Hoe zou dit beter gecommuniceerd kunnen worden?

VII. Waardenlijsten Rokeach

Bij het omschrijven van Independent Duinrand waardeer ik deze waarden als:

Staat mij het meest tegen		Niet belangrijk			Belangrijk			Erg belangrijk	Van het grootste belang
-1		0	1	2	3	4	5	6	7

Voordat u begint, leest u alle waarden in lijst 1 en kiest de waarde die u het belangrijkst vindt bij het omschrijven van Independent Duinrand. Waardeer deze volgens de schaal hierboven. Kies daarna de waarde die u het meeste tegen staat, waardeer deze met -1. Als er geen waarde in de lijst voorkomt die u tegen staat, waardeer dan de waarde die u het minst belangrijk vindt, waardeer deze met een 0 of 1. Waardeer daarna de rest van de waarden volgende de schaal hierboven.

Lijst 1

1. ___Geluk
2. ___Zekerheid voor gezin
3. ___Wereld in vrede
4. ___Zelfrespect
5. ___Vrijheid
6. ___Vriendschap
7. ___Innerlijke harmonie
8. ___Plezier
9. ___Gelijkheid
10. ___Wijsheid
11. ___Acceptatie
12. ___Volwassen liefde
13. ___Schoonheid
14. ___Nationale veiligheid
15. ___Comfortabel leven
16. ___Stimulerend leven
17. ___Gevoel van prestatie
18. ___Vergeving

Bij het omschrijven van Independent Duinrand waardeer ik deze waarden als:

Staat mij het meest tegen		Niet belangrijk			Belangrijk			Erg belangrijk	Van het grootste belang
-1		0	1	2	3	4	5	6	7

Voordat u begint, leest u alle waarden in lijst 2 en kiest u de waarde die u het belangrijkst vindt bij het omschrijven van Independent Duinrand. Waardeer deze volgens de schaal hierboven. Kies daarna de waarde die u het meeste tegen staat, waardeer deze met -1. Als er geen waarde in de lijst voorkomt die u tegen staat, waardeer dan de waarde die u het minst belangrijk vindt, waardeer deze met een 0 of 1. Waardeer daarna de rest van de waarden volgende de schaal hierboven.

Lijst 2

1. ___Eerlijk
2. ___Betrouwbaar
3. ___Behulpzaam
4. ___Opgewekt
5. ___Liefhebbend
6. ___Onafhankelijk
7. ___Ruimdenkend
8. ___Beleefd
9. ___Vergevingsgezind
10. ___Beheerst
11. ___Moedig
12. ___Creatief
13. ___Zuiver
14. ___Gehoorzaam
15. ___Competent
16. ___Ambitieus
17. ___Intellectueel
18. ___Logisch

VIII. Toonmateriaal

Showcard logo

INDEPENDENT
DUINRAND

Figuur 8 Showcard logo (Independent Insurances, 2015c)

Showcard mascotte



Figuur 9 Showcard mascotte (Independent Insurances, 2015c)

IX. Analyseschema's medewerkers

In het kader van de papierbesparing zijn de analyseschema's lettergrote 8 weergeven.

Kenmerken respondenten

Respondent	Functie	Werkzaam sinds	Methode
1	Commercieel medewerker	November 2014	Face-to-face
2	Commercieel medewerker	November 2014	Face-to-face
3	General Manager	Mei 2014	Face-to-face

Waardenlijst 1 – terminale waarden

1. Geluk

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Ik zet er even een drie bij.**	"Nou ik lees even de lijst en ik pak gewoon de eerste, geluk. [denkt na] Ik zet er even een drie bij."
2	7	**Dat wil iedereen, daar zou ik het liefst een tien voor zetten.**	"Ja geluk, ja dat wil iedereen. Daar zou ik het liefst een tien voor zetten. [Respondent lacht hardop] **[lacht hardop].** Maar qua werk, ja ik zit natuurlijk nu constant in mijn werk te denken he. **Ja maar je moet het ook een beetje betrekken om het bedrijf, hoe zou jij Independent Duinrand omschrijven."**
3	7	**Van het grootste belang, vroeger stond ik daar anders in, het leven draait niet om geld.**	"Ja tegenwoordig vind ik dit heel makkelijk. [vult bij geluk een zeven in] **En waarom vul je daar een zeven in, waarom vind je die belangrijk?** Van het grootste belang vind ik dat. **Ja geluk?** Ja zeker. **Voor het bedrijf?** Ja voor de mensen die er werken, alles. Dat vind ik het belangrijkste nu, voor mijzelf ook. **Waarom?** Omdat ik vroeger daar anders in stond, en ik nu constateer dat het in het leven niet om geld draait. En dat het veel belangrijker is dat je je gelukkig voelt bij het werk dat je doet en dat je dat leuk vindt en dan komt de rest vanzelf. Ik wil niet zeggen dat geld niet belangrijk is, want je moet natuurlijk wel leven. Maar ik ben wel overtuigd, dat als je die intentie hebt dat je wel verder komt als een andere intentie. **Oké, duidelijk.** Dus vandaar."

Geluk
De medewerkers van Independent Duinrand vinden geluk over het algemeen erg belangrijk. Zo vindt respondent 2, "Ja geluk, dat wil iedereen. Daar zou ik het liefst een tien voor zetten." De manager geeft aan dat hij geluk van het grootste belang vindt. "Dat vind ik het belangrijkste nu, voor mijzelf ook. Omdat ik vroeger daar anders in stond, en ik nu constateer dat het in het leven niet om geld draait. En dat het veel belangrijker is dat je je gelukkig voelt bij het werk wat je doet en dat je dat leuk vindt en dan komt de rest vanzelf."

Eindconclusie
De medewerkers van Independent Duinrand vinden geluk erg belangrijk. Zij betrekken dit vooral op hun werk. Vooral de manager vindt dat het van het grootste belang is dat je je gelukkig voelt bij het werk wat je doet, dan komt de rest vanzelf.

2. Zekerheid voor gezin

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6/7	**Verzekeringen biedt een stukje zekerheid voor het gezin, je verzekert je voor onvoorziene uitgaven.**	"**Even kijken hoor, je mag eerst de waarde waarderen die je het belangrijkst vindt, dan degene die je echt totaal nooit zo kiezen, die je echt helemaal tegen staat of die je niet belangrijk vindt.** Oh oké. Nou zekerheid voor het gezin vind ik belangrijk. **Oké, dus die vind je het belangrijkst van de hele lijst?** Ja voor het bedrijf denk ik wel, voor de verzekeringen denk ik. **Oké en waarom vind je dat?** Ja verzekeringen, sowieso je biedt een stukje zekerheid voor het gezin, een stukje [Respondent denkt na] hoe noem je dat? Je verzekert je voor onvoorziene uitgaven eigenlijk, die je het gezin kan bieden middels een verzekering. Zowel levensverzekeringen als schadeverzekeringen. **Oké en je hebt daar een zes staan en geen zeven [wijst naar waarde 'zekerheid voor gezin' op de lijst]. Dus je vindt het erg belangrijk maar het is ook weer niet van het grootste belang?** Ja, dan zou er iets nog belangrijker zijn die niet op de lijst staat. **Ja, en wat zou dan de zeven zijn die je op de lijst erbij zou zetten?** Ja dan zit ik even na te denken waarom ik een zes heb gekozen, daar kom ik zou gauw even niet op. **Dat**

			geeft niet. [respondent denkt na] Nee dat kan ik zo gauw even niet zeggen."
2	7	**Een van de belangrijkste dingen waarvoor je je verzekert, want je wil niet in de penarie komen.**	"Als ik denk over de belangrijkste in mijn werk dan is dat ook de zekerheid voor je gezin, dat vind ik dan een zeven. Dat vind ik een van de belangrijkste dingen daarvoor verzeker je eigenlijk ook, want je wilt toch niet in de penarie komen als er wat gebeurt. Dat vind ik dus een hele belangrijke."
3	6	**Ja die waarde vind ik erg belangrijk.**	"[vult bij zekerheid voor gezin een zes in] **Die waarde vind je iets minder belangrijk?** Ja maar die vind ik ook belangrijk, erg belangrijk."

Zekerheid voor gezin
De waarde zekerheid voor gezin wordt door de medewerkers van Independent Duinrand als erg belangrijk gezien. Zo vindt respondent 1, "Je biedt een stukje zekerheid voor je gezin. Je verzekert je voor onvoorziene uitgaven eigenlijk die je het gezin kan bieden middels een verzekering. De medewerkers vinden dat je je daarvoor ook verzekert, voor je gezin.

Eindconclusie
De medewerkers van Independent Duinrand vinden de waarde zekerheid voor gezin erg belangrijk omdat ze zich voor onvoorziene uitgaven verzekeren en zo zekerheid kunnen bieden aan hun gezin.

3. Wereld in vrede

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	2	**Er staat niet echt iets wat ik van groot belang vindt.**	"Wereld in vrede [respondent denkt na] Er staat niet echt iets hier dat ik zeg van dat is van groot belang. **Nou dan kan je ook een 1 geven.** Ja, Oké zo."
2	-	**Daar heb ik niks mee, sla ik over.**	"Wereld in vrede, ja daar heb ik niks mee. **Nee?** Nee die sla ik over."
3	6	**Erg belangrijk, met transparantie, eerlijkheid en open communicatie bereik je het hoogste doel, dan vangt de ene iets op voor de ander.**	"Wereld in vrede vind ik ook erg belangrijk. **Waarom vind je een wereld in vrede belangrijk en wat versta je daar onder?** Ja als ik kijk naar alles wat er om mij heen gebeurt. Ook wat ik hoor van Joey dat een ondernemer die dikke miljoenen verdient, en die zegt weet je wat ik ga nog maar 70.000 verdienen en mijn medewerkers krijgen datzelfde salaris, daar wordt ik blij van, dat vind ik kicken. Want die ondernemer kijkt om zich heen en denkt zonder die mensen had ik het niet gered. Want zo simpel is het en zo zit ik ook in de wedstrijd. En als mensen gewoon open en transparant en eerlijk zijn. Ik wil eigenlijk dat alles transparant is, ook mijn communicatie met anderen, niet alleen wat ik doe. En dat wil ik nu overal in doorvoeren. Want dan denk ik dat je het hoogste doel gaat bereiken. Dan sta je allemaal naast elkaar en dan ben je overal, en dan vangt de ene iets voor de ander op etc. Dus vandaar. **Oké duidelijk."**

Wereld in vrede
Een paar medewerkers associëren de waarde wereld in vrede niet met Independent Duinrand. Zo vindt respondent 2, "Ja wereld in vrede, daar heb ik niks mee." De manager vindt wereld in vrede wel erg belangrijk. Hij betrekt de waarde meer op de waarden eerlijkheid, openheid en transparantie. Zo vindt hij, "Als mensen gewoon open en transparant en eerlijk zijn. En dat wil ik nu overal in doorvoeren. Want dan denk ik dat je het hoogste doel gaat bereiken. Dan sta je allemaal naast elkaar en dan ben je overal, en dan vangt de ene iets voor de ander op etc."

Eindconclusie
De medewerkers associëren de wereld in vrede over het algemeen niet met Independent Duinrand. De manager vindt deze waarde wel belangrijk, hij betrekt de waarde meer op eerlijkheid, openheid en transparantie, dat vindt hij heel belangrijk.

4. Zelfrespect

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Respect voor jezelf heeft ook te maken met hoe je op werk bent.**	"**En waarom vindt je zelfrespect belangrijk bijvoorbeeld?** Omdat je respect voor jezelf moet hebben natuurlijk, en dat heeft ook te maken met hoe je op je werk bent."
2	6	**In alle vormen belangrijk, zelfrespect en respect naar ander belangrijk.**	"Ja zelfrespect vind ik sowieso in alle vormen belangrijk, die vind ik ook een zes waard. **En heb je het dan over zelfrespect als medewerker of naar de klant toe?** In mijn leven vind ik dat heel belangrijk, ook als ik aan het werk ben, je moet zelfrespect hebben maar ook respect naar een ander. En dat vind ik gewoon belangrijk. **Oké, duidelijk."**
3	5	**Belangrijk dat iedereen respect heeft voor zichzelf, maar geluk, zekerheid voor gezin en**	"Zelfrespect, ja ook belangrijk. Zelfrespect vanuit het kantoor bekeken of vanuit de mensen? **Ja het is maar hoe jij het ziet, je kunt natuurlijk zeggen dat de mensen ook onderdeel zijn van het kantoor.** Ja dan vind ik dat ze wel

		wereld in vrede nog belangrijker.	zelfrespect hebben voor zichzelf. Dus dat geef ik dan een vijf. Het is wel belangrijk, ook tegen erg belangrijk aan maar ik vind het niet zo belangrijk als geluk, zekerheid voor het gezin en een wereld in vrede. Dan vind ik nog belangrijker."

Zelfrespect
De medewerkers van Independent Duinrand vinden de waarde 'zelfrespect' erg belangrijk. Zij vinden dat je respect voor jezelf moet hebben en voor anderen omdat dat heel belangrijk is voor het werk dat je doet. Zo vindt respondent 2, "In mijn leven vind ik dat heel belangrijk, ook las ik aan het werk ben, je moet zelfrespect hebben maar ook respect voor een ander. En dat vind ik gewoon belangrijk."

Eindconclusie
De medewerkers vinden zelfrespect erg belangrijk, zij vinden het belangrijk dat je respect voor jezelf hebt en voor anderen want dat heeft ook te maken met hoe je op werk bent.

5. Vrijheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Klant moet vrijheid hebben om nee te zeggen tegen een advies.**	"**En vrijheid, daar heb je ook een drie.** Ja klopt. Ik vind dat de klant de vrijheid moet hebben om nee te zeggen tegen een advies. Dat mag, wij adviseren alleen de beste opties en als de klant daar dan toch vanaf ziet, dat kan. **Oké."**
2	4	**Ik krijg de vrijheid om mij te ontwikkelen hier op de werkvloer en de klant moet gevoel hebben dat hij de vrijheid heeft om nee te zeggen.**	"Nou vrijheid, want je krijgt toch de vrijheid om je te ontwikkelen hier op de werkvloer. Dus in die zin vind ik vrijheid ook belangrijk. Het is natuurlijk wel zo dat als ik niet presteer dat Marcel ook zegt van: 'joh Dees het is allemaal wel leuk en aardig maar ga maar gewoon weer in de WW of zo'. **Maar zou je die waarde ook meenemen als je het bedrijf naar de klant omschrijft? Als je uitlegt wie wij zijn?** Ja want de klant moet wel het gevoel hebben dat hij de vrijheid heeft om de keuzes te maken. Dus gisteren zat ik met een klant die kon zich gewoon niet goedkoper verzekeren. En dan ben ik toch zo eerlijk dat ik zeg dat ik de klant graag als klant zou willen hebben maar ik zou het rot vinden om dan zo te pushen. Dus die klant moet wel het gevoel hebben dat hij de vrijheid heeft om te zeggen van nee ik wil niet. Dus het moet wederzijds zijn, want ik heb de vrijheid om dat tegen de klant te zeggen, en de klant heeft de vrijheid om te zeggen dat hij het aanbod niet wil. Ik weet niet of ik het zo duidelijk uitleg? **Ja hoor het is mij duidelijk.** Dus vrijheid vind ik wel een vier."
3	3	**Je hebt niet de vrijheid om te doen waar je zelf zin in hebt maar mensen moeten wel een stukje zelf dingen doen.**	"Vrijheid, ook belangrijk maar wat minder. Vrijheid kun je natuurlijk op verschillende manieren zien. [respondent denkt na] Dan geef ik een drie. **Hoe zie je het dan?** Vrijheid daar heb ik twee gedachtes bij, dat kan zijn dat je lekker wil doen waar je zelf zin in hebt, maar dat werkt dus niet in een bedrijf. Die vrijheid heb je niet maar je moet wel een bepaalde vrijheid hebben. Denk aan bijvoorbeeld wat we nu doen met het aanvragen van vrije dagen, dat het lekker in een centraal systeem is, dat je dat zelf kan doen. Dan hoef ik het alleen maar goed te keuren. Dus een stukje zelf dingen doen, de vrijheid hebben om zelf dingen te regelen. En ik zeg ook: 'Jongens regel het met elkaar'. Dat vind ik wel belangrijk, dat ze dat doen en dat ze niet voor alles naar mij toe komen en dat ze het aan mij gaan vragen. Zelf dingen oplossen. **Duidelijk."**

Vrijheid
De medewerkers van Independent Duinrand interpreteren de waarde 'vrijheid' allemaal op een andere manier. Zo vindt de een dat de klant wel de vrijheid moet hebben om nee te zeggen tegen een advies. De ander vindt dat ze op kantoor de vrijheid krijgt om zich te ontwikkelen. De manager vindt dat de medewerkers van het bedrijf de vrijheid krijgen om zelf dingen op te lossen. "Je kan lekker doen waar je zelf zin in hebt, maar dat werkt dus niet in een bedrijf. Die vrijheid heb je niet maar mensen moeten wel een bepaalde vrijheid hebben, denk aan wat we nu doen met het aanvragen van vrije dagen. Dat voeren ze in en ik hoef het alleen nog maar goed te keuren. En ik zeg ook: 'Jongens regels het met elkaar'.

Eindconclusie
De medewerkers van het bedrijf interpreteren de waarde 'vrijheid' allemaal op een andere manier. Ze vinden het belangrijk dat de klant de vrijheid krijgt om nee te zeggen, dat de medewerkers de vrijheid krijgen op zich te ontwikkelen en dat ze ook de vrijheid krijgen om zelf dingen op te lossen.

6. Vriendschap

Respondent	Waardering	Label	Quote

1	5	**Toch wel belangrijk, met sommige klanten heb je toch een sterkere band.**	"Vriendschap ja dat is toch wel belangrijk vind ik. **Op de werkvloer?** Nou dan meer vanuit de klant hè. **Oké.** Want met sommige klanten heb je toch een sterkere band omdat die al lang klant zijn of omdat je die geholpen hebt met een schade of iets. **Oké op die manier."**
2	5	**Is wel lachen, hoe meer contact ik heb met een klant, ook al heb ik hem nog geen eens gezien, dan heb je toch een bepaalde vriendschap.**	"Ja vriendschap, [respondent denkt na]. Nou ja dat is wel lachen, hoe meer contact ik heb met een klant, ook al heb ik hem nog geen eens gezien, dan heb je toch via de mailwisseling of chatverkeer toch een bepaalde vriendschap. En dan krijg ik gewoon personen die mij nog nooit hebben gezien en ik hun ook niet. Die zeggen dan gewoon 'Hoi Dees'. Of dan krijg ik ineens een bloemetje via de mail toegestuurd. Dus dan denk ik dat is toch wel weer leuk. Dat is toch een bepaalde vriendschap. **Dus echt die binding met die klant?** Ja precies, dus daar hoef je elkaar niet voor te zien, dat merk ik wel. Dat is ook die boodschap van toch digitaal maar toch persoonlijk. Dus dat vind ik ook een vijf. Dat heb je natuurlijk niet met iedereen hè, zo'n band. Door sommigen word je natuurlijk afgezeken. [respondent lacht hardop] Maar voor de rest gaat het altijd wel goed.
3	4	**Vriendschap is ook belangrijk, maar iets minder belangrijk dan de rest.**	"Vriendschap, [respondent denkt na] Ook belangrijk, ik vind het eigenlijk allemaal wel belangrijk. Nou een viertje, vriendschap vind ik iets minder belangrijk."

Vriendschap
De medewerkers van Independent Duinrand vinden de waarde vriendschap erg belangrijk. Zij betrekken de waarde vooral op de klant. Ze vinden de relatie met de klant erg belangrijk. Zo vindt respondent 2, "Nou ja het is wel lachen, hoe meer contact ik heb met een klant, ook al heb ik hem nog geen eens gezien, dan heb je toch via mailwisseling of chatverkeer toch een bepaalde vriendschap. Ik krijg dan ineens een bloemetje via de mail gestuurd. Dus dan denk ik dat is toch wel weer leuk. Dat is toch een bepaalde vriendschap."

Eindconclusie
De medewerkers van het bedrijf vinden vriendschap erg belangrijk omdat zij merken dat je toch een soort vriendschap op kunt bouwen met klanten.

7. Innerlijke harmonie

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Harmonie tussen klant en bedrijf, denk het wel.**	"Innerlijke harmonie, tsja. Dat zie ik meer dat er harmonie heerst tussen de klant en het bedrijf. Dat er geen spanning of zoiets maar gewoon een goede verstandhouding. **Oké en is dat ook zo?** Ja ik denk het wel, al is het natuurlijk per klant heel persoonlijk. **Oké.** "
2	5	**Goed gevoel bij werk, dan heb je ook plezier in je werk.**	"Ik heb bijvoorbeeld hiervoor een werkgever gehad en die pushte altijd zo. Dus dan moest je bijvoorbeeld altijd zoveel begrafenisverzekeringen verkopen. **Dat was dus meer met targets en doelen halen enz.?** Ja precies, en dan zie je gewoon dat de klant goed verzekerd is. En dat kreeg ik gewoon niet voor elkaar. Dat gaat gewoon niet gelijk met mijn gevoel. Dus dan heb je ook geen plezier in je werk. Want als het allemaal klopt dan heb je plezier in je werk, ben je leuker voor de klant, leuker voor je collega's. Dus dat speelt allemaal samen, dat is ook zo met de innerlijke harmonie. Als jij gewoon voor je gevoel goed bezig bent met je werk, dan is het allemaal een geheel, innerlijke harmonie en plezier."
3	6	**Persoon die hier werkt moet in innerlijk in balans zijn.**	"Innerlijke harmonie, dat is heel belangrijk. Dan ga ik meer naar een vijf of een zes toe. Een zes geef ik. **Een zes?** Ja een zes. **En wat versta je onder innerlijke harmonie, bedoel je dat intern of naar de klant?** Nou voor jezelf dat de persoon die hier werkt, zo bekijk ik het nu even, in balans moet zijn innerlijk. En dat ligt dus ook aan de organisatie en aan mij. Daar ben ik ook echt heel erg op aan het letten ook voor mijzelf."

Innerlijke harmonie
De medewerkers van Independent Duinrand interpreteren de waarde innerlijke harmonie op verschillende manieren. Sommige medewerkers vinden dat je innerlijke harmonie moet hebben om ook goed je werk te kunnen doen. Zo vindt respondent 2, "Als het allemaal klopt dan heb je plezier in je werk, ben je leuker voor de klant, leuker voor je collega's. Dus dat speelt allemaal samen. Als jij gewoon voor je gevoel goed bezig bent met je werk, dan is het allemaal een geheel, innerlijke harmonie en plezier." Een ander interpreteert innerlijke harmonie op een andere manier, hij vindt dat er harmonie tussen de klant en het bedrijf moet heersen en dat er geen spanning heerst.

Eindconclusie

De medewerkers van Independent Duinrand vinden innerlijke harmonie erg belangrijk, zij vinden dat je innerlijke harmonie moet hebben om plezier te hebben in je werk. Daarnaast vinden ze het belangrijk dat er een harmonie heerst tussen de klant en het bedrijf.

8. Plezier

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Ik heb plezier in mijn werk, helpen van mensen.**	"Plezier, ja dat wij hier plezier in ons werk hebben. **En heb je dat ook?** Jawel, ik vind leuk om mensen te helpen en het allemaal voor ze op te lossen."
2	5	**Goed gevoel, ik wordt niet gepushed met targets zoals bij mijn vorige werkgever.**	"Ik heb bijvoorbeeld hiervoor een werkgever gehad en die pushte altijd zo. Dus dan moest je bijvoorbeeld altijd zoveel begrafenisverzekeringen verkopen. **Dat was dus meer met targets en doelen halen enz.?** Ja precies, en dan zie je gewoon dat de klant goed verzekerd is. En dat kreeg ik gewoon niet voor elkaar. Dat gaat gewoon niet gelijk met mijn gevoel. Dus dan heb je ook geen plezier in je werk. Want als het allemaal klopt dan heb je plezier in je werk, ben je leuker voor de klant, leuker voor je collega's. Dus dat speelt allemaal samen, dat is ook zo met de innerlijke harmonie. Als jij gewoon voor je gevoel goed bezig bent met je werk, dan is het allemaal een geheel, innerlijke harmonie en plezier."
3	7	**Ik heb altijd plezier in mijn werk, bij de rest begint het te komen.**	"Plezier, een zeven. Ik heb altijd plezier in mijn werk, en ik vind het heel belangrijk dat iedereen dat hier heeft. **En heeft iedereen dat hier ook?** Nou het begint te komen laat ik het zo zeggen."

Plezier
De medewerkers van Independent Duinrand vinden het belangrijk om plezier in hun werk te hebben en ook dat anderen dat hebben. Zij geven aan ook plezier in hun werk te hebben. Zo vindt respodent 1, "Jawel, ik vind het leuk om mensen te helpen en het allemaal voor ze op te lossen." Ook vinden medewerkers het belangrijk dat ze niet gepused worden in hun werk. Zo vindt respondent 2, "Ik heb bijvoorbeeld hiervoor een werkgever gehad en die pushte altijd zo. Dus dan moest je bijvoorbeeld altijd zoveel begrafenisverzekeringen verkopen. Dat kreeg ik gewoon niet voor elkaar. Dat gaat gewoon niet gelijk met mijn gevoel. Dus dan heb je ook geen plezier in je werk."

Eindconclusie
Medewerkers van het bedrijf geven aan plezier te hebben in hun werk omdat zij het leuk vinden om de klant te helpen en problemen voor ze op te lossen. Maar zij houden er niet van als zij gepushed worden in hun werk.

9. Gelijkheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Klant wordt gelijk behandeld.**	"Gelijkheid, nou ja ook een beetje weer die harmonie, dat iedereen gelijk is en gelijk wordt behandelt. **De klant bedoel je dan?** Ja."
2	5	**Iedereen is gelijk, ook in de verzekeringsbranche.**	"Ik vind sowieso gelijkheid een belangrijke, dus dat is een vijf. Want ik vind gewoon dat je allemaal gelijk bent dus ook in de verzekeringsbranche. Maar gisteren heb je dan toch een klant die zegt dat hij toch blij is dat hij met ons kan chatten, want dan heeft hij antwoord op zijn vraag. En dan zit je maar vijf minuten met zo'n iemand op de chat maar dan weet je dat zijn gevoel gelijk goed is. Dus dan voel je jezelf daar ook weer goed over."
3	6	**Een zesje.**	"Gelijkheid, [respondent denkt na] Een zesje."

Gelijkheid
Medewerkers vinden het belangrijk dat iedereen gelijk wordt behandeld, dit betrekken zij vooral op de klant. Zo vindt respondent 2, "Ik vind dat je allemaal gelijk bent ook in de verzekeringsbranche." Respondent 1 is het hier mee eens, "Gelijkheid, nou ja ook een beetje weer die harmonie, dat iedereen gelijk is en gelijk wordt behandelt."

Eindconclusie
Medewerkers vinden het belangrijk dat iedereen gelijk wordt behandelt door het bedrijf, vooral de klanten, zij vinden dat iedereen gelijk is ook in de verzekeringsbranche.

10. Wijsheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Ik denk dat we wel wijs zijn in keuzes maken.**	"Wijsheid, ja we moeten soms wel wijs zijn, wat is nou wijs? Wat is nou wijs om te doen? Denk je in sommige gevallen. Dus daar heb je wel mee te maken. **Oké dus je vindt wel dat Duinrand wijs is?** Ja ik denk dat we wel wijs zijn ja in die manier. **Oké."**
2	4	**We moeten wel de wijsheid hebben om de klant goed te kunnen adviseren. Maar het is logisch, het zit gewoon al**	"Wijsheid, ja dat vind ik wel belangrijk want we moeten hier natuurlijk wel wijsheid hebben om de klant goed te kunnen adviseren.[Respondent zucht en denkt na] Tjsa het is eigenlijk allemaal wel belangrijk nu ik er zo dieper op inga. **Het is inderdaad maar net hoe je het**

		in je.	**interpreteert voor jezelf.** Ja precies. Als je in de eerste instantie er alleen zakelijk naar kijkt dan denk ik wat is dit nou. En ja en wijsheid en acceptatie dat vind ik twee viertjes. **En waarom?** Ik vind het belangrijk, maar voor mij hoort het er gewoon bij. Het is logisch, het zit gewoon al in je."
3	7	**Van het grootste belang, je moet wel nadenken. Ik spiegel het heel er op mijzelf.**	"En ja wijsheid is van het grootste belang. **En waarom is dat van het grootste belang?** Ja ik vind wel dat je na moet denken, dat je wijs moet zijn. En dat je niet ongenuanceerd overal in moet klappen. Ik spiegel het heel erg op mijzelf hoor. **Ja dat merk ik ook ja."**

Wijsheid
De medewerkers van Independent Duinrand vinden het bedrijf wijs, in het maken van keuzes maar ook de wijsheid van het personeel vinden ze belangrijk. Ze moeten namelijk wel weten waar ze het over hebben, maar ze vinden het ook logisch. Zo vindt respondent 2, "Ik vind het belangrijk maar voor mij hoort het er gewoon bij. Het is logisch, het zit gewoon al in je." De manager vindt wijsheid van het grootste belang, hij vindt dat je wel wijs moet zijn en na moeten denken en niet overal ongenuanceerd in moet stappen.

Eindconclusie
De medewerkers vinden het bedrijf wijs in het maken van keuzes, zij vinden het belangrijk dat het personeel wijsheid heeft maar zij vinden dit ook logisch, het zit al in je.

11. Acceptatie

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Heel belangrijk, je moet iets van elkaar kunnen accepteren, tussen verzekeraar en tussenpersoon en tussen adviseur en klant.**	"**Oké en acceptatie heb je ook als belangrijk gewaardeerd.** Ja acceptatie ja, bij verzekeringen heb je te maken met een stukje acceptatie natuurlijk. **Kun je dat uitleggen?** Ja, heel simpel, je vraagt iets aan en dat wordt geaccepteerd door een instantie in dit geval moet de verzekeringsmaatschappij die aanvraag accepteren. **Ja precies.** Maar ook ja, klant en adviseur moeten dingen van elkaar kunnen accepteren, krijg je een wel of niet dat je de verzekering kan afsluiten, te ja of te nee. De acceptatie moet er zijn vind ik. Dat vind ik heel belangrijk dat je iets van elkaar moet kunnen accepteren."
2	4	**Belangrijk, maar het hoort er bij, logisch, zit al in je.**	"En ja en wijsheid en acceptatie dat vind ik twee viertjes. **En waarom?** Ik vind het belangrijk, maar voor mij hoort het er gewoon bij. Het is logisch, het zit gewoon al in je."
3	7	**De acceptatie van elkaar in belangrijk, dat je iets niet als een persoonlijke aanval ziet.**	"Acceptatie, ja ook belangrijk. Die geef ik een zeven. **In welke zin acceptatie? Hoe zie je dat?** Ja de acceptatie van elkaar, zie iets niet als een persoonlijke aanval. **Dus dan betrek je dat meer op de medewerkers onderling?** Ja maar ik betrek het ook wel op mijzelf hoor. Maar ook onder elkaar. **Maar niet naar de klant toe?** Nee, echt onder elkaar. Nou soms ook wel naar de klant toe hoor. Want ja, je moet niet dingen zien als een aanval, wij zijn servicegericht, wij zijn een diensterverlener. Dus niets is persoonlijk. **Ja precies.** Precies, en moet je accepteren. En die acceptatie vind ik dus heel belangrijk."

Acceptatie
De medewerkers van het bedrijf vinden de waarde 'acceptatie' erg belangrijk. Zij vinden het belangrijk dat er acceptatie is tussen de verzekeraar en de tussenpersoon en tussen de adviseur en de klant. De manager ziet de waarde acceptatie meer als het niet persoonlijk opvatten van dingen. Zo vindt hij, "Ja de acceptatie van elkaar, zie iets niet als een persoonlijke aanval. Nee, echt onder elkaar. Nou soms ook wel naar de klant toe hoor. Want ja, je moet niet dingen zien als een aanval, wij zijn servicegericht, wij zijn een dienstverlener. Dus niets is persoonlijk."

Eindconclusie
De medewerkers van het bedrijf vinden het belangrijk dat er acceptatie is tussen de verzekeraar en de tussenpersoon en tussen de adviseur en de klant. Daarnaast vinden zij het belangrijk dat het personeel onderling elkaar ook accepteert en niet dingen ziet als een persoonlijke aanval.

12. Volwassen liefde

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Daar kan ik niks mee, ik kan daar niks voor invullen.**	"Volwassen liefde, ja daar kan ik niks mee, die sla ik over. **Oké dus die kunt u niet linken aan het bedrijf?** Nee daar kan ik niet echt iets voor invullen. **Oké."**
2	0	**Wat moet ik daarbij denken? [lacht hardop] Nou ik heb er helemaal niks mee.**	"Ja volwassen liefde, wat moet ik daarbij denken? [Respondent lacht hardop] Tsja volwassen liefde en schoonheid [respondent denkt na] **[lacht ook hardop] Nou ja als je de begrippen niet bij het bedrijf vindt passen kun je ze natuurlijk ook laag ranken.** Nou ja

			volwassen liefde daar heb ik helemaal niks mee."
3	2	**[lacht hardop] Dat vind ik niks te maken hebben met het bedrijf.**	"Volwassen liefde [lacht hardop] **[lacht hardop]** Ja vind ik niks te maken hebben met het bedrijf, een twee."

Volwassen liefde
Alle medewerkers zijn het erover eens dat liefhebbend geen waarde is die bij Independent Duinrand past. Zo vindt respondent 3, "Volwassen liefde, [lacht hardop]. Ja dat vind ik niks te maken hebben met het bedrijf, een twee."

Eindconclusie
Alle medewerkers van het bedrijf zijn het er over eens dat liefhebbend niet bij Independent Duinrand past omdat het niks met het bedrijf te maken heeft.

13. Schoonheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	1	**Is voor mij het mist belangrijk, ik zou niet weten wat de klant of wij met schoonheid aan moeten.**	"**Oké dan gaan we door naar de waarde die je het minst belangrijk vindt.** Ik heb daar staan schoonheid. **Oké schoonheid, waarom heb je daar schoonheid staan en versta jij onder schoonheid?** Ja precies, schoonheid kan zijn de mensen zelf, schoonheid kan zijn [denkt na] maar in dit geval zie ik schoonheid als de klant zelf. Ja, ik zou niet weten wat hij met schoonheid moet, wat wij kunnen doen met schoonheid. **Oké dus volgens u staat het helemaal los van verzekeringen?** Ja volgens mij wel, althans als ik het hier uit het lijstje haal, ja dan is voor mij het minst belangrijkst zeg maar."
2	0	**Meer schoonheid aan binnenkant van mensen, maar niet echt bepalend.**	"Ja schoonheid, als ik aan schoonheid denk dan denk ik niet aan het uiterlijk. Dan denk ik alleen maar aan schoonheid aan de binnenkant. Want je moet nooit bij mensen op het uiterlijk afgaan. Maar ik vind het niet echt bepalend."
3	0	**Leuk voor als je representatief moet zijn, maar voor de mensen hier is dat niet belangrijk. Dus die staat mij het meest tegen.**	"Schoonheid ook een twee. **En waarom schoonheid een twee?** Ja schoonheid, wat bedoel je met schoonheid? **Wat versta jij eronder, daar gaat het om.** Ja de buitenkant, schoonheid zo zie ik dat. **Dus de buitenkant is niet belangrijk hier.** Nee. **Nee?** Nee, leuk voor als je representatief moet zijn, maar ik vind het als mens niet belangrijk. Ook voor mijn medewerkers, ik kijk niet naar de buitenkant maar naar wat er inzit. Dat vind ik wel belangrijk. **Oké.** O ja en dan moest ik nog een waarde die mij het meest tegenstaat, dan vind ik dat schoonheid. **Ja schoonheid?** Ja. **Die vind je voor hier totaal niet belangrijk**? Pff nee. **Zo zou je nooit Independent Duinrand omschrijven?** Schoonheid, nee. **Oké."**

Schoonheid
Alle medewerkers van Independent Duinrand geven aan dat zij schoonheid helemaal niet of het minst belangrijk vinden van alle waarden op de lijst. Zij geven aan dat ze niet naar de buitenkant kijken maar naar de binnenkant van mensen. Zo vindt respondent 2, "Ja schoonheid, als ik aan schoonheid denk dan denk ik niet aan het uiterlijk. Dan denk ik alleen maar aan schoonheid aan de binnenkant. Want je moet nooit bij mensen op het uiterlijk afgaan."

Eindconclusie
Medewerkers van Independent Duinrand vinden de waarde schoonheid niet belangrijk voor het bedrijf omdat zij dit betrekken op het uiterlijk. Zij geven aan niet naar het uiterlijk te kijken maar naar het innerlijk, dat vinden zij veel belangrijker.

14. Nationale veiligheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Kan ik niks mee, heeft niet direct iets met Duinrand te maken.**	"Nationale veiligheid ook zoiets, daar kan ik ook niks mee. Dat heeft niet echt direct iets met Duinrand te maken. **Nee?** Nee ik zou niet kunnen bedenken hoe direct, dus die sla ik ook over."
2	0	**In werk niet bezig met nationale veiligheid, wel om voor de klant iets veilig te stellen.**	"Nationale veiligheid tsja [respondent denkt na]. Dan denk ik alleen maar aan aanslagen. [respondent lacht]. **Dat kan.** Maar ik zie nou niet dat ik met mijn werk bezig ben met de nationale veiligheid, nee. Ik probeer alleen, dat is dan niet nationaal, maar voor de klant iets veilig te stellen. Dus dat zie ik niet als belangrijk."
3	7	**Nationale veiligheid loopt achter op internet, phising, dus heel belangrijk dat we daar op letten.**	"Nationale veiligheid, ja vind ik ook belangrijk. **En wat versta je onder nationale veiligheid?** Beveiliging, internet dat vind ik eigenlijk wel een zeven. **Ja?** Ja, dat vind ik eigenlijk onwijs belangrijk. Want daar zit ik de laatste dagen ook heel erg op te letten. Want de

			nationale veiligheid, dat gebeurt nu op internet, digitaal en niet meer analoog. En de digitale wereld loopt zwaar achter op de veiligheid, en iedereen is nu lekker op internet bezig. En ik doe daar net zo hard aan mee en ik weet dondersgoed wat de gevaren zijn. Maar ik denk dat het goed gaat komen, want ze moeten wel, anders gaat het ontsporen. In Estland bijvoorbeeld, daar hebben ze een internetpolitie, een digitale politie. Dat soort dingen vind ik heel belangrijk. Want ik heb altijd gezegd dat de analoge wereld naar digitaal verschuift. En alles wat in de analoge wereld zat moet nu ook in de digitale wereld zitten. Dus dan moeten daar ook de hele dag rechercheurs op zitten, dat vind ik heel belangrijk want er gebeuren nu dingen zoals phising en noem maar op. Er worden steeds meer mensen daarvoor opgepakt want er worden steeds meer mensen op die manier opgelicht."

Nationale veiligheid
De medewerkers van Independent Duinrand vinden nationale veiligheid niet belangrijk omdat zij vinden dat zij daar niet mee bezig zijn in hun werk. De manager vindt nationale veiligheid wel belangrijk, hij betrekt de waarde op de internet wereld. Zo vindt hij, "De nationale veiligheid, dat gebeurt nu op internet, digitaal en niet meer analoog. En de digitale wereld loopt zwaar achter op de veiligheid. Dus dan moeten daar ook de hele dag rechercheurs op zitten, dat vind ik heel belangrijk want er gebeuren nu dingen zoals phising en noem maar op."

Eindconclusie
De medewerkers van Independent Duinrand vinden de nationale veiligheid niet belangrijk omdat zij vinden dat ze daar in hun werk niet mee bezig zijn. De manager vindt het echter wel belangrijk, hij betrekt dat meer op internet, daar is beveiliging wel heel belangrijk, want het internet loopt daarop achter vindt hij.

15. Comfortabel leven

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Levensverzekering afsluiten waardoor je comfortabel kunt leven.**	"**Oké en bij comfortabel leven en bij stimulerend leven heb je allebei een zes dus die zijn erg belangrijk.** Ja nou weer hé, iemand die comfortabel wil leven, je kunt bijvoorbeeld een levensverzekering afsluiten die jou aan het eind van de rit een smak geld of tijdens jouw leven biedt en dan kun je daar comfortabel van leven."
2	6	**Als je je goed verzekert kun je een comfortabel leven leiden.**	"Nou zekerheid voor het gezin, die sowieso. Vrijheid, zelfrespect, die ook sowieso. [Respondent denkt na]. Als ik denk over de belangrijkste in mijn werk dan is dat ook de zekerheid voor je gezin, dat vind ik dan een zeven. Dat vind ik een van de belangrijkste dingen daarvoor verzeker je eigenlijk ook, want je wilt toch niet in de penarie komen als er wat gebeurt. Dat vind ik dus een hele belangrijke. **Dus daarom een zeven oké.** Want daarvoor kun je natuurlijk ook het comfortabele leven wat je hebt leiden, want stel je huis fikt af of wat dan ook, dat is natuurlijk het ergste scenario. Dus dat vind ik ook een belangrijke, dat vind ik een zes."
3	4	**Leuk als het kan maar is niet per se nodig, beetje in het midden.**	"Comfortabel leven, een viertje. Ik vind het wel belangrijk maar niet zo heel erg belangrijk. **Nee?** Leuk als het kan, maar is niet per se nodig. Dus vandaar een beetje in het midden."

Comfortabel leven
De medewerkers van het bedrijf vinden dat een verzekering kan bijdragen aan een comfortabel leven. Zo vindt respondent 1, "Je kunt bijvoorbeeld een levensverzekering afsluiten die jou aan het eind van de rit een smak geld of tijdens jouw leen biedt en dan kun je daar comfortabel van leven." De manager vindt een comfortabel leven leuk als het kan maar vindt dit niet per se nodig.

Eindconclusie
De medewerkers van de Independent Duinrand vinden dat het bedrijf bij kan dragen aan een comfortabel leven, klanten kunnen een verzekering afsluiten waardoor ze de zekerheid hebben dat als hen iets overkomt dat het dan geregeld wordt. Dan kun je comfortabel leven volgens de medewerkers.

16. Stimulerend leven

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Levensverzekering afsluiten voor een stimulerend leven. Belangrijk voor klanten en de verzekering.**	"**Oké en bij comfortabel leven en bij stimulerend leven heb je allebei een zes dus die zijn erg belangrijk.** Ja nou weer hé, iemand die comfortabel wil leven, je kunt bijvoorbeeld een levensverzekering afsluiten die jou aan het eind van de rit een smak geld of tijdens jouw leven biedt en dan kun je daar comfortabel van leven. Maar dan ook stimulerend leven dus dat vind

			ik wel belangrijk, wat klanten betreft en voor de verzekering, ja, belangrijke punten."
2	7	**Ze stimuleren mij in van alles, weer aan het leren, enthousiasme Marcel, helpt zelfvertrouwen.**	"Dat is wel sinds ik hier werk, zo veel energie krijg je hiervan. En het stimuleert je echt want ik had nooit gedacht dat ik weer zou gaan leren, dat ben ik dus ook weer aan het doen. Dus ze stimuleren mij wel met alles. En het enthousiasme dat als er dan iets lukt dat Marcel dan weer een dansje gaat maken in zijn stoel. [respondent lacht hardop] **[lacht hardop]** Ja dat vind ik dan gewoon gaaf, echt kicken. Iemand van die leeftijd, dat zie je gewoon meer alleen bij jonge lui. Nu ben ik net zo gek hoor. Maar dat vind ik eigenlijk wel een tien. Nee maar dat geeft je veel meer het zelfvertrouwen, want dat heb ik natuurlijk niet zo. Maar om daar dan mee aan de slag te gaan, doordat zij zo positief zijn dat helpt mij om toch proberen die stapjes te maken. Want het gaat bij mij om een paar stapjes."
3	6	**Je moet gestimuleerd worden om in positieve energie te blijven.**	"Stimulerend leven, ja die vind ik wel belangrijk, een zes. **En waarom die wel en comfortabel leven minder?** Dat heeft er weer mee te maken dat ik vind dat je gestimuleerd moeten worden zodat je in een positieve energie blijft. Dus dan krijg een stimuleren leven dus dan moet je absoluut geluk, zekerheid voor je gezin, een wereld in vrede, zelfrespect, vrijheid hebben."

Stimulerend leven
De medewerkers van het bedrijf vinden de waarde stimulerend leven belangrijk. Zo vindt respondent 1 dat zij in zijn werk gestimuleerd wordt om verder te leren en zijn werk goed te doen. "Dat is wel sinds ik hier werk, zoveel energie krijg je hiervan. En het stimuleert je echt want ik had nooit gedacht dat ik weer zou gaan leren, dat ben ik dus ook weer aan het doen. Dus ze stimuleren mij wel met alles." De manager deelt deze mening, hij vindt dat je gestimuleerd moet worden om in een positieve energie te blijven.

Eindconclusie
De medewerkers van Independent Duinrand vinden een stimulerend leven belangrijk. Zij vinden het vooral belangrijk dat je gestimuleerd wordt om in een positieve energie te blijven.

17. Gevoel van prestatie

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Belangrijk, je moet blijven presteren maar niet gepushed worden.**	"Nou gevoel van prestatie is natuurlijk wel belangrijk want je moet wel blijven presteren, maar je moet ook weer niet gepushed worden. Dus daarom een drie."
2	-1	**Iets negatiefs, de klant moet niets. Als het gevoel van de klant goed is hoef je geen moeite te doen.**	"Maar het gevoel moet ook goed zijn, de mensen die bij ons komen moeten het gevoel hebben dat er naar ze wordt geluisterd. Dat wij er voor hun zijn. Dan vind ik prestatie gevoel daar bij horen, dan denk ik gelijk al de klant moet dingen afsluiten. **Welke waarde heb je het nu over?** Gevoel voor prestatie. Dat vind ik iets negatiefs want het is niet dat een klant een verzekering moet afsluiten, nee je wilt dat de klant een verzekering afsluit die ook echt goed is voor de klant. En natuurlijk is het leuk als de klant een verzekering afsluit, laten we dat voorop stellen. Maar die verzekering moet wel goed zijn voor de klant. **Oké, maar je hebt er dus negatieve associaties bij? Bij gevoel voor prestaties?** Ja. **Zie je het dan als een soort druk begrijp ik dat goed? Dat je denkt de klant moet een verzekering afsluiten?** Ja, ik ben van mening dat als het gevoel van de klant goed is dan hoef jij geen moeite te doen om de verzekering af te sluiten. Dan heeft de klant misschien wel dat extra zetje nodig, maar je moet een klant niet pushen. Dus dat vind ik eigenlijk een negatieve. Dat vind ik een -1. **Oké, dus dat vind je degene die er helemaal niet bij past, die je nooit zou meenemen in je beschrijving?** Nee. Ja en met gevoel voor prestatie heb ik echt het minste. **Nee dat snap ik dat heb je uitgelegd."**
3	7	**Ik heb het heel erg, team is op weg. Duidelijk maken door casussen te noemen.**	"Gevoel van prestatie, ja dat heb ik wel heel erg, dat geef ik een zeven. **En heeft het bedrijf dat ook?** [lacht en denkt na] Daar zeg je mij wat. We zijn op weg. Ik denk als ik daar een cijfer voor moet geven gebaseerd op de mensen, dan zeg ik dat het hier nog tussen de drie en de vier inzit. **Qua medewerkers?** Ja en ik ben steeds aan het kijken hoe ik dat duidelijk kan maken. Dat doe ik door het steeds te herhalen, door casussen te noemen. Want dat ik de enige manier. Ik vind dat heel belangrijk."

Gevoel van prestatie
Over de waarde 'gevoel van prestatie' zijn de meningen verdeeld. Zo vindt de een het wel belangrijk dat je blijft presteren maar vindt het ook belangrijk dat het niet gepushed wordt. De ander vindt heeft een negatieve connotatie met de waarde, zij vindt het iets negatiefs omdat de klant niets moet, als het gevoel van de klant goed is hoef je geen moeite te doen vindt zij. De manager vindt de waarde wel heel belangrijk en betrekt dit vooral op de medewerkers. Zo vindt hij, "Gevoel van prestatie, ja dat heb ik wel heel erg. We zijn op weg. Ik denk als ik daar een cijfer voor moet geven gebaseerd op de mensen, dan zeg ik dat het hier nog tussen de drie en de vier in zit. Ik ben ook steeds aan het kijken hoe ik dat duidelijk kan maken. Dat doe ik door het steeds te herhalen, door casussen te noemen. Want dat is de enige manier."

Eindconclusie
Het valt op dat de medewerkers de willen presteren maar niet gepushed willen worden, ook willen zij daardoor de klant niet pushen tot het afsluiten van een verzekering. Terwijl de manager dit wel heel erg belangrijk vindt en dit aan zijn medewerkers duidelijk probeert te maken.

18. Vergeving

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**We maken allemaal fouten en die moet je kunnen vergeven, behalve als het heel erg misgaat.**	"En vergeving, ja we maken allemaal wel eens fouten en die moet je kunnen vergeven. Tenzij het natuurlijk heel erg misgaat dan kun je niet het schadebedrag alsnog uitkeren of zoiets, dat zijn nu eenmaal regels. **Nee oké dat snap ik. Maar je vindt het dus wel belangrijk?** Ja je moet elkaar kunnen vergeven, dat is menselijk. **Oké.**"
2	2	**Als er fouten worden gemaakt moet je het goed uitleggen dan snapt de klant dat. Gaat puur om communicatie. Maar komt niet zo vaak voor.**	"En ja vergeving, nou ja ik hoef niemand wat te vergeven. Je merkt wel als er fouten worden gemaakt, als je het rustig uitlegt dan snapt een klant dat ook echt wel uiteindelijk. **Dus als een klant een fout maakt?** Ja of ik, en dat ligt gewoon aan de manier waarop je het brengt. Als je gewoon uitlegt hoe het zit, dan doet een klant eigenlijk nooit moeilijk. Maar het is echt de communicatie, puur communicatie. Hoe leg je het uit, hoe doe je het, op wat voor toon etc. Dus vergeving ja, dat komt niet zo vaak voor bij mij, gelukkig. Dus een tweetje. **Een tweetje?** Ja ik vind het niet zo belangrijk. **Oké duidelijk."**
3	7	**Waar mensen werken worden fouten gemaakt, daar moet je goed mee omgaan en het loslaten.**	"Vergeving, ja dat ben ik ook. Ik bekijk dat vanuit mezelf maar ook vanuit het kantoor, dat vind ik een zeven. **Ja?** Ja. **En waarom heb je bij vergeving een zeven? Wat versta jij onder vergeving in welke context?** Nou in alle context. Mensen kunnen fouten maken en als ze daar goed mee omgaan dan moet je dat loslaten. Maar waar mensen werken worden fouten gemaakt. En dat mag ook maar als je maar niet, dat vind ik altijd, twee, drie, vier keer dezelfde fout maakt. Want dan vind ik je dom en dan reageer ik ook op die manier en dan wordt ik heel erg direct en kortaf. Vroeger wist ik dat niet te omschrijven en nu kan ik dat wel. Maar dat was de reden. En dan zei ik ook gelijk: 'Ben je dom of zoiets?' Maar dat doe ik nu niet meer [lacht]. **Duidelijk."**

Vergeving
De medewerkers zijn het er allemaal over eens dat mensen nou eenmaal fouten maken en je die moet kunnen vergeven en het los moet kunnen laten. Het gaat hierbij puur om communicatie, "Dat ligt gewoon aan de manier waarop je het brengt. Als je gewoon uitlegt hoe het zit, da doet een klant eigenlijk nooit moeilijk. Maar het is echt de communicatie, puur communicatie. Hoe leg je het uit, hoe doe je het, op wat voor toon etc.

Eindconclusie
De medewerkers van Independent Duinrand zijn het er allemaal over eens dat mensen nou eenmaal fouten maken en je die moet vergeven en het los moet kunnen laten. Communicatie is daarbij belangrijk, het gaat erom hoe je het uitlegt.

Waardenlijst 2 – instrumentele waarden

19. Eerlijk

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	7	**Je moet eerlijk zijn want je hebt een zorgplicht, dat staat voorop van de adviseur naar de klant.**	"**Even kijken hoor je hebt eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam.** Nou ja kijk je hebt een zorgplicht en daar staan heel veel woorden op die lijst die daar eigenlijk in moeten staan. Als jij aan je zorgplicht moet voldoen dan heb je hier aan heel veel dingen te houden. En dat staat voorop, de zorgplicht van de adviseur naar de klant. Dat is allemaal wettelijk geregeld dus ja."
2	7	**Belangrijk in werk en privéleven. Marcel is heel eerlijk en open, bedrijf daardoor ook.**	"Even kijken hoor, eerlijk, betrouwbaar heel belangrijk, behulpzaam vind ik ook belangrijk. **Heel veel zevens en zessen zie ik? Dus alles is eigenlijk wel belangrijk?** Ja. **En vind je deze waarden meer voor jou in je werk belangrijk of hoe bedoel je dat precies?** In mijn werk maar ook privé. **Maar zo zou je dus ook Independent Duinrand omschrijven? Aan de hand van deze waarden? [wijst naar waarden met zevens en zessen op de lijst]** Ja, zeker weten. **Kun je dat uitleggen?** [respondent denkt na] Oké, dan kijk ik puur naar hoe ik hier voor het eerst kwam en dan als ik het naar de klant uitleg. **Ja.** Toen ik hier voor het eerst kwam had ik een gesprek met Marcel. En bij dat eerste gesprek was het al gelijk rechtstreeks, je weet precies hoe hij denkt, hoe hij voelt want hij liegt er niet om. Dat doet hij ook net zo makkelijk tegen een klant ook als hij het er niet mee eens is zegt hij het gewoon. Ze zijn heel ruimdenkend, ze hebben alles voor een klant over. Ze zijn beleefd als de klant ook beleefd is naar hen. Zo werk ik zelf ook, ik ben heel lang beleefd tegen een klant maar uiteindelijk zeg ik ook van ik heb hier geen zin in. Dus dat zijn we denk ik allemaal."
3	7	**Eerlijk is belangrijk, dan kijk ik vanuit mijzelf en het personeel.**	"[vult zeven in bij de waarde eerlijk] Hoppa, een zeven. **Ja een zeven?** [vult de bij de waarden betrouwbaar en behulpzaam ook een zeven in] **Ja zijn die allemaal belangrijk?** Ja die zijn allemaal belangrijk. Behulpzaam, betrouwbaar, eerlijk en dan kijk ik vanuit mezelf en vanuit het personeel."

Eerlijk
De medewerkers van Independent Duinrand vinden de waarde 'eerlijk' heel belangrijk. Zo vinden medewerkers dat de zorgplicht waaraan zij zich moeten houden voorop staat, en dat houdt ook in dat het bedrijf eerlijk moet zijn naar zijn klanten toe. Daarnaast geven zij aan dat de waarde ook belangrijk is in hun privéleven. Zij vinden wel dat het bedrijf eerlijk is, een medewerker betrekt dit vooral op de manager. Zo vindt zij, "Toen ik hier voor het eerst kwam had ik een gesprek met Marcel. En bij dat eerste gesprek was het al gelijk rechtstreeks, je weet precies hoe hij denkt, hoe hij voelt want hij liegt er niet om. Dat doet hij net zo makkelijk tegen een klant ook als hij het er niet mee eens is zegt hij het gewoon."

Eindconclusie
De medewerkers vinden dat Independent Duinrand eerlijk is, omdat vooral de manager zegt waar het op staat. Daarnaast vinden zij het ook belangrijk om eerlijk te zijn naar hun klanten, dat moeten zij ook vanwege de zorgplicht die ze hebben.

20. Betrouwbaar

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	7	**Je moet betrouwbaar zijn want je hebt een zorgplicht, dat is wettelijk geregeld dus ja.**	"**Even kijken hoor je hebt eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam.** Nou ja kijk je hebt een zorgplicht en daar staan heel veel woorden op die lijst die daar eigenlijk in moeten staan. Als jij aan je zorgplicht moet voldoen dan heb je hier aan heel veel dingen te houden. En dat staat voorop, de zorgplicht van de adviseur naar de klant. Dat is allemaal wettelijk geregeld dus ja."
2	7	**Belangrijk in werk en privéleven. We liegen er niet om.**	"Even kijken hoor, eerlijk, betrouwbaar heel belangrijk, behulpzaam vind ik ook belangrijk. **Heel veel zevens en zessen zie ik? Dus alles is eigenlijk wel belangrijk?** Ja. **En vind je deze waarden meer voor jou in je werk belangrijk of hoe bedoel je dat precies?** In mijn werk maar ook privé. **Maar zo zou je dus ook Independent Duinrand omschrijven? Aan de hand van deze waarden? [wijst naar waarden met zevens en zessen op de lijst]** Ja, zeker weten. **Kun je dat uitleggen?** [respondent denkt na] Oké, dan kijk ik puur naar hoe ik hier voor het eerst kwam en dan als ik het naar de klant uitleg. **Ja.** Toen ik hier voor het eerst kwam had ik een gesprek met Marcel. En bij dat eerste gesprek was het al gelijk

			rechtstreeks, je weet precies hoe hij denkt, hoe hij voelt want hij liegt er niet om. Dat doet hij ook net zo makkelijk tegen een klant ook als hij het er niet mee eens is zegt hij het gewoon. Ze zijn heel ruimdenkend, ze hebben alles voor een klant over. Ze zijn beleefd als de klant ook beleefd is naar hen. Zo werk ik zelf ook, ik ben heel lang beleefd tegen een klant maar uiteindelijk zeg ik ook van ik heb hier geen zin in. Dus dat zijn we denk ik allemaal."
3	7	**Ja die is heel belangrijk, vanuit mijzelf gezien en vanuit het personeel.**	"[vult de bij de waarden betrouwbaar en behulpzaam ook een zeven in] **Ja zijn die allemaal belangrijk?** Ja die zijn allemaal belangrijk. Behulpzaam, betrouwbaar, eerlijk en dan kijk ik vanuit mezelf en vanuit het personeel."

Betrouwbaar
De medewerkers van Independent Duinrand vinden de waarde 'betrouwbaar' ook heel belangrijk. Zo vinden medewerkers dat de zorgplicht waaraan zij zich moeten houden voorop staat, en dat houdt ook in dat het bedrijf betrouwbaar moet zijn naar zijn klanten toe. Daarnaast geven zij aan dat de waarde ook belangrijk is in hun privéleven. Zij vinden wel dat het bedrijf betrouwbaar is, een medewerker betrekt dit vooral op de manager. Zo vindt zij, "Toen ik hier voor het eerst kwam had ik een gesprek met Marcel. En bij dat eerste gesprek was het al gelijk rechtstreeks, je weet precies hoe hij denkt, hoe hij voelt want hij liegt er niet om. Dat doet hij net zo makkelijk tegen een klant ook als hij het er niet mee eens is zegt hij het gewoon."

Eindconclusie
De medewerkers vinden dat Independent Duinrand behulpzaam is, omdat vooral de manager zegt waar het op staat. Daarnaast vinden zij het ook belangrijk om eerlijk te zijn naar hun klanten, dat moeten zij ook vanwege de zorgplicht die ze hebben.

21. Behulpzaam

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	7	**Je moet behulpzaam zijn want je hebt een zorgplicht, dat is allemaal wettelijk geregeld.**	"**Even kijken hoor je hebt eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam.** Nou ja kijk je hebt een zorgplicht en daar staan heel veel woorden op die lijst die daar eigenlijk in moeten staan. Als jij aan je zorgplicht moet voldoen dan heb je hier aan heel veel dingen te houden. En dat staat voorop, de zorgplicht van de adviseur naar de klant. Dat is allemaal wettelijk geregeld dus ja."
2	6	**Belangrijk op werk en in privéleven. Ze zijn heel ruimdenkend en hebben alles voor de klant over.**	"Even kijken hoor, eerlijk, betrouwbaar heel belangrijk, behulpzaam vind ik ook belangrijk. **Heel veel zevens en zessen zie ik? Dus alles is eigenlijk wel belangrijk?** Ja. **En vind je deze waarden meer voor jou in je werk belangrijk of hoe bedoel je dat precies?** In mijn werk maar ook privé. **Maar zo zou je dus ook Independent Duinrand omschrijven? Aan de hand van deze waarden? [wijst naar waarden met zevens en zessen op de lijst]** Ja, zeker weten. **Kun je dat uitleggen?** [respondent denkt na] Oké, dan kijk ik puur naar hoe ik hier voor het eerst kwam en dan als ik het naar de klant uitleg. **Ja.** Toen ik hier voor het eerst kwam had ik een gesprek met Marcel. En bij dat eerste gesprek was het al gelijk rechtstreeks, je weet precies hoe hij denkt, hoe hij voelt want hij liegt er niet om. Dat doet hij ook net zo makkelijk tegen een klant ook als hij het er niet mee eens is zegt hij het gewoon. Ze zijn heel ruimdenkend, ze hebben alles voor een klant over. Ze zijn beleefd als de klant ook beleefd is naar hen. Zo werk ik zelf ook, ik ben heel lang beleefd tegen een klant maar uiteindelijk zeg ik ook van ik heb hier geen zin in. Dus dat zijn we denk ik allemaal."
3	7	**Belangrijk, vanuit mijzelf gezien en vanuit het personeel gezien.**	"[vult de bij de waarden betrouwbaar en behulpzaam ook een zeven in] **Ja zijn die allemaal belangrijk?** Ja die zijn allemaal belangrijk. Behulpzaam, betrouwbaar, eerlijk en dan kijk ik vanuit mezelf en vanuit het personeel."

Behulpzaam
De medewerkers van Independent Duinrand vinden de waarde 'behulpzaam' ook heel belangrijk. Zo vinden medewerkers dat de zorgplicht waaraan zij zich moeten houden voorop staat, en dat houdt ook in dat het bedrijf betrouwbaar moet zijn naar haar klanten toe. Daarnaast geven zij aan dat de waarde ook belangrijk is in hun privéleven. Zij vinden wel dat het bedrijf behulpzaam is, een medewerker betrekt dit vooral op de manager. Zo vindt zij, "Toen ik hier voor het eerst kwam had ik een gesprek met Marcel. En bij dat eerste gesprek was het al gelijk rechtstreeks, je weet precies hoe hij denkt, hoe hij voelt want hij liegt er niet om. Dat doet hij net zo makkelijk tegen een klant ook als hij het er niet mee eens is zegt hij het gewoon."

Eindconclusie
De medewerkers vinden dat Independent Duinrand behulpzaam is, omdat vooral de manager zegt waar het op staat. Daarnaast vinden zij het ook belangrijk om eerlijk te zijn naar hun klanten, dat moeten zij ook vanwege de zorgplicht die ze hebben.

22. Opgewekt

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Niet van belang, daar**	"En ja opgewekt, dat vind ik niet zo van belang, dan vind ik

		komt de klant niet voor, wel voor behulpzaamheid en betrouwbaarheid	behulpzaam en betrouwbaar belangrijker. **En waarom?** Omdat de klant daarvoor hier komt, niet omdat we opgewekt zijn. **Ja oké."**
2	6	**Altijd vrolijk als ik werk en opgewekt, Marcel is dat ook altijd.**	"En opgewekt, ja ik ben altijd vrolijk als ik hier zit, dus ik ben wel opgewekt. En Marcel altijd ook [lacht hardop] **[lacht hardop]."**
3	6	**Positieve uitstraling, dat merken klanten, dus heel belangrijk.**	"Opgewekt, ook belangrijk, een zesje. **En waarom is opgewekt belangrijk?** Nou kijk, als je opgewekt bent dan heb je gewoon een positieve uitstraling en dat gaan klanten ook merken. Ook door de telefoon of de mail of de chat, dat merken klanten en dat is dus heel belangrijk. **Oké."**

Opgewekt
De meningen over de waarde opgewekt zijn verdeeld. Zo vindt de ene medewerker het niet van belang of het bedrijf opgewekt is naar haar klanten toe, daarvoor komt de klant niet naar kantoor. De klant komt naar kantoor omdat wij betrouwbaar en behulpzaam zijn zo vindt hij. Een andere medewerker betrekt de waarde meer op zichzelf, ze geeft aan dat ze altijd opgewekt en vrolijk is als ze op kantoor is en dat de manager dat ook altijd is. De manager betrekt de waarde meer op het bedrijf, "Nou kijk, als je opgewekt bent dan heb je gewoon een positieve uitstraling en dat gaan klanten ook merken. Ook door de telefoon of de mail of de chat, dat merken klanten en dat is dus heel belangrijk.

Eindconclusie
De meningen zijn verdeeld over de waarde opgewekt. De een vindt het niet belangrijk voor het kantoor de ander vindt het wel belangrijk vindt het wel belangrijk voor zichzelf. En de manager vindt het juist wel belangrijk dat het bedrijf opgewekt is, dit merkt de klant immers ook.

23. Liefhebbend

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Wel klantvriendelijk, liefhebbend meer in de privésfeer.**	"En liefhebbend dat vind ik ook niet bij Duinrand passen, we zijn wel klantvriendelijk natuurlijk, maar liefhebbend vind ik meer iets voor in de privésfeer zeg maar. **Oké."**
2	7	**Met bepaalde schadegevallen wel een bepaald soort liefde, meeleven met klant.**	" Liefhebbend, ja dat heb ik zeker met mijn klanten. Zeker met bepaalde schadegevallen, dan denk ik echt van oh wat rot. En dat heeft toch met bepaalde liefde te maken. Natuurlijk niet op een romantische manier [lacht hardop] **Nee ik snap je.** Dan kun je je zo goed indenken hoe een klant zich moet voelen. **Dus dan leef je eigenlijk een beetje mee met de klant?** Ja dan leef je echt mee met de klant en dan denk ik nou ik ga nu echt bellen naar de maatschappij is dat nou nog niet geregeld, die mensen hebben een inbraak achter de rug enz. Dus dan ga je helemaal mee in een bepaalde emotie. En eigenlijk hang je op en is die emotie weer weg dus het niet zo dat ik er mee naar huis ga. Maar zo ben ik wel met mijn werk bezig."
3	6	**Op een liefdevolle en normale manier met elkaar omgaan hier is heel belangrijk.**	"Liefhebbend, ook belangrijk ook een zes. **In welke zin ziet u liefhebbend dan?** Ja dat de verstandhouding gewoon goed is, dat we op een liefdevolle en normale manier met elkaar omgaan hier."

Liefhebbend
De medewerkers van het bedrijf betrekken de waarde liefhebbend over het algemeen op de relatie op kantoor onderling en met klanten. Zo vindt de manager dat het personeel onderling om een liefdevolle ne normale manier met elkaar om moet gaan. Een medewerker betrekt de waarde meer op het klantencontact, "Liefhebbend, ja dat heb ik zeker met mijn klanten. Zeker met bepaalde schadegevallen, dan denk ik oh wat rot. En dat heeft toch met bepaalde liefde te maken. Natuurlijk niet op een romantische manier. Dan kun je je zo goed indenken hoe en klant zich moet voelen. Dan leef je echt mee met de klant." Een andere medewerker vindt liefhebbend helemaal niet belangrijk voor het bedrijf omdat hij het meer in de privésfeer vindt vallen.

Eindconclusie
De medewerkers vinden dat het personeel onderling op een liefdevolle manier met elkaar moeten omgaan. Ook zijn zij soms liefhebbend in het klantencontact door mee te leven met de klant. Een medewerker vindt de waarde niet bij het bedrijf passen omdat hij het meer in de privésfeer vindt vallen.

24. Onafhankelijk

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	7	**Daar staan we natuurlijk voor, onze naam zegt eigenlijk al alles.**	"**Even kijken hoor, onafhankelijk.** Ja is er een acht? Daar staan we natuurlijk voor, onze naam zegt dat al, dat zegt eigenlijk al alles. Vandaar dat onafhankelijk daar natuurlijk bij staat."
2	7	**Moeten we wel zijn, hard op weg maar goede intentie dus komt goed.**	"Onafhankelijk, ja dat moeten we wel zijn want dat is onze bedrijfsnaam natuurlijk. **Maar is het bedrijf dat ook?** Nou we zijn hard op weg en we hebben ook wel die intentie dus dat komt wel goed."
3	7	**Hoef ik niet uit te leggen.**	"Onafhankelijk een zeven natuurlijk, dat hoef ik niet uit te leggen."

Onafhankelijk

Alle medewerkers vinden het logisch dat het bedrijf onafhankelijk is, het zit immers in de naam. Zo vindt respondent 1, “Ja is er een acht? Daar staan we natuurlijk voor, onze naam zegt het al, dat zegt eigenlijk alles. Vandaar dat onafhankelijk daar natuurlijk bij staat.” Respondent 2 is het hier mee eens,
“Onafhankelijk, ja dat moeten we wel zijn want dat is onze bedrijfsnaam natuurlijk. Nou we zijn hard op weg en we hebben ook wel die intentie dus dat komt wel goed.”

Eindconclusie
De medewerkers vinden de waarde onafhankelijk allemaal bij het bedrijf passen omdat het bedrijf daarvoor staat. Ze vinden dat Independent Duinrand goed op weg is om helemaal onafhankelijk te worden, en hebben er vertrouwen in dat dit goed komt omdat ze die intentie wel hebben.

25. Ruimdenkend

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Meedenken wat dat stelt de klant op prijs. Ik merk dat de klant dat fijn vindt.**	“Ruimdenkend, dat is ook van belang, je moet met de klant meedenken want dat stelt de klant heel erg op prijs als je dat doet. **Dat merk je ook?** Ja dat moet je wel doen als adviseur en in zo’n gesprek of via de mail of chat dan merk je dat de klant dat fijn vindt. Dan krijg ik terug ‘Ah super bedankt voor het meedenken’ of zoiets en dat is dan leuk om te horen natuurlijk.”
2	7	**Ze hebben alles voor een klant over.**	“Ze zijn heel ruimdenkend, ze hebben alles voor een klant over.”
3	3	**Moet je zelf weten of je ruimdenkend bent, personeel is nog niet ruimdenkend.**	“Tsja ruimdenkend, dat moet je zelf weten of je ruimdenkend bent of niet, een drietje. **Dat moet je zelf weten zeg je?** Ja ruimdenkend, hoe moet ik dat in het bedrijf denken? **Zou je Independent omschrijven als ruimdenkend?** Jawel, maar zijn de mensen dat even denken [respondent denkt na] Nee. **Dus de medewerkers zijn niet ruimdenkend?** Nee, daar zijn ze nog niet. **Daar zijn ze nog niet maar dat wil je wel naartoe?** Ja, ik denk dat dat het is.”

Ruimdenkend
De medewerkers van Independent Duinrand betrekken de waarde ‘ruimdenkend’ op het meedenken met de klant. Zo vindt respondent 1, “Ruimdenkend, dat is ook van belang, je moet met de klant meedenken want dat stelt de klant heel erg op prijs als je dat doet.” Respondent 2 is het hier mee eens, “Ze zijn heel ruimdenkend, ze hebben alles voor een klant over.”. De manager vindt echter dat het bedrijf wel ruimdenkend is, maar dat de medewerkers dat nog niet zijn.

Eindconclusie
Het valt op dat de medewerkers het wel belangrijk vinden dat er meegedacht wordt met de klant maar de manager vindt dat de medewerkers nog niet ruimdenkend genoeg zijn.

26. Beleefd

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Vanzelfsprekend want er wordt volgens de wet professionaliteit verwacht.**	“Beleefd, ja vanzelfsprekend. **Vanzelfsprekend?** Ja dat leer je ook bij de cursussen van het WFT, dan wordt er professionaliteit van je verwacht en daar hoort beleefd natuurlijk bij. **Oké.”**
2	7	**Ze zijn beleefd als de klant ook beleefd is naar hen.**	“Ze zijn beleefd als de klant ook beleefd is naar hen. Zo werk ik zelf ook, ik ben heel lang beleefd tegen een klant maar uiteindelijk zeg ik ook van ik heb hier geen zin in. Dus dat zijn we denk ik allemaal.”
3	5	**Is heel belangrijk, ze zijn hier op de goede weg daarmee.**	“Beleefd, tsja [respondent denkt na] **Hoe belangrijk is dat?** Ja dat is heel belangrijk, maar doen de mensen het hier? Dan zet ik een vijf neer, ze zijn op de goede weg.”

Beleefd
De medewerkers associëren de waarde beleefd met Independent Duinrand omdat ze het vanzelfsprekend vinden dat het bedrijf beleefd is, dit wordt immers ook verwacht van de wet. Een ander vindt weer dat Independent Duinrand beleefd is zolang de klant ook beleefd naar het bedrijf toe is. Zo vindt zij, “Ik ben heel lang beleefd tegen een klant maar uiteindelijk zeg ik ook van ik heb hier geen zin in. Dus dat zijn we denk ik allemaal.” De manager vindt het erg belangrijk dat het personeel beleefd is naar klanten, hij vindt dat ze op de goede weg zitten.

Eindconclusie
De medewerkers vinden de waarde eerlijk belangrijk omdat dat ook van hen wordt verwacht volgens de wet terwijl een ander vindt dat het bedrijf niet altijd beleefd blijft. De manager vindt dat het personeel goed op weg is, maar dat het nog beleefder kan.

27. Vergevingsgezind

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Je moet elkaar kunnen vergeven.**	“Vergevingsgezind, ja net als bij vergeving, je moet elkaar kunnen vergeven.”
2	0	**Ik kan er niks mee [haalt schouders op] Gewoon een nul.**	“ Vergevingsgezind vind ik weer echt, tsja [haalt schouders op] **Je kan er niks mee?** Nee ik kan er niks mee. , ja en vergevingsgezind vind ik gewoon een nul.”
3	6	**Wel belangrijk, je moet**	“Vergevingsgezind, tsja, vind ik wel belangrijk een zes.

		elkaar kunnen vergeven als iemand een fout goed oplost.	**Hetzelfde als bij de waarde vergeving op de vorige lijst, is dit voor jou, hetzelfde verhaal?** [denkt na] **Toen zei je dat je elkaar moet kunnen vergeven als iemand een fout goed oplost.** Juist. **Ja?** Ja.”

Vergevingsgezind
De medewerkers linken de waarde vergevingsgezind aan de waarde vergeving. Zij vinden deze twee waarden hetzelfde. Een paar medewerkers vinden dat je elkaar moet kunnen vergeven. Zo vindt respondent 3, “Je moet iemand kunnen vergeven als iemand een fout goed oplost.” Een andere medewerker kan de waarde niet met het bedrijf linken.

Eindconclusie
De medewerkers linken de waarde vergevingsgezind aan de waarde vergeving. Sommige medewerkers vinden dat je elkaar moet kunnen vergeven, een ander vindt dat dit niet bij het bedrijf past.

28. Beheerst

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Niet uit je slof springen als iemand het even niet begrijpt, we blijven altijd wel netjes vind ik.**	“Beheerst, ja dat heeft ook weer met professionaliteit te maken en met beleefd natuurlijk. Je moet niet uit je slof springen aan de telefoon als iemand het even niet begrijpt bijvoorbeeld. **Dus je vindt Independent Duinrand wel beheerst?** Ja wij blijven altijd wel netjes vind ik. **Oké.”**
2	2	**[lacht hardop] Beheerst is het hier niet, ook niet qua communicatie met de klant. Peter en Sylvia wel beheerst.**	“Ja en beheerst dat is het hier niet. **Nee?** [lacht hardop] Nee, ook qua communicatie ook naar een klant toe. Dat is niet beheerst, ook daarbij zegt iedereen wat ze denken. Peter is heel beheerst in dingen. Maar als ik de rest moet horen inclusief mezelf dan… O ja en Sylvia die is ook beheerst. **Die is ook beheerst?** Ja. **Maar de rest niet?** Nee, ik voel het gewoon aan. Ik denk dat Sylvia en Peter meer de regeltjes volgen en ik denk dat de rest qua gevoel dat wat hij wil. Althans zo komt het op mij over. **Oké ja dat kan.** Dus bij mij is beheerst een twee.”
3	6	**Ik heb nog niet meegemaakt dat ze ongeduldig naar de klant zijn. Kan niet beoordelen, gevoel dat sommigen beheerst zijn en anderen niet.**	“Beheerst een zeven. Dat betrek ik heel erg op mijzelf, maar de mensen hier, tsja, heb jij iets? Ik heb het hier nog niet meegemaakt laat ik het zo zeggen. Dat je zegt van ze zijn niet beheerst? **Ik welke zin beheerst?** Ongeduldig naar de klant en dat soort dingen. **Ja wat vind jij ervan?** Ja ik kan dat niet beoordelen. Mijn gevoel zegt dat sommigen medewerkers wel beheerst zijn en sommigen niet, maar dat zegt mijn gevoel verder kan ik het niet beoordelen. Dus dan een zes. **Ja een zes? Maar je weet het niet zeker?** Ja.”

Beheerst
De medewerkers van Independent Duinrand vinden het belangrijk dat bedrijf beheerst is naar het klanten. Zo vindt respondent 1, "Je moet niet uit je slof springen aan de telefoon als iemand het even niet begrijpt bijvoorbeeld. Wij blijven wel altijd netjes vind ik.” De manager is het hier mee eens, “Ik heb het hier nog niet meegemaakt. Ongeduldig naar de klant en dat soort dingen. Ik heb het gevoel dat sommigen beheerst zijn en sommigen niet.” Respondent 2 is het hier mee eens, zij vindt ook dat sommige medewerkers meer beheerst zijn dan anderen. Ze vindt van zichzelf en Marcel dat ze niet beheerst zijn naar klanten toe en dat ze zeggen wat ze denken.

Eindconclusie
Opvallend is dat het gevoel wat de manager heeft klopt, de een is meer beheerst dan de ander. Dit beaamt een medewerker ook, zij vindt zichzelf en de manager niet beheerst naar klanten toe terwijl zij denkt dat de rest dit wel is.

29. Moedig

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Ze hebben wel lef in deze branche, gaan nieuw avontuur aan.**	“Moedig, ja ik vind ze wel moedig, ze hebben wel lef. **En waarom vind je dat?** Ja omdat ze een heel nieuw avontuur aangaan en in deze branche vind ik dat zeker lef hebben. **Oké.”**
2	6	**Sowieso moedig, toch die stap hebben genomen en dat uit te leggen aan de klant.**	“Moedig, ja ik vind sowieso waar we nu inzitten vind ik heel moedig met alles, dat ze toch deze stap hebben genomen. En dat geldt ook voor mij persoonlijk. Je begint ergens met werken en je weet eigenlijk niet waar je terecht komt. Het is allemaal onzeker, maar ik zeg wel tegen Marcel nu ook van je moet nu wel doorgaan. Je moet je pad volgen want ik geloof er gewoon in. Dus ik vind hier heel moedig en niemand zeikt als er even iets niet lukt. En probeer je ook uit te leggen aan de klant. Want dat straal je ook uit naar de klant, we zijn met iets nieuws bezig. Dus dat is ook een bepaalde moedigheid. En je hoopt dan toch dat je kunt overbrengen naar een klant dat het iets speciaals is. Dus moedig geef ik een zes.”
3	5	**Moedig moet je altijd**	“Moedig, leuk een vijfje. **Een vijf?** Ja moedig moet je altijd

		zijn, maar hoeft niet door te slaan.	wel zijn maar het hoeft niet door te slaan."

Moedig
De medewerkers van Independent Duinrand vinden het bedrijf erg moedig. Zo vindt respondent 1, "Ze hebben wel lef, omdat ze een heel nieuw avontuur aangaan en in deze branche vind ik dat zeker lef hebben." Ook respondent 2 beaamt dit, "Ja ik vind sowieso waar we nu inzitten vind ik heel moedig met alles, dat ze toch deze stap hebben genomen. En je probeert het ook uit te leggen aan de klant, we zijn met iets nieuws bezig. Dus dat is ook een bepaalde moedigheid." De manager vindt echter dat je altijd moedig moet zijn maar dat je niet moet doorslaan daarin.

Eindconclusie
Het valt op dat de medewerkers vinden dat het bedrijf heel er moedig is in de nieuwe dingen die ze aangaan, maar dat de manager dit wel vindt meevallen. Hij vindt vooral dat je niet door moet slaan terwijl de medewerkers het juist heel positief vinden dat het bedrijf zo moedig is.

30. Creatief

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	7	**Je moet creatief vermogen hebben om creatief met oplossingen om te gaan.**	"**Even kijken hoor je hebt nu bij heel erg belangrijk, creatief in welk opzicht creatief of hoe bedoel je dat?** [respondent denkt na] Ja creatief omgaan met oplossingen, want het is niet altijd voor het grijpen, je moet er soms een eigen draai aan geven en ja dan moet je toch een beetje creatief vermogen hebben om dat te kunnen. Het ligt allemaal voor het oprapen al die antwoorden. **Welke antwoorden?** Tsja met voorbeelden weer, met melden van schades enz. of het aanvragen van een aanvraag. Je moet er toch een beetje creatief mee om gaan, je moet maatschappijen bellen eventueel en je moet navragen doen. En dat uiteindelijk richting de klant terugkoppelen natuurlijk. En dan vind ik dat je wel een beetje creatief vermogen moet hebben om dat te kunnen. **Dus om problemen op te lossen moet je creatief denken?** Ja precies."
2	6	**Creatief in de zin van oplossingsgericht, ik doe alles op gevoel.**	"Creatief, [respondent denkt na] Ik kan heel creatief zijn [lacht hardop] **Op welke manier kan je heel creatief zijn?** Ja creatief denken, met klanten op mijn werk. **Kun je daar een voorbeeld van benoemen? Dat je creatief bent in de omgang met de klant of dat je creatief moet denken?** [respondent denkt na] Echt een voorbeeld zou ik niet zo even snel weten. **Nee?** Nee, maar ik zie creatief meer in de zin van oplossingsgericht. Ja er komen dan zo een één keer dingen naar boven, de stomste dingen. Ja ik vind het heel lastig om dat uit te leggen, want ik doe niet alles via het boekje ik doe alles op gevoel. **Ja, en dat werkt wel voor je?** Ja, dat heeft bij mij altijd gewerkt bij klanten. **Oké, en dat merkt de klant dus ook?** Ja dat hoop ik van wel. Dat weet je natuurlijk zelf nooit, je weet achteraf nooit hoe een klant over je denkt. **Nee precies. Maar de klanten zijn wel tevreden daarmee zeg maar?** Ja de klanten die ik nu heb gesproken wel, ik heb er nog geen een gehad die dat niet was. Ik krijg altijd te horen bedankt dat je mij geholpen hebt. Dat is niet zozeer creatief dan, dat is meer dat je altijd voor ze klaarstaat."
3	5	**Wil wel creatieve mensen hebben, zijn we nog niet. Oplossingen bedenken.**	" Creatief, dat wil ik wel hebben hier, creatieve mensen, zijn we dat? Nee dat zijn we niet, dat zijn we nog niet, een vijfje. **Maar wat versta je onder creatief?** Oplossingen bedenken, ook met het chatten dat je bedenkt wat voor openingszin je wilt gebruiken, het meedenken gewoon met alles. En niet denken van 'hoi het zal wel'. Nee, creatief."

Creatief
De medewerkers vinden het belangrijk dat het bedrijf creatief is in het vinden van oplossingen. Zo vindt respondent 1, "Ja creatief omgaan met oplossingen, want het is niet altijd voor het grijpen, je moet er soms een eigen draai aan geven en ja dan moet je toch een beetje creatief vermogen hebben om dat te kunnen." De manager vindt dat het belangrijk is om creatieve mensen in het team te hebben omdat die creatief moeten zijn bij het bedenken van oplossingen. Hij vindt dat het personeel nog niet creatief genoeg is.

Eindconclusie
De medewerkers vinden het belangrijk dat het bedrijf creatief is in het vinden van oplossingen voor de klant. De manager vindt dat het personeel nog niet creatief genoeg is daarin.

31. Zuiver

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Transparant, provisie op polis vermelden.**	"Zuiver, ja wij proberen natuurlijk zo transparant mogelijk met de klant te communiceren, we zetten altijd netjes de

			provisie bij de polis, klanten weten wij eraan verdienen dus ik vind wel dat we daarin zuiver zijn zeg maar. **Oké."**
2	7	**Hetzelfde als eerlijk.**	"Ja zuiver, dat zie ik meer hetzelfde als eerlijk. **Dat zie je hetzelfde als eerlijk?** Ja dat zie ik hetzelfde als eerlijk."
3	4	**Koppelt het aan eerlijk. Zijn ze gemiddeld genomen wel.**	" Zuiver [denkt na] een vier. **Een vier?** Ja. **Wat versta je onder zuiver?** Ja zuiver, ik koppel het aan eerlijk. **En bij eerlijk heb je een zeven gegeven en zuiver geef je een vier.** Ja dat is belangrijk, maar zijn ze dat nu? Ja dat zijn ze wel. We hebben zoveel verschillende mensen hier door elkaar, het is een gemiddelde van iedereen. **Ja precies."**

Zuiver
De medewerkers van Independent Duinrand koppelen de waarde zuiver vooral aan de waarde eerlijk. Zo vindt respondent 1, "Zuiver, ja wij proberen natuurlijk zo transparant mogelijk met de klant te communiceren, we zetten altijd netjes de provisie bij de polis, klanten weten wat wij eraan verdienen dus ik vind wet dat we daarin zuiver zijn." De manager vindt dat het personeel gemiddeld genomen wel zuiver is.

Eindconclusie
Zowel de medewerkers als de manager vindt dat het bedrijf en het personeel zuiver handelt. Dit doen ze door transparant te communiceren met de klant en de provisie op de polis te vermelden zodat de klant weet wat er aan hem verdient wordt.

32. Gehoorzaam

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	4	**Wel belangrijk, maar klant moet geen bevelen opvolgen en adviseur ook niet.**	"**En wat zou je dan een vier geven?** [denkt na] Ja ik weet niet, gehoorzaam misschien. **Gehoorzaam?** Ja. **En waarom gehoorzaam?** Nou ja ik zit even te kijken hoor, gehoorzaam vind ik, je krijgt iets te horen en je moet naar gaan reageren zeg maar. Er wordt iets gezegd en je moet het doen. **Dus meer van bevelen opvolgen of zoiets?** Ja dat vind ik gehoorzaam. **En waarom past dat dan het minste bij jouw omschrijving van het bedrijf?** [denkt na] ik zou het niet als gehoorzaam weergeven, maar [denkt na] ik vind het moeilijk. Nou ja heel simpel, of nou ja heel simpel maar we moeten er wel creatief mee omgaan zeg maar. **Dus dan komt dat creatief er weer bij?** Ja. **Dus je moet er eerder creatief mee omgaan dan gehoorzaam?** Ja vind ik wel. En dan staat gehoorzaam inderdaad bij mij in het rijtje van minst belangrijke. **Maar bedoel je dan gehoorzaam als in buiten de bekende paden treden of?** Ja bijvoorbeeld. Maar dat geldt voor de klant ook. Niet dat kleine kinderen gedrag van jij zegt iets en zij moeten het doen. En ik vind dan niet dat wij dat richting een klant kunnen zeggen en andersom ook niet. **Je kunt elkaar niks opleggen?** Nee precies. **Oké dat is duidelijk."**
2	0	**Ik volg nooit het boekje, ben geen type daarvoor dus niet belangrijk.**	"Gehoorzaam, [lacht hardop] Ja dat ben ik niet. **Nee?** Ja natuurlijk wel gehoorzaam wat je moet doen maar. **Je zei al volgens het boekje doe ik het niet.** Ja ik volg nooit het boekje, ik ben geen type die het boekje volgt. Ik ben het nooit geweest ook. Dus ik vind het ook niet belangrijk."
3	4	**Ik zie alles in afspraken, die moet je nakomen. Gehoorzaam naar woord.**	"Gehoorzaam, dan zitten we op een vier. **Gehoorzaam op welke manier? Naar de klant toe?** Ja ik zie alles in afspraken, als je iets met iemand afspreekt dan moet je dat nakomen. Ik vind gehoorzaam een beetje een naar woord. Een negatief klank hebben. **Maar voor jou betekent het meer dat je je afspraken nakomt?** Ja zo zie ik gehoorzaam."

Gehoorzaam
De medewerkers van het bedrijf betrekken de waarde gehoorzaam als het opvolgen van bevelen en het werken volgens een boekje. Dit vinden de medewerkers niet bij Independent Duinrand passen. Zo vindt respondent 2, "Ja ik volg nooit het boekje, ik ben geen type die het boekje volgt. Ik ben het nooit geweest ook. Dus ik vind het ook niet belangrijk." De manager ziet de waarde gehoorzaam meer als het nakomen van afspraken, hij vindt gehoorzaam een naar woord.

Eindconclusie
De medewerkers hebben negatieve connotaties bij de waarde gehoorzaam. Zij interpreteren de waarde als het opvolgen van bevelen en het werken volgens een boekje. Dit vinden de medewerkers niet bij het bedrijf passen omdat zij zelf ook niet volgens het boekje werken.

33. Competent

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Wat is competent ook al weer?**	"Oké [leest waarden en vult lijst twee in] Ja er zijn er veel hè, [denkt na] Wat is competent ook al weer? **[denkt na] Ja competenties, dat het in je vermogen ligt om iets te doen.** O ja dat is waar ja. **Maar het is maar wat jij onder competent verstaat natuurlijk.** Ja precies. [denkt na en

			vult lijst verder in].”
2	7	**Nog niet genoeg, potentie is er wel.**	“Competent, nog niet genoeg. **Vind je dat het bedrijf zelf, Independent Duinrand, competent is?** Nog niet genoeg. **Nee? Waarom niet?** Nee, er moeten nog veel meer ontwikkelingen komen. Het beginsel staat maar ik heb gewoon het idee dat het nog veel groter kan. Het staat in de kinderschoenen, maar de competentie is er wel, maar nog niet zoals het hoort. **Dus de potentie is er wel?** [lacht hardop] O ja sorry, de potentie is er. Maar als ik dan kijk naar mijzelf, ik heb nog heel wat werk aan de winkel voor mijzelf. Dus dat vind ik eigenlijk ook een hele belangrijke voor mij.”
3	4	**Erg belangrijk, nu vier moet naar zeven. Digitaal en bedieningsmodel.**	“Competent is wel heel erg belangrijk. Als ik hier om mij heen kijk, dan zitten we nog niet hoger als een vier hoor qua competenties. **Nee?** Nee we moeten echt naar een zeven toe. **En waarom een vier?** De combinatie digitaal en het bedieningsmodel.”

Competent
De medewerkers vinden dat het bedrijf nog niet genoeg competent is. Zo vindt respondent 2, “Nee, er moeten nog veel meer ontwikkelingen komen. Het beginsel staat maar ik heb gewoon het idee dat het nog veel groter kan. Het staat in de kinderschoenen, maar de potentie is er wel.” De manager is het hier mee eens en vindt ook dat het bedrijf nog in haar competentie kan groeien.

Eindconclusie
De medewerkers vinden dat het bedrijf nog niet competent genoeg is. Zij vinden dat het nog in de kinderschoenen staat en dat het nog moet groeien.

34. Ambitieus

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Logisch, voor de klant misschien niet maar ik ben het gewend.**	“**En bij ambitieus, intellectueel en logisch heb je ook niks ingevuld?** Nee, ambitieus en intellectueel vind ik eigenlijk vanzelfsprekend want dat zij we zeker en met logisch heb ik niks. **Oké dus je vindt het vanzelfsprekend dat het bedrijf intellectueel en ambitieus is?** Ja want dat verwacht je gewoon als klant denk ik. Of nou ja je verwacht als klant dat we intellectueel zijn denk ik want we weten wel waar we het over hebben, anders komen ze hier niet voor advies. En misschien is het iets minder vanzelfsprekend voor de klant dat wij ambitieus zijn maar dat vind ik meer zo, omdat ik het zo gewend ben. **Oké dus je bent het gewend?** Ja je merkt aan Marcel dat hij gewoon vooruit wil dus vandaar. **Oké.”**
2	4	**Bedrijf is heel ambitieus, enthousiasme op werkvloer. Zelf minder ambitieus maar merkt de klant niks van.**	“Ambitieus, het bedrijf is heel ambitieus, dat is eigenlijk gewoon een tien. **En waarom vind je dat?** Waarom ik dat vind? Ja, ik vind als iemand hier in stapt, hiermee begint dat vind ik gewoon ambitieus, dan heb je lef. En ja je wordt enthousiast van hun enthousiasme eigenlijk. Maar ik krijg ook soms zoveel signalen van Marcel en van Mandy dat ik denk van even nu niet. Dan wil ik gewoon even een ding tegelijk. En dan krijg ik soms mailtjes van Marcel, dan krijg ik er twintig tegelijk. En dan denk ik van ja, hij is gewoon echt een workaholic, een leer gek. Het bedrijf is ambitieus ikzelf minder dat komt gewoon omdat ik mijn werk heel belangrijk vind, maar niet het belangrijkste. **Oké, en hoe merkt de klant dat?** Nee daar merkt de klant niks van. **Nee dat merkt de klant niet? Daar laat je niks van merken?** Nee want als ik aan het werk ben, ben ik er voor 200%. **Dus dan ben je wel ambitieus misschien?** Maar voorheen, toen ik nog manager was enz., toen was ik alleen nog bezig met werk, werk, werk. En nu vind ik werk heel leuk, maar ik vind mij gezinsleven vele malen belangrijker. En als ik voor mijn gezin met mijn werk zou moeten stoppen, dan stop ik. Dus die drive zoals vroeger heb ik niet meer. Maar nu met werken, moet ik wel zorgen dat ik net zoveel weet als de rest hier. Want ja als parttimer word je nog wel eens gezien van die hoeft er niet veel van te weten. Maar ik vind juist als parttimer moet je net zoveel weten als de rest. Er moet geen onderscheid zijn. Dus er is nog een hoop te leren, maar dat is vooral kennis waar ik tekort aan kom. Dus ambitieus is een viertje bij mij.”
3	5	**Nog niet op een zeven, gaat aardig omhoog. communiceren naar klanten dat nog niet**	“ Ambitieus, ja ik geloof wel dat de mensen die ik om mij heen heb ambitieus zijn, een vijf. **Maar je vult de lijst nu in en je kijkt naar de medewerkers?** Ja ik kijk naar de medewerkers en naar wat Independent Duinrand doet. **Ja**

		alles op de rit is.	**precies, en dat is de situatie op dit moment, maar zou je dat ook zo communiceren naar mensen van buitenaf?** Nee, nee. **Dan zeg je al die zevens waar je naartoe wilt?** Ja want dat is het doel. **Dus dat communiceer je dan ook naar buiten?** Ja. **Maar de stand van zaken nu, van al die viertjes die naar zevens moeten?** Dan zeg ik tegen mensen dat nog niet alles op de rit is. Maar dan geef ik ook aan waar we naartoe willen en waarom ik dus bepaalde beslissingen neem. **Dus al die viertjes die vat je in een beetje samen in: nog niet alles is op de rit?** Ja dat zijn we aan het neerzetten, en als er iets fout gaat informeer mij. Want als ik het weet dan kan ik er ook direct wat aan doen. Want je ziet niet alles zelf. Ambitieus, dat gaat ook aardig omhoog, dat jou, komt door Joey en dat komt door Peter."

Ambitieus
De medewerkers van het bedrijf vinden dat Independent Duinrand heel ambitieus is. Een medewerker geeft zelf aan dat hij er zelfs aan gewend is en het voor hem heel normaal is. Een ander vindt dat ook, vooral door de sfeer op de werkvloer. Zo vindt zij, "En ja je wordt gewoon enthousiast van hun enthousiasme eigenlijk." De manager vindt dat het bedrijf steeds ambitieuzer wordt maar dat het nog omhoog kan, hij communiceert echter naar de klant dat het nog allemaal in de kinderschoenen staat.

Eindconclusie
De medewerkers van het Independent Duinrand vinden dat het bedrijf erg ambitieus, dit werkt aanstekelijk op de werkvloer. Het bedrijf wordt dan ook steeds ambitieuzer maar het staat nog steeds in de kinderschoenen volgens hen.

35. Intellectueel

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Vanzelfsprekend, ook voor klant anders komen ze hier niet voor advies.**	"**En bij ambitieus, intellectueel en logisch heb je ook niks ingevuld?** Nee, ambitieus en intellectueel vind ik eigenlijk vanzelfsprekend want dat zij we zeker en met logisch heb ik niks. **Oké dus je vindt het vanzelfsprekend dat het bedrijf intellectueel en ambitieus is?** Ja want dat verwacht je gewoon als klant denk ik. Of nou ja je verwacht als klant dat we intellectueel zijn denk ik want we weten wel waar we het over hebben, anders komen ze hier niet voor advies."
2	0	**Kan het niet goed uitleggen maar heb er gewoon niks mee.**	" Intellectueel, heb ik niks mee. **Nee?** Nee **Dat kan je niet koppelen aan het bedrijf? Zoals jij het bedrijf ziet?** Nee. **Waarom?** [denkt lang na] Ik kan het niet uitleggen ook, ik heb er helemaal geen link mee. **Nou dat kan dat je die associatie niet hebt."**
3	4	**Intellectuele oplossingen, hoeft niet naar zeven, wordt niet verwacht bij simple risk.**	"**Bij intellectueel heb je een vier ingevuld, waarom een vier? Wat versta je onder intellectueel?** Intellectuele oplossingen ergens voor aan kunnen dragen. Dat hoeft niet naar een zeven hoor hier. **Nee?** Nee een vier of vijf is voldoende. **Dus dat is niet heel belangrijk?** Nee dat wordt niet verwacht. Bij een financieel planner, een hypotheekadviseur en een pensioenadviseur wel. Maar bij particulier werk niet, dat is simple risk, wat de klant zelf moet kunnen volgens de verzekeraar."

Intellectueel
De meningen over de waarde intellectueel zijn verschillen bij de medewerkers van het bedrijf. Zo vindt de een het vanzelfsprekend dat het bedrijf intellectueel is omdat de klant verwacht dat het bedrijf weet waar ze het over heeft. Een andere medewerker heeft niets met de waarde en kan intellectueel niet koppelen aan het bedrijf. De manager vindt dat het personeel intellectuele oplossingen moet aan kunnen dragen, maar dit hoeft van hem niet naar een hoger niveau. "Dat wordt niet verwacht. Bij een financieel planner, een hypotheekadviseur en een pensioenadviseur wel. Maar bij particulier werk niet, dat is simple risk, wat de klant zelf moet kunnen volgens de verzekeraar."

Eindconclusie
De medewerkers van Independent Duinrand vinden dat het personeel wel intellectuele oplossingen aan moet kunnen dragen maar dat dit niet naar een hoger niveau hoeft. Dat wordt niet verwacht bij simple risk producten.

36. Logisch

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-	**Met logisch heb ik niks.**	"**En bij ambitieus, intellectueel en logisch heb je ook niks ingevuld?** Nee, ambitieus en intellectueel vind ik eigenlijk vanzelfsprekend want dat zijn we zeker en met logisch heb ik niks."
2	2	**Bedrijf wel gestructureerd, nog niet zoals het zou moeten, begint nu pas te komen.**	"Logisch, vind ik ook zo'n heel vaag begrip, wat is nou logisch? **Ja wat is voor jou logisch?** Voor mij is er niks logisch. **Hoe bedoel je?** Nou gewoon ik vind logisch iets heel gestructureerds eigenlijk, dus daar heb ik niet zo heel

			veel mij. **Dus je vindt het bedrijf niet zo gestructureerd?** Het bedrijf is wel gestructureerd, nog niet op de manier waarop het zou moeten. Dat begint nu pas te komen, maar daar merkt de klant niks van. Dus dat is het belangrijkste. De klant merkt het niet, alleen achter de schermen zijn we daar mee bezig. [denkt na] Jeetje, ik vind het toch wel een andere tak van sport dit. Ik moet zo anders nadenken. Ik denk er niet over na als ik mijn werk doe, ik vind het allemaal logisch. [lacht hardop] **[lacht hardop]** Ik denk er helemaal niet bij na, ik werk al mijn hele leven op gevoel. En dan ga je wel eens op je plaat maar ik ben niet zo als Marcel en Mandy die bijvoorbeeld echt hele plannen al hebben. Nee, dat heb ik niet. Dus logisch, ja alles is logisch. **Oké, en wat voor cijfer zou je geven aan die waarde?** Een twee."
3	3	**Logisch nadenken, moet naar zeven. Out of the box.**	"Logisch, zit op drie en dat moet naar zeven, want je moet wel heel logisch kunnen nadenken. **En wat versta je onder logisch nadenken? Wat is voor jou logisch?** Ja logisch nadenken gewoon. Kijk er is van een afstand naar, out of the box. **Een ander perspectief?** Ja, en ga eens logisch nadenken gewoon zeg ik dan."

Logisch
Een medewerker kan de waarde logisch niet met het bedrijf linken. De medewerkers die de waarde wel met het bedrijf linken vinden het bedrijf gestructureerd en logisch in de opbouw van het bedrijf. Daarnaast vinden zei dat het bedrijf logisch moet nadenken, "Je moet wel heel logisch nadenken. Kijk er is van een afstand naar, out of the box."

Eindconclusie
De medewerkers van Independent Duinrand vinden dat het bedrijf logisch gestructureerd en opgebouwd is. Ook vinden zij het belangrijk dat er binnen het bedrijf logisch nagedacht wordt.

Analyseschema's vragen

37. Komt het wel eens voor dat u op een feestje/verjaardag aan anderen vertelt waar u werkt? (Zo ja, hoe omschrijft u Independent Duinrand dan? In hoeverre neemt u die beschrijving mee in de communicatie met de klant?)

Respondent	Label	Quote
1	**Wel eens, niet zo vaak. Ik leg uit dat ik verzekeringsadviseur ben. Ik communiceer wat voor werk ik doe, waar ik zit en wat het kantoor doet. Dat we op internet te vinden zijn en onze werkwijze. Geef hulp en tips aan vrienden en kennissen.**	"**Als eerste om maar mee te beginnen, ben je wel eens op een verjaardag of een feestje en moet je dan wel eens uitleggen waar je werkt? Dat mensen vragen goh waar werk je nou?** Verjaardagen en feestjes natuurlijk wel eens, niet zo vaak gelukkig. En daar komt ook ter sprake van joh wat doe jij? **En hoe leg je dat dan uit aan mensen?** Allereerst leg ik uit dat ik verzekeringsadviseur ben, de meesten weten wat je dan doet. Zo niet, dan leg je dat even uit. Daarnaast leg je uit waar je werkt. **En hoe omschrijf je het bedrijf dan?** Waar ik zit, wat voor werk ik doe en dat wij natuurlijk te vinden zijn via het internet. Ik leg uit wat ons kantoor doet. En wat ik wel eens doe, want het zijn vrienden en kennissen van mij, ik stuur dan vervolgens even een mailtje van; kijk daar even naar of heb je hulp nodig? Dus ik maak het wel af. Of nou ja ik moet het zo zeggen, in het gesprek maak ik het in die zin af dat zij op papier hebben of weten waar ik werk en wat ik doe. **Oké, dus je zorgt er wel voor dat mensen echt weten waar je werkt?** Ja, ja. **Ja oké. En in hoeverre neem je die beschrijving die je aan je vrienden vertelt mee naar je beschrijving van het bedrijf naar de klant toe?** Best wel ver, althans, in die zin ver. Een klant komt bij jou met iets, je werkt het uit en uiteindelijk heeft de klant dat wat hij nodig heeft. Bij een schade bijvoorbeeld wil hij geholpen worden, uiteindelijk is hij geholpen. Wat ik dan doe is de klant daarvan een bevestiging sturen en nogmaals op wijzen van joh dit is de werkwijze die wij doen. Middels chat, tijdens de chat, je behandelt de schade, is dat afgewikkeld ga je verder vragen, ga je je kantoor kenbaar maken door linkjes te sturen, door uit te leggen wat we doen. Dus eigenlijk eerst het probleem oplossen en dan verder vragen en dan je verder kantoor even kenbaar maken aan de klant. **Oké dus in alle communicatie naar de klant maak je wel duidelijk dit is onze werkwijze, zo doen wij dat?** Ja. **Dat laat je in alles wel terug komen?** Ja."
2	**Ja heel vaak. Ik werk bij een assurantiekantoor, uniek, volledig digitaal, nog in de kinderschoenen, energiek. Vrienden helpen met verzekeringen en vertellen op te kijken op onze site.**	"**Nou allereerst, komt het wel eens voor dat je op een feestje of een verjaardag bent en je moet vertellen waar je werkt?** Ja heel vaak. **En wat zeg je dan?** Nou dat ik ten eerste bij een assurantiekantoor werk, dat we eigenlijk best wel uniek zijn omdat we volledig digitaal aan het werk zijn. En dat het nog in de kinderschoenen staat, maar je maakt zoveel mee op de werkvloer dat je er zelf al enthousiast van wordt. Je zegt tegen de mensen ook, je moet echt eens even gaan kijken wat ik nou aan het doen ben. Ik heb nu ook een vriendin waar ik de verzekering voor moet regelen, om te gaan vergelijken omdat we natuurlijk ook nu met dat servicepakket werken onder provisie. Ik zeg ook het is niet zo duf, iedereen denkt altijd dat een assurantiekantoor suf werk is. Maar dan zeg ik dat het echt niet aan de orde is bij ons kantoor, iedereen hier heeft zoveel energie. Ik vind het heel prettig en zo breng ik het over naar mensen op verjaardagen. **Oké, en breng je dat ook over naar de klant? Zeg je wat je tegen vrienden zegt, ook tegen de klant?** Meestal wel, het ligt er ook aan hoe je gesprek gaat met de klant. Ik was bijvoorbeeld een verzekering aan het afsluiten met een oudere man en die werd zelf al helemaal enthousiast van mij omdat hij dat zelf af ging sluiten via zijn eigen computer. En wordt dan weer aangestoken door mijn enthousiasme. En dan zeg ik tegen zo'n klant: 'Je moet er even doorheen het is misschien in de eerste instantie moeilijk dat je denkt ik wil helemaal niks met computers. Maar als je er eenmaal gewend aan bent dan is het ideaal. Het is gewoon heel gemakkelijk. Je bent natuurlijk gewend om altijd alles op papier te schrijven. Vroeger kwamen ze met grote stapels papier bij je aan van zoek het even uit.' En dan zeg ik tegen de klant: 'Nu wordt het gewoon veel overzichtelijker.' Dus zo."
3	**Ja natuurlijk. Financiële dienstverlener opgezet, volledig gericht op deze tijd met digitale tools. Hypotheek advies offline, schade producten online.**	"**Nou eerste vraag, ben je wel eens op een verjaardag of feestje en moet je dan wel eens uitleggen waar je werkt?** Ja natuurlijk. **Interviewer: Oké en hoe leg je dan uit waar je werkt, hoe omschrijf je Independent Duinrand dan?** Ja je vraagt nu naar iets wat zo nieuw is, even denken. **Interviewer:**

		Ik heb het nu niet over de franchise formule, ik heb het dan alleen over dit kantoor, Independent Duinrand. Ja dat is lastig [respondent denkt na] Hoe leg ik het dan uit? Nou ik heb een financiële dienstverlener opgezet, volledig gericht op deze tijd waarbij we communiceren door middel van alle digitale tools die er op dit moment zijn. Dat vertel ik. Dus een online dienstverlener. **Oké, en vertel je datzelfde verhaal dat je tegen je vrienden vertelt, vertel je dat ook tegen de klant?** Ja, online dienstverlener, online en offline zeg ik dan. Want als de klant een hypotheek advies nodig heeft dan kan de klant gewoon tegenover ons zitten als hij dat wil. Maar schade producten gaan online."

Eindconclusie

De medewerkers omschrijven Independent Duinrand als een bedrijf wat op internet te vinden is met een unieke werkwijze en dat het vooral nog in de kinderschoenen staat. Zij omschrijven Duinrand niet alleen aan vrienden en familie maar geven ze ook gelijk tips en bieden hun hulp aan als het om verzekeringen gaat.

38. Als u naar de concurrentie kijkt van Independent Duinrand, kunt u dan een paar concurrenten opnoemen?

Respondent	Label	Quote
1	**Grote vergelijkers zoals Independer & HoyHOy, alle direct writers denk ik. Wij gaan meer dan verzekeringen doen dus eigenlijk alle internetaanbieders.**	"**Als je kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kun je dan wat concurrenten van Independent Duinrand opnoemen, die volgens jou concurrenten zijn?** Nou ja he de grote vergelijkers zoals Independer, HoyHoy, eigenlijk al die direct writers denk ik. Die ook via internet ook alles aanbieden en dan heb ik het niet alleen maar over verzekeraars maar ook eigenlijk alle internet aanbieders. Wij gaan natuurlijk voor de verzekeringen, maar wij gaan meer dan verzekeringen alleen doen. Dus de concurrenten zijn eigenlijk alle internetaanbieders."
2	**Independer, HoyHoy en Ohra want daar ben ik zelf verzekerd. Er zijn er meer maar die weet ik niet.**	"**Even kijken, als je kijkt naar de concurrentie, kun je dan een paar concurrenten opnoemen van Independent Duinrand? Wat in jouw ogen concurrenten zijn?** Ja, Independer, HoyHoy, Ohra. **Ohra? Waarom Ohra?** Waarom Ohra? Misschien omdat ik daar zelf verzekerd ben. **Oké, en op welk vlak is dat een concurrent volgens jou?** Op premie. **Premie?** Ja, gewoon goedkopere premies. [respondent denkt na] Ja Independer, HoyHoy en Ohra, voor de rest zie ik niet zo veel concurrenten eigenlijk. **Nee?** Nee. **En waarom zie je dan niet meer concurrentie?** Nou ja ik kan er gewoon niet opkomen op al dat soort bedrijven. Independer en HoyHoy, dan denk ik aan dat irritante beest. En er zijn er natuurlijk wel meer, maar ik weet niet welke."
3	**Eigenlijk op dit moment geen concurrent als ik om mij heen kijk. Vissen allemaal in dezelfde vijver, maar ons concept is heel anders.**	"**Als je naar de concurrentie kijkt van Independent Duinrand, wat zijn dan de belangrijkste concurrenten?** Als ik nu op dit moment generalistisch kijk wat onze concurrenten zijn, dan zijn dat in principe alle assurantiekantoren. **Alle assurantiekantoren?** Ja en ook gevolmachtigden, dat zijn onze concurrenten. Maar als ik kijk naar de concurrenten op dit moment, waar de wereld naartoe gaat, dan heb ik nog niemand ontdekt die mijn concurrent is, op dit moment. Ja dat klinkt arrogant, maar niemand in hetzelfde. **Niemand in dezelfde vijver?** Jawel we vissen allemaal in dezelfde vijver, maar het concept is heel anders, dus hoe zij de markt benaderen is heel anders van hoe wij het gaan doen. En die concurrent heb ik nog niet gevonden, gelukkig. Want daar houd ik mijn hart constant voor vast, dat dat gaat gebeuren. En dat er in een keer een concept komt want in een keer staat helemaal. Daarom loop ik zo te pushen."

Eindconclusie

De medewerkers van het bedrijf noemen vooral vergelijkingssites en direct writers als concurrenten. De manager vindt heeft nog geen echte concurrenten opgemerkt omdat hij vindt dat het concept van Independent Duinrand heel anders is dan wat er nu in de markt te vinden is.

39. Als u kijkt naar deze concurrent(en), wat doet Independent Duinrand dan beter vindt u?

Respondent	Label	Quote
1	**Het onafhankelijk zijn, anderen hebben nog niet het complete plaatje, wij wel. Daar kunnen zij van leren, je bent er tenslotte voor de consument.**	"**Wat zou de concurrentie nog van Independent Duinrand kunnen leren?** Kunnen leren? **Ja, wat doen wij beter dan de concurrentie?** Ja het onafhankelijk zijn en laat ze maar kijken naar ons eigenlijk wat ze allemaal kunnen aanbieden want volgens mij zijn al die concurrenten die hebben niet het complete plaatje wat wij hier nu al eigenlijk hebben. Er zijn een aantal waar wij een voorbeeld aan willen nemen, zoals Cool Blue, daar willen we naartoe. Maar er zijn een aantal andere verzekeraars die niet de mogelijkheid bieden die wij bieden. En daar kunnen zij van leren want ja tenslotte ben je er voor de

		consument."
2	**Het onafhankelijk zijn. Betere relatie met de klant, een persoonlijke relatie. Transparanter en toegankelijker naar de klant toe. Concurrentie hele logge bedrijven.**	"**Oké, wat doet Independent Duinrand beter dan die concurrenten vind je?** Nou sowieso onafhankelijk zijn. Ik denk dat wij een betere relatie hebben met de klant, een persoonlijke relatie met de klant. We zijn transparanter naar de klant. En toegankelijker. **Kun je dat uitleggen waarom je het bedrijf in die aspecten beter vindt?** Omdat ze bij ons ook gewoon kunnen binnenlopen op kantoor, dat kunnen ze natuurlijk bij de rest ook. [respondent denkt na] Ik zie hun als hele logge bedrijven. En ik zie Independent gewoon als tussenpersoon, maar toch groot. **Ja, ja, dus je zegt je kunt er gewoon binnenlopen, maar het niet een log apparaat zoals de concurrentie?** Ja, mensen gaan Independent niet zo gauw als een log apparaat, zoals een Independer die je alleen maar via de televisie ziet, want daar is het maar iets in de ruimte, het is niet iets wat je aan kunt raken. **En wat versta je dan onder log? Wat vind je er dan log aan, aan die concurrentie?** Te groot bedrijf, een te logge organisatie. Niet als een te groot gebouw, maar gewoon als een te grote onderneming. En die straks zijn straks de weg kwijt is, die weten niet meer waar hun klanten zijn. Die gaan er maar vanuit dat klanten naar hun toe komen, omdat ze dan zogezegd weer goedkopere premies kunnen aanbieden. Maar de nazorg voor de klant, en het helpen van de klant met de polisvoorwaarden dat zit er bij hen niet in. Of een jaarlijkse premiecheck of als ze echt schade hebben. Ik denk dat zij daar tekort aan gaan schieten."
3	**Innovatief, zijn andere tussenpersonen niet. Maar ik hoop die wel te vinden voor de franchise formule.**	"**Oké wat doet Independent Duinrand beter dan de concurrentie?** Innovatief. **Innovatief?** Ja. **De concurrentie is niet innovatief dus?** Ik zeg niet dat ze dat helemaal niet zijn, maar [denkt na] Nee die heb ik nog niet gevonden, die hoop ik te vinden die franchisenemers. En al is dat maar 5% van de 5000 dan is het al goed. **Die wil je aan boord?** Ja minimaal. Als je die ondernemers aan boord hebt, en die zijn innovatief en die zien het ook, dan kun je de markt aan met z'n allen. Dan ga je echt samenwerken."

Eindconclusie

De medewerkers vinden vooral dat Independent Duinrand het goed doet op het gebied van onafhankelijkheid, transparantie en relatie met de klant. Zij vinden dat andere bedrijven hier nog op achter lopen. De manager vindt het bedrijf erg innovatief en heeft nog niet veel tussenpersonen gezien die dit zijn. Hij hoopt ze wel te vinden voor de franchiseformule.

40. En in welke opzichten zou Independent Duinrand van de concurrentie kunnen leren?

Respondent	Label	Quote
1	**Op dit moment gewoon marketing. Kenbaar maken naar de buitenwereld, sprint maken.**	"**En wat doen die concurrenten beter in uw ogen dan Independent Duinrand?** Op dit moment is het gewoon marketing. **Marketing, oké en waarom?** Ja daar draait alles om, je moet je kenbaar maken richting de buitenwereld, richting de consument en dat kan op velerlei manieren. En wij moeten een sprint maken en wij zijn er nog niet zover dat we ze aankunnen. **Oké dus echt de marketing.** Ja."
2	**Meer naamsbekendheid sowieso. Verder niet te veel van hen leren, je wil niet met hen vergeleken worden.**	"**Oké, en ik welk opzicht doet de concurrentie het beter dan Independent Duinrand? Waar kunnen wij nog wat van leren?** Meer naamsbekendheid, dat sowieso. [respondent denkt na]. Ik denk dat je daar niet teveel van moet leren. Ik denk dat je gewoon verder moet gaan. Ik denk dat je daar niet mee vergeleken wil worden. **Oké dus het enige waar wij wat van zouden kunnen leren is de naamsbekendheid?** Ja, maar daar komen wij ook wel."
3	**Eigenlijk verzekeraars ook concurrenten. Wij kennen de klant, zij niet. Zij hebben al wel vergelijkers klaar, wij niet. Personalisering doen zij op dit moment beter.**	"**En als je naar de concurrentie kijkt, volgens jou dus alle assurantiekantoren eigenlijk, wat doet de concurrentie dan beter dan Independent Duinrand?** Nou ja ik zei het eigenlijk verkeerd bij de vorige vraag, want als ik kijk naar de digitale wereld, dan zijn mijn concurrenten op dit moment ook de verzekeraars. **Ook de verzekeraars?** Ja en wat proberen wij daarbij? Om die concurrentie uit te schakelen, wat dat is eigenlijk wat ik aan het doen ben. Door te doen waar we al jarenlang goed in zijn, distributie van verzekeringen. En zij niet, daar zijn zij niet goed in want daar is hun bedrijf niet goed op ingesteld. En of dat nou digitaal of analoog is dat maakt niet uit, want wij kennen de klant. Dan heb ik de vraag compleet beantwoord. **Oké, en wat doet de concurrentie dan beter dan Independent Duinrand?** Ja wat de concurrentie op dit moment beter doet dat zijn die vergelijkers die al helemaal klaar zijn, en die bij ons nog niet klaar zijn. **De vergelijkers, dat is het enige?** Nee, vergelijkers, het persoonlijk maken, op dit moment dan. Als je kijkt naar alles wat bij ons klaarstaat,

		dan zijn wij beter. Maar de personalisering doen ze op dit moment beter, het vergelijken doen ze op dit moment beter. En de informatieverstrekking is ook zelfs op dit moment beter bij de concurrent. Dus we moeten wat puntjes op de i zetten. Er moet nog veel meer op onze site komen, we moeten nog veel transparanter worden. Dus we hebben nog veel te doen."

Eindconclusie

De medewerkers vinden dat de concurrentie het beter doet op marketinggebied, zij hebben meer naamsbekendheid. Verder vinden de medewerkers dat het bedrijf vooral niet te veel naar de concurrentie moet kijken en gewoon zijn eigen koers moet volgen omdat je niet met de concurrentie vergeleken wil worden. De manager vindt dat de concurrentie op dit moment sterker is in de personalisering, zij hebben al wel de vergelijkers klaar en Independent Duinrand nog niet.

41. Welke cultuur/sfeer heerst er binnen Independent Duinrand? (In hoeverre beïnvloedt deze cultuur/sfeer uw communicatie met de klant?)

Respondent	Label	Quote
1	**Gemoedelijke sfeer, leuke sfeer, klein team, jong en oud. Iedereen heeft ergens kennis van, dat maakt het leuk. Klant een goed gevoel geven door sfeer te laten proeven via de telefoon of op kantoor.**	"**En welke cultuur of sfeer heerst er binnen Independent Duinrand?** Een gemoedelijke sfeer, een leuke sfeer, het is een klein team, gemengd team, jong en oud. En op dit moment heeft iedereen ergens kennis van en dat maakt het leuk. Weet ik ergens niks van dan kan ik naar een andere collega gaan, andersom ook. De kennis is verdeeld laat ik het zo zeggen, en dat is het leuke. **En in hoeverre beïnvloedt de sfeer of de cultuur die er heerst zoals je net zegt het is gemoedelijk en iedereen heeft kennis en je kunt gewoon naar iemand toe lopen omdat het allemaal zo informeel is, in hoeverre beïnvloedt dat jouw communicatie naar de kant toe?** Dat kan je uitdragen, je kunt de sfeer laten proeven aan de klant weet ik niet maar je kan het wel uitdragen. Je kunt ze uitnodigen op kantoor, het oog wil ook wat. Naast dat je ze aan de telefoon horen wil het oog ook wat en daarmee bedoel ik de accommodatie, het pand, de inkleding van het kantoor. Hoe de mensen eruit zien. Ja goed, je probeert in ieder geval weer te geven richting klant joh leuk sfeertje, leuk kantoor. En dat probeer je uit te dragen en dat is toch ook iets wat ik belangrijk vind richting de klant, behalve de verzekering die je afsluit. Je moet ze een gevoel geven dat ze welkom zijn."
2	**Hele losse sfeer, iedereen zegt wat hij denkt. Wordt steeds hechter. Huiskamer gevoel. Komt over op klant door dat je relaxt bent door de sfeer op kantoor. Communiceren op jip- en-janneke manier met klanten.**	"**Oké, en welke cultuur of sfeer vind je dat er binnen Independent Duinrand heerst? Hier op kantoor in het team?** Een hele losse sfeer, iedereen zegt wat hij denkt. Dat is sowieso al prettig. En toch wel hecht, het wordt steeds hechter. Want in eerste instantie gingen we met Peter en vier vrouwen naar de eerste cursus toe en daar zijn er al drie van weg. Maar je merkt nu gewoon er is toch een soort van vaste basis en daar moet je mee verder. Dus ja ik vind het heerlijk om naar mijn werk te gaan. Alleen het pand voelt al alsof ik thuis kom, dat was het eerste wat mij opviel het voelde net alsof ik thuis was. **Een beetje die huiskamer gevoel?** Ja huiskamer gevoel en je wordt op je gemakt gesteld. **Oké dus je vindt het een losse sfeer en een huiskamer gevoel, in hoeverre merkt de klant dat? Communiceer je dat naar de klant?** Ze weten natuurlijk niet hoe het hier eruit ziet, maar omdat je zo relaxed bent, ben je meer ook meer relaxed naar de klant toe. Je bent ontspannen op je werkplek dus draag je op de een of andere manier toch uit naar de klant. En dat kun je niet uitleggen maar dat is toch de manier waarop je dan chat met de klant of praat, de woordkeuzes. Als je natuurlijk in een heel strak, zakelijk kantoor zit, dan communiceer ik gelijk naar de klant toe met 'Geachte'. En dat is mijn gevoel. En hier communiceer ik gewoon op de jip-en-janneke manier met klanten. **Oké, dus je zegt omdat het hier zo relaxed is, voel je jezelf ook relaxter en ga je zo met de klant om. En als je in een strakke zakelijke omgeving zit, dan ga je ook zakelijk naar de klant toe communiceren?** Ja als ik in een zakelijke omgeving zou zitten zou ik ook niet vragen: 'Joh heb je niet lang te leven meer dan'? Dat soort dingen kun je hier wel gewoon doen. Ik had op een gegeven moment tegen een klant gezegd: 'Heb je niet lang te leven meer dan'? Nee, dat zou ik nooit vragen als ik in een strak kantoor zit. Je hebt toch het gevoel dat je gewoon in je stoel thuis zit, en dan communiceer je toch op die manier met de klant. En de ene klant waardeert het en de andere niet hoor, dat voel je weer aan."
3	**Tussen Coolblue en Nationale Nederlanden in. Jong, dynamisch**	"**Oké duidelijk en als je de cultuur of sfeer binnen Independent Duinrand zou moeten beschrijven, hoe zou je**

	en vooruitstrevend maar we weten ook niet waar we naartoe gaan → transitieperiode. Mensen zijn aan het wakker worden, andere helft snapt het wel → communicatie naar de klant verschilt daardoor.	**die dan omschrijven?** Tussen Coolblue en Nationale Nederlanden in. **Oké.** Aan de ene kant jong, dynamisch en vooruitstrevend en aan de andere kant ''We weten niet waar we eigenlijk naar toe gaan'. Daar zitten we tussenin. Ik zie het echt als een transitieperiode en daarin ga ik ook hakken. En dat zullen geen leuke beslissingen worden maar daar heb ik nu een keer maling aan. Ik heb daar heel veel moeite mee om mensen te ontslaan. **Dus je zegt we zitten tussen Nationale Nederlanden en Coolblue in, Coolbue beschreef je net al: jong, dynamisch en vooruitstrevend. En wat bedoel je dan met Nationale Nederlanden?** Wat daar gebeurt is dat mensen nog niet helemaal beseffen wat er allemaal gebeurt om hen heen. Het is ook best moeilijk want er gebeurt zoveel om je heen, maar als je echt wil. [denkt na] **En dat beseffen wij nu wel?** Ja dat besef jij, dat beseft Joey, dat besef ik, sommigen moeten nog wakker worden maar we zijn op weg. Maar ik wil ook wat meer input van ouderen daarin hebben. **Dus je zegt we zitten tussen Nationale Nederlanden en Coolblue in en we zitten in een transitieperiode, dus je wilt naar jong en dynamisch toe en je zit nu…?** Ja dus eigenlijk wil ik nog een iemand vervangen voor een jonger iemand. **Oké en in hoeverre beïnvloedt die cultuur of sfeer die je nu beschrijft de communicatie naar de klant toe, merkt de klant dat?** Ja. **En op welke manier?** Omdat er nu verschillend wordt gecommuniceerd. Door mensen die het wel snappen en door mensen die het niet snappen. **En hoe merk dat de klant daarop reageert?** Nou het feit dat er mensen aan de balie staan. Omdat er bijvoorbeeld schadeformulieren weg zijn. Wat daarnet ook gebeurt, dat kan niet. En wat er afgelopen vrijdag gebeurde dat er niet gereageerd was op een klant, dat kan ook niet. En dat zijn weer streepjes, want ik kan mij nu geen fouten permitteren. Een keer een fout oké, maar twee keer een fout, drie keer een fout. Dat is wat ik net ook al zei, dan ben je gewoon dom. Als je steeds dezelfde fout blijft maken dan ben je dom, dan kan je nog goed kunnen leren en universiteit gedaan hebben, maar als je niet dingen kunt schakelen dan ben je op dat level niet slim."

Eindconclusie

De sfeer wordt door de medewerkers omschreven als gemoedelijke, losse sfeer. Het kantoor straalt een huiskamer gevoel uit wat zorgt voor de informele sfeer. De medewerkers geven aan dat zij hierdoor relaxt zijn en dit ook zo overbrengen op de klant. Zij geven ook aan dat iedereen op dit moment ergens anders kennis van heeft, wat het leuk maakt. De manager omschrjift de sfeer als tussen Nationale Nederlanden en Coolblue in, we willen jong en dynamisch zijn net als Coolblue maar we weten nog niet zo goed waar we naartoe willen net als Nationale Nederlanden.

42. Hoe zou u het karakter van Independent Duinrand beschrijven als het een persoon was?

Respondent	Label	Quote
1	**Vooral onafhankelijk, behulpzaam, professioneel. Eigenlijk alles wat ik met een zes of een zeven op die lijsten heb gezet.**	"**En als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou je het karakter dan beschrijven? Welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand?** Onafhankelijk, behulpzaam, vooral onafhankelijk. Ja. [respondent denkt na] professioneel en ja [respondent denkt na] meer dat soort karaktertrekken inderdaad. Een beetje wat er op die lijst staat. Eigenlijk wat ik als belangrijk heb staan op die lijst. **Oké dus de zevens en de zessen?** Ja dat is een beetje wat ik belangrijk vind."
2	**Ik zie gelijk Marcel voor me, dat is wel leuk. Voor het bedrijf, eerlijkheid qua communicatie, in alles. Helder, transparant, ambitieus en lef vooral.**	"**En als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou je het karakter dan omschrijven? Dat je een persoon in je hoofd hebt van Independent Duinrand, welke karkatereigenschappen heeft het bedrijf dan?** [denkt na] [lacht daarna hardop] Ik zie gelijk Marcel voor me, dat is wel leuk. **Ja? Marcel is Independent Duinrand voor jou?** Marcel is niet Independent Duinrand, hij heeft die ideeën. Als ik nu Independent Duinrand moet omschrijven, dan denk ik gelijk aan eerlijkheid. Qua communicatie, en in alles eigenlijk. Gewoon zeggen wat je denkt, maar dat is natuurlijk ook eerlijk zijn. Helder, transparant, en ambitieus vooral, lef ja lef vooral. Ja, dat vind ik wel, ik vind het gewoon kicken dat je met een paar ballonen naar die verzekeraars gaat. Dat vind ik gewoon lef hebben. Dan denk ik ja dat is gewoon de oude manier van zaken doen. Vroeger moest je ook langs die logge bedrijven. En nu denk je van je stuurt drie een e-mail en daarna laat je het maar. Maar zij gaan juist dan weer langs bij zo'n bedrijf, dus daarom vind het ik kicken. Het is de energie die het uitstraalt."
3	**Open, eerlijk, transparant,**	"**En als Independent Duinrand een persoon zou zijn, welke**

	outgoing, verfrissend, verjongend en overal digitaal aanwezig.	**karaktereigenschappen zou het bedrijf dan hebben?** [lacht hardop] Open, eerlijk, transparant, outgoing, verfrissend, verjongend. **Oké.** En overal aanwezig digitaal."

Eindconclusie
De medewerkers van het bedrijf omschrijven Independent Duinrand als een onafhankelijk, behulpzaam, eerlijk, transprant en open persoon. Ook vinden zij dat het bedrijf lef heeft en het overal digitaal aanwezig is.

43. Welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?

Respondent	Label	Quote
1	**Klantgerichtheid, we zijn er voor de consument.**	"**Oké, en welke karaktereigenschappen heeft het bedrijf die ze niet mag verliezen? Die ze vooral moet behouden?** Klantgericht, de klantgerichte eigenschap, we zijn er voor de klant, we zijn er voor de consument. Op wat voor manier dan ook."
2	**De energie en de eerlijkheid vooral.**	"**Oké en welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** De energie vooral, de energie en de eerlijkheid. **Oké, de energie en de eerlijkheid."**
3	**Integriteit en eerlijkheid, heel belangrijk vind ik dat.**	"**Oké, en welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Het allerbelangrijkste is wat ik hier voel, en dat is de integriteit en de eerlijkheid. Heel belangrijk vind ik dat."

Eindconclusie
De medewerkers vinden dat het bedrijf de klantgerichtheid, energie en de eerlijkheid niet mogen verliezen. Ze zijn er tenslotte voor de klant vinden ze.

44. Welke karaktetrekken mist Independent Duinrand nog? / Welke karaktertrekken moet Independent Duinrand vandaag de dag veranderen?

Respondent	Label	Quote
1	**Onafhankelijkheid, het toonbaar maken naar de buitenwereld. Accurate snelheid richting klant kan beter denk ik.**	"**Oké, en welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Ja op dit moment, ja we kunnen ons nog niet op een zodanige manier naar buiten brengen, aan de wereld tonen zeg maar wie we zijn. Maar goed dat heb je met een startend bedrijf, daar moeten we nog naar toe. **Zich tonen aan de wereld maar welk karaktereigenschap zou daar dan bij passen denk je?** [respondent denkt na] Ja toch die onafhankelijkheid denk ik, we zijn er voor de klant. **Oké, en welke eigenschappen moet Independent Duinrand vandaag nog veranderen? Dat je denkt van nou dat moet zo snel mogelijk opgelost?** [respondent denkt na] ja waar ik aan zit te denken is, ik denk het reageren richting klant. Maar welke karaktereigenschap is dat? Die hebben we wel maar nog niet voldoende denk ik, accurate snelheid kan beter denk ik. **Dus eigenlijk mag Independent Duinrand zijn klantgerichtheid niet verliezen, maar tegelijkertijd moet er wel snel iets gebeuren aan de accurate en snelheid anders verliest Independent Duinrand haar klantgerichtheid?** Ja precies."
2	**Structuur nog een beetje, in de werkwijze. Van oude rotzooi af, dan kunnen we sneller en commerciëler werken.**	"**En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** [respondent denkt na] Structuur nog een beetje. **Structuur?** Ja. **En in welke zin structuur?** Structuur in de werkwijze nog een beetje. Ja, qua werkwijze en niet qua bedrijf zelf, want de klant die merkt daar weer niks van, dat is allemaal achter de schermen. **Oké dus meer de structuur intern?** Ja. Ik denk ook dat je daar qua bedrijf niet zo heel veel aan moet veranderen, je moet het niet te veel opblazen, blijf nu gewoon zo doorgaan zoals je nu bezig bent. En zorg er dan inderdaad voor dat de werkwijzen steeds gemakkelijker worden voor de klant maar ook voor ons. **Maar je zegt, de klant merkt er niks van, maar je zegt ook als het hier intern beter gestructureerd is dan kan je gemakkelijker naar de klant toe communiceren?** Nee want dat doe je nu al, maar dan kun je sneller reageren. **Dus de klant merkt daar dan wel wat van?** Nee, want de klant weet dat hij een respons kan verwachten binnen 48 uur en daar houden wij ons nu ook al aan dus veel veranderd er niet. **Oh op die manier oké. Dus dan kun je binnen die 48 uur nog sneller reageren bedoel je?** Ja precies. **Oké duidelijk. En welke karaktertrekken moet Independent Duinrand vandaag de dag nog veranderen? Dat je denkt van dat moet zo snel mogelijk opgelost?** [respondent denkt na] Nee ik kan niet echt iets bedenken dat snel opgelost zou moeten worden. **Nee?** Nee. Het enige is wat ik hoop is dat we snel van die oude rotzooi af zijn, maar daar staat Independent Duinrand natuurlijk weer los van. Ja, dat is intern, dus dat is weer die werkwijze. Ik kijk er echt naar uit dat we straks alleen nog maar sneller kunnen

		werken, met e-mail enz. Dat we echt commercieel bezig kunnen zijn."
3	**Oplossingsgerichtheid, klanten niet meer persoonlijk naar je laten mailen.**	". **Oké en welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?** [denkt na] Oplossingsgerichtheid, en niet moeilijk denken, gewoon doen en oplossen. Dat mist er nog. **Oké, en welke karaktereigenschappen moet Independent Duinrand vandaag de dag nog veranderen? Iets waarvan je zegt: ''Dat moet vandaag nog opgelost eigenlijk''?** Heel simpel, klanten niet meer persoonlijk naar je laten mailen. Zodat collega's het ook zien. **En welke karaktereigenschap past daarbij?** Oplossingsgerichtheid. **Oké dus dat weer?** Ja dan kom ik weer daarop terug en dan blijkt dus hier ook weer uit, je moet wel in oplossingen denken en niet in problemen. **Oké dus de karaktereigenschap die Independent Duinrand nog mist zou je vandaag al willen veranderen.** Ja dat vind ik echt zwaar irritant ja."

Eindconclusie

De medewerkers vinden dat het bedrijf nog zichtbaarheid, structuur in de werkwijze en oplossingsgerichtheid mist. Zij geven ook aan dat ze vandaag de dag de acurate snelheid naar de kant zouden veranderen. Daarnaast zouden ze graag van de 'oude rotzooi' van het bedrijf af zijn zodat ze sneller en commerciëler kunnen gaan werken.

45. Als u een leeftijd zou geven aan Independent Duinrand welke zou dat zijn?

Respondent	Label	Quote
1	**Ouderen jongeren, beetje richting 40. 30/40 daar moet je naartoe.**	"**En als je nou een leeftijd zou moeten geven aan het bedrijf, als het een persoon was wat voor leeftijd zou het dan hebben?** [respondent denkt na] ja ik denk de ouderen jongeren, jongere ouden, ik denk een beetje richting 40. **De ouderen jongeren en jongere ouderen?** Ja zeg ik dat goed? Ik denk 30/40 daar moet je naartoe. Je hebt een bepaalde doelgroep natuurlijk."
2	**35, niet te jong, iemand die weloverwogen met iets bezig is, midden in het leven, flexibel je kunt nog alle kanten op.**	"**Oké, en als je een leeftijd zou moeten geven aan Independent Duinrand, want je hebt die persoon nog in je hoofd met die karaktertrekken, en welke leeftijd zou je er dan aan geven?** 35. **35? En waarom?** Niet te jong, iemand die wel overwogen met iets bezig is. Wat ik vind dat je met je 35e daar wel mee bezig bent. Dan ben je serieus. Als je vijftig bent dan ben je veel meer bezig met je pensioen enz. Als 35-iger sta je gewoon midden in het leven en je kunt nog alle kanten op. Ik ben van mening dat je dan nog flexibel bent."
3	**34/35. Mix van jong en oud. Ik kan het niet uitleggen, gebaseerd op opmerkingen in de gesprekken die ik voer.**	"**Oké, en als je een leeftijd zou moeten geven aan de persoon Independent Duinrand, die je nu in je hoofd hebt, welke leeftijd zou dat dan zijn?** 34/35. **34/35?** Ja. **Oké en waarom?** Een mix van jong en oud. **En waarom precies die leeftijden?** Ja [komt niet uit woorden] [denkt na] Ik kan dat niet uitleggen, ik hoor opmerkingen in de gesprekken die ik voer en uit die gesprekken haal ik het. En af en toe denk ik oké we gaan de goede kant op we worden jong en dynamisch. Daarom ben ik ook begonnen met die stoelendans, ik wil het meemaken, ik wil jong tegenover oud zetten. En die jongeren moeten de ouderen motiveren. **Dus die leeftijd 34/35 dat is een gevoel dat je hebt, maar dat kun je niet helemaal uitleggen?** Dat is de combinatie van mensen, eigenlijk wil ik het liefste twee man persoon vervangen. Bijvoorbeeld een medewerker hier heeft heel veel moeite met de digitale werkwijze maar ze is wel intelligent. Maar ze heeft ook jaren analoog gewerkt en kent niet anders en nu moet ze opeens digitaal dus dat is lastig. En daar ben ik naar opzoek, hoe ga ik dat invullen? Ga ik er weghalen van de vloer en laat ik haar geen commercie meer doen? Daar zit ik ook over na te denken. Want dan wordt het commerciële team sterker door. Dus dat is mijn dilemma nu. **Oké ja dat kan."**

Eindconclusie

Medewerkers geven een leeftijd van 30/40 aan het bedrijf omdat een persoon van die leeftijd midden in het leven staat, weloverwogen met iets beizg is, en nog alle kanten op kan. De manager geeft aan dat hij de leeftijd die hij het bedrijf geeft niet uit kan leggen, het is meer mix van gevoel dingen die hij tijdens gesprekken hoort.

46. Wat vindt u van Leon de Kameleon als mascotte? Waarom? (in hoeverre beïnvloedt deze mening uw communicatie met de klant?)

Respondent	Label	Quote
1	**Uniek, goed gevonden. Verandert in kleur met de omgeving, wij veranderen mee met de klant. Geen eng beest. Wel wennen voor klanten. Mensen kennen knuffelige mascotte van HoyHoy**	"**Oké, dan heb ik nu wat uitingen van Independent Duinrand, natuurlijk ken je deze al maar even voor de duidelijkheid. Je kent natuurlijk onze Leon de kameleon, en nu mag je heel eerlijk zeggen wat je daar van vindt.[laat afbeelding van Leon de kameleon zien]** Heel uniek, ik vind Leon heel uniek, goed gevonden ook, zeker met dat wat wij

	en kameleon is niet knuffelig. Communiceer ik ook zo naar klant.	naar buiten ook brengen. Leon verandert in kleur, die verandert mee met de omgeving, dat willen wij ook. Wij veranderen mee met de klant dus op zich is dat een heel goed gevonden logo of mascotte. Het is geen eng beest zoals wij het er van de week over hadden. Maar ik denk dat het wel wennen is voor de klant, om zo'n beest te zien. **En waarom?** Ja goed voor de ene is het eng en voor de ander niet. Misschien denken mensen van huh wat is dat voor beest? Heel veel mensen kennen dat beertje van de concurrent van HoyHoy. Die is eigenlijk een beetje, tegenovergesteld is niet het goede woord, een beer is een beer. Ze zien dat toch iets als zacht, knuffelig, leuker. Je knuffelt eerder zo'n beer dan zo'n kameleon. Dus is het misschien daarom, tsja hoe zeg je dat? **Dus is het misschien daarom wennen voor de klant?** Ja ik denk het. **Dat het minder lief en knuffelig overkomt?** Ja ik denk het. Het heeft toch zijn stekels, je pakt zoiets toch niet zo gauw beet. **Nee oké, nee precies.** Maar voor wat hij doet, hij past zich aan de omgeving aan, ja daar willen we ook naartoe, maar je pakt zo'n beest denk ik niet zo gauw beet. **Oké dus je zegt het is uniek, het is goed gevonden maar wel even wennen voor de klant. En in de communicatie met de klant, laat je dan merken het is wel even wennen of, komt die mening van jou dan naar voren van uniek en goed gevonden, welke van de twee of allebei?** [respondent denkt na] Eigenlijk allebei, want ik denk dat het beter is dat je daar zelf mee komt dan dat je dat van de klant moet horen. Dat het toch een beest is dat je niet zo gauw vastpakt. **Dus je bent daar wel gewoon eerlijk in?** Ja ja tuurlijk!"
2	**Kleuren zijn leuk, past wel. Heb het er niet over met de klant, meer de kleur. Interesseert mij niet hoe dat beest heet.**	"**Dan wil ik het even met je hebben over de uitingen van Independent Duinrand, jou als het goed is wel bekend. Maar dan mag je gewoon eerlijk zijn wat je daar echt van vindt. Bijvoorbeeld we hebben onze Leon de Kameleon als mascotte, wat vind je daar nou eerlijk van?** Nee die vind ik leuk! **Ja? En waarom?** Ja gewoon de kleuren, niet qua beest. **En waarom niet qua beest?** Ja ik ben helemaal geen beesten mens, maar gewoon qua kleur enz. past het wel. **Oké en in hoeverre beïnvloedt die mening die je over Leon de Kameleon hebt jouw communicatie met de klant? Laat je bijvoorbeeld merken dat je de kleuren leuk vindt maar het beest zelf niet?** Nee daar heb ik het helemaal niet over met de klant. **Nee? Ook niet indirect?** Nee, maar meer als je verwijst naar de site, dan verwijs je naar Leon de Kameleon of hoe heet dat beest? Ja daarom, het interesseert mij ook helemaal niet hoe dat beest heet. Nee, maar dan heb ik het meer tegen de klant over het beest met die kleurtjes. [lacht hardop] Ja ik heb soms hele rare gesprekken met klanten."
3	**Zwaar kicken! → zeg ik niet zo tegen klant → Fris, kleurtjes voor jonge doelgroep. Combinatie kameleon en kleur spreekt visueel aan.**	"**Dan even over de symboliek, Independent Duinrand heeft natuurlijk verschillende uitingen. Die ken je natuurlijk allang. Maar ik ga even per medewerker af wat ze nou echt van die uitingen vinden. Gewoon puur hun persoonlijke mening, gewoon eerlijk. We hebben natuurlijk Leon de Kameleon wat vind je daar nou eerlijk van? [laat kaartje met Leon de Kameleon zien]** Wat ik daar eerlijk van vindt? Ja zwaar kicken! Dat was mijn eerste ingeving toen in de mascotte voor het eerst zag, zwaar kicken. **En waarom vind je hem zo zwaar kicken?** Ja omdat toen het gepresenteerd werd hadden wij zoiets van: ja dat is voor de jongere doelgroep, die kleurtjes die spreken aan, het is fris en ik wordt er blij van ook. Als ik naar de site ga dan wordt ik daar blij van, dat voel ik aan mijzelf. Vroeger was Duinrand altijd zo down, saai en dat heb ik niet meer, nu denk ik: hé leuk. **Oké dus de kleuren spreken aan, en de kameleon zelf?** Ja vind ik gaaf, omdat we hem gekleurd hebben. Want een kameleon zonder kleur daar zou ik niet voor kiezen. Absoluut niet. **Het komt echt door die kleur dus?** Ja en dan de combinatie wat een kameleon doet met die kleuren dat is waarom het ook visueel aanspreekt. **En die mening die je hebt, zwaar kicken, breng je dat ook zo over op de klant?** Nee als de klant vraagt hoe we op de kameleon zijn gekomen dan zeg ik dat we het leuk vonden met die kleuren omdat we een jongere doelgroep willen aanspreken. Dat wat ik zeg tegen klanten. Want de oudere doelgroep nemen we op sleeptouw."

Eindconclusie

De medewerkers van Independent Duinrand zijn allemaal zeer positief over de mascotte en vinden deze goed passen bij het bedrijf omdat ze het verhaal er achter kennen. Ze vinden wel dat de klant er nog erg aan moet wennen omdat het geen lief

beestje is zoals de luiaard van HoyHoy.nl. De manager geeft aan dat de kameleon en de kleuren een jongere doelgroep aanspreken.

47. Wat vindt u van de stijl/look & feel van de website? (In hoeverre beïnvloedt deze mening uw communicatie met de klant?)

Respondent	Label	Quote
1	**Kleurrijk, dus valt op. Klanten vinden site goed opgebouwd maar moeten wel zoeken. ➔ geen zoekfunctie. Ik communiceer daarom vaak met links.**	"**Oké, dan hebben we natuurlijk nog de website, je weet hoe die eruit ziet natuurlijk. Die kan ik nu niet even laten zien. Wat vind je van de stijl en de look & feel van de website?** Het valt op, het is kleurrijk, dus valt het op. Het valt heel veel mensen op. Ja, weetje ik zit er dagelijks in dus ik ben eraan gewend. Ik vraag het wel eens aan de klant en wat ik toch vaak te horen krijg is dat het goed opgebouwd is. Maar ze moeten wel surfen om iets te gaan vinden. **Ze moeten zoeken?** Ja ze moeten zoeken. Is er trouwens een zoekfunctie of een mogelijkheid tot zoeken op onze site? **Geen idee eigenlijk!** Weet ik ook niet. **Nou die schrijf ik dan nog even op als idee voor Marcel.** Nee, maar het valt op en het is allemaal netjes geordend, maar klanten moeten alsnog veel zoeken merk ik. Daarom communiceer ik ook vaak met links. **Met wat?** Met linkjes naar een schadeformulier etc. **Omdat ze het dus niet kunnen vinden? Dan chatten ze van hé ik zoek het schadeformulier maar ik kan het niet vinden?** Ja bijvoorbeeld. **Oké, dus je merkt aan de klant, het is een mooie site, kleurrijk, goed geordend, maar ik moet nog wel veel zoeken.** Ja je moet nog wel veel zoeken. Maar goed dat kan je ook denk ik niet anders, want je hebt gewoon heel veel informatie en die moet je ordenen, en die informatie is geordend maar je moet er wel naar zoeken."
2	**In het begin heel rommelig, nu soms nog te druk ➔ chatfunctie die steeds omhoog komt.**	"**Oké duidelijk, en wat vind je van de stijl of de look en feel van de website?** In het begin heel rommelig, ik vind het soms nog wel te druk. Want ik irriteer me er bijvoorbeeld ook aan dat die chatfunctie weer steeds omhoog komt in je scherm. **Daar irriteer jij je aan?** Ja daar irriteer ik mij aan, maar dat moet je natuurlijk gewoon wegklikken. Ik irriteer mij eraan, misschien jij weer helemaal niet dat is natuurlijk persoonlijk. **En merken klanten dat dan, dat jij je irriteert?** Nee, dat zal een klant nooit merken aan mij."
3	**Goed maar puntjes moeten op de i. Ligt aan vormgeving, alles moet op de juiste plek staan.**	"**Oké, en wat vind je van de stijl/look & fool van de website?** De algemene indruk goed, want dat is zoals we het wilden en nu moeten de puntjes nog op de i. Als ik de website nu een cijfer moet geven dan is het een 6,5 en met de puntjes op de i wordt het een acht. **En waar ligt dat aan, ligt dat aan de stijl of…** Nou dat is echt puur wat Marco nu aan het doen is, vormgeving. Dat alles klopt, dat alles op de juiste plek staat, dat het makkelijk te vinden is. [laat website zien] Ik ben natuurlijk geen vormgever maar wel een ondernemer dus ik let overal op. Dit irriteert mij al heel lang [wijst op achtergrond website] die stopt halverwege en dan is het gewoon een wit vlak. **O ja dat wil je door laten lopen?** Ja dat ik ook wat ik tegen Marco heb gezegd, dat de achtergrond net zo lekker vrolijk en dan stopt het ineens. **Dus het ligt aan de vormgeving maar ook aan het gebruiksgemak want je zegt dat alles op de juiste plek moet komen te staan zodat het beter vindbaar is?** Ja precies."

Eindconclusie

De medewerkers van Independent Duinrand geven aan dat zij de website over het algemeen goed vinden, de site is goed opegbouwd, valt op vanwege de kleuren. Wel geven de medewerkers aan dat de website nog wel beter kan. Zo merken ze dat klanten nog wel vaak moeten zoeken. Ook vinden ze het hinderlijk dat de chatfunctie steeds omhoog komt. De puntjes moeten dus nog op de i qua vormgeving vinden zij.

48. Wat vindt u van het logo van Independent Duinrand? (In hoeverre beïnvloedt deze mening uw communicatie met de klant?)

Respondent	Label	Quote
1	**Leuk, technisch kleuren van Leon. Duidelijk, valt op. Naar klant Leon met ons logo vergeleken, de kleuren en achterliggende gedachte uitleggen.**	"**Oké dan hebben we natuurlijk nog het logo [laat afbeelding van logo zien] Wat vind je daar van heel eerlijk?** Ja ook leuk, technisch natuurlijk een beetje de kleuren van Leon. [respondent denkt na] Duidelijk, valt op, zeker als je het op zo'n witte auto als promotie plakt, dat valt op. Ik moet eerlijk zeggen, tsja als ik eventueel een ander merk zou moeten noemen dat ook opvalt met die kleuren dan weet ik het niet zo snel. Dit valt in ieder geval op. **Oké, dus je vindt het opvallen, je vindt het goed gevonden. En draag je dat ook uit naar de klant? In hoeverre?** Ja je hebt het vast wel eens gedaan in

		vergelijking, dan vergelijk je Leon met ons merk ook. En je vergelijkt ook de kleuren van hoe onze site eruit ziet. Je legt uit dat die veranderen, dat wij dan ook veranderen, dat wij meegaan met een klant."
2	**Gaaf, mooi, spreekt aan, geen duffe zooi.**	"**Oké, en wat vind je van het logo van Independent Duinrand?** Ja gaaf, ik vind het mooi het spreekt aan want het is niet zo duf. Geen duffe zooi. Maar dat had ik ook niet verwacht hier."
3	**Helemaal leuk, jong, dynamisch, voor de jongere doelgroep, 13+.**	"**Oké, wat vind je van het logo.** Ja dat vonden we helemaal leuk, jong, dynamisch. Voor de jongere doelgroep, die moeten daar op af komen. **Oké en communiceer je dat ook zo naar de klant?** Ja, want de veertiger die begeleiden we en ouderen ook, want die moet je meenemen in die wereld. Want anders gaat het veel te snel. En waar we op ingestoken hebben is 13 jaar en ouder. Want dat is de doelgroep van de toekomst en die vinden die kleurtjes leuk. En die vinden die kameleon ook leuk. En als mensen aan mij vragen hoe ik dat weet dat zeg ik dat ik een klein onderzoekje heb gedaan. In de klas van mijn dochter, want die is 13. En die vonden het allemaal kicken."

Eindconclusie

De medewerkers vinden dat het logo van het bedrijf aanspreekt van wege de kleuren, die ook weer in de mascotte terug komen. De medewerkers gebruiken het logo niet zoveel in de communicatie met de klant, wel verwijzen zij vanuit de mascotte naar het logo en leggen de achterliggende gedachte aan de klant uit. De manager vindt het logo jong en dynamisch en denkt dat het de jongere doelgroep van 13+ aanspreekt, die wil hij aanspreken omdat hij vindt dat dat de doelgroep van de toekomst is.

49. Wat vindt u van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is? Waarom? Wat zou de perfecte locatie zijn voor Independent Duinrand? (In hoeverre beïnvloedt deze mening uw communicatie met de klant?)

Respondent	Label	Quote
1	**Einde winkelstraat, in de winkelstraat misschien beter, daar lopen meer mensen langs. Mensen kennen locatie goed van oudsher. Voor digitale maakt het niet uit waar we zitten.**	"**Oké duidelijk, en wat vind je van de locatie waarop het bedrijf is gevestigd?** Nou, einde winkelstraat dus op zich, als het in de winkelstraat was geweest denk ik dat het beter was geweest denk ik. **In de winkelstraat?** Ja, maar aan de andere kant, wij willen volledig digitaal gaan werken dus op zich maakt het niet uit waar we komen te zitten. Dit is een locatie die veel klanten al kennen eigenlijk van oudsher zeg maar. Dus op zich is dat ook een voordeel. Maar op zich maakt het eigenlijk niet uit waar we zitten. **Oké, en als je een andere locatie mocht kiezen, wat zou dan de perfecte locatie zijn denk je?** Ja, als je klanten ontvangt, als je toch bekend wil worden, misschien dan toch in een winkelstraat. **En waarom in een winkelstraat?** Nou goed ik denk ook een stukje bekend maken, er lopen veel meer mensen langs, heel simpel. En daar kun je gebruik van maken."
2	**Tussen de mensen. Groot worden maar klein behuisd blijven. Groot gebouw → feeling met klant en elkaar kwijt.**	"**En wat vind je van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is, vind je dat de juiste locatie?** Ja. **Ja? En waarom?** Tussen de mensen. **Oké en als je nou andere locatie zou mogen kiezen, welke zou je dan kiezen?** Ja dit. **Dus dit is de perfecte locatie?** Ja waar zou je anders moeten zitten? In een groot gebouw? Nee, dat is niks. **Dus een groot gebouw past niet bij Independent Duinrand?** Groot denken wel, maar geen grote locaties. Ik denk juist dat ze deze locatie moeten behouden, want dit zijn ze. En vanuit hier wordt alles gedaan. Het is zoals je ziet warm, zakelijk en dat gecombineerd. **Dus groot denken maar klein blijven eigenlijk een beetje?** Nou groot worden, maar klein behuisd blijven. Want als je straks naar een of ander mega gebouw gaat dan raak je toch weer die feeling met de klant en met elkaar kwijt. Dan zit Marcel straks ergens vijf hoog. Dan raak je de energie kwijt, en Marcel en Mandy zijn toch degenen die dat uitstralen."
3	**Ja, winkel, je kunt binnenlopen → laagdrempelig. Kantoor ademt sfeer, mensen zijn welkom.**	"**En wat vind je de locatie waarop Independent Duinrand gevestigd is? Vind je dat de juiste locatie?** Hier? **Ja.** Ja voor Independent Duinrand wel ja. **Ja? En waarom?** Ja het is een winkel waar je binnen kunt lopen. En dat maakt het laagdrempelig. Want vroeger zat hier ook een assurantiekantoor dat was toch mijn droom op het kantoor van hun over te nemen, dat heb ik toen eindelijk ook gedaan. Maar toen moest je bellen, toen mocht je niet naar binnen. En er hingen lamellen voor het raam je kon dus ook niet naar binnen kijken. Dat wil ik dus nooit, ik wil dat mijn kantoor laagdrempelig is en dat je naar binnen moet kunnen lopen. En als ik het kantoor zo bekijk dan ademt het sfeer en mensen voelen zich welkom. En de locatie is goed, en als dat minder wordt dan gaan we weg. **En wat zie je als de perfecte locatie voor Independent Duinrand? Als je mocht kiezen?** Die heb

		ik niet voor Independent Duinrand, die heb ik alleen voor Independent Insurances. **Dus dit is eigenlijk hier wel perfect?** Ja, maar ik moet heel eerlijk zeggen dat het mijn interessegebied ook een beetje uit gaat. Want dat interesseert mij niet meer zoveel. **Oké.** Ik zeg dadelijk, oké ik heb het neergezet, hoi nu ga ik Independent Insurances neerzetten. En dan zitten we ergens langs de snelweg. Of in Leidschendam, ik denk bij mij om de hoek."

Eindconclusie

De medewerkers vinden dat het kantoor op een goede locatie zit, zij vinden dat de locatie voor de digitale werkwijze niet uitmaakt, voor de analoge werkwijze wel. Daarnaast vinden zij dat het bedrijf groot moet denken maar klein behuisd moet blijven, omdat je in een groot gebouw de feeling met elkaar en met de klant kwijtraakt. Ook geeft een medewerker aan dat het pand misschien midden in de winkelstraat had moeten zitten omdat er dan meer mensen langslopen. De manager vindt dat de locatie van het kantoor laagdrempelig is en dat het kantoor sfeer ademt. Verder maakt de locatie van Independent Duinrand hem niet zoveel uit, hij interesseert zich meer voor de locatie van het kantoor van de franchiseformule, dan wil hij een kantoor langs de snelweg.

50. Wat zijn volgens u de doelgroep(en) van Independent Duinrand?

Respondent	Label	Quote
1	**Jonge mensen die net uit huis zijn, 30/40. Die kennen internet al.**	"**En wat is die doelgroep volgens jou?** Nou ja juist de jonge mensen die net het huis uit zijn zeg maar, 30/40 denk ik. Die kennen het internet al, maar die moeten je nog weten te vinden. En ik denk dan dat je ook een beetje op een lijn moet zitten als je die mensen wil gaan vinden."
2	**De jeugd maar ook de ouderen. Je moet niet in doelgroepen denken, klant moet gevoel krijgen dat hij geholpen wordt, dan komt het goed.**	"**En wat is volgens jou de doelgroep, of wat zijn de doelgroepen van Independent Duinrand?** Je zou denken natuurlijk de jeugd, maar ik sta er versteld van hoeveel ouderen er ook klant zijn. Dus ik denk niet dat je echt in doelgroepen moet denken. Ik denk dat Independent Duinrand voor iedereen toegankelijk is. Als de klant er niet uitkomt dat ze weten dat ze hulp krijgen. En dat moet je uitstralen, dat je altijd de hulp biedt aan je klanten. Als de klant er even niet uitkomt dat hij gewoon kan chatten en dan springen wij bij. Zolang je dat blijft doen en zolang de klant het gevoel krijg dat hij geholpen wordt, dan komt het goed. **Dus er is eigenlijk geen vaste doelgroep, iedereen is welkom?** Ja iedereen is welkom. Mits ze maar een e-mail adres hebben, dat is wel belangrijk. Anders werkt het concept natuurlijk niet."
3	**Alle mensen die verzekerd zijn in Nederland met particuliere producten. Jongere doelgroep trekken door digitalisering, oudere doelgroep duurt misschien 2 jaar voordat die helemaal over is.**	"**Oké, en we hadden het net al even over de persoon Independent Duinrand, en welke leeftijd je die persoon zou geven, en je noemde ook de doelgroep van 13 plus. Als je de doelgroep moest omschrijven van Independent Duinrand, wat zou die doelgroep dan zijn?** Ja die doelgroep is dus alle mensen die verzekerd zijn in Nederland, met particuliere producten. Alleen hoe ga je ze bereiken? En wat wij hebben gezegd in ons plan is dat we de veertigers willen bereiken en dat kost veel tijd en energie, brieven sturen, bellen. En ja je ziet het, ze lezen het bijna niet. Dus daar moet je constant mee bezig blijven, met die oudere groep. Die jongere groep bereik je door het goed neer te zetten, het persoonlijk te maken, het leuk voor hen te maken. En dan ga je die jongere doelgroep uiteindelijk wel trekken met alles wat we aan het neerzetten zijn. Dus dan moet dat vanzelf gaan. En die oudere doelgroep daar zullen we in moeten blijven investeren maar door de digitalisering gaan die uiteindelijk ook komen. Maar ja, dat kan ook wel een jaar of 2 jaar duren voordat die mensen allemaal het beseffen. **En waarom eigenlijk die doelgroep vanaf dertien plus en niet ouder? Want die doelgroep van dertien die heeft nog niet zoveel met verzekeringen te maken.** Omdat wij ze nu al willen laten zien dat wij op de markt zijn. Want die doelgroep die gaat zorgen dat wij gaan vliegen dadelijk. Want die zitten op de middelbare school, en als je die triggert, op het moment dat ze zestien worden dan gaan ze hun scooter bij ons verzekeren. Want die zitten dag en nacht met hun telefoon in hun hand. En daarom moeten wij zorgen dat als die zestien zijn dat die kunnen vergelijken via hun telefoon. Er moet een app komen waarbij de verzekeringen worden vergeleken, en ze alles kunnen inzien, dat moet allemaal in een app. **Oké duidelijk."**

Eindconclusie

Over de doelgroep van het bedrijf zijn de meningen verdeelt. De een vindt dat het bedrijf jonge mensen van tussen de 30 en de 40 aan wil spreken omdat zij net uit huis zijn en het internet al kennen. Een ander vindt dat het bedrijf niet in doelgroepen moet denken omdat zij er moeten zijn voor iedereen die een verzekering nodig heeft. De klant moet namelijk het gevoel krijgen dat hij geholpen wordt. De manager vindt deelt deze mening maar vindt ook dat het bedrijf zich vooral op de jongere doelgroep moet

focussen door de digitalisering, het zal volgens hem wel een aantal jaar duren voordat de oudere doelgroep ook om is naar de digitale werkwijze.

51. Wat is volgens u de belofte of boodschap die Independent Duinrand haar klanten doet? Op welke manier communiceert u dat naar de klant?

Respondent	Label	Quote
1	**Relatie proberen aan te houden, klanten gerust stellen, laten zien dat je er bent. → verjaardagskaart of mail.**	"**Even kijken, we hadden het al over de doelgroep, toen zei jij dat zijn jonge mensen, 30/40, net uit huis en bekend met het internet. En wat is dan de belofte die je doet aan die doelgroep volgens jou?** Je bent er om de verzekering af te sluiten. De continuïteit, ik denk dat je die moet waarborgen in de zin van de relatie proberen aan te houden. Je haalt zo'n klant binnen maar die wil je ook behouden. **En hoe doe je dat dan? Die klant behouden?** Door de klant gerust te stellen, laten zien dat je er bent om wat voor reden dan ook. Laten zien dat je er alles aan doet. **En dat communiceer je ook naar de klant toe?** Ja, niet dat je al het werk gaat doen voor ze, maar dat je het laat weten. Een simpele mail of verjaardagskaart, laten weten dat wij er nog steeds zijn. En dat kan op heel veel manieren. Maar die binding moet je houden en die moet je kunnen garanderen zeg maar. Haal je een klant binnen, dan moet je die kunnen garanderen en dat kan op verschillende manieren."
2	**Product met beste voorwaarden en prijs, eerlijkheid en transparantie.**	"**Oké en wat is de belofte of de propositie die je naar de klant toe communiceert? Wat beloof je de klant?** [respondent denkt na] Een product waar ze om vragen, wat ze nodig hebben tegen de beste voorwaarden en prijs. En dat wij daar ook heel eerlijk in zijn. Bijvoorbeeld uitleggen aan de klant dat het wel goedkoper kan maar dat de verzekering dan niet goed past bij de klant qua voorwaarden. En gewoon ook uitleggen waarom wij duurder zijn en waarom bijvoorbeeld Independer goedkoper is. En dan de verschillen laten zien aan de klant, dus eerlijkheid en transparantie naar de klant toe dat is belangrijk."
3	**Ik beloof nog niet zoveel. Ik wil wachten tot alles echt klaar is.**	"**Wat is de belofte of propositie die je naar de klant communiceert? Wat beloof je de klant?** Nou ik beloof nog niet zoveel, daar ben ik voorzichtig mee. Wat ik dan zeg, ik doe hetzelfde wat Joey doet ik schrijf nu dingen op. Mensen die tegen mij zeggen [komt niet uit zijn woorden] **Wat zeggen mensen tegen je?** Mensen die vragen hoe dat nou met die verzekeringen zit, dan zeg ik dat ze nog even moeten wachten, ik houd ze nog even af. Dat ze even nog een maandje moeten wachten. Waarom, omdat ik daar in mijn eigen relatiekring nog mee wil wachten tot het allemaal echt klaar is. **Ja oké, dus je houd ze nu nog even af, maar als het eenmaal groter wordt, en als alles klaar is?** Ja als alles klaar is. Als we een eigen vergelijker hebben met alle verzekeraars, en niet alleen de Voogd verzekeraars. En dan kunnen we verzekeringen aanbieden op netto tarief, dan weten ze ook gelijk hoe we werken. Dan hoef ik het niet allemaal te vertellen."

Eindconclusie

Ook over de boodschap en belofte zijn de meningen verdeelt. Zo stelt de een de klant gerust, en wil hij laten zien aan de klant dat het bedrijf er voor hen is. De ander belooft de klant het product met de beste voorwaarden en prijs en communiceert open en eerlijk met de klant. De manager belooft nog niet zoveel omdat hij wil wachten tot ze een eigen vergelijker hebben met alle verzekeraars.

52. Omschrijf de ideale klant van Independent Duinrand, hoe ziet hij eruit? Man/vrouw?, Baan?, Hobby's?, Inkomen?, Online actief en hoe? Kennis van verzekeringen? Etc.

Respondent	Label	Quote
1	**Ideale klanten zijn er niet. Het moet niet uitmaken. Elke klant is een klant, elke klant moet het gevoel krijgen dat hij de ideale klant is.**	"**Oké, ja we hadden het dus al even over die klant, 30/40 jaar zei jij, en als je dat nou verder zou moeten omschrijven, de ideale klant zeg maar. Hoe ziet hij/zij er dan uit?, is het een man of een vrouw bijvoorbeeld.** Een ideale klant, die zijn er denk ik niet maar.. **Als je nou helemaal de persoon moet schetsen die je hier zou zien binnen willen lopen of die je zou willen helpen, wat heeft hij/zij dan voor baan of hobby's?** Ja voor ons bedrijf moet dat eigenlijk niet uitmaken, maar je vraagt mij de ideale klant. Elke klant is een klant en je probeert er een totale klant van te maken, maar elke klant is een klant. Of hij nou jong oud of wat dan ook is. Maar een ideale klant tsja, ik weet niet of die er is. Ja natuurlijk, het is ons brood dus vermogend ja, een klant met heel veel poen die alles kan betalen, ja daar verdienen we aan. Maar die klant moet exact hetzelfde gevoel krijgen als die andere klant

		die een kleinere auto heeft en minder opbrengt. Dus voor mij is er niet echt een ideale klant, maar elke klant moet denken dat hij de ideale klant is. **Ja, ja, dus dat gevoel wil je de klant geven?** Ja, want je moet hem of haar het gevoel geven dat je alles voor hem doet."
2	**Iemand met een gezin, koophuis, twee auto's, doorlopende reisverzekering. Maar ook de gewone mens, iedereen is welkom.**	"**Oké, en je zei net dat je bij Independent Duinrand niet in doelgroepen moet denken. Maar als je nou eens de ideale klant moet omschrijven, hoe zou je die omschrijven?** [respondent denkt na] Even denken hoor de ideale klant. **Hoe ziet die eruit? Is het een man is het een vrouw? Wat voor baan het hij/zij?** Ik denk iemand die een gezin heeft, een koophuis, twee auto's, doorlopende reisverzekering, inboedel, gewoon de hele mikmak. Dat is de ideale klant. **En waarom is dat dan de ideale klant?** Ja dat is natuurlijk gewoon de ideale klant voor een servicepakket, gewoon heel commercieel gezien. Maar ook de gewone mens, die in een huurhuis wonen met een inboedel- en aansprakelijkheidsverzekering die moeten ook gewoon welkom zijn. Dus je moet juist je niet gaan onderscheiden, je moet gewoon het gevoel uitstralen dat iedereen welkom is. Alleen het moet digitaal, en mensen die dat niet willen, helaas. En daar had ik in het begin wel moeite mee, maar nu heb ik zoiets van ja het kan niet anders. Dus dat leg ik nu ook veel makkelijker aan de klant uit. Dan zeg ik dat wij de klant niet meer kunnen helpen als hij geen e-mail adres heeft of aanmaakt. Wij helpen de klant een e-mail adres aan te maken, maar als de klant dat niet wil dat houdt het op. Er zijn gewoon grenzen."
3	**Er is geen ideale klant, iedere klant is een ideale klant. Ze moeten wel integer zijn.**	"**Oké en als je nou de ideale klant van Independent Duinrand moet omschrijven?** Er is geen ideale klant. **Er is geen ideale klant?** Nee dat is onzin, iedere klant is een ideale klant. Dat vind ik onzin, behalve als ze schofterig en onbeschoft zijn. Maar voor de rest als mensen gewoon normaal met je communiceren en normaal geholpen willen worden. Ja wat is dan je ideale klant? Ja je kunt zeggen een makkelijke klant misschien, die lekker weinig vraagt enz. Maar ja is dat dan de ideale klant? **Dus je selecteert verder nergens op?** Nee, maar ik vind wel dat ze integer moeten zijn. Hetzelfde wat voor ons geldt, geldt voor de klant ook. Want het moet niet zo zijn dat wij het klantbelang voorop aan het stellen zijn en dat de klant de boel in de maling loopt te nemen. Want daar kan ik dus ook niet tegen, die schop ik à la minute eruit. Want dat zei ik pas ook tegen een klant, dat is een vriend van mij toevallig. Toen heb ik gezegd dat wij integer moeten zijn en de verzekeraars dat ook moeten zijn omdat wij hun dat gaan verwijten, dan moet jij het als klant ook zijn. Want als de klant gaat lopen trucen, dan doen wij daar niet aan mee."

Eindconclusie

Alle medewerkers vinden dat er niet echt een ideale klant is, omdat ze iedereen het gevoel willen geven dat zij de ideale klant zijn. Wel noemt een medewerker de ideale klant voor een servicepakket, die heeft een gezin, een koophuis, twee auto's, een doorlopende reisverzekering etc. Maar over het algemeen vinden de medewerkers dat iedereen welkom is.

53. Heeft u naar uw gevoel genoeg contactmomenten met de klant om de klant optimale service te verlenen?

Respondent	Label	Quote
1	**Ja die zijn er wel, je moet er wel opvolging aan geven.**	"**Oké en heb je het gevoel dat je naar jouw mening genoeg contactmomenten hebt met de klant om de klant optimale service te verlenen?** Ja die zijn er wel, er zijn genoeg contactmomenten. Maar of die ook gegrepen worden is een tweede. Maar eigenlijk is elk contact is een contactmoment of het nou een klacht is, of je nou een briefje verstuurt. Zeker in onze branche, zeker in hoe wij willen gaan werken is elk contact is gewoon een contactmoment. **Maar heb je daar genoeg aan met een klant, heb je het gevoel dat je de klant genoeg kan helpen?** Ik denk voor dat ene moment wel, maar je moet er opvolging aan geven."
2	**Nee voor mij niet. Te veel bezig met randzaken zoals stomme e-mails. Ik wil mij focussen op service, klanten helpen.**	". **En heb je het gevoel dat je genoeg contactmomenten met de klant hebt om de optimale service te verlenen?** Nee voor mij niet. **Je hebt niet genoeg contact?** Nee omdat ik nog te veel bezig ben met randzaken. Ik ben nog steeds bezig met die stomme e-mail dingen. **Welke randzaken en e-mail dingen bedoel je?** Ja klanten die nog geen e-mail adres hebben, die benader ik en heel dat gedoe. Straks al dat niet meer hoeft dan ben ik veel meer bezig met mijn commerciële acties en dat is natuurlijk veel leuker. En dan kun je gewoon bellen en chatten met de klant. Dat doe ik nu natuurlijk ook wel, maar het is nu meer dat ik eerst het e-mail adres moet zien los

		te peuteren bij de klant. En dat is vermoeiender. **Oké dus je hebt nu niet het gevoel dat je de optimale service kan verlenen aan de klant omdat je nog teveel bezig bent met randzaken?** Nou de klanten waar ik het e-mail adres al van heb daar kan ik wel de optimale service aan verlenen natuurlijk. Dus die klanten kan ik de service bieden die ze verdienen. Maar de klanten die nog geen e-mail adres hebben, die kan ik geen optimale service verlenen. Want nu mag je natuurlijk niks meer per post sturen. Dus dan zit ik echt in dubio. Dus ik ben straks blij als het allemaal afgehandeld is die oude zooi. En dat ik mij lekker kan focussen op de service."
3	**Ik verleen geen service meer. Personeel heeft genoeg contactmomenten, moeten alleen efficiënter werken.**	"**Oké, en heb je naar jouw gevoel genoeg contactmomenten met de klant om de optimale service aan de klant te bieden op dit moment?** Ik? **Ja.** Ik verleen geen service meer. **Heb je het gevoel dat de medewerkers dat hebben?** Ja dat hebben ze, alleen ze moeten efficiënter werken. Maar dat moeten ze zichzelf aanleren. **Dus er zijn genoeg contactmomenten maar..** Ja er moet iets efficiënter gewerkt gaan worden, maar dat is ook het proces waar we in zitten. Dus je kunt dat Keulen en Aken op een dag zijn gebouwd. Dat proberen we wel maar ja."

Eindconclusie

De manager vindt vooral dat er wel genoeg contactmomenten zijn maar dat de medewerkers hier opvolging aan moeten geven, dat gebeurt nog niet genoeg vindt hij. Een medewerker merkt dat zij niet genoeg contactmomenten heeft met de klanten omdat zij nog te veel bezig is met randzaken zoals het verzamelen van e-mail adressen waardoor zij niet commercieel kan werken, dit irriteert haar.

54. Hoe maakt u gebruik van de website in uw communicatie met de klant?

Respondent	Label	Quote
1	**Nou veel. Ik communiceer ook altijd met linkjes naar de website.**	"**Nou als eerste de website, hoe gebruik je de website als je een klant helpt?** Nou veel, ja daar begint eigenlijk alles mee met onze website. Via onze website maken we alles kenbaar en daar doen we eigenlijk alles mee. **Je zei al met linkjes vaak.** Ja dat is belangrijk, daar maak ik dan ook regelmatig gebruik van. Of nou ja regelmatig, altijd. **Oké altijd."**
2	**Ik verwijs natuurlijk vaak door naar de website. Soms ook met schermdelen.nl**	"**Oké, dan heb ik een lijstje met alle communicatiemiddelen die wij gebruiken naar de klant toe. En die wil ik even een voor een met je afgaan en kijken in hoeverre je dat middel gebruikt naar de klant toe. Als eerste de website hoe maak je daar gebruik van in jouw communicatie met de klant?** Ik verwijs natuurlijk vaak door naar de website, als ik bijvoorbeeld de klant aan de telefoon heb, dan leg ik uit waar ze heen moeten op de website en wat ze aan moeten klikken. Dan kijk ik zelf ook mee op de website en dan wijs ik ze zo de weg. Soms doe ik dat ook met schermdelen.nl, dat is bij mij nog niet zo heel veel voorgekomen. **Dus dat doe je niet zo vaak?** Nee, de laatste twee keer zat ik gewoon puur met die klant aan de lijn en dan heb ik het schadeformulier voor mij en dan wijs ik de klant zo de weg. En ook met een polismap en dan houd ik mijn eigen telefoon er even bij en dan leg ik dat op die manier uit aan de klant."
3	**Heb altijd website openstaan, vraag altijd of de klant daar naar toe wil gaan. Ook vaak via Finley.**	"**Oké dan wil ik even alle communicatiemiddelen van Independent Duinrand doorlopen en je dat gebruikt naar de klant toe. Als eerste hoe gebruik je de website in je communicatie naar de klant?** Ik? **Ja.** Als ik met een klant zit dan heb ik altijd de website openstaan en ik vraag altijd of de klant naar de website toe wil gaan. Standaard, bent u op de website? Ja? Nou kijkt u even met mij mee, zo gebruik ik het. Soms maak ik ook gebruik van Finley en dan help ik de klant met vergelijken. Dat heb ik nu een paar keer gedaan als mensen een vergelijking willen maken. Ik vraag gelijk wat de klant wil, dan zegt de klant bijvoorbeeld dat hij premie wil berekenen. Dan start ik Finley op en dan laat ik het even zien. **Dus dat schermdelen?** Nou ik noem het geen schermdelen, ik ga eromheen omdat mensen, en dan heb ik het weer over internet secuirity, ik voel aan dat mensen daar negatieve associaties mee hebben. Dat roept een naar gevoel op bij de klant. Ik zeg altijd meekijken, want de klant kijkt mee. Niet wij kijken mee, maar zij kijken mee."

Eindconclusie

De medewerkers geven aan de website vaak te gebruiken in hun communicatie met de klant, zij verwijzen vaak door met linkjes naar de website, en maken ook gebruik van schermdelen.nl om de website uit te leggen.

55. Hoe maakt u gebruik van e-mail marketing in uw communicatie met de klant?

Respondent	Label	Quote

1	**De manier van corresponderen, standaard correspondentie middel denk ik.**	"**En e-mail marketing?** Ja, dat is de manier van corresponderen eigenlijk, met de mail. Niet iedereen heeft een e-mail adres, nou ja goed dan proberen we het aan te maken. Of via kinderen van de wat oudere mensen. Want die kinderen willen toch een beetje inzage hebben in de polis van de oude vader en de oudere ouders die dan zelfstandig wonen. Maar ja het is gewoon het standaard correspondentie middel denk ik. "
2	**Verwijzen naar Youtube kanaal met informatie filmpjes van Mandy. Altijd commerciële dingen in mails te doen.**	"**Oké en hoe maak je gebruik van e-mail marketing, of e-mails, in jouw communicatie naar de klant?** Nou nog even terugkomend op die vorige vraag, als we straks natuurlijk meer commercieel bezig zijn, kunnen we natuurlijk verwijzen naar het Youtube kanaal met de informatie filmpjes van Mandy. Maar die zie je ook op die site nu dus ja. **En hoe maak je gebruik van e-mail marketing of e-mails in jouw communicatie naar de klant?** Ja wij mailen natuurlijk heel veel, maar ik probeer altijd wel commerciële dingen in mijn mails mee te nemen zoals het servicepakket. Als de klant meerdere verzekering heeft dan vraag ik waar de verzekeringen van de klant lopen om te checken of hij in aanmerking komt voor een servicepakket, zonder provisie. Dat neem ik dan wel mee. En ook via de post, ik was gisteren bijvoorbeeld bezig met een brief voor een klant, want die klant had geen e-mail adres. En dan probeer ik toch weer in die brief uit te leggen waarom we niet meer communiceren via de post maar via de mail en chat. En vooral het servicepakket, als klanten zes of zeven verzekeringen hebben dan is het natuurlijk doodzonde om over al die verzekeringen provisie te betalen."
3	**Nu staan er veel campagnes ingeregeld. Straks werken met se-mails voor verjaardagen enz.**	"**Oké duidelijk, en hoe gebruik je e-mail marketing in de communicatie naar de klant?** Nu hebben we campagnes ingeregeld staan, niet gecheckt. En die gaan dadelijk, als het allemaal loopt, eruit. Want ik wil bijvoorbeeld met een verjaardag, als mensen jarig zijn, met kerst en met Valentijn, wil ik dat daar een campagne voor is. Dat zijn leuke dingen om op een andere manier dan met verzekeringen onder de aandacht te komen bij de klant."

Eindconclusie

De medewerkers gebruik e-mails als standaard correspondentie middel met de klant. Zij verwijzen vaak het youtube kanaal met informatiefilmpjes en kijken vaak ook of de klant in aanmerking komt voor een aanbieding of een servicepakket, dan communiceren zij dit via de e-mail met de klant. De manager geeft aan dat er al veel e-mail campagnes voor de klant ingeregeld staan, maar dat hij het nog verder wil personaliseren met verjaardagsmails enz.

56. Hoe maakt u gebruik van social media in uw communicatie met de klant?

Respondent	Label	Quote
1	**Ja nog te weinig wel. Beter doen: platforms bezoeken, over hebben met de klant.**	"**En hoe maak je gebruik van social media?** Ja nog te weinig wel. **Nog te weinig?** Ja nog te weinig. **En hoe zou je dat dan beter willen zien of hoe zou je dat beter kunnen doen?** Hoe ik dat beter zou kunnen doen? Ja, heel simpel gewoon doen. Al die platforms bezoeken, maar ook richting de klant. Of aangeven op Facebook en Linkedin en diverse platforms. Daar kun je het over hebben met de klant. Dat we ons op die manier naar buiten kunnen brengen zeg maar."
2	**Ik communiceer niet met de klant via social media. Klant ziet op de site linkjes naar social media.**	"**Oké en in hoeverre maak je gebruik van social media in jouw communicatie naar de klant toe?** Niet. **Nee helemaal niet?** Nee, maar hoe bedoel je? Want ik zit niet met een klant te communiceren via social media. **Nou ja dat misschien niet per se maar dat je niet via social media communiceert maar dat je de klant wijst op onze social media kanalen. Of informatie van die social media kanalen gebruikt, ik noem maar wat.** Nee, doe ik eigenlijk niet. Dat ziet de klant zelf wel via de website, want daar staan natuurlijk toch die linkjes naar Facebook en Twitter en Youtube."
3	**Door dingen te plaatsen op social media. Ik wil wel dat klanten ook gaan communiceren met ons via social media, als ze vragen hebben.**	"**En hoe gebruik je social media in de communicatie naar de klant?** Naar de klant? Door dingen te plaatsen maar wat ik graag zou willen zien, is dat klanten daarop gaan communiceren. Dus ik zeg ook wel eens tegen de klant dat ze Facebook kunnen gebruiken, dat ze via die weg ook een vraag kunnen stellen. Als de klant toch op Facebook ziet dan kunnen ze naar de pagina van Independent Duinrand en gelijk daar een berichtje achterlaten en dan zien wij het direct, ook in onze chatboxen, zo leg ik dat dan uit. En die uitleg moet veel meer gebeuren hier. **Daar wil je dus naartoe?** Ja ik wil dat iedereen dat gaat vertellen tegen de klant."

Eindconclusie

De medewerkers geven aan dat zij nauwelijks social media gebruiken in hun communicatie met de klant. Zo geeft een medewerker aan dat de klant via de website de linkjes naar social media wel ziet. De manager maakt wel gebruik van social media, hij post vaak dingen names het bedrijf op Facebook, Twitter en Linkedin. Hij spoort de klant ook aan om via social media vragen te stellen in plaats van alleen via de mail of de chatbox. Hij wil dat alle medewerkers dit gaan communiceren met de klant.

57. Hoe maakt u gebruik van de online polismap in uw communicatie met de klant?

Respondent	Label	Quote
1	**Veel, eigenlijk altijd. Polismap komt altijd ter sprake, ook als het daar niet over gaat, meld ik dat nog even.**	"**En hoe maak je gebruik van de online polismap in de communicatie naar de klant?** Veel, eigenlijk altijd. Klanten komen met een vraag binnen en ik eindig met onze website en met onze polismap als het daar niet over gaat. Je probeert de vraag te beantwoorden van een klant, is hij klaar je neem het even door, is alles duidelijk? Je verhaalt wat de klant wil en wat jij gaan doen. En dan komt onze website en dan komen onze linkjes en dan komt de polismap. **Dus het is wel een beetje in de volgorde, website, linkjes en polismap aan het eind?** Nou dat niet zozeer, maar de polismap komt zeker ter sprake."
2	**Die zien wij natuurlijk niet heel veel. Soms wijs ik klanten daar wel op.**	"**Oké, en je had het over de polismap, hoe maak je daar gebruik van?** Die zien wij natuurlijk niet heel veel maar ik had bijvoorbeeld gisteren een klant die wilde een wijziging voor zijn autoverzekering doorgeven, toen zei ik: 'Dat kun je ook via je polismap doen, als je dan bij de garage staat kun je het gelijk doorgeven.' Toen belde hij later terug dat het helemaal gelukt was. Dus dat is dan toch weer leuk want dat is ook voor mij helemaal nieuw. Dus dat geeft je toch wel een goed gevoel."
3	**Ja heel veel. Je kan in dit concept niet zonder digitale polismap. Is ook transparant en betrouwbaar voor klanten.**	"**En hoe zit dat met de online polismap, gebruik je die veel in je communicatie naar de klant?** Ja, heel veel. **Heel veel?** Ja daarom moeten ze ook opschieten met bouwen. [lacht hardop] Ik vind ook dat je in dit concept niet zonder digitale polismap kan, dat kan niet. Je moet altijd die app hebben, dat maakt het zo makkelijk en transparant. Want dat zeg ik ook tegen klanten, dat het volledig transparant is en dat je niet in de maling genomen kan worden. Want als je vraagt aan klanten of ze dat wel eens gedacht hebben van ik ben mijn polis kwijt en nu nemen ze mij in de maling, dan zeggen alle klanten ja. Dus zo vertrouwen ze de verzekeraars en ook misschien ons wel niet. Wij zijn het kanaal en de partij die moeten zeggen: daarom doen we dit, alles zwart op wit."

Eindconclusie

Een deel van de medewerkers geeft aan de online polismap vaak te gebruiken in hun communicatie met de klant. Een medewerker geeft aan dat de polismap altijd wel ter sprake komt, ook als het gesprek daar niet over gaat, meldt hij dat nog even. De manager vindt de oline polismap een erg belangrijk onderdeel van het concept, de polismap draagt bij aan de transparantie en de betrouwbaarheid van het bedrijf. Een medewerker doet niet zo veel met de polismap, soms verwijst ze de klant er op.

58. Hoe maakt u gebruik van de chatmogelijkheid in uw communicatie met de klant?

Respondent	Label	Quote
1	**Steeds meer, wordt steeds meer door klanten gechat. Eerst beantwoord ik vragen en los ik het op, daarna doorvragen, uitleg werkwijze, polismap en dat we servicepakketten bieden.**	"**Oké, en hoe maak je gebruik van de chatfunctie in de communicatie naar de klant?** Steeds meer, er wordt steeds meer gechat. Eigenlijk ook in die volgorde van joh je gaat luisteren naar de klant, wat wil de klant? Je regelt dat of je probeert dat te regelen. En als dat geregeld is bevestig je dat aan de klant. En daarna ga je doorvragen, heb je andere verzekeringen hier lopen enzovoort. Je geeft nog de informatie mee van hoe wij werken, waar de klant alles kan vinden, dat er een polismap is, dat we servicepakketten bieden. Daar eindigt mijn chat vaak mee, maar dan heb je ook gelijk een opening om het een en ander te bespreken. Dus je hebt eerst afgehandeld waar de klant voor belde, voor die schade of wat dan ook, dat heb je afgehandeld. En dan heb je een opening om ons kenbaar te maken en andere dingen te verduidelijken."
2	**Alleen de chats die binnenkomen. Was wel even wennen. Getest bij Ohra → die zijn formeler via de chat. Moet je aanvoelen.**	"**En hoe maak je gebruik van de chatmogelijkheid in jouw communicatie naar de klant?** Ja alleen de chats die binnenkomen. Voor de rest niet. **Volgens mij kan je de chat ook niet anders dan dat gebruiken toch?** Nee dat kan volgens mij niet. [lacht hardop] **[lacht hardop] Maar daar maak je dus wel regelmatig gebruik van als iemand via de chat een vraag heeft?** Ja natuurlijk als iemand via de chat binnenkomt, dan neemt een van ons de chat aan. **En dat gaat allemaal goed?** Ja het was wel even wennen. **Ja?** Ja het natuurlijk niet hoe ik normaal met iemand praat. Ik ben het ook zelf gaan uitproberen naar de Ohra toe. **O ja je chat dan via de Ohra site met een van hun medewerkers?** Ja, ik dacht ik zit nu op de Ohra site ik ga het even uitproberen. En dan merk

		je zelf ook hoe zo'n chat overkomt op de klant. Want daar was ik wel benieuwd naar. **En merkte je toen dat Ohra het anders doet via de chat? Of doen wij het een beetje hetzelfde?** Nou zij communiceren nog meer in de 'u' vorm en wij communiceren meer met 'je' en 'jij'. En je moet het natuurlijk maar aanvoelen, als een klant tegen mij begint met: 'Hee Dees' dan weet ik dat ik 'je' kan gebruiken maar als een klant tegen mij begint met: 'Geachte mevrouw Bulsing' dan spreek ik de klant aan met 'u'. **Wat vind je ervan dat wij hier zo informeel taalgebruik gebruiken naar de klant toe?** Ja ik vind het heerlijk. En toch heb ik het af en toe nog wel eens moeilijk, dat ik het per ongeluk door elkaar gebruik."
3	**Constant. Klanten vinden het nog wel lastig om te chatten. Als de klant toch wel bellen dan straks verrichtingentarief rekenen.**	". **Oké duidelijk, en hoe zit dat met de chat, de chatmogelijkheid hoe maak je daar gebruik van in je communicatie naar de klant?** Constant, als je wat wil vragen, dan moet je chatten. En dan vinden ze dat lastig, en dan zeg ik dat het nu eenmaal zo werkt en dat blijf ik ook zeggen. En dan blijf ik ook vriendelijk zeggen dat er dadelijk ook kosten aan verbonden worden. Ik ga nu niet moeilijk doen, maar straks heb je een nota, want dan hebben wij gewoon een verrichtingentarief, zo werkt het dan. **Als ze niet chatten bedoel je?** Ja als de klant toch wil bellen dan zijn daar straks kosten aan verbonden. Bijvoorbeeld een klant van Robert Jan die heeft nu het nummer van de Hypotheekshop en die blijft ook alleen maar bellen. En Rob heeft gezegd tegen de klant dat hij moet chatten, en toch is de klant eigenwijs en blijft hij toch bellen. En ik heb tegen Rob gezegd, de volgende keer dat de klant belt moet je zeggen dat we een nota gaan sturen. Je mag best wel eens een keer ergens omheen gaan, maar heb respect voor anderen, dat vind ik heel belangrijk. En heb dus ook respect voor bedrijven. En wij benaderen de klant nu vriendelijk en wij proberen constant aan te geven dat de klant niet meer kan bellen, dan verwacht ik ook een stukje begrip en vriendelijkheid terug. En niet botte honden die maar gewoon doen waar ze zelf zin in hebben."

Eindconclusie

Medewerkers geven aan dat er steeds meer vragen van klanten binnenkomen op de chat. Zij geven aan dat het aan het begin wel wennen was omdat het ze normaal niet zo met iemand communiceren maar nu zijn ze het gewend. De medewerkers beantwoorden eerst meestal de vraag, vragen daarna door, leggen de werkwijze uit en vertellen dat over de online polismap en het servicepakket. De manager geeft aan dat klanten het nog wel lastig vinden om te chatten en liever bellen, voor het bellen wil hij in de toekomst een verrichtingentarief rekenen.

59. Welke offline communicatiemiddelen gebruik u in uw communicatie met de klant? Waarom gebruikt u deze en op welke manier zet u deze middelen in?

Respondent	Label	Quote
1	**Heel weinig, alles gaat digitaal. Er komen ook nog mensen op kantoor. Klant dan ook gelijk nieuwe werkwijze uitleggen.**	"**Oké, en welke offline communicatiemiddelen gebruik je naar de klant toe?** [respondent denkt na] Ja apps. **Apps hoe bedoel je apps? Op je telefoon?** Ja. **Ja maar dat is natuurlijk ook digitaal.** Ja dat is ook weer waar. Eigenlijk moet ik eerlijk zeggen heel weinig, alles gaat digitaal. Wij willen zo veel mogelijk digitaal doen dat is onze insteek, digitaal. **Dus er gaat niks meer offline?** Ja er komt wel eens een schadeformulier uit, de klant komt dan bij ons op kantoor. **De klant kom ook op kantoor dus je hebt ook wel echt face-to-face contact?** Ja klopt. **En hoe gaat dat dan, hoe verloopt die communicatie dan?** Allereerst wat is de insteek van het gesprek of de afspraak. En uiteindelijk laat je natuurlijk zien waar je voor staat en waar je mee bezig bent. En probeer je dan klant, ja overhalen is het niet, maar je probeert de klant deel te laten nemen in ons proces en waar we allemaal voor staan, onafhankelijkheid en digitaal. En dan sluit je de polis over en laat je ook zien hoe het gaat en wat de klant ermee kan doen."
2	**Helaas nu nog die brief omdat het niet anders kan. En klanten op kantoor. Ik doe niet anders op de chat dan face-to-face.**	"**Oké, en welke offline communicatie middelen gebruik je naar de klant?** Ja helaas nu nog die brief, omdat het echt niet anders kan. Met gelijk de mededeling erbij dat het volgend jaar niet meer gebeurt. Bijvoorbeeld met die prolongatiecheck, dan vermeld ik ook echt in die brief dat de klant volgend jaar geen brief meer krijgt, maar een e-mail. **En dat is het enige, post?** Ja voor de rest niet, ja en klanten die hier op kantoor komen. **Oké dus ook face-to-face contact?** Ja, maar daarna duik je toch weer in je computer. En is maar even dat face-to-face contact en verder gaat toch alles digitaal. **En dat face-to-face contact, kun je dat vergelijken met de manier waarop je online conact hebt met klanten?** Qua gevoel voor mij wel. De

		klant zien we via de chat natuurlijk niet. Ik doe niet anders naar de klant toe, of ze nou hier binnen lopen of dat ik ze via de chat spreek daar zit geen verschil in. Het enige verschil is dat ik hier voor de klant koffie inschenk en online niet. [lacht hardop] **[lacht hardop]."**
3	**Reclameborden voor het raam, we willen de Seat Leon en stoffen tasjes met Leon → idee van mijn dochter van 13.**	"**Oké duidelijk. En welke offline communicatiemiddelen gebruik je in je communicatie naar de klant?** [respondent denkt na] De reclameborden voor het raam zijn offline natuurlijk. En wat we willen gaan doen is de Seat Leon, dat is ook offline. Dat soort dingen. Wat ik ook offline wil zijn die stoffen tasjes waar ik over nagedacht heb, dat is weer offline dat verwijst naar online. Dat komt niet van mijzelf af hoor dat idee, dat komt van mijn jongste dochter af omdat ook die klas dat wil, die willen allemaal die tasjes als schooltas. Nou top, ik verspreid ze wel van Den Haag tot Voorburg, het zal mij een rotzorg zijn als er honderd mee lopen. Dat soort dingen wil ik offline neerzetten."

Eindconclusie

Medewerkers geven aan dat zij heel weing gebruik maken van offline communicatiemiddelen, alles gaat digitaal behalve als er mensen op kantoor komen, die leggen zij dan ook gelijk de nieuwe werkwijze uit. Ook werd er nog een brief uitgestuurd over de nieuwe werkwijze naar alle klanten waarvan geen telefoonnummer of e-mail adres bekend was. De manager geeft aan dat hij in de toekomst bedrijfsauto's wil laten rondrijden met de mascotte, de Seat Leon. Daarnaast wil hij stoffen tasjes laten maken met de mascotte erop voor de doelgroep van 13+, dit is dan ook een idee van zijn dochter van 13.

60. Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?

Respondent	Label	Quote
1	**We moeten wat harder naar verzekeraars toe zijn. Ready zijn voor een klant.**	"**Oké, dan nog wat vragen over het gedrag. Hoe zou je de mentaliteit binnen Independent Duinrand omschrijven? Van de werknemers?** Ja oké [respondent denkt na] ik denk dat we in deze fase misschien wat harder moet zijn. **Als medewerker naar de klant toe of hoe bedoel je dat?** Nou meer naar instanties denk ik. Naar de klant, onze mentaliteit, ja er in ieder geval voor zorgen dat je voor de klant staat. Laten zien dat je ready voor zo'n klant bent en dat je alles voor zo'n klant doet."
2	**Geen losersmentaliteit, maar een vechtersmentaliteit.**	"**En hoe zou je de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven? We hadden het net natuurlijk al even over de sfeer, toen zei jij dat die heel losjes was en warm en je had het over een huiskamer sfeer.** Ja geen losermentaliteit, iedereen heeft wel de drive om hier een succes van te maken. Het is niet zo dat iemand hier onderuit in zijn stoel gaat zitten en hoopt dat het maar snel zes uur wordt. Ik heb wel het idee dat iedereen er ook voor wil gaan. We zitten hier allemaal met hetzelfde doel. Niet dat iemand denkt van: 'Ik krijg mijn salaris toch wel de 23e'. Daar houd ik helemaal niet van. Nee we hebben allemaal wel een vechtersmentaliteit."
3	**Enthousiast en vooruitstrevend en dynamisch. Oh en innovatief nog.**	"**En we hadden het al over de sfeer en de cultuur van Independent Duinrand, maar hoe zou je de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Enthousiast en vooruitstrevend. Als ik het gemiddelde moet nemen dan zeg ik dat. En dynamisch. **Oké, dus enthousiast, vooruitstrevend en dynamisch.** Ja. **Dat zijn de drie belangrijkste?** Ja. **En we hebben het er gedurende dit interview natuurlijk constant over maar wat vind je van de manier waarop de verandering plaats vind van analoog** [onderbreekt] Oh ik vergeet innovatief nog. **Innovatief?** Ja."

Eindconclusie

De medewerkers van het bedrijf omschrijven de mentaliteit als een vechtersmentaliteit, enthousiast, vooruitstrevend, dynamisch en innovatief. Ook vindt een medeweker dat zij wat harder naar verzekeraars toe moeten zijn in deze fase en laten zien dat je voor de klant klaarstaat.

61. Wat vindt u van de manier waarop de verandering plaatsvindt van analoog naar digitaal? Hoe zou dit beter gecommuniceerd kunnen worden aan de klant? Hoe communiceert u dit zelf met de klant?

Respondent	Label	Quote
1	**Het gaat te snel, maar we moeten er toch naartoe. Aan de klant uitleggen dat wijzelf er ook aan moeten wennen, het is allemaal nieuw. Marketing kan beter → laten zien wat je aan het doen bent.**	"**Oké, en wat vind je van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt?** Het gaat snel, maar daar moeten we toch naar toe. Het is een verandering die wij met z'n allen mee moeten maken. En ook aan toe zijn eigenlijk. We moeten meegaan met de tijd, milieu bomen kappen, denk aan papier dat soort dingen. Mensen zijn toch ook bewust van het milieuprobleem en daar moet je op inspelen. **En hoe communiceer je dat naar de klant toe?** Door het te zeggen heel simpel. Dat we mee moeten gaan, de tijd van nu. Je laat zelf aan de klant ook weten dat je ook het analoge tijdperk hebt gehad. Dat je ook moet wennen, net zoals dat de klant moet

		wennen. Voelen wat de klant ook voelt, maar dan ook mee te geven van joh ik heb het zelf ook gehad. Je geeft voorbeelden van jezelf, dus mee leven met de klant en de klant ook mee laten leven. **Oké, en wat kan er nog beter in die communicatie over die verandering denk je?** Ja marketing, ik denk dat het te maken heeft met marketing. **En waarom?** Dan kan je laten zien wat je aan het doen bent. **En dat wordt nu nog niet genoeg gedaan?** Nee. **En hoe merk je dat dan dat het nog niet genoeg gedaan wordt?** [respondent denkt na] Ik denk dat alleen de omgeving de klanten je nu kennen en niet heel Nederland, ik noem maar wat. Je bent nu nog een beetje beperkt tot je verzekeringsportefeuille en je vrienden, familie en kennissen. **Dus marketing is nu echt heel belangrijk?** Ja dat denk ik wel."
2	**Ik vind het heerlijk. Veel makkelijker en sneller. Leg uit aan klant dat ik ook moest wennen. Communicatie hoeft niet verbeterd, als de klant niet wil dan wil hij niet.**	"**Oké, en we hadden het al even over die verandering toen je hier kwam versus nu. Dus dat je aan het begin erg aan moest wennen aan die verandering van analoog naar digitaal en nu ben je daar aan gewend. Wat vind je van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ik vind het heerlijk, ik had het niet gedacht want ik ben normaal altijd van het face-to-face contact. Ben ik nog wel, maar als je het eenmaal gewend bent dan is het veel makkelijker en veel sneller. Echt veel sneller. Nu denk ik ook van: 'Gatsie niet via de post hoor dan moet ik weer brieven uitprinten en heel dat gedoe'. **Oké dus nu je het allemaal doorhebt vind je het fijner?** Ja heerlijk. Ik zou niet anders meer willen. **Oké, en hoe communiceer je die verandering naar de klant toe?** Ik leg dat dan vanuit mijzelf uit, ik leg dan uit aan de klant dat ikzelf ook moest wennen aan het begin maar nu ik het eenmaal weet hoe het werkt vind ik het zoveel makkelijker en sneller. Geen rotzooi meer. **En is er misschien nog een verbeterpuntje in de communicatie naar de klant over de verandering?** Nee ik denk dat dat niet per se beter gecommuniceerd moet worden, het gaat erom hoe de klant dat zelf gaat beleven. Klanten moeten daarvoor open staan, als een klant gewoon niet wil, dan kun je op je kop gaan staan, maar dan willen ze het niet. Maar als je een beetje toegang hebt naar een klant dat ik zeg van: 'Mag ik het u niet een keer laten zien hoe het werkt?'. Als je dat gaatje hebt, dan kun je ze meestal over de streep trekken. Maar als klanten echt nee zeggen dan niet. We bieden ze alles aan om ze te helpen maar op een gegeven moment voel je gewoon aan dat een klant het echt niet wil. **Nee oké dat is duidelijk."**
3	**Chaotisch. Had het niet zo gedaan, maar relaxter. Nu uit overlevingsdrang. Tegen klant zeggen dat service eerst slecht was, dus nu verandering.**	"**Oh oké, en wat vind je van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaats vindt?** Hier bij Independent Duinrand? **Ja.** Gewoon hakken. **In z'n algemeniteit?** Ja chaotisch, gewoon chaotisch. Als ik nu zou mogen kiezen dan had ik het niet zo gedaan. **Hoe het je het dan wel gedaan?** Nou dan had ik mij gewoon lekker op mijn gemak voorbereid. En dan gewoon vanuit een relaxte basis gaan bouwen waarbij duidelijk was waar Duinrand naartoe ging zonder dat we allemaal gezeik om ons heen hadden. Nu heb ik dit gewoon uit overlevingsdrang gedaan en ik ben aan het doordrammen want ik doe toch altijd wat ik zelf wil. Maar daardoor heb ik nu niet de ideale situatie. Die hoop ik deze maand te gaan creëren. **En hoe communiceer je die verandering naar de klant toe?** Nou het is wel leuk dat je dit vraagt want de klanten zien wel dat er iets gebeurt. ik geef het ook gewoon aan dat we in de hoek hebben gezeten waar de klappen vielen, zoals bij alle tussenpersonen. En daardoor krijgt de klant veel minder service van ons, ik benoem het ook. Want de service was super slecht, en dat zeg ik dan ook gewoon over onszelf. En dat gaat we dus nu veranderen, maar dan moet de klant ook een stukje veranderen. Want dan kunnen we de klant perfecte service leveren. Zo ga ik het communiceren. Dus we komen uit een verslagen positie, zeg ik wel eens, en we zijn nu op weg naar een winnaarspositie. Zo breng ik het, en dat vergt ook input van de klant. **Want je zei net dat je de verandering intern anders zou hebben gedaan erop terugkijkend.** Ja dan zou ik het meer hebben voorbereid. En dan had ik minder stress gehad nu. **Dan had je het beter voorbereid, en denk je dat communicatie naar de klant toe over die verandering ook beter had gekund?** [lacht] Ja. **Ja? En hoe had die communicatie dan beter gekund?** Als je het had voorbereid was het beter gegaan denk ik. En nu zitten we

		met DGA en Voogd, met iemand waarmee we samenwerken, daarover communiceren wij nu naar de klant toe dat het een slechte partij is. Wij hebben ervoor gekozen, die klant niet. Eigenlijk gaat het nergens over als je erover nadenkt. En dat doe ik dan wel eens en dan denk ik: ja het gaat nergens over maar het is even niet anders'. En dat vind ik eigenlijk een beetje amateuristisch. **Merk je dat aan de klant, dat zij dat merken?** Nee, ik laat dat niet merken, dan kunnen ze mij niet peilen daar zorg ik wel voor."

Eindconclusie

Medewerkers van het bedrijf vinden dat de verandering van analoog naar digitaal te snel en chaotisch verloopt maar dat het toch moet gebeuren. De manager zegt ook dat hij het gedaan heeft vanuit overlevingsdrang. Als hij het mocht overdoen had hij het relaxter gedaan en meer de tijd genomen maar die er nu eenmaal niet op dit moment vindt hij. De medewerkers leggen aan de klant uit dat het voor hun ook allemaal nieuw en wennen is. De ene klant vindt dat de marketing verbeterd kan worden, omdat het bedrijf dan aan de klant laat zien wat het aan het doen is. Een ander vindt dat er niets veranderd hoeft te worden aan de communicatie, als de klant niet digitaal wil, dan wil hij niet.

X. Analyseschema's klanten

In het kader van de papierbesparing zijn de analyseschema's weergeven in lettergrote 8.

Kenmerken respondenten

Respondent	Digitale Polismap ja/uitgenodigd	Langer of korter dan 5 jaar klant	Methode
1	Ja	Korter	Face-to-face
2	Ja	Langer	Face-to-face
3	Ja	Langer	Face-to-face
4	Ja	Langer	Face-to-face
5	Uitgenodigd	Langer	Face-to-face
6	Uitgenodigd	Langer	Face-to-face
7	Ja	Langer	Face-to-face
8	Ja	Korter	Face-to-face
9	Uitgenodigd	Korter	Face-to-face
10	Uitgenodigd	Langer	Face-to-face
11	Ja	Langer	Via de webcam
12	Ja	Korter	Face-to-face

Waardenlijst 1 – terminale waarden

62. Geluk

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	5	**Daar denk ik niet zo aan bij Duinrand, meer in privé sfeer.**	"Jeetje dat is best moeilijk. Nou om nou Independent Duinrand te omschrijven met het woord geluk, daar denk ik dan niet zo aan bij Independent Duinrand. **Oké en waarom?** Nou geluk vind ik meer in de privé sfeer vallen. Dus daar zet ik dan een -1. **Dus die zou u helemaal niet meenemen in uw omschrijving van het bedrijf?** Nee."
2	0	**Je hebt geen geluk nodig bij een verzekeraar, geen loterij.**	"Geluk, tsja, [vult een nul in bij geluk]. **Die waarde vindt u niet bij het bedrijf passen?** Nee, je hebt geen geluk nodig bij een verzekeringskantoor. **Nee?** Nee ik denk het niet. **En waarom?** Ja of ze doen het voor je of ze doen het niet voor je, waarom moet je dan geluk hebben? Het is geen loterij vind ik. **Oké."**
3	3	**Goede verzekering kan zorgen voor gelukkig en comfortabel leven.**	"**En Geluk had u een drie ingevuld?** Ja klopt. **En waarom een drie, waarom vindt u dat belangrijk?** Ja ik vind het niet van het grootste belang maar het is als nog wel belangrijk. Omdat goede verzekeringen er wel voor zorgen, net als bij comfortabel leven, dat je een gelukkig en een comfortabel leven kan leiden. **Oké."**
4	5	**Als huis afbrand, niet gelukkig als er niets uitgekeerd wordt.**	" Geluk dat vindt ik een vijf. **Oké dus wel belangrijk?** Ja mijn geluk hangt er wel vanaf of ik goed verzekerd ben of niet. Kijk als mijn huis afbrand dan ben ik niet gelukkig als er dan niet uitgekeerd wordt. Dus dat. **Oké."**
5	0	**Niet zo veel zeggen. Gaat meer om zekerheid van voldoende dekking.**	" Nou dan beginnen we maar, welke waarden van belang zijn. Ja kijk voor een verzekeraar en ook voor een tussenpersoon is geluk, vind ik eigenlijk niet zo veel zeggen. **Waarom?** Waarom? Als je een verzekering af, dan sluit je een verzekering af tegen een onzekere toekomstige gebeurtenis, waarvan je hoopt dat het je nooit overkomt en als het je overkomt wil je de zekerheid dat je voldoende gedekt bent. Dus geluk vind ik eigenlijk helemaal niet belangrijk. Niet belangrijk is nul hè? **Ja.** [vult een nul in bij geluk]."
6	3	**Wens ik voor iedereen.**	"Ja geluk, geluk wens ik voor iedereen. Jeetje [denkt na]. Nou geluk geef ik een drie, die vindt ik ook belangrijk. **En geluk in welke zin dan?** Ja geluk in het algemeen voor iedereen eigenlijk, voor jezelf en voor andere mensen."
7	2	**Bedrijf zorgt niet echt voor geluk. Wel geluk en zorgeloos door goede verzekering.**	"Geluk, een twee, het bedrijf zorgt niet echt voor je geluk. Maar ik denk dat je toch wel gelukkig kan zijn als je je nergens zorgen over hoeft te maken en je weet dat je verzekeringen allemaal goed geregeld zijn. **Oké."**
8	4	**Als er iets op je pad komt, dan ben je gelukkig verzekerd.**	" Kijk, ze zorgen natuurlijk als bedrijf voor je geluk, want als jij goed verzekerd bent en er komt iets op je pad en je kunt het zelf niet dragen dan is het natuurlijk voor jou geluk dat je verzekerd. Dus dat is natuurlijk wel belangrijk maar niet van het grootste belang. Dus dat zou ik dan een vier geven. **Oké."**
9	6	**Niet goed verzekerd, toch meer kopzorgen**	"[denkt na] Ik denk dat ik dan bij geluk op een zes uitkom. **Ja, en waarom heeft u bij geluk een zes?** Nou geluk en

		staat je geluk in de weg.	verzekeren ja dat heeft toch wel veel met elkaar te maken denk ik. **En waarom denkt u dat?** Omdat als je niet goed verzekerd bent dan heb je toch meer kopzorgen en dat staat dan je geluk in de weg."
10	6	**Ik gun het iedereen. Je kunt gelukkig zijn als alles goed geregeld is.**	"Geluk, ja dat is wel belangrijk. **En waarom vindt u dat belangrijk bij het bedrijf?** Nou ik vind het sowieso belangrijk in het leven, ik gun het iedereen om gelukkig te zijn. En voor het bedrijf ja, als je gewoon je verzekeringszaakjes goed geregeld hebt, dan ben je wel gelukkig denk ik. Of dan kan je gelukkig zijn laat ik het zo zeggen. [vult bij geluk een zes in]."
11	7	**Geluk een zeven.**	"Geluk is dan een zeven."
12	-	**Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen.**	" Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Over de waarde geluk zijn de meningen verdeeld, sommigen vinden geluk erg belangrijk omdat je een gelukkig leven kunt leiden als je goed verzekerd bent. Zo vindt respondent 9 "Omdat als je niet goed verzekerd bent dan heb je toch meer kopzorgen en dat staat dan je geluk in de weg." Voor andere klanten is geluk juist geen waarde die zij met het bedrijf associëren, volgens hen valt geluk meer in de privésfeer en draait het niet om geluk bij Duinrand maar meer om de zekerheid van voldoende dekking. Zo vindt respondent 5 "Als je een verzekering afsluit, dan sluit je een verzekering af tegen een onzekere, toekomstige gebeurtenis, waarvan je hoopt dat het je nooit overkomt en als het je overkomt wil je de zekerheid dat je voldoende gedekt bent."

Eindconclusie: Sommige klanten vinden geluk bij het bedrijf passen omdat een goede verzekering voor minder kopzorgen en een gelukkig leven kan zorgen. Andere klanten vinden geluk juist niet bij Independent Duinrand passen, zij vinden dit meer in de privésfeer behoren en de zekerheid van de dekking er meer toe doen.

63. Zekerheid voor gezin

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	5	**Natuurlijk toch wel een beetje belangrijk.**	"Zekerheid voor gezin, dat is natuurlijk ook wel belangrijk, dat geef ik een vijf. **Dus niet zo belangrijk als comfortabel leven maar toch wel een beetje belangrijk?** Jawel, Ja."
2	3	**Dat Duinrand een zekerheid is voor mijn gezin? [vult drie in]**	" Zekerheid voor gezin, wat bedoel je daarmee? **Het is maar hoe u het interpreteert, dus welke betekenis u er aan geeft.** Dat Duinrand dan een zekerheid is voor mijn gezin? **Ja dat kan.** [vult een drie in bij zekerheid voor gezin]."
3	5	**Goed verzekerd dus zekerheid voor mijn gezin.**	"**En u heeft bij zekerheid voor gezin een vijf ingevuld?** Ja want omdat ik goed verzekerd ben heb ik zekerheid voor mijn gezin. Nou ja nu heb ik geen gezin echt gezin meer, maar zo zou ik het wel naar andere mensen omschrijven. **Oké."**
4	4	**Op zich ook wel belangrijk. Innerlijke harmonie belangrijker.**	"Ja zekerheid voor gezin, is op zich ook wel belangrijk maar ook weer niet zo belangrijk als innerlijke harmonie."
5	7	**Omdat je je daarvoor verzekerd, voor een onvoorzien noodlot.**	" En dan zekerheid staat juist heel hoog, dat is juist een zeven. **En waarom vindt u dat zekerheid zo hoog staat?** Omdat je je daarvoor verzekerd, je verzekerd je voor een onvoorzien noodlot. Dus je doet het voor de zekerheid."
6	7	**Is voor mij natuurlijk heel belangrijk, zekerheid voor mijn gezin.**	"Wat voor mij natuurlijk heel belangrijk is, is de zekerheid voor mijn gezin. Die moet ik dan een één geven? **Nee.** Oh nee hier, van het grootste belang, moet ik die dan een zeven geven? **Als u dat heel belangrijk vindt dan wel.** Ja ik vindt het heel belangrijk [vult een zeven bij zekerheid voor gezin in]."
7	3	**Heeft niet per se met dit bedrijf te maken, bij andere tussenpersonen zal**	"Zekerheid voor je gezin, heeft ook niet per se met dit bedrijf te maken. Want of je nou hier zit of bij een andere tussenpersoon, alle dingen zullen wel goed zijn. Waarom kies je dan speciaal voor dit bedrijf? Ja niet omdat dit bedrijf je zekerheid voor het

		dat ook wel goed zijn.	gezin geeft, dat doen ze allemaal wel. Zo zie ik het. “
8	6	**Duidelijkheid en zekerheid dat je altijd terecht kunt bij Duinrand.**	“ De zekerheid voor het gezin zou ik dan een zes geven, omdat je dan gewoon, wat ik net ook al zei, je hebt gewoon de duidelijkheid en de zekerheid dat als er wat gebeurt dat je dan via een contactpersoon dan kan aankloppen. En dat ze dan hier uitzoeken of dat onder je inboedelverzekering valt of onder een andere. Dan wordt dat opgelost. Dus dan heb je wel een stukje zekerheid.”
9	6	**Als je kinderen hebt wel belangrijk, maar heb ik niet.**	“Zekerheid voor gezin, nou, ‘van het grootste belang’ vind ik wel heel erg overdreven, wel als je bijvoorbeeld als je kinderen hebt of zo, echt een gezin dan vind ik dat wel belangrijk, maar dat heb ik natuurlijk niet dus dan kan ik daar ook niet over spreken.[vult bij zekerheid voor gezin een zes in] **Oké.”**
10	6	**Beetje hetzelfde als geluk, daar verzeker je je voor.**	“Zekerheid voor gezin, ja dat is een beetje hetzelfde als geluk, omdat je goed verzekerd bent heb je ook zekerheid voor je gezin, daar verzeker je je voor. [vult bij zekerheid voor gezin een zes in]. [vult bij wereld in vrede een drie in].”
11	6	**Is ook maar relatief, nooit 100%. Afhankelijk van prijs en dekking.**	“Zekerheid voor gezin is natuurlijk ook maar relatief, je hebt nooit honderd procent zekerheid. Dus het is ook een beetje afhankelijk van hoe duur het wordt om een risico af te dekken, maar in zijn algemeenheid een zes.”
12	-	**Ik vind geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. Zekerheid voor gezin zou dan het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb.**	“ Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké.”**

Zekerheid voor gezin
De meeste klanten associëren deze waarde met Independent Duinrand, vrijwel alle geïnterviewde klanten zijn het erover eens dat je je verzekerd voor de zekerheid van je gezin. Zo vindt respondent 8 “Je hebt gewoon de duidelijkheid en de zekerheid dat als er wat gebeurt dat je dan via een contactpersoon dan kan aankloppen”. Een enkeling vindt de waarde wel belangrijk maar niet per se met Independent Duinrand te maken hebben, “Zekerheid voor je gezin, heeft ook niet per se met dit bedrijf te maken. Want of je nou hier zit of bij een andere tussenpersoon, alle dingen zullen we goed zijn, dat doen ze allemaal wel.”

Eindconclusie:
Zekerheid voor het gezin wordt door klanten wel als belangrijk voor het bedrijf gezien, echter niet als een unique selling point, zekerheid voor het gezin heb je bij alle tussenpersonen wel volgens de klanten.

64. Wereld in vrede

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Wat heeft dat nou met Independent Duinrand te maken?**	“ Wereld in vrede, wat heeft dat nou met Independent Duinrand te maken? **Ja het is natuurlijk maar hoe je het interpreteert.** Ja, [denkt na] Nou laat ik deze op drie staan.”
2	0	**Wat heeft Duinrand te maken met een wereld in vrede denk ik dan?**	“ Wereld in vrede [vult een nul in bij wereld in vrede]. **Dat vindt u ook niet zo belangrijk?** Nee ik kan daar niks mee. Wat heeft Duinrand nou te maken met een wereld in vrede denk ik dan? Dus vandaar.”
3	7	**Überhaupt van het grootste belang. Zonder veiligheid kan bedrijf ook niet functioneren.**	“Ik vind überhaupt nationale veiligheid van het allergrootste belang. **In het algemeen meer?** Ja. **En hoe linkt u dat dan met het bedrijf?** Ja je kunt zo denken, als er geen nationale veiligheid is, kan het bedrijf ook niet goed functioneren, dat is niet goed voor de economie en dus ook de verzekeringswereld. **Oké. En wereld in vrede?** Ja ik denk dat het daar wel een beetje mee samenhangt. [vult bij wereld in vrede een zeven in]. **Oké.”**
4		**Persoonlijk wel belangrijk maar heeft niet zoveel met**	“ Oké. [leest lijst door] Even kijken, wereld in vrede vind ik heel belangrijk, en heel belangrijk was een zeven zei je hè? **Ja, maar het gaat er niet zozeer om welke waarden voor u belangrijk**

		Duinrand te maken.	**zijn maar welke waarden je bij het bedrijf vindt passen. Dus als je Independent Duinrand aan familie of vrienden omschrijft, welke waarden gebruik je dan?** Oh oké dan doe ik die weg, want ik vind vrede in de wereld persoonlijk wel belangrijk, maar het heeft natuurlijk niet zoveel met Duinrand te maken. **Nee u vindt van niet?** Nee."
5	5	**Heeft niks met Duinrand te maken. Is wel zo dat als er geen vrede is er ook niet zoveel te verzekeren valt, dus is meer een voorwaarde.**	"Wereld in vrede, maar dat heeft niks met Duinrand te maken, wereld in vrede. **Nee u vindt van niet?** Ja het is wel zo dat je in deze wereld je verzekerd om dat je in zo'n weldoorvoede een goede kant van de wereld zit. Dan ga je je verzekeren anders valt er niet veel te verzekeren. Dan is het eigenlijk wel belangrijk, maar waarom zou het speciaal voor Duinrand belangrijk zijn. Bij het omschrijven van Duinrand, het is eigenlijk een conditie. **Een voorwaarde?** Ja, een voorwaarde anders is het niet interessant. Een vijf."
6	7	**Voor iedereen beter, voor bedrijven ook, premies lager.**	"Ja wereld in vrede, ja dat vindt ik ook wel een zeven. **Oké en hoe interpreteert u dat dan met betrekking tot Duinrand?** Hoe zal ik dat eens uitleggen [denkt na]. Ik denk sowieso dat het voor iedereen beter is, en voor de bedrijven ook beter is. Ja als de wereld meer in vrede is, dan zijn mensen meer in harmonie en natuurlijk achteraf worden de premies dan ook lager, omdat het dan goed gaat met de economie. **Ja precies. Dus puur vanuit commercieel oogpunt gezien?** Ja eigenlijk wel."
7	0	**In relatie tot Duinrand een nul.**	" Wereld in vrede een nul. **Een nul?** Ja in relatie tot het bedrijf wel ja. **Daar kunt u niks bij verzinnen?** Nee, ja je mag niet sturen dat weet ik. **Nee klopt."**
8	0	**Daar helpt het niet aan mee denk ik.**	" Ja de wereld in vrede, ja daar helpt het niet aan mee denk ik. Dus die geef ik even een nulletje."
9	7	**Vind ik heel belangrijk, er moet wat gedaan worden aan de situatie op dit moment.**	"[vult bij wereld in vrede een zeven in]. **Wereld in vrede waarom is dat belangrijker dan geluk en zekerheid voor gezin voor u?** Nou dat vind ik toch wel, gezien de situatie op dit moment, dan is toch wel heel belangrijk dat er een keertje iets gedaan wordt. Want anders gaat het niet goed. **Wat bedoelt u daar precies mee?** Met alles, met Rusland, met alles. De bootvluchtelingen, ook verschrikkelijk als je dat ziet. Nationale veiligheid vind ik heel belangrijk dat komt een beetje overeen met die wereld en vrede, van mijn beeld."
10	3	**Ik ben geen wereldverbeteraar anders had ik in de politiek gemoeten.**	"**Wereldvrede vindt u minder belangrijk?** Wat zegt u? **Wereld in vrede vindt u minder belangrijk dan geluk en zekerheid voor gezin?** Nee ik ben geen wereldverbeteraar. Dan had ik in de politiek gemoeten."
11	7	**Belangrijk, hoe belangrijk? Zeven.**	"Wereld in vrede is ook belangrijk, maar hoe belangrijk? Ik denk wel een zeven.
12	-	**Ik kan niet aan Duinrand denken bij nationale veiligheid, dat lukt me niet.**	" Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Wereld in vrede

Klanten associëren de waarde 'wereld in vrede' niet direct met Independent Duinrand, sommigen kunnen dan ook geen enkele link met het bedrijf bedenken. Respondent 5 ziet 'wereld in vrede' meer als een voorwaarde, "Dan is het eigenlijk wel belangrijk, maar waarom zou het speciaal voor Duinrand belangrijk zijn. Bij het omschrijven van Duinrand, het is eigenlijk een conditie. Ja, een voorwaarde anders is het niet interessant." Klanten vinden namelijk dat een wereld in vrede wel gunstig is voor de economie en dus ook de premie.

Eindconclusie:
Sommige klanten kunnen de waarde niet aan het bedrijf linken, een enkeling ziet het meer als voorwaarde voor een goede economie en dus een goede premie en service.

65. Zelfrespect

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	4	**Natuurlijk wel belangrijk.**	" Zelfrespect, dat is natuurlijk ook altijd wel belangrijk, een vier."
2	3	**Je moet jezelf kunnen respecteren anders kun je anderen ook niet respecteren.**	" Zelfrespect, een drie die vind ik ook wel belangrijk. **En waarom?** Nou dat vind ik sowieso belangrijk, je moet jezelf kunnen respecteren anders kun je anderen ook niet respecteren. Ook op werk."
3	7	**Elkaar respecteren, zelfrespect hetzelfde als gelijkheid.**	"**Waarom vindt u gelijkheid belangrijk? En wat betekent dat voor u?** Gelijkheid, dat je elkaar respecteert, maar dat staat er volgens mij ook wel bij. Dat zelfrespect, dus dat vind ik hetzelfde een beetje. [vult bij zelfrespect een zeven in]."
4	5	**Respect voor jezelf ook als bedrijf.**	" Zelfrespect, ja ik vind dat je wel respect voor jezelf moet hebben, ook als bedrijf. [vult vijf in bij zelfrespect]."
5	5	**Qua omgangsvormen wel belangrijk, voor bedrijf niet.**	"Zelfrespect, voor Duinrand? Nou die geldt ook voor iedereen. Je kunt er eigenlijk niks bij invullen. **U kunt er niks bij invullen?** Het heeft betrekking op het bedrijf en niet op een persoon. **Maar u kunt het misschien ook zo zien dat de mensen die er werken ook het bedrijf maken.** Ja maar die moeten respect voor elkaar hebben, dat hoeven ze toch niet voor zichzelf te hebben? Als het met omgangsvormen te maken heeft dan wordt het wel belangrijk, dus dat krijgt ook een vijf."
6	3	**Dat ze mij accepteren zoals ik ben.**	" Zelfrespect, [denkt na] Zelfrespect met betrekking met Duinrand tsja. Ja het is ook wel belangrijk natuurlijk. **En waarom?** Dat ze mij ook accepteren zoals ik ben, en dat is heel belangrijk. Niet iedereen is hetzelfde, ik ben nogal apart in mijn manier. Ik zeg waar het op staat, ik draai er ook niet omheen. Dus het zelfrespect vindt ik ook wel belangrijk. Nou dan zat ik daar een drie neer."
7	7	**Sowieso heel belangrijk, is basis van alles. Ook als bedrijf zijnde.**	"Oké. Wat vind ik van het grootste belang [leest lijst door en denkt na]. Zelfrespect, denk ik, die ga ik een zeven geven. **Oké en waarom?** Ik vind zelfrespect sowieso een heel belangrijk iets. Dat je sowieso respect voor jezelf hebt en respect kan geven of kan krijgen. En ik vind als je niet tevreden bent met jezelf dan is het een heel slecht begin van wat er nog moet komen. Dus dat vind ik wel heel belangrijk. **En waarom vindt je dat dan bij het bedrijf passen?** Nou ik denk dat elk bedrijf zichzelf moet respecteren, dat is een beetje moeilijk uitleggen denk ik. Ik denk toch dat zelfrespect in het algemeen ook de basis is van alles. Dus gewoon in het leven, maar ook als bedrijf zijnde als persoon, als sport team, dat is gewoon heel belangrijk."
8	5	**Communicatie is respectvol wel belangrijk, zelfrespect van medewerkers niet belangrijk.**	"Nu moet je mij even uitleggen wat je met punt vier, zelfrespect, bedoelt. Bedoel je dan het zelfrespect eigenlijk alleen het eigen respect van het bedrijf of bedoel je het respect onderling tussen het bedrijf en de klant? Want zelfrespect kun je in deze wijze op twee manieren interpreteren. **Ja klopt maar het zijn hele brede begrippen en het is de bedoeling dat u de waarde waardeert hoe u de waarde opvat zeg maar. Dus er is niet echt goed of fout, dus het is maar welke van de twee interpretaties u het meest vindt passen bij het bedrijf.** Zoals ze communiceren is respectvol, alleen is het dan niet zelfrespect. Maar wel respectvol zoals ze naar de klant toe staan en dat vind ik wel heel belangrijk. Terwijl het zelfrespect, of die dame die de telefoon opneemt nu zegt: 'Ik heb echt respect voor mijzelf'. Dat maakt mij niet zoveel uit. Dus als het om respect gaat richting de klanten dan vind ik wel belangrijk, dan zou ik het zeker een vijf geven. Dus die schrijf ik dan op. Maar wel met de kanttekening dat als het om zelfrespect van de medewerkers gaat ik het dus niet zo belangrijk vind. **Oké duidelijk."**
9	6		-
10	6	**Belangrijk, anders kom je nergens.**	"Ja zelfrespect, dat is sowieso voor ieder mens belangrijk. Je moet wel respect voor jezelf hebben anders kom je nergens. [vult bij zelfrespect een zes in]."
11	5	**Lastiger om vanuit het bedrijf te bekijken.**	""Zelfrespect, dat wordt wat lastiger om vanuit het bedrijf te bekijken, een vijf."
12	-	**Ik vind geen enkele waarde van de lijst passen. Ik vrees dat ik**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk

		deze lijst niet zo van toepassing vind.	geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Zelfrespect
De klanten geven aan dat zij respect heel belangrijk vinden, dat ze geaccepteerd worden als klant maar ook dat zij deze waarde persoonlijk ook heel belangrijk vinden. Zo vindt respondent 6, "Dat ze mij ook accepteren zoals ik ben, niet iedereen is hetzelfde." Maar als het om zelfrespect gaat vinden de klanten dit minder belangrijk. Zo vindt respondent 8, "Terwijl zelfrespect, of die dame die de telefoon opneemt nu zegt: "Ik heb echt respect voor mijzelf". Dat maakt mij niet zoveel uit."

Eindconclusie: Klanten vinden respect belangrijk als het gaat om het respecteren van elkaar in de omgang en het respect vanuit het bedrijf naar de klant toe. Of de medewerkers van Independent Duinrand respect hebben voor zichzelf dat maakt hen niet veel uit.

66. Vrijheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Erg belangrijk, Vrijheid in de keuzes die je maakt voor een verzekering.**	" Vrijheid, nou dat is natuurlijk wel erg belangrijk. **Ja?** Ja. **En in welke zin vrijheid?** Nou je moet natuurlijk wel vrijheid hebben in de keuzes die je maakt. **Voor een verzekering?** Ja."
2	3	**Zelf kiezen als klant welke verzekering je wil, niet pushen.**	" Vrijheid is ook wel een drie. **En waarom?** Ja bij vrijheid, vrijheid om zelf te kiezen welke verzekering je wil. **Als klant?** Ja als klant dat ze je niet pushen zeg maar. **Oké."**
3	4	**Zij adviseren, jij maakt de keuze, wel belangrijk.**	"**En vrijheid hoe ziet u dat?** Nou dat ze je wel de vrijheid geven om zelf te kiezen welke verzekering je wilt. Zij zijn er om te adviseren en jij maakt uiteindelijk de keuze, dat is wel belangrijk vind ik. **Oké."**
4	5	**Vrijheid om product te kiezen, zelf eens zijn met advies.**	"Vrijheid ook belangrijk, die krijgt een vijf. **En waarom?** Omdat ze je wel de vrijheid moeten geven om een product kiezen. Kijk zij adviseren jou iets maar daar moet je het natuurlijk zelf ook mee eens zijn. Dus dat vind ik wel heel belangrijk."
5	5	**Te open, vrijheid. We leven in vrije maatschappij, dat is wel belangrijk.**	"Vrijheid, ja wat moet je je daar nou weer bij voorstellen. Dat je in een vrij land leeft misschien. **Kan, u kunt het in elke context plaatsen die u wilt. Het is maar hoe u het interpreteert.** Het is te open, vrijheid. We leven natuurlijk wel een in vrije maatschappij, dus daarom krijgt deze ook een vijf."
6	6	**Staan en gaan waar ik wil, niemand legt mij iets op.**	" Vrijheid, vindt ik heel belangrijk omdat ik wil gaan en staan waar ik wil en niemand iets mij op kan leggen. Dus ook mijn tussenpersoon niet. Dus ik zal het een zes geven."
7	3	**Bedrijf vrij in keuzes, niks opgelegd krijgen van andere partijen.**	" Vrijheid, [denkt na]. Nou nog best lastig dit moet ik zeggen. [vult een drie in bij vrijheid]. **En hoe ziet u vrijheid dan?** Nou dat het bedrijf wel vrij is in de keuzes die ze maken, natuurlijk zijn ze nooit helemaal vrij. Maar dat ze geen dingen opgelegd krijgen van andere partijen. **Andere partijen?** Ja van verzekeraars natuurlijk wel, maar met andere zakenpartners of zoiets, dat ze doen wat ze zelf willen. En ik ben nog maar drie weken klant natuurlijk, maar ik heb wel zo het vermoeden dat dat zo is. **Dat ze doen wat ze zelf willen?** Ja, ik kan het ook fout hebben hoor maar dat vermoeden heb ik wel. **Oké."**
8	3	**Verzekeringen geven vrijheid omdat je nergens meer aan hoeft te denken.**	" Nou de vrijheid is wel belangrijk, dus die geef ik een drie. En dan zal ik je ook nog even vertellen waarom want dat wil je natuurlijk graag weten. **Ja.** Verzekeringen geven natuurlijk een zekere mate van vrijheid omdat je nergens meer aan hoeft te denken. Door wat ze communiceren omdat ze natuurlijk verschillende dingen aanbiedt, verschillende verzekeringen aanbiedt. Zorgen ze natuurlijk dat je dat stukje vrijheid hebt, dat als brand ontstaat dat je niet in zak en as hoeft te gaan zitten, letterlijk en figuurlijk. Maar dat je gewoon weet dat er wat wordt geregeld. En natuurlijk heb je dan je spullen niet terug, maar

			dan wordt er in ieder geval wel geregeld dat je door kunt en dat je dus die vrijheid hebt en niet gelijk aan de grond zit."
9	7		-
10	6	**Gaan staan en zeggen wat je wil, vrij land.**	"Vrijheid ja ook belangrijk. **En waarom vindt u vrijheid belangrijk, hoe ziet u dat?** Nou ik zie vrijheid dat je kan gaan en staan waar je wilt en kan zeggen wat je wilt, we leven in een vrij land dus ja."
11	6	**Vrijheid een zes.**	"Vrijheid geef ik een zes."
12	-	**Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, vrijheid enz.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Vrijheid
Klanten associëren de waarde 'vrijheid' over het algemeen met Independent Duinrand en zij geven aan dat deze waarde ook erg belangrijk is. De meeste klanten zien vrijheid vanuit de klant, zij moeten wel de vrijheid krijgen om zelf een keuze te maken voor een verzekering. Zo vindt respondent 3, "Zij zijn er om te adviseren en jij maakt uiteindelijk te keuze, dat is wel belangrijk vind ik." Een enkeling betrekt vrijheid ook op het bedrijf, zo vindt respondent 7, "Nou dat het bedrijf wel vrij is in de keuzes die ze maken, natuurlijk zijn ze nooit helemaal vrij. Maar dat ze geen dingen opgelegd krijgen van andere partijen. Ja wel van verzekeraars natuurlijk, maar met andere zakenpartners of zoiets, dat ze doen wat ze zelf willen."

Eindconclusie:
Klanten betrekken de waarde vrijheid vooral op de klant, zij vinden het belangrijk dat de klant de vrijheid heeft om zelf te kiezen voor een verzekering, ondanks het advies. Daarnaast betrekken klanten de waarde ook op het bedrijf zelf, het bedrijf moet zijn eigen keuzes maken en niets opgelegd krijgen van zakenpartners.

67. Vriendschap

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	4	**Niet heel erg nodig, maar wel fijn.**	" Vriendschap, ja dat vind ik nou niet heel erg nodig bij een bedrijf, maar wel fijn, dus die geef ik een vier."
2	6	**Ze gaan een stapje verder voor je dan je zou verwachten.**	"Vriendschap die is wel een zes. **En waarom is vriendschap een zes? Waarom vind u dat belangrijk met betrekking tot Independent Duinrand?** Ja dat is de manier waarop je met elkaar omgaat. Ze gaan net een stapje verder voor je dan je zou verwachten. Dat vind ik nou belangrijker dan geluk of wereld in vrede. **Oké."**
3	5	**Ze nemen zorgen weg, toch een soort vriendschap, ze hebben het beste met je voor.**	"**En u heeft bij vriendschap ook een vijf ingevuld zie ik?** Ja want ik heb toch wel een soort vriendschap met ze, dat klinkt misschien gek maar ze stellen je echt op je gemak daar en nemen gewoon al je zorgen weg. En dan voel je echt dat ze het beste met je voor hebben. Dat wel. **Oké duidelijk."**
4	5	**Sfeer is altijd goed op kantoor, heel gezellig.**	"Vriendschap, ja dat vind ik heel belangrijk. **En linkt u dat ook aan het bedrijf?** Ja heel erg, de sfeer is altijd gewoon goed als we daar zijn. Altijd heel gezellig. [vult een vijf in bij vriendschap]."
5	5	**Met goede betrekkingen werk je beter dus is belangrijk.**	" Vriendschap, wat moet je daar nou weer mee. Dan werk je beter, is uitgezocht, is onderzocht. Als je goede betrekkingen hebt en elkaar iets gunt, dan werk je beter dan als je elkaar een beetje dwarszit en als je elkaar niet mag. **Ja logisch eigenlijk.** Deze krijgt ook een vijf. Vijf is toch wel tegen heel belangrijk aan hè? **Ja, dat klopt."**
6	7	**Je moet wel klik hebben en mensen iets gunnen.**	"Ja vriendschap is een zeven. **Ja?** Ja. **Dat vindt u belangrijk bij een tussenpersoon?** Ja, je moet wel een klik met iemand hebben en daarom vindt ik ook dat je mensen iets moet gunnen. Het gaat natuurlijk eigenlijk niet alleen maar om jezelf maar ook om een ander."
7	3	**In eigen leven wel**	"Vriendschap, ja ik vind vriendschap in mijn eigen leven heel

		belangrijk, zakelijk niet, goede relatie wel.	belangrijk, daar zou ik een zes of een zeven voor geven. Maar zakelijk, zijn vrienden niet belangrijk. Het is wel van belang om een goede relatie te hebben maar vriendschap niet. Dus ik zet die op een drie."
8	5	**Klant merkt als er vriendschap en plezier heerst op de werkvloer. Associeert plezier en vriendschap met elkaar.**	"Vriendschap, dat is een beetje als het zelfrespect in dat opzicht. Je merkt altijd in een bedrijf als je binnenkomt hoe mensen met elkaar omgaan. En net als dan die heer beneden die dan een lollige opmerking plaatst van: 'Zo gaan jullie helemaal naar boven'. Dan merk je dat er hier in vriendschap en gewoon met plezier en met veel interesse naar elkaar en met elkaar gewerkt wordt. En dat ervaart een klant. Dus wat dat betreft, dat heeft ook te maken met plezier. **Dus die waarden associeer je met elkaar, vriendschap en plezier?** Die associeer ik wel met elkaar ja, omdat je dus als je plezier en vriendschap niet in een bedrijf zou hebben, dan krijg je een bedompte, bedrukte sfeer in een bedrijf. En dan merken klanten gewoon dat ze daar liever niet zijn. Dat ze toch liever zoiets hebben van ik ga wel weer weg en ik regel het wel ergens anders. Dus dat is zeker wel heel belangrijk dat je dat als klant ook zo ervaart. Dus die geef ik allebei een vijf."
9	6		-
10	3	**Wel belangrijk, al lang klant dus goede relatie.**	"Vriendschap, ja dat vind ik ook wel belangrijk. Wat ik net al zei, ik ben hier al zo lang klant dat ik Mandy en Marcel wel goed ken onderhand. [vult bij vriendschap een drie in]."
11	6	**Vriendschap voor mij een zes.**	"Vriendschap is voor mij ook een zes."
12	-	**Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. Ik vreest dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Vriendschap
Bij deze waarde valt het op dat klanten die al een tijd klant zijn bij Duinrand, deze waarde heel belangrijk vinden en associëren met Independent Duinrand. Zo vindt respondent 3, "Ja want ik heb toch wel een soort vriendschap met ze, dat klinkt misschien gek maar ze stellen je echt op je gemak daar en nemen gewoon al je zorgen weg. En dan voel je echt dat ze het beste met je voor hebben." Respondent 2 deelt die mening, "Ze gaan net een stapje verder voor je dan je zou verwachten." Klanten die korter dan 5 jaar klant zijn vinden vriendschap minder belangrijk. Zij vinden dit niet heel er nodig en op zakelijk vlak niet belangrijk, een goede relatie vinden zij wel belangrijk.

Eindconclusie:
Klanten die langer dan 5 jaar klant zijn bij Duinrand vinden de waarde vriendschap heel belangrijk omdat zij dit in sterke mate bij het bedrijf voelen. De klanten die korter dan 5 jaar klant zijn bij het bedrijf vinden vriendschap niet belangrijk op zakelijk vlak, een goede relatie vinden zij wel belangrijk.

68. Innerlijke harmonie

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	4	**Goede harmonie op kantoor, denk ik ook wel als ik het hier zo zie.**	"Innerlijke harmonie, harmonie vind ik ook belangrijk dus die krijgt ook een vier. **En waarom?** Ja dat er een goede harmonie op kantoor heerst en dat denk ik ook wel als ik dat zo hier zie."
2	3	**Hoe ik mij daarbij moet voelen of zoiets? Nou dan een drietje.**	" Innerlijke harmonie, wat bedoel je daarmee, hoe ik mij daarbij voel of zo iets? **Ja dat kan.** Nou dan vul ik daar een drietje in."
3	6	**Geeft rust van binnen als je goed verzekert bent.**	"**En waarom vindt u innerlijke harmonie belangrijk of bij het bedrijf passen?** [denkt na]. Omdat ik dat persoonlijk belangrijk ook gewoon belangrijk vindt. Maar het geeft natuurlijk ook een

			soort rust van binnen als je goed verzekerd bent. **Oké dus meer innerlijke rust?** Ja precies."
4	7	**Ze zijn heel vriendelijk altijd, altijd gezellig. Ik neem aan dat dat goed zit.**	"**Dus als je Independent Duinrand aan familie of vrienden omschrijft, welke waarden gebruik je dan?** Oh oké dan doe ik die weg, want ik vind vrede in de wereld persoonlijk wel belangrijk, maar het heeft natuurlijk niet zoveel met Duinrand te maken. **Nee u vindt van niet?** Nee. Dan denk ik innerlijke harmonie, die geef ik dan een zeven. **Oké en waarom die?** Ja ze zijn heel vriendelijk altijd. **Dus er heerst een goede harmonie?** Ja als wij een vraag hebben dan doen we dat via de computer eerst, en als we er dan niet uitkomen dan gaan we daar langs en dat is altijd gezellig. Dus ik neem aan dat het goed zit."
5	2	**Wat kan mij dat nou schelen, als ze hun werk maar goed doen. Een beetje gaan zitten mediteren [lacht hardop].**	"Oké. Innerlijke harmonie, ja wat kan mij dat nou schelen als ze hun werk maar goed doen. Een beetje gaan zitten mediteren, [lacht hardop] **[lacht hardop].** Nou dat vind ik niet echt zo hoog, een twee. Ja innerlijke harmonie dat is [denkt na]. **U ziet dat voor zich als meditatie of innerlijke rust?** Ja innerlijke harmonie dat je zenuwpees bent die nodig yoga moet gaan doen, of je bent een zweeskees. Ja als je je alleen maar op innerlijke harmonie focust, dan ben je natuurlijk met iets anders bezig dan met je werk. **Dus met betrekking tot Duinrand vindt u dat niet zo belangrijk? Dat heeft meer met de persoon zelf te maken?** Ja als je bedoelt dat je dan meditatie cursussen gaat doen, dan werk je niet veel door [lacht hardop]. **[lacht hardop].** Dus die krijgt voor mij een twee."
6	3	**Je ergens goed bij voelen denk ik, dat ze je begrijpen.**	"Innerlijke harmonie, wat moet ik daar nou mee. Mag ik hem overslaan? **Nou het is wel de bedoeling dat u alle waarden invult. Maar als u er niks mee heeft dan kunt u die ook laag waarderen.** [vult bij innerlijke harmonie een drie in] **Oh dus u vindt het toch wel belangrijk?** Ja dat wel. **En waar denkt u dan aan bij innerlijke harmonie?** [denkt na] Je ergens goed bij voelen denk ik. **Dus meer het gevoel?** Ja een goed gevoel hebben bij iets. **Oké.** En ook het gevoel hebben dat ze je begrijpen."
7	5	**Soort van rust als alles geregeld is, dat zorgt voor innerlijke harmonie.**	"Innerlijke harmonie, een vijf. **Dus die is wel belangrijk?** Ja toch wel belangrijk ja. **En in welke zin zie je dat dan, innerlijke harmonie?** Nou dat je een soort van rust hebt als je dingen goed geregeld hebt. **Oké ja, dus als je goed verzekerd bent dan geeft dat je een soort van rust?** Nou dan heb je een soort van rust inderdaad en dan hoef je je er geen zorgen om te maken ook. Als dat goed geregeld is, dan is dat goed voor je innerlijke harmonie. **Oké."**
8	2	**Innerlijke zorg per persoon zal mij een zorg wezen. Maar je geeft wel met die harmonie je uitstraling mee, dus wel weer van belang.**	"De innerlijke harmonie, die pak ik dan even zoals ik hem lees, op het persoonlijke aspect. **Ja.** De innerlijke zorg per persoon zal mij een zorg wezen. Terwijl je samen met die innerlijke harmonie wel je uitstraling meegeeft. Dus afwegende geef ik een twee, omdat het niet heel belangrijk is. Maar wel weer heel belangrijk is om je plezier, vriendschap en openheid uit te stralen richting je klant die binnenkomt en die je te woord gaat staan. Dus daar is het wel weer van belang."
9	6		-
10	6	**Zelfde als zelfrespect, zonder kom je nergens.**	"Innerlijke harmonie, ja is ook belangrijk, beetje hetzelfde als zelfrespect ook. **Oké dus ook dat weer van 'anders kom je nergens' zei u?** Ja precies. [vult bij innerlijke harmonie een zes in]."
11	7	**Van het grootste belang.**	"Innerlijke harmonie is van het grootste belang, een zeven."
12	-	**Daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar

			ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Innerlijke harmonie
Klanten betrekken de waarde innerlijke harmonie vooral op het feit dat het innerlijke rust geeft als je goed verzekerd bent. Sommigen betrekken de waarde ook op de harmonie op kantoor. Zo vindt respondent 4, "Ja ze zijn heel vriendelijk altijd. Als we er niet uitkomen dan gaan we daar langs en dat is altijd gezellig. Dus ik neem aan dat dat goed zit."

Eindconclusie:
Klanten vinden dat er een goede harmonie heerst op kantoor en dat het hun innerlijke rust geeft dat ze goed verzekerd zijn bij Independent Duinrand.

69. Plezier

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	4	**Moet wel plezier in je werk hebben, anders merk je dat gelijk.**	" Plezier, ja ze moeten hier wel plezier in hun werk hebben anders merk je dat gelijk aan de medewerkers, dus ook een vier. **Allemaal vieren?** Ja eigenlijk wel, mag dat? **Ja hoor tuurlijk."**
2	6	**Dat de mensen hier plezier in hun werk hebben.**	" Plezier, vind ik ook belangrijk. [vult een zes in bij plezier]. **En in welke zin ziet u plezier dan?** Ja de mensen hier, als die plezier in hun werk hebben, dan merk ik dat ook als klant."
3	5	**Hebben plezier in hun werk, Mandy vindt het leuk om alles uit te pluizen.**	"En plezier vindt ik belangrijk omdat iedereen plezier in zijn werk moet hebben. En ik denk ook zeker dat ze dat hebben. **En waarom denkt u dat?** Nou omdat ik aan Mandy merk dat ze daar wel een soort van plezier in heeft om alles uit te pluizen enzovoort."
4	6	**Wel belangrijk geworden sinds mijn beroerte, iedereen moet het naar zijn zin hebben.**	"**Oké. En u heeft bij plezier en gelijkheid een zes gezet, dat vindt u dus ook belangrijk?** Ja. **En waarom?** Sinds mijn beroerte wil ik gewoon dat iedereen het naar zijn zin heeft en dat niemand ziek wordt, maar ja dat is niet zo. Maar dat vind ik dan wel belangrijk geworden."
5	5	**Plezier in je werk en in elkaar.**	"Plezier, ja dat is wel belangrijk, plezier in je werk. En in elkaar, anders doe je het ook niet, dus een vijf."
6	6	**We hebben altijd plezier als we hier zijn.**	" Plezier, ja we hebben altijd plezier als we hier zijn dus ja. Nou dan geef ik die een zes."
7	2	**In privé leven erg belangrijk, maar zakelijk vlak minder.**	"Plezier, ja een beetje hetzelfde als vriendschap, in mijn privé leven vind ik dat erg belangrijk maar op zakelijk vlak een stuk minder. Dus die krijgt een twee."
8	5	**Zonder plezier en vriendschap krijg je een bedompte, bedrukte sfeer. En dan gaan klanten weg.**	"Vriendschap, dat is een beetje als het zelfrespect in dat opzicht. Je merkt altijd in een bedrijf als je binnenkomt hoe mensen met elkaar omgaan. En net als dan die heer beneden die dan een lollige opmerking plaatst van: 'Zo gaan jullie helemaal naar boven'. Dan merk je dat er hier in vriendschap en gewoon met plezier en met veel interesse naar elkaar en met elkaar gewerkt wordt. En dat ervaart een klant. Dus wat dat betreft, dat heeft ook te maken met plezier. **Dus die waarden associeer je met elkaar, vriendschap en plezier?** Die associeer ik wel met elkaar ja, omdat je dus als je plezier en vriendschap niet in een bedrijf zou hebben, dan krijg je een bedompte, bedrukte sfeer in een bedrijf. En dan merken klanten gewoon dat ze daar liever niet zijn. Dat ze toch liever zoiets hebben van ik ga wel weer weg en ik regel het wel ergens anders. Dus dat is zeker wel heel belangrijk dat je dat als klant ook zo ervaart. Dus die geef ik allebei een vijf."
9	6		-
10	6	**Je moet plezier hebben in je leven, ook in je werk.**	"Plezier, ja ik ook wel belangrijk. [vult bij plezier een zes in]. **Alles is wel belangrijk? U vindt al die waarden wel bij het bedrijf passen ook?** Ja. **En waarom heeft u plezier een zes gegeven?** Nou omdat ik dat belangrijk vindt dus. **En waarom?** Omdat je moet gewoon plezier hebben in het leven, heel simpel. Plezier in het leven, plezier in je werk. Ja dat dus. **Oké."**
11	6	**Plezier een zes.**	"Plezier krijgt een zes."
12	-	**Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, plezier. Ik vreest dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik

			gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Plezier
Vrijwel alle klanten zijn het er over eens dat je plezier in je werk moeten hebben. Zij zien bij Independent Duinrand dat dit ook het geval is. Zo vindt respondent 3, "Nou omdat ik aan Mandy merk dat ze daar wel een soort plezier in heeft om alles uit te pluizen enzovoort." De klanten vinden ook dat er zonder plezier er een bedompte en bedrukte sfeer ontstaat en dat klanten dat dan merken. Een enkeling vindt dat plezier meer bij het privéleven past en op zakelijk vlak minder.

Eindconclusie:
Klanten vinden dat de medewerkers van Independent Duinrand plezier in hun werk hebben en dat plezier bijdraagt aan de sfeer die het bedrijf uitstraalt naar klanten.

70. Gelijkheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Erg belangrijk dat ze je op een gelijke manier behandelen.**	"Gelijkheid vind ik ook erg belangrijk, dus die geef ik dan een zes. **Ja? En in welke zin gelijkheid?** Dat ze je op een gelijke manier behandelen. **Dat ze iedere klant hetzelfde behandelen?** Ja iedereen hetzelfde. Want zoals net zij de directeur mij ook even gedag, maar dan voel ik niet dat hij boven mij staat. Ik ben klant maar dan voel ik mij toch een soort gelijkwaardig."
2	6	**Het is geen loterij, als je iets wil afsluiten kan dat gewoon ongeacht wie je bent.**	"Gelijkheid vind ik ook belangrijk, ook een zes. **En hoe ziet u dat dan?** Ja dat iedereen gelijk, is dat ze alle klanten gelijk behandelen. Net wat ik ook al zei, het is geen loterij, het heeft niks met geluk te maken. Als je iets wil afsluiten dan kan dat gewoon ongeacht wie je bent. **Oké."**
3	7	**Ja dat zij mij gelijk behandelen.**	"Gelijkheid, die ik naar het bedrijf heb en het bedrijf naar mij. **Dat ze u gelijk behandelen?** Ja, dat zij mij gelijk behandelen. **Oké."**
4	6	**Ik wil dat ze mij gelijk behandelen en dat doen ze ook wel.**	"**Oké. En u heeft bij plezier en gelijkheid een zes gezet, dat vindt u dus ook belangrijk?** Ja. **En waarom?** En gelijkheid, ja ik wil dat ze mij gelijk behandelen zoals iedereen. En dat doen ze ook wel**. Oké."**
5	7	**Iedereen is gelijk voor de wet. Het moet er niet toe doen wie ze wel en niet willen helpen.**	"Gelijkheid is ook heel belangrijk, dus dat is een vijf. **En wat verstaat u dan onder gelijkheid?** Ja ik heb natuurlijk een hele uitgesproken opvatting over gelijkheid, iedereen is gelijk voor de wet. En om mensenrechten en discriminatie zijn er nog heel wat slagen te halen. Er is nog zoveel te halen nog op gelijkheid, dat dat wel heel belangrijk is. Eigenlijk is het een zeven. **En hoe ziet u dat dan voor Duinrand? Waarom is het dan zo belangrijk voor Duinrand?** O ja dat ze niet allemaal van die rare opvattingen over mensen hebben, wie ze wel of wie ze niet willen helpen. **Dat ze gewoon iedereen gelijk behandelen?** Ja dat het er gewoon niet toe doet."
6	0	**Ik weet niet wat ik mij daar bij moet voorstellen, niet belangrijk, een nul.**	"Gelijkheid, leg mij dat eens uit gelijkheid. **Het is helemaal wat u eronder verstaat. Als u aan Independent Duinrand denkt en u denkt aan gelijkheid, hoe linkt u dat dan?** Ja oké. [denkt na] Ik weet niet wat ik mij daarbij moet voorstellen. **Oké dat kan.** Maar ik moet wel een cijfer geven hè? **Ja en als u zich erbij voor kan stellen dan kunt u die laag waarderen.** Ik geef die gewoon een niet belangrijk, een nul."
7	4	**Iedereen gelijk behandelen, iedereen heeft tenslotte een verzekering nodig.**	" Gelijkheid, een vier. **En waarom een vier?** Ja ik vind dat wel belangrijk. Ik zie het dan vanuit de klant meer. **Oké.** Dat ze de klanten wel allemaal gelijk behandelen want iedereen heeft tenslotte een verzekering nodig, welke portemonnee je ook hebt. **Oké."**
8	6	**Gelijkheid zit hier wel goed. Je moet op dezelfde voet gelijk staan.**	"Nou gelijkheid dat zit hier ook wel goed, of je nu klant bent of student of werknemer, ik heb ondertussen al aardig wat collega's hier gezien en dat gaat allemaal erg goed. Mag ik die nog een zes geven of niet? **Ja natuurlijk.** Omdat je elkaar wel

			met dezelfde waarden moet en kan behandelen en dan ook op dezelfde voet gelijk kan staan. En dat je niet het gevoel hebt dat je meer naar een persoon moet luisteren dan dat er naar jou geluisterd wordt omdat hij of zij er meer vanaf weet. Dat gevoel zeg maar. **Ja ik snap het."**
9	6		-
10	6	**Dat je gelijk behandeld wordt ook door het bedrijf en dat doen ze ook wel.**	"[vult bij gelijkheid, wijsheid en acceptatie een zes in]. **En waarom vind u die waarden zo belangrijk?** Nou gelijkheid dat je gewoon gelijk behandeld wordt door iedereen dus ook wel door het bedrijf. En dat doen ze ook wel, zo zie ik het."
11	4	**Gelijkheid een vier.**	"Gelijkheid krijgt een vier van mij."
12	-	**Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Gelijkheid
Alle geïnterviewde klanten zijn het er over eens dat gelijkheid belangrijk is omdat Independent Duinrand alle klanten gelijk moeten behandelen. Zo vindt respondent 2, "Het is geen loterij, het heeft niks met geluk te maken. Als je iets wil afsluiten dan kan dat gewoon ongeacht wie je bent." Sommige klanten vinden ook dat binnen het bedrijf iedereen gelijk behandeld moet worden. Zo vindt respondent 8, "Gelijkheid dat zit hier ook wel goed, of je nu klant bent of student of werknemer, ik heb ondertussen al aardig wat collega's hier gezien en dat gaat allemaal goed."

Eindconclusie:
Klanten vinden dat Duinrand elke klant gelijk behandelt en het belangrijk dat iedereen een verzekering af kan sluiten bij het bedrijf. Ook vinden ze dat binnen het bedrijf ook iedereen gelijk behandelt wordt.

71. Wijsheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Natuurlijk wel belangrijk dat ze kennis van zaken hebben.**	" Wijsheid, ja dat is natuurlijk wel belangrijk ja wijsheid. **En wijsheid hoe zie je dat?** Nou ja dat ze wel kennis van zaken hebben."
2	7	**Ze moeten wel weten waar ze het over hebben.**	" Wijsheid, ja dat is wel een zeven, ze moeten natuurlijk wel weten waar ze het over hebben. Zodat zij ook het meeste voor mij eruit kunnen trekken natuurlijk."
3		**Als zij de wijsheid niet in pacht hebben heb ik ook niets aan die wijsheid.**	"Maar wijsheid vind ik ook belangrijk. Als zij de wijsheid niet in pacht hebben om goede verzekeringen aan te bieden, dan heb ik ook niets aan die wijsheid. Dus ik vind het belangrijk.[vult bij wijsheid een zeven in]."
4	5	**Wijsheid nodig om hun werk te doen.**	"[vult bij wijsheid een vijf in]. **En waarom vindt u wijsheid een vijf?** Omdat ze wel wijsheid nodig hebben om hun werk te doen. **En hebben ze dat ook?** Jawel dat hebben ze wel ja, vind ik."
5	2	**Het doet er niet toe, het moet gewoon allemaal in orde zijn.**	"Wijsheid, je maak het me wel moeilijk hoor. Lijkt wel een examen. [lacht hardop] **[lacht hardop].** Ik vind dat de meeste mensen niet wijs zijn. Maar of ze dan hun werk niet goed doen, en voor Duinrand dat weet ik dan niet. **Wat is voor u wijsheid?** Wijsheid dat je verder gaat dan de eerste beste voor de hand liggende oplossing. **Dat je verder denkt?** Ja dat je ook creatief het op een andere manier te zien waardoor je eventueel het beter oplost. Niet kortzichtig zijn. Maar wijsheid is natuurlijk in filosofische zin heel iets anders, dat gaat gewoon veel verder. **Vindt u Duinrand wijs?** Het doet er niet toe, nee waar moeten ze wijs in zijn? Het moet gewoon allemaal in orde zijn. Eigenlijk is het niet eens zo belangrijk, ik geef een hele lage, een twee."
6	7	**Ik verwacht dat zij meer kennis in huis**	" Wijsheid, ja dat is van het grootste belang. **En waarom is dat van het grootste belang?** Omdat ik verwacht dat zij meer kennis in huis

		hebben dan ik.	hebben dan dat ik zelf heb. Anders doe ik het zelf wel. [vult bij wijsheid een zeven in].”
7	6	**Wijsheid is heel belangrijk om de klant goed te helpen en goed advies te geven.**	“ **Ja het gaat er niet zozeer om welke waarden in jouw leven belangrijk zijn, maar meer welke waarden je bij het bedrijf vindt passen.** Ja oké ik snap het. Dan ga ik voor wijsheid, die geef ik een zes. **En in welke zin wijsheid?** Je zegt ik moet invullen wat ik bij het bedrijf vind passen. En als ik kijk naar een verzekeraar of naar jullie nu, dan denk ik dat wijsheid heel belangrijk is, ook om de klant goed te helpen en goed advies te geven.”
8	3	**Wijsheid hetgene waarop het bedrijf vaart maar ook vanzelfsprekend.**	“ De wijsheid, is belangrijk daar jullie de wijsheid dienen te hebben over de verzekeringen en de hypotheken. Dus die geef ik een drie, omdat jullie wijsheid natuurlijk wel het gene is waar het bedrijf op zal varen en moet varen. Anderzijds is het voor mij een drie waard, omdat het niet heel belangrijk is omdat je als klant ervan uitgaat dat die wijsheid er gewoon is. **Dat het gewoon vanzelfsprekend is?** Ja precies, dus het is niet zo heel belangrijk, want ik neem aan dat als een werkgever hier iemand aan neemt die wel die wijsheid heeft. Terwijl er natuurlijk ook bedrijven zijn waarvan we ondertussen weten dat de wijsheid er niet is maar dat ze wel pretenderen dat de wijsheid er wel is. Maar ik ga er vanuit dat als je dus een bedrijf binnen loopt en er een goed gevoel bij hebt, dat die wijsheid er dan ook wel is.”
9	6		-
10	6	**Ze moeten kennis hebben van eigen producten.**	“En wijsheid ja ze moeten natuurlijk wel weten dat als ze mij adviseren dat dat voor mij dan de beste optie is. **Dus meer de kennis van hun eigen producten?** Ja daar ga ik wel vanuit dat ze dat hebben ja.”
11	5	**Wijsheid een vijf.**	“Wijsheid krijgt van mij een vijf.”
12	-	**Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind.**	“Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké.”**

Wijsheid
De waarde wijsheid vinden klanten goed bij het bedrijf passen omdat ze vinden dat Independent Duinrand de wijsheid hebben en moeten hebben om hun werk te doen. Zo vindt respondent 6, “Ik verwacht dat zij meer kennis in huis hebben dan dat ik zelf heb. Anders doe ik het zelf wel.” Een andere klant deelt deze mening niet, “Wijsheid in filosofische zin is heel iets anders, dat gaat veel verder. Het doet er niet toe, nee waar moeten ze wijs in zijn? Het moet allemaal gewoon in orde zijn.”

Eindconclusie:
Of de waarde wijsheid bij het bedrijf past, daar zijn de meningen over verdeelt. De een ziet wijsheid meer als kennis die ze moeten hebben om advies te geven. De ander belicht de waarde vanuit een filosofisch oogpunt en vindt dat het bedrijf geen wijsheid nodig heeft.

72. Acceptatie

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Belangrijk dat je je geaccepteerd voelt als verzekerde.**	“Ja en acceptatie vind ik ook belangrijk. **Oké en waarom?** Bij acceptatie is het natuurlijk wel belangrijk dat je geaccepteerd wordt en je geaccepteerd voelt als verzekeraar. **Als verzekeraar of als verzekerde?** O nee als verzekerde. Want verzekeraar is natuurlijk de organisatie dus natuurlijk de verzekerde dan.”
2	6	**Ze moeten iedereen accepteren.**	“Acceptatie, ook een zes. Dat heeft ook weer met gelijkheid te maken, ze moeten iedereen accepteren. **Oké.”**
3	7	**Dat je ze accepteren als klant.**	“**Even kijken en bij acceptatie ook nog een uitschieter, een zeven.** Ja klopt. **Kunt u uitleggen hoe u dat in relatie tot het**

			bedrijf ziet, acceptatie? Nou dat ze je accepteren als klant, en dat heeft ook weer met die gelijkheid te maken, dat ze je gelijk behandelen. **Oké."**
4	5	**Dat je elkaar accepteert zoals je bent.**	"Acceptatie is ook heel belangrijk. **Op welke manier dan?** Ja dat je elkaar accepteert zoals je bent."
5	6	**Acceptatie claim belangrijk voor betrouwbaarheid dienstverlener.**	"Acceptatie, dat is natuurlijk weer heel hoog. **En waarom is dat heel hoog?** Je hebt verschillende soorten acceptatie je hebt acceptatie van de verzekering en je hebt de acceptatie van de claim als je een claim legt. Dat je er niet een partij moeilijk over gaat zitten doen en kijken hoe je er vanaf moet zien te komen. Dus acceptatie is wel hoog, voor de betrouwbaarheid. Voor de betrouwbaarheid van je dienstverlener, dat hij jouw claim wel behandelt en serieus neemt. En niet denkt van kan mij het schelen, onder in de la en ik hoor wel of ze er nog om komen."
6	6	**Accepteren hoe iemand is, we zijn niet allemaal hetzelfde.**	"Acceptatie, ja dat is ook erg belangrijk. **Acceptatie in welke zin?** Ja wat ik net al aangaf, het accepteren hoe iemand is. Dat we niet allemaal hetzelfde zijn. [vult bij acceptatie een zes in]."
7	3	**Acceptatie tussen bedrijf en klant.**	" Acceptatie, [denkt na] ja dat kun je vanuit verschillende punten bekijken natuurlijk. Een drie. **En vanuit welk punt heeft u het nu geïnterpreteerd?** De acceptatie tussen het bedrijf en de klant. Je wordt natuurlijk geaccepteerd als klant en als persoon, dus dat. **Oké."**
8	3	**Accepteren hoe iemand is en het op dat niveau verwoorden.**	" Acceptatie die is ook belangrijk maar die geef ik een drie, want daar hebben we het een stukje terug al over gehad, dat je moet accepteren hoe iemand is en het ook op dat niveau verwoorden. Want je kunt met hele woorden naar iemand gooien die iets minder opgeleid is maar dat heeft helemaal geen zin."
9	7	**Acceptatie van respect en mensen belangrijk in mijn werk.**	"**En bijvoorbeeld, [kijkt naar lijst], wereld in vrede, vergeving en Acceptatie. Hoe ziet u dat dan?** Acceptatie van respect en acceptatie van mensen. Dat vind ik wel belangrijk. Met name ook in mijn werk."
10	6	**Valt samen met gelijkheid, iedereen gelijk behandelen.**	"En acceptatie, valt weer samen met die gelijkheid, dat je iedereen accepteert en dus gelijk behandelt."
11	5	**In zijn algemeenheid een vijf.**	"Acceptatie, ik vraag me wel af wat je eronder verstaat maar in zijn algemeenheid een vijf."
12	-	**Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Acceptatie
Veel klanten linken de waarde acceptatie met de waarde gelijkheid. Ze geven dan ook aan dat ze net als bij gelijkheid, vinden dat elke klant geaccepteerd moet worden door Independent Duinrand. Respondent 5 vindt dat het bedrijf claims wel serieus moet nemen en die moet accepteren en dat dit belangrijk is voor de betrouwbaarheid van het bedrijf. "Voor de betrouwbaarheid van je dienstverlener, dat hij jouw claim wel behandelt en serieus neemt. En niet denkt van kan mij het schelen, onder in de la er ik hoor wel of ze er nog om komen."

Eindconclusie:
Klanten linken de waarde acceptatie met de waarde gelijkheid. Klanten vinden dat elke klant geaccepteerd moet worden. Een enkeling betrekt gelijkheid op het bedrijf zelf, zij moeten de claims van hun klanten wel accepteren en serieus nemen, dat is belangrijk voor de betrouwbaarheid van het bedrijf.

73. Volwassen liefde

Respondent	Waardering	Label	Quote

1	0	**Vreemde, heeft niks met bedrijf te maken.**	"Volwassen liefde, dat vind ik een beetje een vreemde, dat vind ik helemaal niks met het bedrijf te maken hebben. Dus die krijgt van mij een nul."
2	0	**Kan ik niet met bedrijf linken.**	"Volwassen liefde, zo. Ja en met die andere waarden zoals schoonheid, nationale veiligheid, comfortabel leven en stimulerend leven. Daar heb ik niks mee dat kan ik niet met het bedrijf linken. **Oké.** [vult bij die waarden een nul in]."
3	0	**Link ik in de verste verte niet aan het bedrijf.**	"Volwassen liefde, wat moet ik daar nou weer mee? Nou die geef ik een nul. **Oké en waarom?** Nou omdat ik daar niks mee heb, dat link ik in de verste verte niet aan het bedrijf."
4	1	**Dat link ik niet aan bedrijf.**	" **Even kijken hoor, volwassen liefde?** Ja daar heb ik helemaal niks mee, dat link ik niet aan het bedrijf."
5	1	**Wat heeft Independent Duinrand daar nou mee te maken?**	" Volwassen liefde, het wordt steeds gekker. [lacht hardop]. **[lacht hardop].** Wat heeft Independent Duinrand daar nou mee te maken? Ik weet niet wat ik er mee moet. **Als u er niks mee kunt, kunt u het altijd nog laag waarderen.** Eigenlijk niet belangrijk. [vult een één in bij volwassen liefde]."
6	3	**Ja we zijn volwassen en we hebben liefde met elkaar [lacht].**	" Volwassen liefde, tsja wat moet ik daar nou weer mee. Wat is nou volwassen liefde? Ja we zijn volwassen en we hebben liefde met elkaar [lacht hardop]. Ik geeft het een drie."
7	-1	**In relatie tot bedrijf niet belangrijk.**	"Volwassen liefde, dan maar. **Daar heeft u niks mee?** Ja in relatie tot het bedrijf is dat helemaal niet belangrijk natuurlijk. Dan vind ik zelfrespect, wijsheid en kundigheid en dat soort dingen, veel belangrijker."
8	0	**Vind ik niet belangrijk.**	" De volwassen liefde geef ik een nulletje, want die vind ik niet belangrijk."
9	6		-
10	0	**Tsja, wat moet ik daar nou mee?**	"Volwassen liefde, tsja. Wat moet ik daar nou mee? **Als u er niets mee heeft kunt u het natuurlijk een nul of een één geven. Gewoon laag waarderen.** Oké dan doe ik dat. [vult bij volwassen liefde een nul in]. **Oké."**
11	6	**Een zes.**	"Volwassen liefde is een zes."
12	-	**Ik kan niet echt aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde, dat lukt me niet.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Volwassen liefde
Alle klanten zijn het er over eens dat volwassen liefde geen waarde is die bij het bedrijf past. Zij kunnen de waarde niet linken met het bedrijf en weten niet wat ze er mee aan moeten. Zo vindt respondent 3, "Volwassen liefde, wat moet ik daar nou weer mee? Ik heb daar niks mee, dat link ik in de verste verte niet aan het bedrijf.

Eindconclusie
Klanten vinden de waarde volwassen liefde niet bij Independent Duinrand passen omdat ze de waarde niet kunnen linken aan het bedrijf.

74. Schoonheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	5	**Hoe het bedrijf uitdraagt hoe het eruit ziet wel belangrijk.**	" Schoonheid, niet zo heel belangrijk. Nou ja het is ook weer wel belangrijk. **Schoonheid in welke zin?** Nou ja dan denk ik meer aan hoe het bedrijft uitdraagt hoe het eruit ziet. Dat is natuurlijk toch wel belangrijk, dus dat geef ik een vijf."
2	0	**Daar heb ik niks**	"Ja en met die andere waarden zoals schoonheid, nationale

		mee, kan ik niet linken aan bedrijf.	veiligheid, comfortabel leven en stimulerend leven. Daar heb ik niks mee dat kan ik niet met het bedrijf linken. **Oké.** [vult bij die waarden een nul in].”
3	0	**Gaat niet om schoonheid maar om product en service.**	“**En dan had u nog een nul ingevuld bij schoonheid?** Ja dat kan ik niet echt aan het bedrijf linken, het gaat helemaal niet om de schoonheid daar het gaat om het product, en de service. **Oké.**”
4	3	**Uitstraling wel belangrijk, maar ook weer niet zo heel erg.**	“Schoonheid, ja dat vind ik niet heel belangrijk, ik kijk altijd naar de binnenkant van mensen. **En in relatie tot Duinrand?** [denkt na] Ja dan is de uitstraling wel belangrijk, maar ook weer niet zo heel erg belangrijk dus die doe ik een drie.”
5	1	**Wat is schoonheid op zichzelf? Helemaal niet zo belangrijk.**	“Schoonheid, wat is dat nou weer. Er staat hier niet een plantje. [lacht hardop]. Het is blijkbaar niet belangrijk. **Maar wat verstaat u onder schoonheid, meer de uitstraling van het bedrijf?** Ja schoonheid, die term gaat zo ver. Als je het nou hebt over reputatie of je hebt het over uitstraling naar buiten of je opvalt in het straatbeeld of zoiets. Maar wat is schoonheid op zichzelf? Het is eigenlijk helemaal niet zo belangrijk, die krijgt ook een één.”
6	0	**Uiterlijk en uitstraling niet belangrijk bij verzekeringskantoor. Goed geholpen worden belangrijker.**	“[vult een nul in bij schoonheid]. **En waarom heeft u daar niets mee?** Ja daar gaat het niet echt om hè schoonheid. **En hoe ziet u schoonheid dan?** Ja dat heeft met uitstraling en uiterlijk te maken, maar dat vind ik niet belangrijk bij een verzekeringskantoor. Als ik maar goed geholpen wordt. **Oké.”**
7	2	**Niet erg van belang.**	“Schoonheid, ja ook hetzelfde als geluk en plezier is niet erg van belang dus die krijgt een twee.”
8	4	**Hygiëne personeel en kantoor belangrijk, tekstopbouw en vormgeving papier minder van belang.**	“Schoonheid is altijd een discutabel dingetje. Qua schoonheid is de verzorging van het personeel maar ook de schoonheid van de tafels en de omgeving waar je zit voor een klant leidend. **Dus u betrekt het meer op de hygiëne en de netheid van het bedrijf?** Daar betrek ik het meer op ja en dat is wel heel belangrijk dus dan geef ik de schoonheid een vier. Want hoe het papier eruit ziet en hoe de tekstopbouw is dat is ook een soort schoonheid natuurlijk, maar dat is minder van belang als het maar gewoon duidelijk is.”
9	6		-
10	6	**Schoonheid persoonlijk niet belangrijk, voor bedrijf wel, aankleding gebouw, hygiëne.**	“Schoonheid, [denkt na]. Tsja, dat vind ik nooit zo belangrijk, een drie. Ja maar ik kijk bij deze lijst naar mijzelf, of moet ik dat nou voor het bedrijf doen? **Voor het bedrijf ja.** Nee, ik kijk hem dus gewoon naar mijzelf uit. **Oh, oké. Zou dan nog iets veranderen als u kijkt naar de waarden en ze voor het bedrijf moet beoordelen?** Ja ik denk het wel. [verandert waardering schoonheid en gevoel van prestatie in een zes]. **Wat verstaat u dan onder schoonheid?** Ja de aankleding van het gebouw. Dus hoe het plantsoentje eruit ziet, hoe de ramen eruit zien, of daar geen asbakken staan. **Meer netheid?** Ja ook.”
11	5		-
12	-	**Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken, dat lukt met niet ook niet bij schoonheid, echt niet.**	“Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké.”**

Schoonheid

De meningen over de waarde schoonheid zijn verdeeld. De ene helt van de klanten vindt dat schoonheid niet belangrijk is omdat het om het product en de service gaat. Zo vindt respondent 6, “Ja dat heeft met uitstraling en uiterlijk te maken, maar dat vind ik niet belangrijk bij een verzekeringskantoor.” De andere helft van de klanten vindt schoonheid wel degelijk belangrijk. Klanten betrekken schoonheid dan op de hygiëne van het bedrijf maar ook om de uitstraling. Zo vindt respondent 1, “Nou ja dan denk ik meer aan hoe het bedrijf uitdraagt hoe het eruit ziet. Dat is natuurlijk wel belangrijk.”

Eindconclusie
De helft van de klanten associeert schoonheid niet met het bedrijf omdat zij vinden dat het om het product en de service gaat. De andere helft associeert schoonheid wel met Independent Duinrand, zij vinden dat de hygiëne van het personeel en kantoor leidend kan zijn voor de klant en dat het uitdragen van de uitstraling van het bedrijf ook belangrijk is.

75. Nationale veiligheid

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Daar kan ik nou niks bij bedenken voor Duinrand.**	"Nationale veiligheid, ja daar heb ik ook niet zo veel mee. Daar kan ik nou niks bij bedenken als het om Independent Duinrand gaat. Dus die zet ik op drie."
2	0	**Heb ik niks mee, kan ik niet aan bedrijf linken.**	"Ja en met die andere waarden zoals schoonheid, nationale veiligheid, comfortabel leven en stimulerend leven. Daar heb ik niks mee dat kan ik niet met het bedrijf linken. **Oké.** [vult bij die waarden een nul in."
3	7	**Überhaupt van grootste belang, als dat er niet is kan het bedrijf niet goed functioneren.**	"Nou even kijken, nationale veiligheid vind ik wel heel erg belangrijk.[vult een zeven bij nationale veiligheid in] **En waarom vindt u dat heel erg belangrijk?** Ja dat vind ik een beetje moeilijk. Ik vind überhaupt nationale veiligheid van het allergrootste belang. **In het algemeen meer?** Ja. **En hoe linkt u dat dan met het bedrijf?** Ja je kunt zo denken, als er geen nationale veiligheid is, kan het bedrijf ook niet goed functioneren, dat is niet goed voor de economie en dus ook de verzekeringswereld. **Oké."**
4	3	**Bedrijf heeft er niet echt iets mee te maken, in het algemeen wel belangrijk.**	"Nationale veiligheid, ja dat is ook weer zoiets, ik heb er zelf niet zoveel mee te maken en voor zover ik weet het bedrijf ook niet echt. Maar het is in het algemeen wel belangrijk. **Oké."**
5	6	**In een veilig land meer handelsverkeer, meer om te verzekeren.**	"Nationale veiligheid, die is wel belangrijk. **En waarom is die zo belangrijk voor Duinrand of met betrekking tot Duinrand?** Ja met betrekking tot Duinrand, eigenlijk meer voor de verzekeringen. Als je in een veilig land leeft gaat alles ook beter. Gaan mensen meer op reis, en gaan mensen meer dingen aan schaffen en noem maar op. Er is meer verkeer, en handelsverkeer ook niet alleen dat je elkaar opzoekt. Dan is er meer te doen in zo'n land. [vult een zes in bij nationale veiligheid]."
6	3	**In het algemeen voor de mens belangrijk.**	" Nationale veiligheid, vindt ik ook belangrijk. **En in welke zin dan nationale veiligheid?** Ja veiligheid in zijn algemeenheid gewoon, voor de mens."
7	0	**Heeft niet direct met bedrijf te maken.**	"Nationale veiligheid, mag ik ook nog een nul geven? **Ja u mag meerdere keren hetzelfde cijfer geven.** Oké dan doe ik een nul, want nationale veiligheid heeft niet direct veel met het bedrijf te maken."
8	0	**Hooguit aansprakelijkheidsverzekering afsluiten voor derden maar niet nationaal dus nulletje.**	"Nationale veiligheid, daar heeft een hypothekeer niet zo veel mee van doen, hooguit dat ze een verzekering voor derden afsluiten, een aansprakelijkheidsverzekering. Maar dan is het nog niet de nationale veiligheid. Dus die geef ik een nulletje."
9	7	**Natuurlijk belangrijk want ik werk op het bureau.**	"Nationale veiligheid, ja dat moet ik natuurlijk wel belangrijk vinden omdat ik op het bureau werk. **In dit geval wel ja, het zou wel gek zijn als daar een één kwam.** Ja dat gaat 'm niet worden.[vult bij nationale veiligheid een zeven in]."
10	6	**Wel fijn als het land veilig is, komt overeen met wereld in vrede.**	"Nationale veiligheid, ja wel fijn als het land veilig is. [vult een zes in bij nationale veiligheid]. Nationale veiligheid vind ik heel belangrijk dat komt een beetje overeen met die wereld en vrede, van mijn beeld."
11	7	**Toch wel fijn als dat het geval is.**	"Nationale veiligheid, toch wel fijn als dat het geval is dus een zeven."
12	-	**Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij deze waarden, dat luk me niet, ook niet bij nationale veiligheid, echt niet.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat

			hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Nationale veiligheid
De meeste klanten vinden de waarde nationale veiligheid niet bij het bedrijf passen. Zij vinden dat het bedrijf niet direct iets te maken heeft met de nationale veiligheid. Zo vindt respondent 8, "Daar heeft een hypotheker niet zo veel mee van doen, hooguit dat ze een aansprakelijkheidsverzekering voor derden afsluiten, maar dan is het nog niet de nationale veiligheid." Sommige klanten linken nationale veiligheid aan de waarde 'wereld in vrede', zij vinden net als bij 'wereld in vrede' dat in een land waar vrede en veiligheid heerst, er ook meer handelsverkeer is en dan valt er meer te verzekeren.

Eindconclusie
De meeste klanten vinden dat Independent Duinrand niet direct iets met nationale veiligheid te maken heeft. Sommige klanten vinden net als bij 'wereld in vrede' dat er in een veilig en vredig land meer te verzekeren valt.

76. Comfortabel leven

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	7	**Gevoel hebben dat je goed verzekert bent, niet te veel betaalt en daardoor comfortabel kunt leven.**	" En de waarde met het grootste belang, even kijken [leest de lijst verder door]. Ja comfortabel leven denk ik eigenlijk. **Ja en waarom die?** Ja, omdat je toch natuurlijk het gevoel moet hebben dat je goed verzekerd bent, niet teveel betaalt en daardoor comfortabel kunt leven. Dat is dan degene die ik bij het bedrijf vind passen. **Oké."**
2	0	**Daar heb ik niks mee, kan ik niet met bedrijf linken.**	"Ja en met die andere waarden zoals schoonheid, nationale veiligheid, comfortabel leven en stimulerend leven. Daar heb ik niks mee dat kan ik niet met het bedrijf linken. **Oké.** [vult bij die waarden een nul in]."
3	6	**Als ik niet goed verzekerd ben, heb ik geen comfortabel leven.**	"Comfortabel leven vind ik ook wel erg belangrijk. [vult een zes in bij comfortabel leven] **En waarom vindt u comfortabel leven erg belangrijk?** Waarom ik dit belangrijk vind? **In uw omschrijving van het bedrijf?** Ja, nou ja kijk, als een bedrijf mij niet goed van dienst is, wat de diensten die ze aanbieden betreft, dan heb ik geen comfortabel leven. Want dan ben ik niet goed verzekerd. Dus dat vind ik wel heel belangrijk."
4	4	**Niet zo belangrijk, ik hoef geen super groot huis en jacht en weet ik wat.**	" **Even kijken hoor, u vindt comfortabel leven minder belangrijk dan een stimulerend leven, kunt u dat uitleggen?** Ja ze stimuleren je om dingen te doen en dat heeft eigenlijk niks te maken met comfortabel leven. **En waarom niet denkt u?** Nou comfortabel is iets anders, ze stimuleren je om goede dingen te doen. Maar comfortabel leven vind ik niet zo belangrijk. **Oké en waarom vindt u comfortabel leven niet zo belangrijk?** Ja ik hoef niet in een super groot huis te wonen met een jacht en weet ik wat. **Oké."**
5	2	**Wat heeft dat in vredesnaam met Independent Duinrand te maken?**	"Comfortabel leven, maar waarom zou dat nou voor Duinrand belangrijk zijn? Heb je geen omschrijvingen van die waarden? **Nee want het gaat erom hoe de geïnterviewde de waarde interpreteert.** Comfortabel leven is voor mijzelf wel belangrijk, maar wat heeft dat in vredesnaam met Independent Duinrand te maken. Ja ik vind het eigenlijk niet belangrijk, en belangrijk is al een drie dus dan geef ik een twee."
6	6	**Comfortabel leven kan ik omdat ik hier mijn verzekeringen heb lopen.**	"Comfortabel leven, is voor mij erg belangrijk. **En waarom is dat voor u belangrijk?** In principe staat het er al, ik wil comfortabel leven. Ja en dat kan omdat ik hier mijn verzekeringen heb lopen."
7	5	**Doordat alles goed geregeld is, heb je meer innerlijke rust en heb je een beter leven.**	" Comfortabel leven, hetzelfde als innerlijke harmonie. **Ja?** Ja. **Kunt u dat uitleggen?** Ja ook door goed verzekerd te zijn, kun je comfortabel leven. Je weet waarvoor je verzekerd bent, je weet wat je elke maand

			kwijt bent, dat sluit je af omdat je het kan betalen. Doordat alles goed geregeld is, heb je meer innerlijke rust en heb je een beter leven."
8	7	**Via een contactpersoon heel comfortabel instappen, alles geregeld hebt en weet waar je aan toe bent.**	" **Ja precies, en het gaat er niet zozeer om wat u belangrijk vindt maar meer welke waarden u bij het bedrijf vindt passen of welke waarden u mee zou nemen in uw omschrijving van Independent Duinrand.** Dan geef ik nummer 15 een zeven, comfortabel leven. **Ja en waarom?** Omdat Duinrand er natuurlijk voor zorgt, doordat ze alles aanbieden niet alleen hypotheken maar ook schadeverzekeringen, dat je dus via een contactpersoon eigenlijk heel comfortabel in kan stappen dat je alles geregeld hebt en weet waar je aan toe bent. Dan ben je gewoon klaar om te gaan wonen om gewoon de plek te betreden. Dus daarom geef ik comfortabel leven een zeven."
9	6	**Vind ik ook wel belangrijk.**	"Comfortabel leven, dat vind ik ook wel belangrijk."
10	6	**Gewoon hoe je nu leeft, je eten je elektriciteit, best wel belangrijk.**	"[vult bij comfortabel leven een zes in en bij stimulerend leven een drie in]. **Waarom is stimulerend leven belangrijker dan comfortabel leven?** Comfortabel leven is dat je denk ik, zoals ik dat zie, gewoon hoe je nu leeft, dus je eten, je dingen, je elektriciteit, ik denk dat dat best wel belangrijk is."
11	5	**Een vijf.**	"Comfortabel leven een vijf. "
12	-	**Hebben advies gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met comfortabel leven.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Comfortabel leven
De meeste klanten vinden comfortabel leven erg belangrijk omdat ze comfortabel kunnen leven doordat ze goed verzekerd zijn en ze niet te veel betalen. Zo vindt respondent 8, "Omdat Duinrand er natuurlijk voor zorgt dat je dus via een contactpersoon eigenlijk heel comfortabel in kan stappen dat je alles geregeld hebt en weet waar je aan toe bent." De interpretaties van de waarde lopen echter nogal uit een. De een ziet comfortabel leven als het wonen in een groot huis met een jacht en vindt dit niet belangrijk, een ander ziet het als basisbehoeften zoals eten en elektriciteit en vindt de waarde wel belangrijk.

Eindconclusie
De interpretatie van deze waarden spelen een belangrijke rol. Klanten vinden de waarde minder belangrijk als comfortabel leven wordt gezien als een luxe leven. Als comfortabel leven wordt gezien als een normaal leven waarin basisbehoeften zijn vervuld, vinden zij dat Duinrand hier aan bijdraagt.

77. Stimulerend leven

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	2	**Stimulans in je leven om verder te komen, heeft niks met verzekeringen te maken.**	"Stimulerend leven, wat heeft dat nou te maken met verzekeringen? [denkt na] Had ik al een keer een twee gedaan? Nee ik doe een twee. **Dus dat vind je helemaal niet bij het bedrijf passen?** Nee. **Waarom niet?** [denkt na] **Waar denk je aan bij stimulerend leven dat je dat niet vind passen bij het bedrijf?** Ja dat je stimulans in je leven hebt om verder te komen, om dingen te doen. Dat vind ik niks met verzekeringen te maken hebben eigenlijk."
2	0	**Daar heb ik niks mee, kan ik**	"Ja en met die andere waarden zoals schoonheid,

		niet aan bedrijf linken.	nationale veiligheid, comfortabel leven en stimulerend leven. Daar heb ik niks mee dat kan ik niet met het bedrijf linken. **Oké.** [vult bij die waarden een nul in].”
3	3	**Stimuleren om goede polissen af te nemen zodat ik comfortabel kan leven.**	“Ja en stimulerend leven vind ik wel belangrijk, want als zij mij stimuleren om goede polissen af te nemen dan vind ik dat ook te maken hebben met comfortabel leven. [vult bij stimulerend leven een drie in].”
4	5	**Ze stimuleren je om goede dingen te doen.**	“ **Even kijken hoor, u vindt comfortabel leven minder belangrijk dan een stimulerend leven, kunt u dat uitleggen?** Ja ze stimuleren je om dingen te doen en dat heeft eigenlijk niks te maken met comfortabel leven. **En waarom niet denkt u?** Nou comfortabel is iets anders, ze stimuleren je om goede dingen te doen. Maar comfortabel leven vind ik niet zo belangrijk. **Oké en waarom vindt u comfortabel leven niet zo belangrijk?** Ja ik hoef niet in een super groot huis te wonen met een jacht en weet ik wat. **Oké.”**
5	5	**Actief zijn, iets wil eruit wil halen, is wel belangrijk.**	“Stimulerend leven, dat vind ik wel iets. Erg belangrijk ook niet, maar wel een vijf. **En waarom vindt u dat een vijf?** Stimulerend leven is wel dat je actief bent, dat je wel iets wil en eruit wil. Niet dat je passief bent, want dan gebeurt er gewoon niet veel. Niet alleen tussen bedrijven maar ook in je bovenkamer. Dus dan gebeurt er gewoon niet veel. Dat is wel belangrijk. [vult een vijf in bij stimulerend leven].”
6	6	**Duinrand stimuleert mij om mee te gaan en meer te leren in de nieuwe tijd.**	“ Stimulerend leven, vindt ik ook erg belangrijk. **Wat is dan volgens u het verschil tussen stimulerend leven en comfortabel leven want u vindt het allebei even belangrijk?** Ja ik vindt het allebei belangrijk. Ik vindt stimulerend leven belangrijk omdat je ook doelen moet houden om gestimuleerd te blijven, dat je alles maar niet zo laat als het is. Omdat er natuurlijk de afgelopen tijd heel veel veranderd is. En ook ik merk, ik ben dan 41, dat er in een hele korte tijd gewoon heel veel veranderd is. En dan kun je twee dingen doen, je kunt blijven zoals het is, of je kunt je inzetten en meegaan in het geheel wat soms best lastig is. **En u vindt dat Duinrand dat wel doet?** Ja. En Duinrand zorgt er ook voor dat ik eigenlijk ook mee ga en mee leer in de nieuwe tijd.”
7	0	**Daar heb ik weinig feeling bij zeg maar.**	“ Stimulerend leven, wat bedoel je daarmee? **Het is heel erg subjectief natuurlijk hè.** Ja. **[denkt na] Je kan comfortabel leven, maar stimulerend leven is dat je misschien meer gestimuleerd wordt om avontuurlijk te leven of om meer uit je leven haalt zo iets?** Daar kan ik weinig mee, tenminste ik heb daar weinig feeling bij zeg maar.”
8	5	**Als verzekeraar of hypotheek verkoper kun je iemand helemaal naar de klote helpen door een te duur product aan te smeren, dus dan heb je stimulerend leven wel in de hand als bedrijf.**	“Stimulerend leven, ik denk wel dat je als verzekeringsmaatschappij wel degelijk een stimulerend leven kan bevorderen. Als je mensen goed adviseert en netjes onder elkaar zet waar ze aan toe zijn. Dat je niet mensen in zak en as kan zetten als ze bijvoorbeeld de gemeente belasting op de stoep krijgen, omdat ze daar op dat moment geen geld meer voor hebben. Dus ik denk dat je wel degelijk, als zijnde een verzekeraar en een hypotheek verkoper, dat je stimulerend leven wel echt in de hand kan hebben. Want als je iemand een hypotheek aansmeert, om het maar even oneerbiedig te zeggen, die eigenlijk de top vraagt van wat de klant kan, dan druk je iemand de grond in en kan iemand helemaal niet meer leven. Dus dat vind ik een vijf. Omdat je kan iemand helemaal de klote in kan helpen zeg maar. Denk maar even aan de hypotheken, die hypotheken, waar ze dus ik aan verdient hebben. **Die woekerpolissen ja.** Ja precies. Nou ja daar hebben we van gezien dat je daarmee stimulerend leven kan inslaan.”
9	6	-	-
10	3	**Ik snap niet precies wat ze ermee bedoelen, ik heb daar niet zoveel mee.**	“En stimulerend leven, ik snap niet precies wat ze ermee bedoelen dus dan denk ik van dan is dat voor mij ook niet zo belangrijk. **Met stimulerend leven daar kunt u niks bij verzinnen?** Nee daar heb ik niet zoveel mee. [vult bij stimulerend leven een drie in]. **Oké.”**
11	6	**Een zes.**	“Stimulerend leven een zes.”
12	-	**Hebben advies gegeven maar daar heb ik geen enkele**	“Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving,

		associatie mee met stimulerend leven.	schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Stimulerend leven
Bij de waarde 'stimulerend leven' lopen de interpretaties, net als bij comfortabel leven, ook heel erg uiteen. De een ziet het als een stimulans om verder te komen in je leven en vindt dat Duinrand daar niks mee te maken heeft. De ander vindt dat Duinrand de klant stimuleert op goede polissen af te nemen of om mee te gaan in het digitale tijdperk. Weer een ander vindt dat Duinrand stimulerend leven in de hand heeft, "Want als je iemand een hypotheek aansmeert, om het maar even oneerbiedig te zeggen, die eigenlijk de top vraagt van wat de klant kan, dan druk je iemand de grond in en kan iemand helemaal niet meer leven."

Eindconclusie
De klanten vinden dat Duinrand klanten stimuleert om goede polissen af te nemen of om mee te gaan in het digitale tijdperk. Verder vinden klanten ook dat Duinrand een stimulerend leven in de hand heeft, als je te hoge verzekeringskosten hebt, kun je ook niet stimulerend leven.

78. Gevoel van prestatie

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Bedrijf nog in startfase, maar ze zijn wel druk bezig om vooruit te willen.**	"Gevoel van prestatie, dat is natuurlijk wel belangrijk, dus een vijf. **Dus je vindt wel dat het bedrijf een gevoel van prestatie heeft? Of dat ze dat moeten hebben?** Dat moeten ze wel hebben. **Maar hebben ze dat ook?** Ja daar ken ik het bedrijf dan net niet goed genoeg voor. Het zit natuurlijk allemaal nog in de startfase. Maar ze zijn er wel druk mee bezig om vooruit te willen. Dus misschien moet ik het een zes geven."
2	6	**Ze moeten wel presteren, zeker in deze moeilijke tijd.**	" Gevoel van prestatie is wel heel belangrijk natuurlijk. **En waarom?** Omdat het bedrijf natuurlijk wel moet presteren, zeker in deze moeilijke tijd. **Oké."**
3	3	**Dat ze wel hun best doen, niet uit neus zitten eten, maar dat doen ze ook niet.**	"Gevoel van prestatie vind ik ook belangrijk.[vult bij gevoel van prestatie een drie in] **En waarom vindt u dat belangrijk?** Nou dat ze wel hun best doen en niet de hele dag uit hun neus zitten te eten daar, maar dat doen ze ook niet daarom zet ik een drie neer. **Oké.** "
4	6	**Ze moeten wel door blijven werken dat het bedrijf nog overeind blijft staan.**	" **En u vindt gevoel van prestatie ook heel erg belangrijk zie ik hier?** Ja ze moeten natuurlijk wel presteren, anders dan gaat het niet goed. **Hoe bedoelt u?** Ja ze moeten wel gewoon door blijven werken waar ze nu mee bezig zijn dat het bedrijf nog overeind blijft staan snap je? **Ja ik snap het."**
5	5	**Belangrijk dat je wel voldoening uit je werk haalt.**	"Gevoel van prestatie ook, je moet wel voldoening hebben van je werk. Dus gevoel van prestatie is ook belangrijk. [vult een vijf bij gevoel van prestatie in]. Dat je wel aan de slag bent. Wat is nou weer gevoel van prestatie, voldoening van je werk. Dat is wel belangrijk. **Daarom heeft u daar een vijf?** Ja dat je wel voldoening uit je baan haalt, dat je niet zo'n baan hebt waar je geen voldoening uit haalt want die zijn er namelijk ook heel veel."
6	6	**Duinrand kijkt vooruit, wil blijven presteren om ons ook een goed product te geven.**	" Gevoel van prestatie, [vult een zes in bij gevoel van prestatie]. **En hoe ziet u dat dan?** Gevoel van prestatie omdat ik Duinrand zie als mensen die vooruit kijken, willen blijven presteren om ons ook gewoon een zo goed mogelijk product te geven."

7	3	**Presteren om in leven te blijven, zodat ik verzekerd blijf.**	" Gevoel van prestatie, ja wat moet je daar nou mee. **Vindt je dat het bedrijf een gevoel van prestatie heeft?** Ja het bedrijf moet natuurlijk wel presteren om in leven te blijven. Het is belangrijk dat het bedrijf presteert dat is ook voor mij belangrijk, dat ik dus verzekerd blijf. Dus ik zet die op drie, belangrijk."
8	3	**Waardering uit je werk van klanten die zelf kiezen voor product zonder dat je aandringt.**	" Gevoel van prestatie, ik denk dat dat meer voor de werknemers geldt hier. Want natuurlijk moet je verzekeringen verkopen maar niet tot het opdringerige. En ik denk dat het de mooiste waardering is, dat als een medewerker een hypotheek of een verzekering verkoopt en hij blijft niet aandringen, maar je laat de keuze bij de klant, en die klant zegt dan: 'Oké, ik vind dit wel een hele mooie deal'. Dan heb je als medewerker wel een gevoel van prestatie bereikt. Voor jezelf als zijnde een verkoper. Als een medewerker een klant heel erg pusht omdat hij zijn target moet halen, en dan de verzekering verkoopt. Dan denk ik niet dat een medewerker daar een gevoel van prestatie bij mag hebben. Want dan heb je meer opgelegd en opgedrongen dan dat iemand daadwerkelijk zelf kiest voor die verzekering. **Oké, dus dan staat het belang van de klant niet voorop volgens u?** Ja vind ik wel. Natuurlijk, de medewerkers hier zijn verkopers in de zin van het woord, maar verkopen betekent ook dat je de klant een keuze laten maken en de klant de vrijheid geeft om ja of nee te kunnen zeggen. Dus vandaar dat ik gevoel van prestatie een drie geef, omdat je gevoel van prestatie natuurlijk ook op een hele andere manier kan interpreteren. **Oké, ja duidelijk.**"
9	6		-
10	6	**Gevoel van prestatie persoonlijk niet belangrijk maar voor bedrijf wel. Omdat ze toch altijd door willen en nieuwe dingen oppakken.**	"vult bij gevoel van prestatie een drie in en bij vergeving een nul in]. **U vindt niet dat het bedrijf een vorm van prestatie heeft?** Ja maar ik kijk bij deze lijst naar mijzelf, of moet ik dat nou voor het bedrijf doen? **Voor het bedrijf ja.** Nee, ik kijk hem dus gewoon naar mijzelf uit. **Oh, oké. Zou dan nog iets veranderen als u kijkt naar de waarden en ze voor het bedrijf moet beoordelen?** Ja ik denk het wel. Dan zou ik daar een zes doen [verandert waardering schoonheid en gevoel van prestatie in een zes]. **En waarom heeft u nu gevoel van prestatie hoger gewaardeerd?** Omdat ik dat niet zo belangrijk vindt in mijn eigen leven maar ik vindt wel dat het bedrijf een gevoel van prestatie heeft. **Oké en waarom vindt u dat?** Ja omdat ze toch altijd door willen en nieuwe dingen oppakken. **Oké.** Nou dat was 'm wel. **Oké**."
11	6	**Een zes.**	"Gevoel van prestatie een zes."
12	-	**Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind.**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Gevoel van prestatie
De meeste klanten betrekken de waarde 'gevoel van prestatie' op het bedrijf zelf, zij vinden dat Duinrand wel moet blijven presteren in deze moeilijke tijd, ook om de klant een goed product te blijven bieden. Sommige klanten betrekt de waarde 'gevoel van prestatie' om de medewerkers van het bedrijf. Volgens hen moeten zij wel voldoening uit hun werk halen. Zo vindt respondent 5, "Dat je voldoening uit je baan haalt, dat je niet zo'n baan hebt waar je geen voldoening uit haalt want die zijn er namelijk ook heel veel."

Eindconclusie
Klanten vinden dat het bedrijf moeten blijven presteren in deze tijd om de klant een goed product te kunnen blijven bieden. Daarnaast vinden zij dat de medewerkers van het bedrijf ook voldoening uit hun baan moeten halen.

79. Vergeving

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Als de klant een fout maakt dat het dan goed opgelost wordt en ze je vergeven.**	"Vergeving, [denkt na] Nou dat is wel belangrijk denk ik, een drie. **En wat versta je daar dan onder?** Ja als een keer een conflict hebt of zoiets. **Als klant?** Ja als klant met Duinrand dat dan dat gewoon goed opgelost wordt. Dat als ik een fout heb gemaakt dat ze je dan vergeven. **Oké.**"
2	0	**Past niet bij het bedrijf, als jij iets fout doet vergeven ze je niet en betalen dan toch uit of zoiets.**	"Vergeving, ja dat heeft niks met Independent Duinrand te maken. **En waarom?** Omdat je niet als jij een fout maakt dat ze je dan gaan vergeven en dan toch uitbetalen of zoiets. Dat past gewoon niet bij een bedrijf. In het normale leven wel. **Oké duidelijk.**"
3	0	**Hoort niet bij bedrijf thuis.**	"Vergeving, nou daar kan ik voor het bedrijf niks voor verzinnen. [vult bij vergeving een nul in] **Nee?** Nee, dat hoort niet bij een bedrijf thuis vind ik."
4	5	**Je moet elkaar kunnen vergeven thuis en op kantoor.**	" **En vergeving is ook wel belangrijk?** Ja dat vind ik sowieso een hele belangrijke, je moet elkaar kunnen vergeven. Of je nou thuis of op kantoor zit. **Oké.**"
5	1	**Als ik mijn huis in brand steek gaat Duinrand mij echt niet vergen. Ik zou niet weten waarom dat voor Duinrand belangrijk is.**	"Vergeving, wat is nou in godsnaam vergeving, als ik mijn huis zelf in brand steek gaat Independent Duinrand mij echt niet vergeven. Waarom is vergeving nou zo belangrijk? Ik vind het wel erg religieus, vergiffenis. **Dus u ziet het meer in de zin van religieus te denken?** Ik zou niet weten waarom dat voor Independent Duinrand belangrijk is, hij gaat de laagte in hoor. **Ja.** Een één. **Oké."**
6	3	**Vergeving van beide kanten is belangrijk, vanuit het bedrijf en de klant.**	" Vergeving, is ook belangrijk. **En waarom is dat belangrijk?** Nou dat als je als klant zijnde ook wel eens een fout kunt maken. **En dat ze je dan vergeven?** Ja dat ze je dan vergeven. Het kan ook wel eens gebeuren dat je iets doet dat je achteraf denkt heb ik dat nou goed of niet goed gedaan. En vergeving van beide kanten vindt ik ook belangrijk. **Oké.** [vult een drie in bij vergeving]. **Oké.** Ik vond hem hartstikke mooi, maar wel moeilijk hoor. **Dat geeft niet.**"
7	2	**Wel belangrijk maar in zakelijke context niet.**	"Vergeving, dat als ik niet betaal dat ik dat gewoon verzekerd blijf? [lacht hardop] **[lacht hardop]** Nee grapje natuurlijk. Net zoals een plezier en geluk, daar zet ik ook een twee neer. Het is wel belangrijk maar in deze zakelijke context niet. **Oké duidelijk.**"
8	-1	**Vergeving niet bedrijfsgericht. Bedrijf kan klant niet vergeven en toch uitkeren.**	" **Ja meer welke waarde je niet zou meenemen in je omschrijving van Independent Duinrand.** Wat ik echt niet zou gebruiken is vergeving zeg maar, ik vind vergeving niet bedrijfsgericht. **Oké en waarom niet?** Het woord vergeving is wat je als persoon tegen over elkaar kan zeggen: 'Joh dat vergeef ik je'. Stel dat die aardige dame hier beneden zegt: 'Potverdikke ik heb wat fout ingevoerd', dat ik dan zeg joh dat is geen probleem vergeef ik je los het op en klaar. Maar als je het over een bedrijf hebt, vind ik het niet bij een bedrijf passen. Omdat je niet tegen een bedrijf kan zeggen: 'Oh je hebt de verkeerde verzekering gedaan nu krijg ik niks uitgekeerd, dat vergeef ik je'. Want zo werkt het niet. Dus die zou mij dan het meest tegenspreken in het rijtje, omdat het niet communicatief in een bedrijf past."
9	7	**Sowieso, je moet mensen kunnen vergeven.**	"En vergeving sowieso. Je moet mensen kunnen vergeven, hoe moeilijk het ook is."
10	6	**Vind ik niet bij het bedrijf passen.**	"En vergeving ja dat vind ik niet bij het bedrijf passen, en daar heb ik in het dagelijks leven ook niet elke dag mee te maken dus."
11	7	**Een zeven.**	"Vergeving vind ik een zeven."
12	-	**Ik vind eigenlijk geen enkele**	"Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor

		waarde op deze lijst bij Duinrand passen. Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind.	financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké."**

Vergeving
De ene helft van de klanten vindt dat je elkaar sowieso moet kunnen vergeven, thuis en op kantoor. De andere helft van de klanten vindt vergeving niet thuishoort in een zakelijke omgeving, zij vinden de waarde dan ook niet bij Duinrand passen. Meerdere klanten zijn het er over eens dat Independent Duinrand je niet kan vergeven in de zin van schade uitbetalen, als je iets fout doet. Zo vindt respondent 5, "Als ik mijn huis zelf in brand steek gaat Independent Duinrand mij echt niet vergeven."

Eindconclusie
De ene helft van de klanten vindt dat je elkaar sowieso moet vergeven, thuis en op kantoor. De andere helft van de klanten vindt van niet, zij vinden niet dat Duinrand klanten kan vergeven als zij zelf een fout hebben gemaakt, zo werkt het niet.

Waardenlijst 2 – terminale waarden

80. Eerlijk

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Ze gaan er gelijk achteraan als het lang duurt, dus zijn ze wel.**	“Eerlijk, nou dat is ook erg belangrijk. **Even kijken hoor en je hebt eerlijk, behulpzaam en betrouwbaar had je als eerste als belangrijkst gewaardeerd.** Ja en competent. **En waarom die eerste drie?** Die eerste drie? Eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam? **Ja.** Ja ik vind het gewoon belangrijk voor een bedrijf. **In het algemeen?** Ja. Maar zij zijn dat ook hoor. Want ik had laatst mijn verzekering afgesloten en dat duurde nogal lang. En toen gingen ze er toch bij de verzekeraar er gelijk achteraan omdat het zo lang duurde.”
2	6	**Moet een tussenpersoon gewoon hebben. Gaat erom hoe je de klant behandelt.**	“ Oké. Eerlijk, een zes. Ja en betrouwbaar en behulpzaam vind ik ook een zes. **En waarom?** Omdat ik vind dat een tussenpersoon dat gewoon moeten hebben. Als ze niet eerlijk zijn of niet behulpzaam dan houdt het al snel op. Wat je net zegt, het zijn standaard waarden maar deze zijn voor de verzekeringswereld toch wel heel belangrijk. Het gaat erom hoe je de klant behandelt. **Oké.”**
3	7	**Nog geen tegendeel ervaren.**	“[vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zeven in] **Allemaal zevens?** Ja, dat vind ik van het grootste belang. Dat ze eerlijk zijn. **Zijn ze dat ook?** In mijn optiek wel. Ik heb nog geen tegendeel ervaren. En de laatste keer dat ik daar op kantoor was, is gewoon drie jaar geleden met mijn man samen. Daar was het heel erg gezellig en opgewekt en liefhebbend. Dan merk je dat je wel een klik hebt.”
4	7	**Sinds beroerte belangrijk, mensen moeten niet liegen, doet Duinrand ook niet.**	“Nou dan geef ik eerlijk een zeven. **Oké en waarom vindt u eerlijk zo belangrijk?** Sinds mijn beroerte vind ik ook dat mensen gewoon eerlijk moeten zijn. Mensen moeten niet liegen die moeten gewoon zeggen wat ze te zeggen hebben. **En u vindt dat Duinrand dat wel doet?** Ja dat doen ze wel ja. Zeker ja.”
5	6	**Ik moet er vanop aan komen dat ik wel krijg waar ik recht op heb.**	“[leest lijst door] Nou daar gaan we, ik zie nu al dat er een hele boel omhoog gaan. Eerlijk is belangrijk. **En waarom vindt u die belangrijk?** Omdat ik er vanop aan moet kunnen dat als ik ze nodig heb, dat je dan wel krijgt waar je recht op hebt. En dat er niet geprobeerd wordt eronder uit te komen. [vult een zes in bij eerlijk].”
6	7	**Van het grootste belang dat ze eerlijk zijn.**	“ Eerlijkheid, vindt ik van het grootste belang. **Dat ze eerlijk zijn?** Ja dat ze eerlijk zijn. [vult bij eerlijk een zeven in].”
7	7	**Advies was niet goedkoopste optie maar wel beste optie qua dekking, belangrijk dat je eerlijk geholpen wordt.**	“ Oké wat vind ik van het grootste belang? Eerlijkheid. **Eerlijkheid?** Ja. **En waarom?** Nou om een voorbeeld te geven, ik had toen gebeld hierheen en ik wist eigenlijk niet wat ik wilde hebben. En toen ben ik eerlijk en oprecht door de medewerker geholpen, die vertelde mij dat het misschien niet de goedkoopste optie was, maar dat het wel meer bij mijn situatie paste qua dekking. En dat vind ik belangrijk, niet dat mij het duurste pakket wordt aangesmeerd waar ik niets aan heb. Dus dat waardeer ik heel erg, als ik eerlijk geholpen wordt. [vult bij eerlijk een zeven in].”
8	6	**Linkt het met betrouwbaarheid, gevoel van eerlijkheid en betrouwbaarheid bij bedrijf.**	“**Ja of een zes, of in ieder geval de belangrijkste waarde.** Ja precies. Ik denk zelf dat de betrouwbaarheid het belangrijkst is om ergens binnen te komen. **Oké en waarom?** Omdat als je een gevoel hebt van betrouwbaarheid dan kom je ook een stukje bij eerlijk terecht die dan dadelijk ook een zes krijgt.”
9	7	**Het bedrijf moet wel eerlijk zijn.**	“Nou als we het bij het bedrijf doen, dan moeten ze eerlijk zijn en dan moeten ze betrouwbaar zijn, en ze moeten behulpzaam zijn, heel belangrijk. [vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zeven in].”
10	6	**Dat zijn ze, helpen mij altijd goed anders zat ik ergens anders.**	“[vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zes in]. **Waarom vindt u die drie waarden zo belangrijk?** Ja dat zijn ze gewoon. Ze zijn eerlijk en ook betrouwbaar en ze helpen mij gewoon altijd goed. Anders zat ik wel bij een andere tussenpersoon.”
11	6	**Een zes.**	“Eerlijk is een zes.”
12	6	**Deze waarden herken ik in meer dan voldoende mate bij Duinrand.**	“[vult bij betrouwbaar, behulpzaam en eerlijk een zes in] Ja ik vind ze allemaal een zes want deze waarden herken ik in meer dan voldoende mate bij Duinrand. **Oké.”**

Eerlijk

Alle klanten vinden dat het bedrijf eerlijk is, zij geven dan ook aan dat ze de waarde erg belangrijk of van het grootste belang vinden. Klanten vinden het belangrijk dat ze er van op aan kunnen dat ze wel krijgen waar ze recht op hebben en dat ze er niet proberen onderuit te komen. Sommige klanten beschreven ook positieve ervaringen met de eerlijkheid van Duinrand. Zo zegt respondent 6, “Ik ben eerlijk en oprecht door de medewerker geholpen, die vertelde mij dat het misschien niet de goedkoopste optie was, maar dat het wel meer bij mijn situatie paste qua dekking. En dat vind ik belangrijk, niet dat mij het duurste pakket wordt aangesmeerd waar ik niets aan heb. Dus dat waardeer ik heel erg, als ik eerlijk geholpen wordt.”

Eindconclusie
Alle klanten associëren de waarde ‘eerlijk’ met Independent Duinrand. Zij vinden dat het bedrijf eerlijk advies geeft en vinden het ook belangrijk hiervan op aan te kunnen.

81. Betrouwbaar

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Zijn ze ook, duurde laatst langen, ze gingen er gelijk achteraan.**	“ En betrouwbaar vind ik ook belangrijk, dan zet ik dan op een zes. **Even kijken hoor en je hebt eerlijk, behulpzaam en betrouwbaar had je als eerste als belangrijkst gewaardeerd.** Ja en competent. **En competent.** Competent staat eigenlijk bovenaan want ze zijn wel vaardig in wat ze doen, dat moeten ze ook doen. Dus dat vind ik heel belangrijk. **En waarom die eerste drie?** Die eerste drie? Eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam? **Ja.** Ja ik vind het gewoon belangrijk voor een bedrijf. **In het algemeen?** Ja. Maar zij zijn dat ook hoor. Want ik had laatst mijn verzekering afgesloten en dat duurde nogal lang. En toen gingen ze er toch bij de verzekeraar er gelijk achteraan omdat het zo lang duurde.”
2	6	**Moet een tussenpersoon gewoon hebben. Het gaat erom hoe je klanten behandelt.**	“Oké. Eerlijk, een zes. Ja en betrouwbaar en behulpzaam vind ik ook een zes. **En waarom?** Omdat ik vind dat een tussenpersoon dat gewoon moeten hebben. Als ze niet eerlijk zijn of niet behulpzaam dan houdt het al snel op. Wat je net zegt, het zijn standaard waarden maar deze zijn voor de verzekeringswereld toch wel heel belangrijk. Het gaat erom hoe je de klant behandelt. **Oké.”**
3	7	**Ik heb het tegendeel nog niet ervaren.**	“Oké, [vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zeven in] **Allemaal zevens?** Ja, dat vind ik van het grootste belang. Dat ze eerlijk zijn. Dat ze betrouwbaar zijn, en dat ze behulpzaam zijn. **Zijn ze dat ook?** In mijn optiek wel. Ik heb nog geen tegendeel ervaren. En de laatste keer dat ik daar op kantoor was, is gewoon drie jaar geleden met mijn man samen. Daar was het heel erg gezellig en opgewekt en liefhebbend. Dan merk je dat je wel een klik hebt.”
4	5	**Ik vind ze vertrouwen, ze zeggen waar het op staat.**	“Betrouwbaar en behulpzaam dat vind ik op elkaar lijken. **Dat vindt u op elkaar lijken?** Ja en dat zijn ze allebei ook, ik vind ze te vertrouwen want ze zeggen gewoon waar het op staat en draaien er niet omheen.”
5	6	**Ik moet er wel vanop aan kunnen dat ik krijg waar ik recht op heb, dat ze er niet proberen onder uit te komen.**	“[leest lijst door] Nou daar gaan we, ik zie nu al dat er een hele boel omhoog gaan. Eerlijk is belangrijk. **En waarom vindt u die belangrijk?** Omdat ik er vanop aan moet kunnen dat als ik ze nodig heb, dat je dan wel krijgt waar je recht op hebt. En dat er niet geprobeerd wordt eronder uit te komen. [vult een zes in bij eerlijk] Betrouwbaar is eigenlijk hetzelfde voor mij. [vult bij betrouwbaar een zes in].”
6	7	**Moet wel want ze hebben je financiële gegevens, zit helemaal goed hier.**	“[vult een zeven in bij betrouwbaar] **Ook weer een zeven?** Ja, als verzekeringskantoor moet je wel betrouwbaar zijn want ze hebben je financiële gegevens. Maar dat zit hier helemaal goed hoor. **Oké.”**
7	6	**Advies moet wel betrouwbaar zijn.**	“ All right, betrouwbaar, die geef ik ook gewoon een zes. Spreekt voor zich denk ik. **En waarom spreekt dat voor zich?** Ja als zij een advies geven mag ik wel hopen dat dat een betrouwbaar advies is. **Oké.”**
8	7	**Ze hebben geen lagere rentes, zijn er wel maar te veel risico’s, dan schep je betrouwbaarheid.**	“ **Ja of een zes, of in ieder geval de belangrijkste waarde.** Ja precies. Ik denk zelf dat de betrouwbaarheid het belangrijkst is om ergens binnen te komen. **Oké en waarom?** Omdat als je een gevoel hebt van betrouwbaarheid dan kom je ook een stukje bij eerlijk terecht die dan dadelijk ook een zes krijgt. Maar zodra je vertrouwen kan hebben in een persoon tegenover je en in een product, dat is denk ik de 100% van wat je aan het doen bent. En is een product niet betrouwbaar, dan moet je ten eerste het product niet in je assortiment opnemen. Want dat zeggen ze hier ook: 'We hebben nog wel lagere rentes, maar die hebben we niet in het assortiment opgenomen want daar zitten gewoon te veel risico's aan. Op dat moment schep je de betrouwbaarheid omdat je weet dat er goed gekeken wordt naar het product en dat er voor jou als klant

			objectief gekeken wordt naar wat er handig, wijs en slim om te doen. En op dat moment is betrouwbaarheid de overliggende koepel van eigenlijk al deze waarden die er op het lijstje staan. Omdat het hele totaalpakket maakt dat het bedrijf betrouwbaar is."
9	7	**Ze moeten wel betrouwbaar zijn.**	"Nou als we het bij het bedrijf doen, dan moeten ze eerlijk zijn en dan moeten ze betrouwbaar zijn, en ze moeten behulpzaam zijn, heel belangrijk. [vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zeven in]."
10	6	**Ze zijn betrouwbaar, anders zat ik bij een andere tussenpersoon.**	"[vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zes in]. **Waarom vindt u die drie waarden zo belangrijk?** Ja dat zijn ze gewoon. Ze zijn eerlijk en ook betrouwbaar en ze helpen mij gewoon altijd goed. Anders zat ik wel bij een andere tussenpersoon."
11	6	**Een zes.**	"Betrouwbaar ook wel een zes."
12	6	**Deze waarden herken ik in meerdere mate bij Duinrand.**	"[vult bij betrouwbaar, behulpzaam en eerlijk een zes in] Ja ik vind ze allemaal een zes want deze waarden herken ik in meer dan voldoende mate bij Duinrand. **Oké."**

Betrouwbaar
Ook bij de waarde 'betrouwbaar' vinden alle klanten het erg belangrijk dat Independent Duinrand betrouwbaar is, "Want ze hebben je financiële gegevens". Zo gaf een klant aan dat het ook belangrijk is dat de producten die het bedrijf aanbiedt, betrouwbaar zijn. "Want dat zeggen ze hier ook: 'We hebben nog wel lagere rentes, maar die hebben we niet in ons assortiment opgenomen want daar zitten gewoon te veel risico's aan. Op dat moment schep je de betrouwbaarheid omdat je weet dat er goed gekeken wordt naar het product en dat er voor jou als klant objectief gekeken wordt naar wat er handig, wijs en slim is om te doen.

Eindconclusie
Klanten vinden het erg belangrijk dat Independent Duinrand betrouwbaar advies geeft en betrouwbare producten in haar assortiment heeft, dit ervaren zij ook zo.

82. Behulpzaam

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Ze gaan er gelijk achteraan als het lang duurt, ze houden alles goed in de gaten.**	" **Even kijken hoor en je hebt eerlijk, behulpzaam en betrouwbaar had je als eerste als belangrijkst gewaardeerd.** Ja en competent. **En competent.** Competent staat eigenlijk bovenaan want ze zijn wel vaardig in wat ze doen, dat moeten ze ook doen. Dus dat vind ik heel belangrijk. **En waarom die eerste drie?** Die eerste drie? Eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam? **Ja.** Ja ik vind het gewoon belangrijk voor een bedrijf. **In het algemeen?** Ja. Maar zij zijn dat ook hoor. Want ik had laatst mijn verzekering afgesloten en dat duurde nogal lang. En toen gingen ze er toch bij de verzekeraar er gelijk achteraan omdat het zo lang duurde. Behulpzaam, laat ik het zo zeggen. Ze houden alles gewoon goed in de gaten."
2	7	**Moet een tussenpersoon gewoon hebben. Gaat erom hoe je de klant behandelt.**	" Oké. Eerlijk, een zes. Ja en betrouwbaar en behulpzaam vind ik ook een zes. **En waarom?** Omdat ik vind dat een tussenpersoon dat gewoon moeten hebben. Als ze niet eerlijk zijn of niet behulpzaam dan houdt het al snel op. Wat je net zegt, het zijn standaard waarden maar deze zijn voor de verzekeringswereld toch wel heel belangrijk. Het gaat erom hoe je de klant behandelt. **Oké."**
3	7	**In mijn optiek zijn ze behulpzaam, tegendeel nog niet ervaren.**	""Oké, [vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zeven in] **Allemaal zevens?** Ja, dat vind ik van het grootste belang. Dat ze eerlijk zijn. Dat ze betrouwbaar zijn, en dat ze behulpzaam zijn. **Zijn ze dat ook?** In mijn optiek wel. Ik heb nog geen tegendeel ervaren. En de laatste keer dat ik daar op kantoor was, is gewoon drie jaar geleden met mijn man samen. Daar was het heel erg gezellig en opgewekt en liefhebbend. Dan merk je dat je wel een klik hebt."
4	5	**Robert-Jan Top legde alles goed uit, vond ik wel behulpzaam.**	"Ja oké. Betrouwbaar en behulpzaam dat vind ik op elkaar lijken. **Dat vindt u op elkaar lijken?** Ja en dat zijn ze allebei ook, ik vind ze te vertrouwen want ze zeggen gewoon waar het op staat en draaien er niet omheen. En behulpzaam vind ik ze ook. De adviseur, Robert-Jan Top die ons geholpen heeft die legde alles heel goed uit, dat vond ik wel behulpzaam. **Oké."**
5	5	**Niet zo belangrijk, iets op de juiste manier afhandelen is belangrijker.**	"Behulpzaam ook, het is eigenlijk iets minder belangrijk maar wel belangrijk. [vult bij behulpzaam een vijf in] **En waarom is behulpzaam iets minder belangrijk dan eerlijk en betrouwbaar?** Als iemand zich niet zo behulpzaam toont naar mij in het klantencontact, terwijl hij wel de claim goed afhandelt. Dan is het op de juiste manier iets afhandelen belangrijker dan dat hij behulpzaam is. **Ja oké**

			op die manier. Dan kan ik wel denken, waarom neemt hij de telefoon niet op en waarom is hij zo kortaf maar het gedaan is, is het gedaan."
6	7	**Geven advies dus moeten wel behulpzaam zijn.**	" Behulpzaam natuurlijk ook een zeven, zij geven advies dus dan moeten ze behulpzaam zijn."
7	6	**Bij een probleem of onduidelijkheid kan ik altijd bellen of mailen.**	" Behulpzaam, is ook erg belangrijk. Als ik een probleem heb of als er iets niet duidelijk is, dat ik dan kan bellen of kan mailen en dat ik dan gewoon geholpen wordt. Dus die geef ik ook een zes."
8	5	**Ze zetten alles onder elkaar en geven uitleg die daarbij hoort.**	" Behulpzaam krijgt van mij een vijf. Want behulpzaamheid is het meedenken en het proberen te sturen van iemand die minder kennis heeft en er minder over weet, om hem toch de juiste kant op te sturen door alles onder elkaar te zetten en te adviseren en natuurlijk de uitleg geven die daarbij hoort."
9	7	**Ze moeten behulpzaam zijn.**	"Nou als we het bij het bedrijf doen, dan moeten ze eerlijk zijn en dan moeten ze betrouwbaar zijn, en ze moeten behulpzaam zijn, heel belangrijk. [vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zeven in]."
10	6	**Zijn ze gewoon. Ze helpen mij altijd goed.**	"[vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zes in]. **Waarom vindt u die drie waarden zo belangrijk?** Ja dat zijn ze gewoon. Ze zijn eerlijk en ook betrouwbaar en ze helpen mij gewoon altijd goed. Anders zat ik wel bij een andere tussenpersoon."
11	7	**Een zeven.**	"Behulpzaam een zeven."
12	6	**Deze waarden herken ik meer dan voldoende mate bij Duinrand.**	"[vult bij betrouwbaar, behulpzaam en eerlijk een zes in] Ja ik vind ze allemaal een zes want deze waarden herken ik in meer dan voldoende mate bij Duinrand. **Oké."**

Behulpzaam
Alle klanten vinden het erg belangrijk dat Independent Duinrand behulpzaam is. Zo vinden klanten dat het bedrijf er gelijk achteraan gaat als het te lang duurt en dat ze een goede uitleg geven. Zo vindt respondent 4, "Behulpzaam vind ik ze ook, De adviseur, Robert-Jan Top die ons geholpen heeft die legde alles heel goed uit, dat vond ik wel behulpzaam." Ook geven klanten aan dat ze het bedrijf makkelijk kunnen bereiken als ze extra uitleg willen. Zo vindt respondent 7, "Als ik een probleem heb of als er iets niet duidelijk is, dat ik dan kan bellen of mailen en dat ik dan gewoon geholpen wordt." Respondent vijf vindt echter dat behulpzaamheid helemaal niet zo belangrijk is, "Als iemand zich niet zo behulpzaam toont naar mij in het klantencontact, terwijl hij wel de claim goed afhandelt. Dan is het op de juiste manier iets afhandelen belangrijker dan dat hij behulpzaam is."

Eindconclusie
Vrijwel alle klanten vinden dat Independent Duinrand behulpzaam is, omdat ze snel achter dingen aan gaan, goede uitleg geven en makkelijk bereikbaar zijn voor extra uitleg. Een klant vindt echter het op de juiste manier iets afhandelen belangrijker dan behulpzaamheid.

83. Opgewekt

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	5	**Belangrijk, ze geven je een goed gevoel als je binnen komt.**	"Opgewekt, een vijf want dat vind ik ook belangrijk. **En waarom vindt je opgewekt belangrijk?** Omdat het wel belangrijk is, net zoals behulpzaam, dat ze vriendelijk zijn en je een goed gevoel geven als je hier binnen komt. **En dat was ook wel zo?** Ja dat was wel zo toen ik hier binnen kwam vond ik."
2	0	**Zal mij een zorg zijn, ze moeten gewoon hun werk doen.**	" Opgewekt, ja dat zal mij een zorg zijn of ze opgewekt zijn. Ze moeten gewoon hun werk doen. Dus dat vind ik een nul. **Oké."**
3	4	**Laatste keer op kantoor was erg gezellig en opgewekt.**	"En de laatste keer dat ik daar op kantoor was, is gewoon drie jaar geleden met mijn man samen. Daar was het heel erg gezellig en opgewekt en liefhebbend. Dan merk je dat je wel een klik hebt. Dus dat was opgewekt en liefhebbend. Dus ik vind dat ook wel belangrijk. [vult bij opgewekt en liefhebbend een vier in]."
4	5	**Krijgt fijn gevoel als je opgewekt geholpen wordt, zij zijn altijd vriendelijk.**	"Opgewekt vind ik belangrijk, omdat je een fijn gevoel krijgt als je opgewekt geholpen wordt. Dat merk ik altijd wel daar, ze zijn heel vriendelijk altijd dus. **Oké."**
5	2	**Moeten ze zelf weten, is soms zo fake.**	"Opgewekt, nou ze doen hun best maar. Dat moeten ze toch zelf weten. Opgewekt, nou soms is dat ook overdreven. [vult bij opgewekt een twee in]. **Een twee?** Ja mensen doen soms opgewekt en soms is dat zo fake. **Een beetje nep?** Ja dank denk ik ja dat heb je geleerd, dat moet je van de baas."
6	3	**Ze zijn altijd heel vriendelijk en opgewekt als ik hier ben.**	"Opgewekt, ja dat vindt ik wel belangrijk [vult bij opgewekt een drie in]. **En waarom vindt u dat belangrijk?** Nou ze zijn altijd heel vriendelijk en opgewekt als ik hier ben. Ja heel gezellig."

7	1	**Niet zo heel erg belangrijk, iedereen heeft wel eens dat hij niet zo opgewekt is.**	"Opgewekt, is belangrijk maar niet zo belangrijk dat als iemand niet helemaal opgewekt is, dat kan dat heeft iedereen wel eens. Dus ik zet daar een één neer."
8	2	**Heeft geen toegevoegde waarde tot verkopen product, kan ook schijn op opwerpen.**	"Opgewekt vind ik minder belangrijk, als iemand opgewekt is, is dat natuurlijk heel leuk het kan heel enthousiast overkomen, maar het heeft geen toegevoegde waarde tot het verkopen van een product. Je kan ook een schijn opwerpen met een lieve glimlach dan dat je daadwerkelijk opgewekt bent. Dus die geef ik een twee."
9	3	**Hoeft niet altijd.**	" Opgewekt, dat hoeft niet altijd. Kan ik dan ook de drie invullen? **Ja elk cijfer boven van de schaal.** Oké."
10	5	**Ze zijn hier altijd vriendelijk en opgewekt.**	" **En even kijken, u heeft bij opgewekt een vijf ingevuld?** Ja dat vind ik ook wel, ze zijn hier altijd heel vriendelijk en opgewekt, zo wordt ik ontvangen."
11	5	**Een vijf.**	"Opgewekt, een vijf."
12	-	**En ja jeetje dat mensen opgewekt zijn en dat ik koffie kreeg dat staat daar niet. Dat zijn voor mij geen begrippen die ik met Duinrand associeer.**	" En ja, jeetje dat mensen opgewekt zijn en dat ik koffie kreeg dat staat daar niet. Die andere waarden zoals vergevingsgezind, ruimdenkend, intellectueel, dat zijn voor mij geen begrippen die ik met Duinrand associeer. **Nee? Dan mag u daar een nul invullen of -1.** Oké. **Is het zo dat u vindt dat die waarden allemaal niet bij Duinrand passen of dat u er niks over kan zeggen?** Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen."

Opgewekt
De ene helft van de klanten associeert de waarde 'opgewekt' met Independent Duinrand. Zij associëren opgewekt vooral met de sfeer die er op kantoor hangt, de respondenten die deze mening delen geven dan ook allemaal aan dat zij op kantoor geweest zijn en daar de sfeer opgewekt vonden. Zo vindt respondent 3, "De laatste keer dat ik op kantoor was, is gewoon drie jaar geleden met mijn man samen. Daar was het heel erg gezellig en opgewekt en liefhebbend. Dan merk je dat je wel een klikt hebt. De andere helft van de klanten kan het niet zo veel schelen of het personeel opgewekt is of niet. Zo vindt respondent 5, "Opgewekt, nou ze doen hun best maar. Dat moeten ze toch zelf weten. Opgewekt, nou soms is dat ook overdreven. Ja mensen doen soms opgewekt en dat is soms zo fake. Ja dan denk ik dat heb je geleerd, dat moet je van de baas."

Eindconclusie
De ene helft van de klanten vinden dat er op het kantoor van Independent Duinrand een opgewekte sfeer hangt. De andere helft van de klanten kan het niet zo veel schelen of het personeel opgewekt is of niet. Zijn vinden dit soms nep overkomen.

84. Liefhebbend

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	-1	**Hoeft niet, niet van toepassing.**	" Dan natuurlijk nog de -1, dat zet ik dan bij liefhebbend. **En waarom?** Nou als ik het aan het bedrijf denk, dan denk ik niet die zijn liefhebbend. Of nou ja dat hoeft ook niet, dat is voor een bedrijf niet zo van toepassing denk ik. Zit ik in een goede richting te denken? **Nee, er is geen goed of fout natuurlijk het is maar wat je ervan maakt, dat is de hele bedoeling."**
2	3	**Hetzelfde als vriendschap van vorige lijst.**	"Liefhebbend, ja dat is voor mij toch ook een beetje hetzelfde als die vriendschap van de vorige lijst. Dus die geef ik een drie."
3	4	**Laatste keer op kantoor was heel erg gezellig, opgewekt en liefhebbend.**	"En de laatste keer dat ik daar op kantoor was, is gewoon drie jaar geleden met mijn man samen. Daar was het heel erg gezellig en opgewekt en liefhebbend. Dan merk je dat je wel een klik hebt. Dus dat was opgewekt en liefhebbend. Dus ik vind dat ook wel belangrijk. [vult bij opgewekt en liefhebbend een vier in]."
4	4	**Zie ik samen met vriendschap, maar liefhebbend gaat misschien wat ver.**	"Liefhebbend daar heb ik niet zo veel mee, maar dat vind ik wel belangrijk. **Maar wel een vier?** Ja [denkt na] Ik denk dat ik die een vier geef omdat ik het toch ook weer met die vriendelijkheid samen zie. Maar liefhebbend gaat misschien wat ver dus daarom een vier. **Oké."**
5	2	**Overdreven, Apple ervaring wel Amerikaans maar werkt wel.**	"Liefhebbend, nou dat vind ik ook overdreven. Ik heb overigens wel een ervaring gehad, dat bij de Apple store hier op de passage, van de manier waarop je benaderd wordt. Want iedereen groet je, er liepen ook heel veel mensen rond, en iedereen groet je en iedereen is aardig en opgewekt. En dat geeft een heel aparte sfeer, dat is heel gek. **Maar dat vindt u dan niet nep?** Nou dat is hartstikke Amerikaans, maar het rare is het werkt. Je gaat je er prettig onder voelen. Ze komen meteen op je af en je wordt meteen ontvangen, dus dat was heel goed. **Dus die benadering vond u wel prettig?** Ja maar daar heb je wel veel personeel voor nodig. Want bij de Vodafone moet je een nummertje trekken."
6	6	**Voor mij wel belangrijk.**	" Liefhebbend, ja voor mij is dat wel belangrijk, voor iemand

			anders misschien iets minder. Maar ik geef een zes."
7	-1	**Vind ik niet belangrijk bij een bedrijf.**	"Min één, moet ik gaan geven. [denkt na]. Dan zet ik die bij liefhebbend, dat vind ik niet belangrijk bij een bedrijf."
8	0	**Of je elkaar lief hebt zal een verkoper een rotzorg zijn.**	" Liefhebbend, vind ik niet zo belangrijk. Want of je elkaar lief hebt zal een ieder die een verkoper is een rotzorg zijn."
9	0	**Vind ik niet echt belangrijk bij bedrijf.**	" Liefhebbend, nou ja, dat ligt eraan bij welk onderwerp je zit natuurlijk. **Vindt u het bedrijf liefhebbend, zeg maar zo?** Nee dat vind ik niet echt belangrijk. [vult bij liefhebbend een nul in]."
10	0	**Heb ik niks mee, vind ik niet bij een bedrijf passen.**	"Liefhebbend, nou daar heb ik niks mee dus die heb ik ook een nul gegeven. **En waarom heeft u daar niks mee?** Nou omdat ik dat niet bij het bedrijf vindt passen, liefhebbend, nee. **Oké."**
11	0	**Kan ik geen waardering voor geven, heb ik niet ervaren.**	"Liefhebbend, daar zou ik zo geen waardering voor kunnen geven. **Nee?** Nee. **Ja dan kan ik voor u een nul invoeren of een min één van helemaal niet belangrijk.** Dus wat verstaan we eronder en heb ik dat dan ervaren? Nou nee niet echt, dus we houden het even op een nul."
12	-	**Vind ik geen connotatie die je bij een financiële dienstverlening kan hebben.**	"Ik vind Duinrand niet liefhebbend maar ik vind dat ook niet iets dat je bij een kantoor voor financiële dienstverlening kan hebben die connotatie."

Liefhebbend
De meeste klanten vinden de waarde 'liefhebbend' niet bij Independent Duinrand passen. Zo vindt respondent 1, "Als ik aan het bedrijf denk, dan denk ik niet die zijn liefhebbend. Of nou ja dat hoeft ook niet, dat is voor een bedrijf niet zo van toepassing denk ik. Respondent 8 deelt deze mening ook, "Liefhebbend, vind ik niet zo belangrijk. Want of je elkaar lief hebt zal een ieder die een verkoper is een rotzorg zijn." Een klant vind de waarde liefhebbend ook overdreven in associatie met Independent Duinrand. Wel beschrijft hij een ervaring bij de Apple Store waar iedereen aardig en opgewekt was en dat gaf een hele aparte sfeer. De klant vond het wel heel Amerikaans maar het rare was dat het werkte, "Je gaat je er prettig onder voelen, ze komen meteen op je af en je wordt meteen ontvangen dus dat was heel goed."

Eindconclusie
De meeste klanten vinden dat Independent Duinrand niet liefhebbend hoeft te zijn, het is voor het bedrijf niet van toepassing. Een klant vind de waarde ook niet bij het bedrijf passen maar vond de ervaring in de Apple Store wel liefhebbend en ervoer hij als prettig en positief.

85. Onafhankelijk

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	2	**Belangrijk dat je goed verzekerd bent, niet verder kijken dan je neus lang is.**	"Onafhankelijk, ja daar heb ik niet zo'n kijk op want ik weet niet hoe dat zit. **Daar heb je niet zo'n kijk op?** Nee, ik vind dat ook misschien niet zo belangrijk. **Nee?** Nee want je gaat ervan uit dat je goed verzekerd bent, en je kijkt niet verder dan je neus lang is. [Denkt na] Nee ik zet het op een twee."
2	3	**Staat tussen partijen dus nooit helemaal onafhankelijk, maar moeten wel eerlijk blijven.**	"Onafhankelijk, ja vind ik wel belangrijk maar niet zo super belangrijk dus een drie. **En waarom?** Omdat ze wel eerlijk moeten blijven, maar als tussenpersoon sta je natuurlijk altijd tussen partijen in dus ben je nooit helemaal onafhankelijk. **Dus u denkt niet dat Independent Duinrand volledig onafhankelijk kan zijn?** Nee ik denk het niet. **Oké."**
3	3	**Belangrijk dat bedrijf onafhankelijk met klanten communiceert.**	"Onafhankelijk, ik weet niet wat ik daarmee moet. **Vindt u het bedrijf onafhankelijk in de manier waarop het naar de klanten toe communiceert?** Ja in die optiek wel, dus dat ga ik wel belangrijk vinden. [vult bij onafhankelijk een drie in]."
4	5	**Weet ik niet het fijne van, maar vergelijken heel veel verschillende verzekeraars.**	"En ze zijn wel onafhankelijk ja, Independent hè. [lacht hardop] **[lacht hardop]** Ja dus dat vind ik logisch die. **Oké vanwege de naam?** Ja. **En hoe merkt u dan dat ze onafhankelijk zijn bijvoorbeeld?** Ja ik weet daar niet het fijne van maar ze vergelijken in ieder geval veel verzekeringen van allemaal verzekeraars met elkaar, heel veel. **Oké."**
5	5	**Eigen koers varen belangrijk, niet mee laten voeren door andere partij**	"Onafhankelijk, dat vind ik ook wel belangrijk, een vijf. **En waarom vindt u dat belangrijk? In welke zin bedoelt u dat?** Dat ze hun eigen koers varen en hun eigen beoordelingen maken en zich niet mee laten voeren door een andere partij die er net iets anders instaat. Dat je je bijvoorbeeld niet door een verzekeraar in een bepaalde richting laat zetten, hoe je het wel of niet moet doen. Ik vind dat wel

			belangrijk, want je moet zelf nadenken."
6	6	**Daar gaat het allemaal om, Independent.**	"Onafhankelijk, ja daar gaat het allemaal om hè, independent. Ik geef het een zes. **U vindt het toch minder belangrijk dan eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam?** Ja, kijk omdat ze onafhankelijk zijn zoeken zij voor mij het beste product uit en dan ga ik er van uit dat zij daar ook hun best voor doen. Dus het mag ook wel een zeven, maar het is voor mij niet het allerbelangrijkste. **Oké."**
7	3	**Onafhankelijk of niet, als ze hun werk gewoon goed doen vind ik het prima.**	"Onafhankelijk, dat vind ik wel belangrijk. Dat het bedrijf onafhankelijk is? **Ja.** Ik zet een drie neer, onafhankelijk of niet, als ze het werk gewoon goed gedaan doen dan vind ik het prima. **Want u zei bij eerlijk dat u het wel belangrijk vindt dat ze u niet gelijk het duurste pakket aansmeren, dus dan zou je dat in zekere zin ook als onafhankelijk kunnen zien dat ze geen banden hebben met verzekeraars dat ze onafhankelijk advies kunnen leveren.** Oh op die manier, ja nu je het zegt. **Want Independent Duinrand is natuurlijk een tussenpersoon, die de distributie verzorgt van verzekeringen die door de verzekeraar aangeleverd worden.** Ja inderdaad. Nee ik zat meer te denken aan dat het bedrijf wordt overgenomen door een moederbedrijf of zoiets, dat ze dan afhankelijk zijn. Maar goed, ik laat die op drie staan. **Oké."**
8	4	**Voor het aanprijzen van verschillende maatschappijen en verzekeringen wel belangrijk. Maar je zit nog steeds aan verzekeraars vast.**	" Onafhankelijk, dan kun je de onafhankelijkheid van het bedrijf of de eigen onafhankelijkheid pakken. Als ik hem even zie vanuit het bedrijf. Dan is onafhankelijkheid wel heel belangrijk, maar is in verzekeringen en hypotheken nooit voor elkaar te krijgen want je blijft afhankelijk van een derde partij want je bent een tussenpersoon. Dus op dat moment is onafhankelijkheid helemaal niet belangrijk. **Nee?** Nee, want het gaat toch om wat die derden doen en dan kun je wel hoog en laag springen, maar als een verzekeraar nee zegt en de tussenpersoon zegt dat ze toch wat willen doen. Dan kan de verzekeraar zeggen: 'Oké ik kom je 10% tegemoet'. Maar meer gaat er dan ook niet gebeuren. Dus onafhankelijkheid is dan niet belangrijk. Als je kijkt naar het de kant dat je onafhankelijk bent en meerdere bedrijven aan kan prijzen, meerdere verzekeringen met elkaar kan vergelijken en daar dus de mooiste uit kan kiezen, dan is onafhankelijkheid wel weer heel belangrijk. Want op dat moment maak je een keuze wat je de klant gaat adviseren en dan is onafhankelijkheid wel heel belangrijk. Dus dan ga ik toch voor een vier. Maar geen vijf, want als je te onafhankelijk gaat denken, je opties gaat afsluiten voor klanten die ze wel willen weten en willen hebben. En dat is ook niet de bedoeling, dus in dat opzicht een vier. **Oké."**
9	3	**Onafhankelijk advies belangrijk, dat ze niks opgelegd krijgen van verzekeraar.**	"Onafhankelijk vind ik wel belangrijk.[vult een drie in bij onafhankelijk]. **En waarom?** Dat ze mij een advies geven wat onafhankelijk is, niet dat ze dat opgelegd krijgen van een verzekeraar of zoiets.**"**
10	3	**Dat ze bij meerdere bedrijven aan kunnen kloppen, is niet erg, hebben ze al.**	"**U vindt onafhankelijkheid minder belangrijk dan eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam?** Hoe bedoel je? **U heeft bij onafhankelijkheid een 3 ingevuld, dus dat vindt u wel belangrijk, maar minder belangrijk dan bijvoorbeeld eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam.** Ja dat vind ik iets minder belangrijk ja. **En hoe ziet u dan onafhankelijkheid bij het bedrijf?** Onafhankelijkheid dan denk ik van, dat ze bij meerdere bedrijven kunnen aankloppen of wat dan ook. **Ja oké, dat ze niet afhankelijk zijn van één bedrijf bedoelt u?** En dat is dan belangrijk. En dat is niet heel erg want ze hebben het al. Maar ik vind het belangrijker dat ze gewoon eerlijk zijn en betrouwbaar zijn en behulpzaam."
11	7	**Een zeven.**	"Onafhankelijk een zeven."
12	0	**Vraag is of er ook provisie wordt gerekend.**	"En bij onafhankelijk heb ik een grote vraag, want eigenlijk denk ik dat die enige nul die past die van

		Financiële adviseurs hebben altijd belangen tenzij je er een zelf inhuurt.	onafhankelijk is. Van die andere waarden vind ik eigenlijk dat dat blanco had moeten zijn. Ik denk niet dat Duinrand onafhankelijk is. **Nee?** Nee. **En waarom denkt u dat?** Ik vind dat niet, ik denk dat financiële adviseurs, het is misschien een idefix, maar ik denk dat financiële adviseurs belangen hebben. **Dat het nooit helemaal zuivere koffie is?** Nou wel zuivere koffie, [denkt na] misschien is dat ook weer niet waar. Misschien zit ik een beetje in een oudere fase te denken. Kijk je betaalt een uurtarief en ze zeggen dat dat uurtarief hun enige inkomsten zijn. Maar de vraag is of daarnaast nog provisie wordt gerekend. **Ja dat is er, maar dat zetten ze, of althans Duinrand, tegenwoordig gewoon op het polisblad, wat ze eraan aan verdienen, dat wel. Maar ja als u daar niet zo over denkt.** Nee zo denk ik daar niet over. Maar dat is voor mij geen waarde oordeel, omdat ik denk dat geen enkele financiële adviseur onafhankelijk is. Tenzij je er eentje zelf inhuurt. Dus eigenlijk vul ik hier niets in en de enige nul die ik invul is daar [vult bij onafhankelijk een nul in]. **Dat kunt u niet beoordelen?** Nee, vergevingsgezind en dat soort waarden, nee. **Oké, ja duidelijk."**

Onafhankelijk
Over het algemeen vinden klanten het wel belangrijk dat een tussenpersoon onafhankelijk is en zijn eigen koers varen. Een deel van de klanten vindt dat een tussenpersoon zoals Independent Duinrand nooit helemaal onafhankelijk is. Zo vindt respondent 12, "Het is misschien een idefix, maar ik denk dat financiële adviseurs belangen hebben. Je betaalt een uurtarief en ze zeggen dat dat uurtarief hun enige inkomsten zijn. Maar de vraag is of daarnaast nog provisie wordt gerekend. Ik denk dat geen enkele financiële adviseur onafhankelijk is. Tenzij je er eentje zelf huurt." Respondent 2 deelt die mening, "Als tussenpersoon sta je natuurlijk altijd tussen partijen in dus ben je nooit helemaal onafhankelijk." Daarnaast valt het op dat een enkeling deze waarde met de naam Independent Duinrand associeert.

Eindconclusie
Klanten vinden het belangrijk dat een tussenpersoon onafhankelijk is en zijn eigen koers vaart. Een deel van de klanten vindt echter niet dat Independent Duinrand onafhankelijk is, omdat een tussenpersoon altijd tussen partijen instaat en daardoor afhankelijk is van die partijen. Een enkeling associeert deze waarde met de naam Independent Duinrand.

86. Ruimdenkend

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	5	**Dat ze met de klant meedenken.**	"Ruimdenkend, ja dat is ook wel belangrijk. **En in welke zin ruimdenkend?** Dat ze met je meedenken, dat als je als klant ergens mee komt dat ze meedenken met de klant. Dus een vijf."
2	6	**Behulpzaam, met de klant meedenken.**	"Ruimdenkend, ja dat is wel een zes. Ze moeten wel met je meedenken dat is ook weer dat behulpzame."
3	4	**Meedenken met klant, verder kijken dan je neus lang is. Doen ze altijd wel.**	"Ruimdenkend vind ik ook goed. [vult bij ruimdenkend een vier in] **En hoe ziet u dat dan?** Nou ze denken altijd met je mee, met je situatie, dat vind ik heel belangrijk dat ze dat doen. **Dus het is meer meedenken in plaats van ruim denken?** Ja eigenlijk wel, maar ze denken ook wel ruim hoor dat hangt er heel erg mee samen denk ik. **En waarom?** Omdat als je met iemand mee denkt je ook verder moet kijken en moet denken dan je neus lang is. **Oké duidelijk."**
4	5	**Kijken altijd naar alternatieven en bedenken slimme oplossing.**	"**Oké en waarom vindt u ruimdenkend belangrijk?** Ja ze kijken wel verder dan hun neus lang is, ze kijken altijd naar alternatieven of dan bedenken ze een slimme oplossing voor iets."
5	5	**Belangrijk, ze moeten verder kijken dan hun neus lang is.**	"Ruimdenkend, dat vind ik ook belangrijk. [vult een vijf in bij ruimdenkend] Dat correspondeert een beetje met die andere lijst. **Ja even kijken hoor bij wijsheid was dat?** Nee bij gelijkheid volgens mij. **Ja toen had u daar een zeven gezet.** Ja. **Omdat u vond dat Duinrand iedereen hetzelfde moest behandelen.** O ja ja. **U had ergens wel gezegd dat ze creatief zijn en dat ze verder denken dan hun neus lang is.** Ja."
6	3	**Meedenken met ideeën van klant, kijken hoe jij vooruit kijkt is belangrijk.**	"Ruimdenkend, dat vindt ik wel belangrijk. **In welke zin dan ruimdenkend?** Nou dat ze meedenken met jouw ideeën die je ergens over hebt. En hoe jij vooruit kijkt. Dat vindt ik op zich wel belangrijk. [vult bij ruimdenkend een drie in]."
7	5	**Er wordt meegedacht, heeft met behulpzaam te**	"Ruimdenkend, zet ik een vijf neer. **En waarom?** Nou hetzelfde als behulpzaam een beetje. Ik heb iets in mijn

		maken.	hoofd en wil een pakket afsluiten en dan wordt er meegedacht. En dat heeft met behulpzaam te maken maar ook met ruimdenkend."
8	6	**Ruim meedenken met de klant, maar ook in marges die in producten zitten.**	"Nou ruimdenkend hebben we het eigenlijk al over gehad, dat is gewoon erg belangrijk dat je ruim blijft denken. Dus dat je ruim meedenkt met de klant maar ook meedenkt in de producten en in de marges die er in die producten zitten. Dus die krijgt een zes."
9	6	**Moeten wel meedenken met de klant.**	"Ruimdenkend, breed denkend bedoel je? Ruim, breed? **Als u daar breed denkend onder verstaat. Het is maar hoe u de waarden interpreteert.** Breed denkend, dat vind ik wel heel belangrijk. Maar dat moeten ze wel doen, meedenken met de klant."
10	6	**Ze denken altijd met mij mee als ik een idee heb of iets wil.**	"Ruimdenkend moeten ze wel zijn. **En zijn ze dat ook?** Ja dat zijn ze wel, ze denken altijd met mij mee als ik een idee heb of iets wil. **Oké."**
11	6	**Een zes.**	"Ruimdenkend, een zes."
12	-	**Die andere waarden zoals ruimdenkend, dat zijn voor mij geen begrippen die ik met Duinrand associeer.**	"En ja, jeetje dat mensen opgewekt zijn en dat ik koffie kreeg dat staat daar niet. Die andere waarden zoals vergevingsgezind, ruimdenkend, intellectueel, dat zijn voor mij geen begrippen die ik met Duinrand associeer. **Nee? Dan mag u daar een nul invullen of -1.** Oké. **Is het zo dat u vindt dat die waarden allemaal niet bij Duinrand passen of dat u er niks over kan zeggen?** Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen."

Ruimdenkend
Vrijwel alle klanten zien de waarde 'ruimdenkend' als het meedenken met de klant. Klanten vinden ook dat Independent Duinrand dit altijd goed doet. Zo vindt respondent 4, "Ze kijken wel verder dan hun neus lang is, ze kijken altijd naar alternatieven of dan bedenken ze een slimme oplossing voor iets." Respondent 6 ervaart dit ook zo, "Nou dat ze meedenken met jouw ideeën die je ergens over hebt. En hoe jij vooruit kijkt. Dat vind ik op zich wel belangrijk." Een enkeling kan deze waarde vanuit zijn ervaring niet aan het bedrijf linken.

Eindconclusie
Vrijwel alle klanten vinden het belangrijk dat Independent Duinrand met hen meedenkt. Veel klanten ervaren dit ook zo. Een enkeling kan deze waarde vanuit zijn ervaring niet aan het bedrijf linken.

87. Beleefd

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Vanzelfsprekend bij bedrijf dat service verleent.**	"Beleefd, nou dat is natuurlijk ook belangrijk, want dat vind ik vanzelfsprekend bij een bedrijf wat service verleent, dus een zes."
2	3	**Belangrijk bij verzekeraar, zijn ze ook altijd.**	"Beleefd ja dat is natuurlijk wel belangrijk bij een verzekeraar, en dat zijn ze hier altijd, dus die krijgt een zes."
3	6	**Sowieso een voorwaarde bij een bedrijf.**	"Beleefd vind ik ook erg belangrijk. [vult bij beleefd een zes in]. **En waarom vindt u dat belangrijk?** Nou dat vind ik sowieso een voorwaarde want ze zijn een bedrijf dus dan moet je vanzelfsprekend beleefd zijn, en dat zijn ze ook. Dat gaat allemaal goed. **Oké.**"
4	5	**Spreekt voor zich, ze zijn altijd beleefd.**	"**Oké en beleefd?** Ja dat vind ik voor zich spreken, ze zijn er altijd beleefd."
5	6	**Ze waren altijd gewoon professioneel en beleefd in Statenkwartier.**	"Beleefd, dat is natuurlijk heel belangrijk. [vult bij beleefd een zes in]. **En waarom vindt u dat belangrijk?** Ja dat is toch gewoon vanzelfsprekend? Dat ze beleefd zijn. Gewoon professioneel en beleefd. **En zijn ze dat ook?** Ja ik weet natuurlijk niet hoe dat hier zit, maar toen in het Statenkwartier waren ze dat wel ja."
6	3	**Sowieso belangrijk, geldt voor iedereen.**	"Beleefd, ja dat is sowieso belangrijk, dat geldt voor iedereen denk ik. [vult bij beleefd een drie in]."
7	6	**Beleefd te woord gestaan, geeft prettig gevoel, in privé leven en zakelijk belangrijk.**	"Beleefd, dat vind ik sowieso, is naast in het zakelijke leven ook belangrijk in mijn privé leven. Dus die geef ik een zes. Als je beleefd te woord gestaan wordt dan geeft dan een prettiger gevoel dan als je afgekapt wordt of iets dergelijks.
8	5	**Als je klanten afsnauwt of gaapt ben je al snel klaar.**	"Beleefd is natuurlijk een vijf, want als je een klant afsnauwt of je gaat zitten gapen tijdens een gesprek dan ben je heel snel klaar."
9	6	**Zijn beleefd, manier van ontvangen en helpen is altijd beleefd.**	" Beleefd, ja moeten ze ook zijn, en zijn ze ook dus die krijgt een zes. **En hoe merkt u dat? Dat ze beleefd zijn?** Op de manier waarop ik hier ontvangen wordt en geholpen wordt en dan zijn ze altijd beleefd. **Oké."**
10	3	**In de jaren dat ik klant ben zijn ze altijd beleefd geweest.**	" Beleefd ja dat zijn ze ook, gewoon heel simpel. **Ja?** Ja in al die jaren dat ik klant ben zijn ze altijd beleefd tegen mij geweest. En ook wel wat amicaal maar dat komt omdat ik

			ze al langer ken. Maar over het algemeen zijn ze wel beleefd ja. **Oké."**
11	6	**Een zes.**	" Beleefd ook een zes."
12	7	**Natuurlijk zijn ze beleefd, op kantoor en toen ze mij te woord stonden.**	"Beleefd, ja natuurlijk zijn ze beleefd.[vult bij beleefd een zeven in] **En waarom vindt u dat ze beleefd zijn?** Nou waarom, omdat ze mij beleefd te woord stonden en toen ik op kantoor was waren ze ook beleefd. **Oké."**

Beleefd
Klanten vinden de waarde 'beleefd' erg belangrijk en associëren deze dan ik allemaal met Independent Duinrand. Veel klanten vinden het ook niet meer dan normaal dat ze beleefd geholpen worden. Voor hen is het beleed zijn van het bedrijf vanzelfsprekend en meer een voorwaarde. Zo vindt respondent 3, "Nou dat vind ik sowieso een voorwaarde want ze zijn een bedrijf dus dan moet je vanzelfsprekend beleefd zijn, en dat zijn ze ook. Dat gaat allemaal goed." Respondent 1 deelt deze mening, "Dat vind ik vanzelfsprekend bij een bedrijf wat service verleent." Klanten geven aan dat ze altijd beleefd geholpen zijn door het bedrijf.

Eindconclusie
Veel klanten vinden het niet meer dan normaal dat ze beleefd geholpen worden. Voor hen is dat vanzelfsprekend bij een bedrijf wat service verleent en meer een voorwaarde. Klanten geven aan dat ze altijd beleefd geholpen zijn door het bedrijf.

88. Vergevingsgezind

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Hetzelfde als vergeving.**	"Vergevingsgezind, nou die hadden we net ook, wat had ik die gegeven? **Een drie.** Ja belangrijk, oké dan geef ik dat ook hier want ik vind dat hetzelfde vergevingsgezind en vergeving."
2	1	**Vergeving heeft niks met bedrijf te maken.**	"Oké dan vul ik bij vergevingsgezind, beheerst en moedig een één in. **En waarom?** Ja net wat ik al zei vergeving vind ik niks met een bedrijf te maken hebben."
3	0	**Hetzelfde als vergeving, hoort niet bij een bedrijf.**	"Vergevingsgezind, nou daar heb ik niets mee. [vult bij vergevingsgezind een nul in] **En waarom heeft u daar niets mee?** Nou een beetje hetzelfde als vergeving op die vorige lijst, dat hoort niet bij een bedrijf, vergeving. **Oké.**"
4	5	**Net als bij vergeving, je moet elkaar sowieso kunnen vergeven.**	"**Oké en vergevingsgezind?** Ja net als op die vorige lijst met vergeving, je moet elkaar sowieso kunnen vergeven. **Oké."**
5	5	**Niet wrokkig worden, creëert negatieve sfeer, je moet open blijven.**	"Vergevingsgezind, ja dat is eigenlijk ook wel belangrijk, maar erg belangrijk niet, een vijf. **En waarom vindt u dat zo belangrijk?** Vergevingsgezind? Omdat je niet met dingen die je dwarszitten of die je van een ander niet zo aardig vind, daar moet je niet wrokkig in worden. Dus je moet het kunnen zeggen en je moet je er overheen kunnen zetten. En je moet het niet voor je houden en koesteren. En daardoor negatieve sferen creëren. Dus vergevingsgezindheid is wel gekoppeld aan openheid, je moet het niet binnen houden en vervolgens negatief gaan handelen. Dat heeft een hele slechte invloed op je handelen als je niet vergevingsgezind bent."
6	3	**Hetzelfde als vergeving.**	" Vergevingsgezind, hé die hebben we al gehad. **Ja goed opgelet.** Wat heb ik op dat andere formulier gegeven? **Een drie.** Oké dan vul ik hier ook een drie in want ik vindt die twee waarden hetzelfde. **Oké."**
7	1	**Niet aan de orde, zal niet heel veel voorkomen.**	"Vergevingsgezind, dat vind ik niet echt aan de orde, daar zet ik een één neer. Ik denk niet dat het veel voor zal komen."
8	0	**Zal iedereen een rotzorg wezen, beleid is beleid.**	"Vergevingsgezind is eigenlijk net als in het vorige lijstje helemaal niet belangrijk, want het zal iedereen een rotzorg wezen. Heel lullig maar dat gaat dan weer op het aspect van je bent een klant en je bent een bedrijf en als een klant wat wil en een bedrijf gaat daar echt vol tegenin, dan jaag je die klant weg. En het is geen keuze, er zit geen vergevingsgezind tussen eigenlijk want je als je als bedrijf iets gaat doen omdat je bang bent je klanten kwijt te raken dan maar je beleid is je beleid."
9	6	**Komt overeen met vergeving, meer voor mijzelf ingevuld.**	"Vergevingsgezind, komt een beetje overeen met vergeving uit lijst één, maar, zes/zeven, maar dat had ik dan meer vanuit mijzelf en dit heb ik dan meer vanuit het bedrijf. [denkt na, leest, vult lijst verder in] **Oké dus u had de eerste lijst meer voor uzelf ingevuld en deze doet u meer voor het bedrijf?** Ja precies. **Oh oké."**
10	0	**Kan ik niet aan Duinrand koppelen.**	"Vergevingsgezind, tsja in mijn eigen leven vind ik dat belangrijk want je moet elkaar wel kunnen vergeven maar ik kan dat niet aan Duinrand koppelen. [vult een nul in bij

			vergevingsgezind].”
11	0	**Zou best kunnen, maar nog niet ervaren.**	“Vergevingsgezind, tsja als ik dat zo naar het bedrijf vertaal, vergevingsgezind, tsja het zou best kunnen. Ik heb het nog niet ervaren in ieder geval. Dat dus zou dan ook een nul zijn.”
12	-	**Die andere waarden zoals vergevingsgezind, dat zijn voor mij geen begrippen die ik met Duinrand associeer.**	“En ja, jeetje dat mensen opgewekt zijn en dat ik koffie kreeg dat staat daar niet. Die andere waarden zoals vergevingsgezind, ruimdenkend, intellectueel, dat zijn voor mij geen begrippen die ik met Duinrand associeer. **Nee? Dan mag u daar een nul invullen of -1.** Oké. **Is het zo dat u vindt dat die waarden allemaal niet bij Duinrand passen of dat u er niks over kan zeggen?** Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen. . Dus eigenlijk vul ik hier niets in en de enige nul die ik invul is daar [vult bij onafhankelijk een nul in]. **Dat kunt u niet beoordelen?** Nee, vergevingsgezind en dat soort waarden, nee. **Oké, ja duidelijk.”**

Vergevingsgezind
Klanten linken de waarde ‘vergevingsgezind’ met de waarde ‘vergeving’ uit de eerste lijst. Zij vinden die waarden op elkaar lijken en geven dan ook vrijwel dezelfde uitleg als bij vergeving. Vrijwel alle klanten geven aan dat zij deze waarde niet aan het bedrijf kunnen koppelen omdat ze het niet bij een bedrijf vinden passen maar meer bij een persoon. Ook vinden ze, net als bij de waarde ‘vergeving’, dat een bedrijf niet zomaar haar klanten kan vergeven. Zo vindt respondent 8, “en het is geen keuze, er zit geen vergevingsgezind tussen eigenlijk want als je als bedrijf iets gaat doen omdat je bang bent om klanten kwijt te raken dan maar beleid is je beleid.” Een enkeling betrekt de waarde meer op de werknemers en vind dat je niet wrokkig moet worden omdat je het binnenhoudt, dat creëert een negatieve sfeer.

Eindconclusie
Klanten linken de waarde ‘vergevingsgezind’ met de waarde ‘vergeving’ uit de eerste lijst. Zij vinden net als bij ‘vergeving’ dat de waarde niet past bij een bedrijf, je kunt niet zomaar klanten vergeven, beleid is beleid. Een enkeling vindt dat werknemers van het bedrijf elkaar moeten vergeven omdat er anders een negatieve sfeer ontstaat.

89. Beheerst

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	0	**Ik kan er niet zoveel mee.**	“Beheerst, [denkt na], ik ga eerst even verder. Een drie. Beheerst, [denkt na] **Is Independent Duinrand beheerst?** Ja dat is moeilijk, beheerst. **Wat je kunt er niet echt iets aan hangen?** Laat ik dat dan maar een nul geven. **Ja? Je kunt er niks mee?** Nee, ik kan er niet zoveel mee.”
2	1	**Meer voor een persoon niet voor een bedrijf, link ik niet met Duinrand.**	“Oké dan vul ik bij vergevingsgezind, beheerst en moedig een één in. **En waarom?** Ja net wat ik al zei vergeving vind ik niks met een bedrijf te maken hebben. En moedig en beheerst dat link ik ook niet met Duinrand, dat is meer voor een persoon, maar niet voor het bedrijf. **Oké.”**
3	3	**Vind ik hetzelfde als beleefd.**	“Beheerst, dat vind ik ook wel hetzelfde als beleefd eigenlijk. [vult bij beheerst een drie in].”
4	5	**Zijn ze altijd wel.**	“Beheerst, ja professioneel zijn ze altijd wel. **Dus u vindt ze wel beheerst?** Ja.”
5	5	**Op de juiste manier met elkaar omgaan. Net als beleefd eigenlijk.**	“Beheerst, is belangrijk. **In welke zin beheerst?** Ja dat je niet je eigen dingen uit gaat zitten kuren. Of met een slecht humeur binnen komt of als je iemand niet mag daar een negatieve sfeer bij creëren. Dus beheerst is ook dat je de juiste manier vind om met elkaar om te gaan, want dat straal je ook naar de klanten uit. Dat als je iemand niet zo aardig vind, of vooringenomen bent dat je je toch netjes gedraagt. Het is eigenlijk net als beleefd zijn. [vult een vijf in bij beheerst].”
6	3	**Ik geef het een drie.**	“Beheerst, [denkt na]. **Is Duinrand beheerst?** Ik geef het een drie.”
7	5	**Koppel ik met beleefd, tijd nemen voor een klant.**	“Beheerst, [denkt na] beleefd. **U koppelt dat aan elkaar beheerst en beleefd?** Ja ik denk dan bijvoorbeeld aan de telefoon, dat je de klant niet afkapt dat je beheerst iemand te woord staat en iemand niet opjaagt. Maar dat je de tijd neemt voor een klant. Dus dat vind ik wel belangrijk, ik zet daar een vijf neer.”
8	4	**Je moet wel netjes blijven tegen klant.**	“ Beheerst is wel weer een vier, want je moet wel netjes blijven tegen een klant.”
9	3	**Net als beleefd, zijn ze ook.**	“Beheerst, ja net als beleefd dat zijn ze ook. [vult bij beheerst een drie in].”
10	3	**Net als beleefd, dat is ook wel.**	“Beheerst, ja dat is ook wel. Net als beleefd eigenlijk. [vult bij beheerst een drie in].”
11	6	**Een zes.**	“Beheerst een zes.”
12	-	**Er heeft niemand staan schreeuwen. [lacht].**	“Ja beheerst, er heeft niemand staan schreeuwen toen ik er was dus ja. [lacht hardop] **[lacht hardop] Nou gelukkig**

			niet."

Beheerst
Klanten koppelen de waarde 'beheerst' aan de waarde 'beleefd'. Zo vindt respondent 5, "Dus beheerst is ook dat je de juiste manier vind om met elkaar om te gaan want dat straal je ook naar de klanten uit. Dat als je iemand niet zo aardig vindt, of vooringenomen bent dat je je toch netjes gedraagt. Het is eigenlijk net als beleefd zijn." Klanten vinden het ook belangrijk dat het bedrijf tijd voor ze neemt. Zo vindt respondent 7, "Bijvoorbeeld aan de telefoon, dat je de klant niet afkapt dat je beheerst iemand te woord staat en iemand niet opjaagt. Maar dat je de tijd neemt voor een klant." Een enkeling kan de waarde niet aan het bedrijf koppelen omdat hij het meer een geschikte waarde vinden voor een persoon niet voor een bedrijf.

Eindconclusie
Klanten vinden beheerst hetzelfde als beleefd. Zij vinden het belangrijk dat Independent Duinrand zich netjes gedraagt en de tijd neemt voor haar klanten. Een enkeling kan de waarde niet aan het bedrijf koppelen omdat hij het meer een geschikte waarde vindt voor een persoon dan voor een bedrijf.

90. Moedig

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Ik geloof wel dat ze durven.**	"Moedig, ja sorry ik ga weer even terug. **Nee dat geeft niets.** Moedig, ik geloof wel dat ze durven want je moet ook durven. Een drie."
2	1	**Meer voor een persoon, niet voor een bedrijf, link ik niet met Duinrand.**	"Oké dan vul ik bij vergevingsgezind, beheerst en moedig een één in. **En waarom?** Ja net wat ik al zei vergeving vind ik niks met een bedrijf te maken hebben. En moedig en beheerst dat link ik ook niet met Duinrand, dat is meer voor een persoon, maar niet voor het bedrijf. **Oké."**
3	7	**Ze gaan ver om het zaakje weer op te pakken, moedig dat ze de kar trekken.**	"Moedig, ja moedig dat ze gewoon zo ver nu gaan dat ze dit hele zaakje weer oppakken. Want volgens mij staan ze wel vooraan in de rij om dit allemaal te gaan waarmaken. **Jazeker, ja het is zit zeg maar zo, de verzekeringswereld is nog niet heel erg digitaal. Dat komt nu pas op, terwijl de rest van de branches in Nederland best wel digitaal zijn. Maar dat is nu natuurlijk nog een hele verandering. Mensen zijn gewend om post te krijgen en hun polis-map in hun kast te hebben. Vooral voor oudere mensen is dat nogal moeilijk om die omslag te maken. Maar ze zijn er als één van de eerste mee bezig in Nederland, dus we moeten nu door.** Ja, ik heb boven ook nog steeds zo'n polismap, toen Mandy hier kwam om hier met mij alle verzekeringen door te nemen, toen heb ik de map mee naar beneden genomen, en toen zei ze: 'Die heb je straks niet meer nodig.' Ik log in en kom het hele polismap tegen, dus dat vind ik wel heel super. En overal waar je ter wereld zit, je kunt inloggen en alles inzien dat vind ik echt geweldig. Ook vind ik het super moedig dat zij daar de kar van trekken, dus dat ga ik ook een zeven geven."
4	4	**Kan ik niet beoordelen, ik ben er niet bij als ze beslissingen nemen.**	"**En de rest vindt u ook allemaal wel belangrijk?** Ja. **Want in welke zin vindt u ze moedig bijvoorbeeld?** Oh sorry ja in beslissingen nemen. Maar misschien is dat toch een viertje. [vult vier in plaats van vijf in bij moedig]. Ja dat kan ik zo niet beoordelen of ze moedig zijn ja of de nee. **En waarom kan u dat niet zo beoordelen?** Nou omdat ik er meestal niet bij, dus ik weet niet wat ze voor moedige beslissingen nemen allemaal. **Oké."**
5	2	**Heb ik geen zicht op, ook niet van belang.**	"Moedig, ga je dan iemand uit een brandend huis redden of zoiets? **Vindt u Duinrand moedig?** Daar heb ik helemaal geen mening over. **En waarom heeft u daar geen mening over? Heeft u daar geen zicht op?** Nee daar heb ik geen zicht op nee. Nee dat is eigenlijk helemaal niet van belang, een twee."
6	7	**Zijn ze zeker, er wordt zware strijd geleverd in deze tijd.**	" Moedig, ja moedig zijn ze hier zeker. **En waarom vindt u ze moedig?** Omdat er een hele zware strijd wordt geleverd, die heel moeilijk is in deze tijd. Waardoor ik ze ook altijd trouw zal blijven. Dus die krijgt van mij een zeven. **Oké.** Als er een tien bij had gestaan, had ik er een tien achter gezet voor hun."
7	1	**Kan ik mij geen voorstelling van maken wanneer een bedrijf moedig is.**	"Moedig, hetzelfde als vergevingsgezind. **U vindt het bedrijf niet moedig, of kunt u daar geen oordeel over geven?** Ja ik weet het niet, wanneer is een bedrijf moedig? Ik kan mij daar even geen voorstellen van maken. **Oké dat kan.** [vult bij moedig een één in]."
8	2	**Kennis is belangrijker bij het uitzoeken van producten voor de klant.**	"Moedig vind ik een twee. **En waarom?** Omdat je moedig tegenover sommige klanten moet gaan staan, omdat je anders niet doorkomt en niet bereikt wat je kan bereiken. In de keuze van de producten is het niet zozeer moedig maar

			is het meer uitzoeken welke producten het beste bij welke situatie passen. Daar is geen moed voor nodig dat is kennis. Daarom valt moed daartegen weer weg zeg maar omdat je dus op dat moment moedig en kennis niet met elkaar kunt vergelijken. Want kennis is wel heel belangrijk maar de moed niet. Die geef ik daarom een twee."
9	3	**Omdat ze met nieuwe dingen bezig zijn en alles van deze tijd.**	"Moedig, ja ik vind ze wel moedig in de zin dat ze met al die nieuwe dingen bezig zijn. **En wat bedoelt u dan met nieuwe dingen?** Nou die nieuwe website en alles helemaal van deze tijd, dat vind ik wel moedig. **Oké.** [vult een drie in bij moedig]."
10	3	**Ze hebben lef om zoiets op te zetten, de formule, het digitale.**	"Moedig, ja dat zijn ze wel, ook een drie. **En waarom vindt u ze moedig?** Nou omdat ze best lef hebben om zoiets op te zetten laat ik het zo zeggen. **Oké en daarmee bedoelt u de formule?** Ja en het digitale enzovoort. **Oké."**
11	7	**Een zeven.**	"Moedig, een zeven."
12	-	**Ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen. Enige nul bij onafhankelijk, de rest blanco.**	"Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen. En bij onafhankelijk heb ik een grote vraag, want eigenlijk denk ik dat die enige nul die past die van onafhankelijk is. Van die andere waarden vind ik eigenlijk dat dat blanco had moeten zijn."

Moedig
Sommige klanten vinden Independent Duinrand heel moedig, dit komt omdat zij al langer klant zijn bij het bedrijf en meer op de hoogte zijn van de stand van zaken dan andere klanten doordat zij een relatie hebben opgebouwd met het bedrijf door de jaren heen. Zij weten dat het bedrijf vooruit wil en dat er een zware strijd wordt geleverd. Zo vindt respondent 3, "Moedig dat ze gewoon zo ver nu gaan dat ze dit hele zaakje weer oppakken. Want volgens mij staan ze wel vooraan in de rij om dit allemaal te gaan waarmaken. Ik vind het super moedig dat zij daar de kar van trekken." Andere klanten zijn minder op de hoogte van de ontwikkelingen van het bedrijf en zeggen hier geen zicht op te hebben. Een ander zegt weer dat ze lef hebben om een formule op te zetten en nu digitaal gaan werken. Respondent 8 is het hier echter niet mee eens, hij vindt de kennis belangrijker bij het uitzoeken van producten voor de klant.

Eindconclusie
Het valt op dat de klanten die langer dan 5 jaar klant zijn, meer op de hoogte zijn van de ontwikkelingen van het bedrijf. Zij vinden Independent Duinrand wel heel moedig. Andere klanten zeggen hier geen zicht op te hebben. Weer een andere klant zegt dat kennis belangrijker is bij het uitzoeken van producten dan moed.

91. Creatief

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	5	**Creatief belangrijk om in de markt te blijven.**	"Creatief, nou ik geloof wel dat het bedrijf dat is. Dat is ook wel belangrijk denk ik want je moet wel in de markt blijven dus dat geef ik een vijf."
2	3	**Ze zijn creatief op marketing gebied en het meedenken.**	"Creatief, ja ik vind wel dat ze dat zijn. **In welke zin?** Ja met die kameleon enzovoort dat vind ik wel creatief. **Dus meer op marketing gebied?** Ja maar ook dat ze met je meedenken. **Oké."**
3	7	**Weet ik niet, denk het wel.**	"Ja creatief, ja een cijfer weet ik eigenlijk niet, maar dat denk ik wel. [vult bij creatief een zeven in]."
4	5	**Creatief met nieuwe website.**	"Creatief vind ik ze ook wel met die nieuwe website, dat moet je wel allemaal kunnen bedenken. **Ja oké."**
5	3	**Je moet creatief zijn in het vinden van oplossingen.**	"Creatief, ja dat is wel van belang. [vult bij creatief een drie in]. **En waarom is dat van belang?** Ja je moet wel creatief zijn in je vak. En bij verzekeringen denk ik dan dat je creatief moet zijn in het vinden van oplossingen. **Oké."**
6	7	**Ze zien en vinden overal een weg voor als die er niet is.**	"Creatief, ja dat zijn ze zeker. **En waarom?** Nou omdat zij overal ergens een oplossing voor zien. En ik heb altijd het motto voor mijzelf, als er geen weg is dan maak ik de weg. En zij hebben dezelfde instelling. En dat zal waarschijnlijk onze klik ook wel zijn."
7	3	**Creatief zijn om sleur tegen te gaan en voor voortbestaan bedrijf.**	"Creatief, creativiteit bij een verzekeraar. [denkt na]. Ik denk dat het bedrijf wel enigszins creatief moet zijn om voor het voortbestaan. En hoe dat dan gebeurt, dat weet ik ook niet precies. Maar ik denk wel dat daar een vorm van creativiteit moet zijn bij een bedrijf om te voorkomen dat je in een bepaalde sleur terecht komt. En dat is natuurlijk ook alleen maar weer voordelig voor de klanten. Dus die geef ik een drie."
8	2	**Creatief om alles online te krijgen maar ze moeten de klant niet vergeten.**	"Creatief geef ik ook een twee. **U vindt het bedrijf niet creatief of u vindt het niet van belang?** Ik vind het niet van belang. Het bedrijf is wel creatief want ze hebben de afgelopen jaren wel laten zien dat ze naast hypotheken ook verzekeringen goed kunnen en willen regelen. En ze zijn er ook creatief in om te proberen alles online te krijgen etc. Dat vind ik heel creatief, ik vind het alleen niet heel belangrijk. Ik

			vind het namelijk belangrijker dat ze naast de creativiteit ook echt richten op de klanten. Dat ze blijven pretenderen dat ze er voor de mensen zijn die al klant zijn en dan is de creativiteit van minder belang. Ik vergelijk het dan even met autoverzekeringen. Er zijn onwijs veel autoverzekeringen waar je online alles kunt regelen. Maar ik zit nog bij een autoverzekering waar je dus gewoon nog een formulier op moet sturen en even moet bellen omdat die autoverzekering er daadwerkelijk is voor de klanten. Terwijl degenen waar je alles online moet regelen, die vergeten de klant. Voor hun is de klant een getal en is de klant geld. En is het niet meer de klant die de klant moet zijn, waar je dus contact mee hebt en af en toe even terugkoppelt of alles naar wens verloopt. Zeker in het begin vind ik dat belangrijker dan de creativiteit. . Dat persoonlijke dat vind ik veel belangrijker dan een stukje creativiteit in een bedrijf waarmee ze het wel makkelijker kunnen voor de klanten, maar met creativiteit zeker in deze huidige economie, vergeten ze te snel en te makkelijk die klant die erachter hangt. En daarom vind ik de creativiteit niet zo belangrijk omdat ik het belangrijker vind dat de klant de klant blijft. **Oké duidelijk."**
9	6	**Ze zoeken overal een oplossing voor.**	"Creatief, ja dat zijn ze ook wel in de zin dat ze altijd een oplossing voor je zoeken. [vult bij creatief een zes in]."
10	3	**Ze zijn wel creatief met die nieuwe site.**	"Creatief, [denkt na]. Een drie. **En waarom een drie?** Ja omdat ze wel creatief zijn met die nieuwe site etc. maar verder kan ik niet zo snel iets bedenken."
11	6	**Een zes.**	"Creatief een zes."
12	4	**Denk wel dat er enige mate van creativiteit is.**	"Ik denk wel dat er een zekere mate van ambitie aanwezig [vult bij ambitie een vijf in] is en misschien ook nog wel enige mate van creativiteit. [vult bij creatief een vier in]."

Creatief
Klanten vinden Independent Duinrand over het algemeen creatief. Ze vinden het bedrijf vooral creatief op marketinggebied zo vindt respondent 2, "Ja met die kameleon enzovoort dat vind ik wel creatief." Een deel van de klanten vindt ook dat het bedrijf creatief is in het vinden van oplossingen. Zo vindt respondent 6, "Creatief, ja dat zijn ze zeker. Nou omdat zij overal ergens een oplossing voor zien. Ik heb altijd het motto voor mijzelf, als er geen weg is dan maak ik de weg. En zij hebben dezelfde instelling." Een ander vindt echter dat Independent Duinrand wel creatief is, maar dat het niet heel belangrijk is omdat ze hun creativiteit meer moeten focussen op de klant. "Dat persoonlijke dat vind ik veel belangrijker dan een stukje creativiteit in een bedrijf waarmee ze het wel makkelijker kunnen maken voor de klanten, maar met creativiteit zeker in deze huidige economie, vergeten ze te snel en te makkelijk die klant die erachter hangt."

Eindconclusie
Klanten vinden het bedrijf creatief op marketinggebied en in het vinden van oplossingen maar waarschuwen wel dat ze de klant niet mogen vergeten in de digitalisering.

92. Zuiver

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	3	**Belangrijk dat er geen rotte appels in personeel zitten die boel belazeren. Duinrand is wel zuiver.**	"Zuiver, een beetje rare waarde, wat moet ik daar ik mij daar nou bij voorstellen bij zuiver? **Ja wat komt als eerste in je op als je aan zuiver denkt?** Ja zuiver water denk ik dan, dus dat heeft helemaal niets met Independent Duinrand te denken [lacht hardop]. **[lacht hardop].** Dat geef ik dan maar een drie. **Dus dat vind je wel belangrijk?** Nou het is in die mate wel belangrijk dat er geen rotte appels tussen zitten in het personeel die de boel belazeren. **Oké dus je vindt wel dat Independent Duinrand zuiver is?** Ja, dat vind ik wel."
2	3	**Ze zijn transparant, zeggen wat ze aan je verdienen, vind ik fijn.**	" Zuiver, een drie, ze moeten wel eerlijk en transparant zeggen wat ze doen. En dat doen ze ook, ze zeggen gewoon wat ze aan je verdienen en dat vind ik wel fijn."
3	4	**Wel belangrijk dat alles glashelder, zuiver en transparant is.**	"En ik vind het wel belangrijk dat alles glashelder en zuiver en transparant is. [vult bij zuiver een vier in]."
4	5	**Ze moeten niet lopen te sjoemelen met dingen dat is wel belangrijk.**	"Zuiver, ja wat is nou zuiver. **Vindt u dat het bedrijf bijvoorbeeld zuiver handelt?** Ja op die manier is het wel belangrijk natuurlijk, want ze moeten niet lopen te sjoemelen met dingen. **Dus dan is het wel belangrijk?** Ja."
5	5	**Ik link het met eerlijk.**	"Zuiver, is dat dan zuiver op dezelfde graad als eerlijk? Zuiver, het is wel belangrijk. **U linkt zuiver dus met eerlijk?** Ja ik zou niet weten waarmee je het anders zou moeten associëren, dat je huis gestofzuigd is? **[lacht hardop]** [lacht hardop]. [vult bij zuiver een vijf in]."
6	7	**Hetzelfde als eerlijk en betrouwbaar.**	"Zuiver, ja zuiver zie ik eigenlijk een beetje hetzelfde als eerlijk en betrouwbaar. Dus die geef ik ook een zeven. **Oké."**
7	6	**Belangrijk dat het bedrijf**	"Zuiver, ja eerlijk, zuiver, betrouwbaar dat heeft allemaal wel

		financieel gezond is.	met elkaar te maken. Zuiver zie ik ook als gezond. **Dat het bedrijf financieel gezond is?** Ja precies. Dus geef ik een zes."
8	4	**Dat ze de uitleg geven die achter formulieren zit, wat ze voor je doen en welk bedrag daar aan vast hangt.**	"Zuiver, vind ik daarentegen wel weer heel belangrijk, want zuiver kan je vergelijken met een stukje duidelijkheid met een stukje inzicht. En dan kom ik weer terug op dat stukje van dat eerste lijstje, dat het belangrijk is dat ze de uitleg geven die er achter formulieren zitten. Dus dat ze daarin zuiver zijn. Dat ze duidelijk aangeven wat ze doen, wat de klant ervoor krijgt en welk bedrag daar aan vast hangt en dat je dat per maand betaalt. Dat is een stukje zuiverheid, eerlijkheid waar je dus duidelijk schept richting je klant. Dat de klant weet waar hij aan toe is."
9	6	**Link ik met eerlijkheid en dat zijn ze ook harstikke.**	"Zuiver, ja dat link ik dan weer met eerlijk en dat zijn ze ook hartstikke. [vult bij zuiver een zes in]."
10	6	**Net als eerlijkheid, en dat zijn ze.**	"[vult bij zuiver een zes en in en bij gehoorzaam een drie]. **Kunt u uitleggen waarom u bij zuiver een zes heeft neergezet?** Ja heel simpel, net als eerlijk eigenlijk, en dat zijn ze.
11	7	**Toch wel een zeven.**	"Zuiver, [denkt na], dat is toch wel een zeven."
12	-	**Ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen, onafhankelijk de enige nul, de rest blanco.**	" Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen. En bij onafhankelijk heb ik een grote vraag, want eigenlijk denk ik dat die enige nul die past die van onafhankelijk is. Van die andere waarden vind ik eigenlijk dat dat blanco had moeten zijn."

Zuiver
Klanten linken de waarde 'zuiver' vooral met de waarde 'eerlijk'. Zij vinden dat zuiver vooral samenhangt met transparantie en daardoor ook met eerlijkheid. Zo vindt respondent 2, "Ze moeten wel eerlijk en transparant zeggen wat ze doen. En dat doen ze ook, ze zeggen gewoon wat ze aan je verdienen en dat vind ik wel fijn." Een ander ziet betrekt de waarde meer op het personeel van het bedrijf, "Nou het is in die mate wel belangrijk dat er geen rotte appels tussen zitten in het personeel die de boel belazeren.

Eindconclusie
Klanten vinden het belangrijk dat Independent Duinrand eerlijk en transparant met haar klanten communiceert en niet sjoemelt of de boel belazert. Klanten vinden dat het bedrijf eerlijk en zuiver communiceert, zij waarderen het dat het bedrijf bijvoorbeeld vertelt hoeveel ze aan een klant verdienen.

93. Gehoorzaam

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Ze moeten natuurlijk wel naar je luisteren, wel erg belangrijk.**	"Gehoorzaam, ze moeten natuurlijk wel naar je luisteren, dus dat is ook wel belangrijk. Eigenlijk wel erg belangrijk, dus dat geef ik dan toch een zes. **Dus je vindt wel dat Duinrand naar je luistert als klant?** Ja."
2	3	**Belangrijk maar minder belangrijk dan eerlijkheid, betrouwbaarheid en behulpzaamheid.**	"Gehoorzaam ook een drie en competent ook. **En waarom?** Omdat ik eerlijkheid, betrouwbaarheid en behulpzaamheid belangrijker vind. Deze waarden zijn ook belangrijk maar minder belangrijk dan die andere."
3	0	**Klinkt heel dwingend, moeten klant niet pushen.**	"Gehoorzaam, daar heb ik niet zoveel mee. Dat klinkt zo dwingend, en wat ik net al zei ze moeten niet pushen. Ze moeten de klant wel de vrijheid geven om hun eigen keuzes te maken. [vult bij gehoorzaam een nul in]."
4	5	**Ze moeten wel naar klant luisteren, heel belangrijk.**	"Gehoorzaam, ja ze moeten wel naar de klant luisteren, dus die is heel belangrijk."
5	2	**Niet zo heel erg belangrijk, professionals hoeven niet gehoorzaam te zijn, die organiseren zichzelf.**	"Gehoorzaam, nou dat vind ik niet zo heel erg belangrijk. Als je je werk maar goed doet. Want professionals, die hoeven niet te doen wat de baas zegt, die kunnen zichzelf organiseren door hun werk goed te doen. Dus die hoeven niet gehoorzaam te zijn in de zin van dat zij moeten doen wat de baas zegt. **Omdat je al zo professioneel bent dat je dat zelf wel redt?** Ja omdat je het toch zelf al wel goed doet. Daar koppel ik gehoorzaam, niet aan autoritaire verhoudingen, want dat slaat helemaal nergens op. [vult bij gehoorzaam een twee in]."
6	7	**Als wij er niet zijn en zij luisteren niet, hebben zij ook geen klanten.**	"Gehoorzaam, het is belangrijk dat ze naar je luisteren. **Naar de klant?** Ja dat vindt ik heel belangrijk. Want het is misschien heel hard maar als wij er niet zijn en zij luisteren niet, hebben zij ook geen klanten. Het is heel simpel dus."
7	4	**Als de klant echt iets wil, kun je daar niet omheen. Maar als je ruimdenkend en behulpzaam wil zijn dan kan je de klant**	"Gehoorzaam, ik denk dat je altijd als bedrijf naar de klant moet luisteren. Dus als de klant echt iets wil, dan kan je daar niet onderuit maar dat heeft dan ook weer in combinatie van behulpzaam te maken. En het heeft ook te maken met ruim denken en beleefd blijven. Ik zet er een vier

		misschien toch tegenspreken.	neer, het is toch wel belangrijk maar ook weer niet het belangrijkst. **Ja oké.** Je kan wel gehoorzaam willen zijn maar als je ruimdenkend wil zijn en behulpzaam, dan kan je misschien toch wel de klant tegenspreken."
8	2	**Belangrijk dat een bedrijf tegengas mag, kan en durft te geven, want klant heeft niet altijd gelijk.**	"Gehoorzaam vind ik niet zo belangrijk, want ik vind het ook wel belangrijk dat een bedrijf tegengas mag, kan en durft te geven. **Aan een klant?** Ja aan een klant. Want een klant heeft niet altijd gelijk, hij kan wel denken dat hij gelijk heeft maar op dat moment is het belangrijk dat je dus weer zuiver bent en dus duidelijk aangeeft wat er op formulieren staat en transparant bent. Dan ben je niet gehoorzaam, helemaal niet. Want je vertelt en de klant hoe het in de papieren staat maar dan geef je wel weer dat stukje duidelijkheid. Ben je namelijk gehoorzaam, dan kan een klant alles en dan zou het betekenen dat als je echt continue gehoorzaam bent, dat je de hypotheken gratis weggeeft, dat gaat niet lukken. Gehoorzaam vind ik dus niet zo belangrijk. Bekijk je gehoorzaam van een andere kant dat je dus luistert naar de klanten, als je dat op gehoorzaam interpreteert dan is het wel heel belangrijk dat je luistert naar de klant. Dus die geef ik een twee."
9	3	**Ze luisteren altijd wel naar wat ik wil, dat vind ik niet meer dan normaal.**	"Gehoorzaam, nou ze luisteren wel altijd naar wat ik wil dus die krijgt een drie. **Toch niet zo super belangrijk?** Ja nou dat doen ze altijd, en ik vind het eigenlijk niet meer dan normaal dat er naar je geluisterd wordt. **Oké."**
10	3	**Ja ze moeten wel naar de klant luisteren.**	"**Oké en bij gehoorzaam een drie?** Ja ze moeten wel naar de klant luisteren. **Oké."**
11	2	**In hun onafhankelijkheid denk ik niet dat ze gehoorzaam zijn.**	"Gehoorzaam, nou in hun onafhankelijkheid denk ik dat ze niet zo gehoorzaam zijn, dus een twee."
12	-	**Net zoals dat andere rijtje vind ik ook het begrip gehoorzaam niet passen bij Duinrand.**	" Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen. Net zoals dat andere rijtje vind ik ook het begrip gehoorzaam of intellectueel of logisch niet passen bij Duinrand. Van die andere waarden vind ik eigenlijk dat dat blanco had moeten zijn."

Gehoorzaam
Vrijwel alle klanten betrekken de 'waarde' gehoorzaamheid op het feit dat er geluisterd wordt naar de klant. Een enkeling vindt de waarde te negatief en vindt dat je klanten niet moet pushen of dwingen. De rest van de klanten vindt dat er goed naar hen geluisterd wordt maar dat als het bedrijf behulpzaam en ruimdenkend wil zijn, het soms ook de klant moet tegenspreken. Zo vindt respondent 8, "Ik vind het ook belangrijk dat een bedrijf tegengas mag, kan en durft te geven aan een klant. Want een klant kan wel denken dat hij gelijk heeft maar op dat moment is het belangrijk dat je dus weer zuiver bent en dus duidelijk aangeeft wat er op formulieren staat en transparant bent."

Eindconclusie
Klanten vinden dat Independent Duinrand goed naar hen luistert, maar zij vinden het ook belangrijk dat het bedrijf soms wat tegengas geeft en duidelijk en transparant communiceert dat de klant niet gelijk heeft en dat het nu eenmaal zo in de formulieren staat.

95. Competent

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	7	**Ze zijn wel vaardig in wat ze doen, dat moet ook.**	"**Even kijken hoor en je hebt eerlijk, behulpzaam en betrouwbaar had je als eerste als belangrijkst gewaardeerd.** Ja en competent. **En competent.** Competent staat eigenlijk bovenaan want ze zijn wel vaardig in wat ze doen, dat moeten ze ook doen. Dus dat vind ik heel belangrijk."
2	3	**Niet zo belangrijk, eerlijkheid, betrouwbaarheid en behulpzaamheid vind ik belangrijker.**	"Gehoorzaam ook een drie en competent ook. **En waarom?** Omdat ik eerlijkheid, betrouwbaarheid en behulpzaamheid belangrijker vind. Deze waarden zijn ook belangrijk maar minder belangrijk dan die andere."
3	6	**Ik denk van wel, toen Mandy hier was had ze wel de juiste kennis in huis.**	"Competent, ik denk het wel. [vult bij competent een zes in]. **En waarom denkt u het wel?** Nou toen Mandy mij hier hielp met al mijn polissen toen merkte ik dat ze gewoon de juiste kennis in huis had, dus ik denk dat ze wel competent zijn ja. **Oké."**
4	5	**Weet zeker dat ze competent zijn want ik ken Marcel en Mandy, ze blijven constant vernieuwen.**	"[vult zes in bij competent]. **Competent een zes?** Ja. **Ja? En waarom vindt u dat belangrijker dan de rest van de waarden? Behalve eerlijk natuurlijk.** Ik weet zeker dat ze competent, want ik ken Marcel en Mandy. En ik weet dat die met van alles en nog wat bezig zijn en continue blijven vernieuwen, dus ze zijn zeker competent."
5	6	**Dat moeten ze uiteraard zijn, zijn ze ook uit mijn**	"Competent, dat moet je uiteraard zijn, dus die geef ik een zes. **Oké en vindt u Duinrand ook competent?** Ja uit mijn

		ervaringen.	ervaringen wel. **Oké."**
6	6	**Als het gaat om kwaliteiten dan geef ik een zes.**	"Competent, ik weet niet wat dat betekent dus dat mag je mij uitleggen. **Competent betekent dat je de kwaliteiten hebt om iets te doen, dat je competenties hebt om iets te doen.** Oh oké ik snap het. Dan geef ik een zes."
7	6	**Je moet weten waar je het over hebt.**	"En competent is ook belangrijk. Ik denk dat ik die een zes ga geven. Want je moet weten waarover je het hebt. **En dat hangt dan ook weer een beetje samen met die wijsheid in de vorige lijst?** Ja precies."
8	6	**Ze moeten het wel goed weten maar dat stralen ze dan ook uit.**	"Competent, daar heb ik altijd een beetje moeite mee met dat soort woorden. **Ja? En waarom?** Omdat competent afgeleid is van competitie en in hoeverre is een verzekering verkopen een competitie? **Maar als u het meer ziet in de trant van de bevoegdheid hebben om iets te doen of dat je meer de kwaliteiten in je hebt om een bepaalde taak te verrichten, los van dat wedstrijdelement?** Jij bedoelt competent meer in de zin van de competentie van de collega's die hier beneden zitten dat ze competent zijn om het juiste advies te geven. **Ja precies.** Dan is het heel belangrijk, want ze moeten het wel goed weten maar dat stralen ze dan ook uit. Dus als we het op die manier neerzetten dan geef ik het een zes."
9	6	**Ze zijn wel goed in wat ze doen.**	"Competent, ja ze zijn wel goed in wat ze doen. [vult een zes in bij competent]."
10	6	**Dat hebben ze zeker.**	"Even kijken, competent, hoe ze het doen of wat dan ook? **Ja competent in de zin van, hebben ze de skills om hun werk uit te oefenen zeg maar.** Oh oké dan geef ik die een zes want dat hebben ze zeker."
11	6	**Een zes.**	"Competent een zes."
12	6	**Professionaliteit vind ik belangrijk, en competent heeft daar het meest mee te maken vind ik.**	"[leest lijst door] De waarde waar ik naar op zoek was en dacht hier te vinden is professionaliteit en die staat hier niet bij. **Nee.** Dat is jammer. Oh oké. Kijk deze hebben ook iets meer met professionaliteit te maken. [leest lijst door] [vult bij competent een zeven in] **Competent dat komt voor u in de buurt met professioneel?** Ja."

Competent
Alle klanten zijn het er over eens dat Independent Duinrand competent is. Zij vinden dat het bedrijf vaardig is in wat ze doen. Zo vindt respondent 3, "Toen Mandy mij hier hielp met al mijn polissen toen merkte ik dat ze gewoon de juiste kennis in huis had, dus ik denk wel dat ze competent zijn ja." Een ander link de waarde competent met professionaliteit, "De waarde waar ik naar op zoek was en dacht hier te vinden is professionaliteit en die staat hier niet bij. Competent heeft daar het meeste mee te maken vind ik."

Eindconclusie
Alle klanten vinden Independent Duinrand competent, zij vinden het bedrijf vaardig in wat ze doen. Dit merken zij tijdens adviesgesprekken of aan de professionaliteit die het bedrijf uitstraalt.

96. Ambitieus

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	6	**Ja dat zijn ze zeker is wel erg belangrijk.**	"Zijn ze ambitieus? Ja dat zijn ze zeker, dat is wel erg belangrijk dus dat wordt dan een zes."
2	1	**Weet ik niet, daar heb ik geen zicht op.**	"Ambitieus, ja dat weet ik niet, een één. **En waarom?** Ja daar heb ik niet echt zicht op. **Oké."**
3	7	**Ambitieus zeker ook dat moedige.**	"Ambitieus, zeker. Ook weer dat verhaaltje van dat moedige wat ik net vertelde. [vult bij ambitieus een zeven in]."
4	6	**Blijven niet in het oude concept maar gewoon vernieuwen, met de tijd meegaan.**	"En ambitieus zijn ze ook. [vult bij ambitieus een zes in] **En waarom vindt u ze ambitieus?** Nou vanwege die nieuwe dingen die ze allemaal bedenken. Dus ze blijven niet in het oude concept doorgaan maar gewoon vernieuwen en met de tijd meegaan."
5	4	**Ambitieus dat kan mij niet zoveel schelen, als je je werk maar goed doet.**	"Ambitieus, ja dat kan mij niet zoveel schelen, als je je werk maar goed doet. **Vindt u Independent Duinrand ambitieus?** Weet ik niet. **U weet het niet?** Ik weet dat ze in het Statenkwartier zaten en ik weet niet eens of ze groeien en ik weet wel dat ze een groep willen vormen met dat Independent, naar de verzekeraars toe. Maar dat zit weer in een andere relatie dan naar mij als klant. En of dan daarmee de premie naar beneden gaat of de pakketten, de polis pakketten verbeterd worden, ik zou het niet weten. **Dat vindt u vooral belangrijk dat de premie omlaag gaat?** Ja. **Wat dat voor u betekent als klant?** Ja of de premie omlaag of de verzekerde som omhoog. Dat zijn consumentenbelang, dus of ze daar ambitieus in zijn tjsa, [denkt na]. Dan geef ik daar een vier."
6	7	**Zijn ambitieus bezig, ze**	"Ambitieus, [denkt na] Die krijgt ook een zes. **En waarom?**

		willen vooruit.	Omdat ze wel ambitieus bezig zijn vind ik. Met het pad dat ze nu aan het bewandelen zijn, ze willen vooruit."
7	5	**Bedrijf moet ambitieus zijn voor voortbestaan, het begint bij ambitieus zijn.**	"Ambitieus, ik denk wel dat het bedrijf ambitieus moet zijn voor het voortbestaan. **Hetzelfde een beetje als creatief?** Ja inderdaad een beetje hetzelfde als creatief. En even keken die had ik een drie gegeven [denkt na]. Dan geef ik ambitieus een vijf. **En waarom is ambitieus dan belangrijker dan creatief?** Ja het begint bij het ambitieus zijn, als je niet ambitieus bent dan kan je ook niet creatief worden, denk ik. Als je niet verder wel of je niet andere dingen wilt ontplooien, als je dat al niet hebt, dan kan je ook creativiteit niet kwijt. **Ja."**
8	4	**Wel belangrijk om ambitieus te blijven in je vak, maar moet niet naar het opdringerige gaan.**	"Ambitieus, vind ik daarentegen dan wat minder belangrijk als je het op dezelfde manier interpreteert als competent. Want dan zou de ambitie kunnen gaan worden dat je zoveel mogelijk verzekeringen en hypotheken wil gaan verkopen en dan gaat het weer meer richting het opdringerige. Het is natuurlijk wel belangrijk om ambitieus te blijven in je vak dus daarom geef ik een vier. Om te blijven zoeken naar de mooiste opties en mogelijkheden."
9	3	**Wel belangrijk dat ze dat uitstralen maar ze moeten het niet overdrijven.**	"[vult bij ambitieus een drie in] **Toch maar een drie? U vindt het bedrijf niet zo ambitieus?** Vanaf hun naar de klanten toe bedoel ik. Dus de andere kant op. Weet je wel, ik vind het wel belangrijk dat ze dat uitstralen, maar ze moeten het niet overdrijven. Snap je, in die zin. **Oké.**"
10	6	**Ambitieus met hele nieuwe site en opzetten formule.**	"En ambitieus zijn ze ook met die hele nieuwe site en dat ze proberen die formule op te zetten. **Oké."**
11	7	**Een zeven.**	"Ambitieus een zeven."
12	5	**Zekere mate van ambitie aanwezig, adviseur financiële producten kwam ambitieus over door vele cursussen die hij gedaan had.**	"Ik denk wel dat er een zekere mate van ambitie aanwezig [vult bij ambitie een vijf in] is en misschien ook nog wel enige mate van creativiteit. [vult bij creatief een vier in]. **Oké. En waarom denkt u dat er enige vorm van ambitie aanwezig is, hoe merkt u dat?** [denkt na] Ik heb iemand gesproken die over verzekeringen ging en ik sprak iemand die over financiële producten ging. **En wanneer hebben die gesprekken plaatsgevonden?** Dat was in februari en maart. **Oké.** En ik merkte dat ze alle twee wel ambitie hadden, maar met name de meneer van de financiële producten die maakte op mij de indruk ambitieus te zijn. Waar leidt ik dat vanaf? De vele cursussen de hij ze die hij gelopen had en had moeten lopen van de nieuwe wet. Ja dus dat. **Dus het was meer de persoon?** Ja, nee met het kantoor heb ik verder niet zoveel. Laat ik het zo zeggen, als ik het voor het vorige kantoor had moeten antwoorden, dan had ik daar een min vijf gegeven. Want die waren en slecht en ook niet beleefd."

Ambitieus
Klanten vinden het belangrijk dat Independent Duinrand ambitieus is en blijft voor het voortbestaan van het bedrijf. Ook bij deze waarde valt het weer op dat de klanten die langer dan 5 jaar klant zijn meer op de hoogte zijn van wat er speelt en dus meer kijk hebben op de ambitie van het bedrijf. Zo vindt respondent 4, "Ambitieus zijn ze ook. Vanwege die nieuwe dingen die ze allemaal bedenken. Dus ze blijven niet in het oude concept doorgaan maar gewoon vernieuwen en met de tijd meegaan."
Een andere klant geeft ook aan dat hij merkte dat het personeel ambitieus is, "Met name de man van de financiële producten die maakt op mij de indruk ambitieus te zijn. Waar leidt ik dat vanaf? De vele cursussen die hij zei die hij gelopen had en had moeten lopen van de nieuwe wet."

Eindconclusie
Klanten vinden het belangrijk dat Independent Duinrand ambitieus is en blijft voor het voortbestaan van het bedrijf. Zij merken dat het bedrijf ambitie heeft door de nieuwe ontwikkelingen die het bedrijf doormaakt. Ook het personeel straalt ambitie uit volgens sommigen. De klanten die langer dan 5 jaar klant zijn van de ontwikkelingen van het bedrijf, hebben meer kijk op de ambitie van het bedrijf dan de rest.

97. Intellectueel

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	0	**Daar kan ik niks mee.**	" Intellectueel, [denkt na].], bij intellectueel zet ik ook een nul want daar kan ik ook niks mee."
2	1	**Niet van belang voor verzekeringen denk ik.**	" Intellectueel, ja vind ik ook niet echt van belang, is misschien belangrijk als je een docent bent of zoiets maar niet voor verzekeringen denk ik. **Oké."**
3	5	**Hetzelfde als wijsheid en intellectueel.**	"Intellectueel, ja vind ik ook wel, beetje hetzelfde als wijsheid en intellectueel. [vult bij intellectueel een vijf in]."
4	5	**Ze moeten er wel verstand van hebben allemaal.**	"**En bij intellectueel heeft u een vijf in ingevuld?** Ja omdat net als wijsheid, ze moeten er natuurlijk wel verstand van hebben allemaal."
5	1	**Waarom zou Independent**	"Intellectueel, wat is dat nou weer. Waarom Independent

		Duinrand intellectueel moeten zijn? Dan moet je uit hoofde van je werk intellectueel zijn maar dat is bij Duinrand niet het geval denk ik.	Duinrand nou intellectueel moeten zijn? Dat vind ik eerlijk gezegd niet, een één. **Wat verstaat u onder intellectueel?** Ja ik kan dat niet koppelen aan Independent Duinrand. Dan moet je ook uit hoofde van je werk intellectueel zijn, dan moet je docent zijn of je moet wetenschappelijk onderzoek doen of je met een creatief beroep hebben. Dan ben je intellectueel. Of filosoof, belezen. Maar waarom zou Independent Duinrand dat moeten zijn? **Oké duidelijk."**
6	6	**Je moet slim zijn om alles van verzekeringen te weten.**	"Intellectueel, ja dat vind ik wel dat ze dat zijn. **En waarom?** Ja omdat je toch wel slim moet zijn om alles van verzekeringen te weten. **Oké."**
7	6	**Hetzelfde als competent, als je verstand hebt dan ben je competent.**	"Intellectueel, ook belangrijk. Ik twijfel tussen een zes en een zeven. Intellectueel geef ik een zes, dat vind ik een beetje hetzelfde als competent denk ik. Als je verstand hebt dan ben je competent."
8	4	**Intellectueel in de richting van kennis is belangrijk.**	"Intellectueel, [denkt na] wat zullen we daar nou eens van zeggen. Intellectueel in de richting van kennis is belangrijk, want dat gaat een beetje dezelfde kant op als de ambities. Dus dat zou dan ook een vier krijgen."
9	6	**Zij moeten de kennis hebben om het mij uit te leggen.**	"Intellectueel, ja dat moet je wel zijn denk ik in de verzekeringswereld, want ik snap er niks van dus zij moeten wel de kennis hebben om mij dat allemaal uit te leggen, snap je? **Ja duidelijk."**
10	5	**Ik vind ze slim bezig, linkt met wijsheid en competent.**	"Intellectueel, ja ik vind ze wel slim bezig. **Oké in welk opzicht?** Nou dat heeft ook met wijsheid te maken en ook met competent dat ze goed hun werk doen."
11	6	**Een zes.**	"Intellectueel een zes."
12	-	**Intellectueel heeft voor mij iets te maken met boeken, theorieën en nadenken. Duinrand heel bekwaam en heeft kennis van zaken maar niet de connotatie intellectueel.**	"En ja, jeetje dat mensen opgewekt zijn en dat ik koffie kreeg dat staat daar niet. Die andere waarden zoals vergevingsgezind, ruimdenkend, intellectueel, dat zijn voor mij geen begrippen die ik met Duinrand associeer. **Nee? Dan mag u daar een nul invullen of -1.** Oké. **Is het zo dat u vindt dat die waarden allemaal niet bij Duinrand passen of dat u er niks over kan zeggen?** Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen. Net zoals dat andere rijtje vind ik ook het begrip gehoorzaam of intellectueel of logisch niet passen bij Duinrand. **En waarom niet? Als u een paar voorbeelden kunt noemen?** [denkt na] Het begrip intellectueel heeft voor mij iets te maken dat [wijst naar boekenkast], met boeken, met theorieën, met nadenken. En Duinrand is heel bekwaam en heeft kennis van zaken maar dat is voor mij geen connotatie met intellectueel. **Oké.** De mensen die er werken kunnen heel intellectueel zijn, maar dat zijn ze dan buiten hun uren dat ze op kantoor zitten. Wat gebeurt er bij Duinrand, je bent er je gaat achter een computerscherm zitten en er wordt wat ingetikt en er verschijnt wat. Dat heeft voor mij niets met intellect te maken. **Oké.** En laat staan met intellectueel. En daarom is het misschien ook een beetje verkeerd dat ik nu allemaal nulletjes invoer, want ik heb daar geen enkele associatie mee. Van die andere waarden vind ik eigenlijk dat dat blanco had moeten zijn."

Intellectueel
Klanten koppelen de waarde 'intellectueel' vooral aan wijsheid en kennis. Zij vinden dat Independent Duinrand intellectueel is omdat het de wijsheid en de kennis heeft om te adviseren over hun producten. Zo vindt respondent 9, "Intellectueel, ja dat moeten ze wel zijn denk ik in de verzekeringswereld, want ik snap er niks van dus zij moeten wel de kennis hebben om mij dat allemaal uit te leggen." Andere klanten vinden dat het bedrijf helemaal niet intellectueel hoeft te zijn, zij koppelen intellectueel aan een bepaald beroep of met het hebben van intellect. Zo vindt respondent 12, "Het begrip intellectueel heeft voor mij iets te maken met boeken, met theorieën, met nadenken. En Duinrand is heel bekwaam en heeft kennis van zaken maar dat is voor mij geen connotatie met intellectueel. De mensen die daar werken kunnen heel intellectueel zijn, maar dat zijn ze dan buiten hun uren dat ze op kantoor zitten."

Eindconclusie
Klanten die de waarde intellectueel koppelen aan wijsheid en kennis vinden dat Independent Duinrand intellectueel is omdat zij verstand van zaken hebben. Andere klanten vinden dat intellectueel niets met Duinrand te maken heeft omdat zij vinden dat intellectueel meer bij een beroep hoort, bij theorieën en nadenken en dat dat bij het bedrijf niet voorkomt.

98. Logisch

Respondent	Waardering	Label	Quote
1	0	**Logisch ja wat is logisch?**	"Logisch, wat is logisch? Die geef ik ook een nul."
2	1	**Logisch, ja wat is logisch? Een één.**	"Logisch, ja wat is logisch? Ja daar vul ik ook een één in. Alsjeblieft [geeft lijst terug]."
3	3	**Logisch dat je met**	"Logisch, ja wat is logisch? In deze tijd van digitalisering, is

		digitalisering met je tijd mee gaat.	het denk ik ook wel logisch dat je mee moet gaan in de tijd. Of moet ik dat zo niet zien? **Het is zoals u dat ziet, dus u mag een cijfer geven zoals u dat ziet.** Oké."
4	5	**Duinrand logische keuze voor mij omdat ik al jaren klant ben.**	" **Oké en logisch?** Ja [denkt na]. **Hoe heeft u die geïnterpreteerd?** [denkt na] Ja ik vind Duinrand gewoon logisch, logisch dat je daarvoor kiest. **Een logische keuze dus?** Ja. **En waarom?** Ja omdat wij al jaren klant zijn dus voor ons is dat altijd logisch geweest. **Oké op die manier.** Ja."
5	6	**Logisch in het klantencontact, begrijpbare communicatie naar klanten.**	"Logisch, logisch moeten ze wel zijn. **Wat verstaat u onder logisch? Het is natuurlijk een heel vaag begrip.** Nou ik had een hele studie moeten doen toen ik hier heen kwam. Logisch, dat is snappen waar ze mee bezig zijn. Stel dat ze iets niet onder de dekking kunnen brengen of iets afwijzen, dan moeten ze dat wel op een logische begrijpelijke manier naar de klant kunnen communiceren, zodat die klant het accepteert. Logisch in het klantencontact. Het moet logisch uitgelegd worden, de klant moet het kunnen begrijpen. Je moet dan geen verzekeringstermen gebruiken of een of ander verband leggen tussen bijzondere en algemene voorwaarden. Dat moet je logisch uit kunnen leggen. **Oké. Dat was die lijst.**"
6	7	**Moet straks blijken of Independent Duinrand logisch is, wel belangrijk.**	"Logisch, ja Independent Duinrand is logisch ja. Dat moet straks allemaal nog blijken natuurlijk. Ja ik denk dat het wel belangrijk is. [vult bij logisch een zeven in]. Nou dat voor iemand die niet op school heeft gezeten."
7	6	**Opbouw bedrijf en website heel logisch, duidelijk en helder.**	"Logisch, logisch is in de zin van dat het niet te moeilijk is? Dat het niet te ingewikkeld allemaal is? **Ja dat kan.** Zo zie ik dat. **Oké.** Ja want op de site is het heel logisch, en begrijpelijk. Als je dat wil kun je dat aanklikken. Ja ik vind dit meer passen met betrekking tot hoe de website is opgebouwd of hoe het bedrijf is opgebouwd. Nou als ik denk aan de website vond ik het wel belangrijk, want toen ik die opende vond ik meteen dat het allemaal duidelijk en helder was neergezet. Dus die geef ik een zes, want dat vind ik heel belangrijk. **En dan heb je het meer over de logische opbouw van de website?** Ja de logische opbouw van de website en het bedrijf, ja dat wordt gewoon netjes allemaal neergezet. **Oké."**
8	5	**Moet begrijpelijk zijn voor een klant.**	"Logisch krijgt van mij een vijf omdat het wel logisch moet zijn wat iemand vertelt aan een klant en dat het begrijpelijk moet zijn voor een klant. **Oké.**"
9	6	**Logische opbouw, vraagstukken lossen ze op, het gaat heel logisch.**	"Logisch, ja wat is logisch? [denkt na] [vult bij logisch een zes in] **En hoe ziet u dat dan logisch?** Nou alles is wel logisch opgebouwd, je komt hier met een vraagstuk over verzekeringen en dat lossen ze dan op, het gaat allemaal heel logisch hier. **Oké op die manier.**"
10	0	**Snap ik niet.**	"Logisch, die snap ik niet. **Je kunt het natuurlijk op verschillende manieren opvatten. Sommige mensen zeggen logisch, in de zin dat iets heel gestructureerd is, dat het bedrijf gestructureerd is of het is logisch dat je voor Independent Duinrand kiest, dan zijn een beetje de verschillende betekenissen die je er aan kunt geven.** Nou dan heb je me nog niet verder geholpen hoor. **Nou als u er niets mee heeft dan kunt het gewoon laag scoren.** Oké doe ik dat. [vult een nul in bij logisch]. **Oké.**"
11	6	**Een zes.**	"Logisch een zes."
12	-	**Geen begrippen die bij Duinrand passen, onafhankelijk de enige nul, de rest moet eigenlijk blanco zijn.**	"Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen. Net zoals dat andere rijtje vind ik ook het begrip gehoorzaam of intellectueel of logisch niet passen bij Duinrand. Van die andere waarden vind ik eigenlijk dat dat blanco had moeten zijn."

Logisch
De meeste klanten interpreteren de waarde logisch als de logische opbouw van de werkwijze en de website van Independent Duinrand. Zo vindt respondent 7, "Ja want op de site is het heel logisch en begrijpelijk. Als je dat wil kun je dat aanklikken. Ja ik vind dit meer passen met betrekking tot hoe de website is opgebouwd of hoe het bedrijf is opgebouwd." Klanten betrekken de waarde ook op de communicatie van het bedrijf. Zo vindt respondent 5, "Stel dat ze iets niet onder de dekking kunnen brengen of iets afwijzen, dan moeten ze dat wel op een logische, begrijpelijke manier naar de klant kunnen communiceren, zodat die klant het accepteert. Logisch in het klantencontact. Het moet logisch uitgelegd worden, de klant moet het kunnen begrijpen.

Eindconclusie
Klanten vinden de werkwijze en de opbouw van de website van Independent Duinrand logisch. Ook vinden zij het belangrijk dat het bedrijf logisch is in het klantencontact, de klant moet de uitleg wel kunnen begrijpen.

Analyseschema's vragen

99. Komt het wel eens voor dat u vertelt aan familie of vrienden dat u bij Independent Duinrand verzekerd bent? (Zo ja, hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?)

Respondent	Label	Quote
1	**Ja komt voor, prima vergelijkingssite, heb mensen geadviseerd daar ook te kijken.**	"**Nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u aan familie of vrienden moet vertellen waar u verzekerd bent?** Ja, ja dat komt voor. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Nou ik vind het een prima vergelijkingssite, laat ik het zo noemen. Ik heb wel mensen geadviseerd om ook bij Duinrand eens te kijken voor een verzekering, want bij mij scheelde het ook een stuk. Dus op die manier eigenlijk. **Oké."**
2	**Ja, positief ik wordt altijd snel geholpen.**	"**Nou eerste vraag. Komt het wel eens voor dat u aan vrienden of familie vertelt dat u bij Independent Duinrand verzekerd bent?** Ja. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Ja gewoon goed, positief. Ik wordt altijd snel geholpen. **Oké.** Ja dat dus. **Oké."**
3	**Als het ter sprake komt wel. Met name Mandy de Wit goed geholpen toen man overleed. Ervaringen zijn meer dan goed.**	"**Oké, nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u vertelt aan vrienden of familie dat u verzekert bent bij independent Duinrand?** Of dat wel eens voorkomt? Nou dat vragen ze niet maar, als we het daar over hebben dan zeg ik dat wel. Dat ik mijn verzekeringen allemaal bij Independent Duinrand heb lopen en dat met name Mandy de Wit mij zeven maanden geleden mij ongelooflijk goed heeft bijgestaan toen mijn man overleed. En ze is toen hier geweest en toen hebben we op het gemakje alle verzekeringen doorgelopen en daar waar mogelijk, verzekeringen opgezegd en nieuwe verzekeringen die goedkoop in premie waren afgesloten. Dus daar was ik heel erg blij mee. **Oké, en hoe omschrijft u het bedrijf dan? Dan zegt u dat Mandy u heel erg goed geholpen heeft toentertijd?** Ja. Nou ik maak niet zo heel erg veel gebruik van het kantoor, want ja, ik heb over het algemeen geen klagen. En als er wat is dan geef ik een belletje en dan word ik altijd keurig te woord gestaan. En voor de rest heb ik er niet zo heel erg mee te maken. Maar de ervaringen die ik heb zijn meer dan goed."
4	**Ja af en toe wel ja. Independent Duinrand is onze tussenpersoon, hebben we goede ervaringen mee.**	"**Nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u verteld aan familie of vrienden waar u verzekerd bent?** Ja af en toe wel ja. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Nou als ze vragen waar ik verzekerd ben dan zeg ik bij Independent Duinrand, dat is onze tussenpersoon en ja daar hebben we goede ervaringen mee. **Oké goeie ervaringen dus.** Ja ik ben er jaren klant. **Hoeveel jaar bent u al klant?** Nou ik denk al heel lang, eerst was het Fiducia en daarna is het Independent Duinrand geworden. Maar ik was al klant toen het nog Fiducia heette, dus al heel lang. **Ja dat is inderdaad al een tijdje.** Ja."
5	**Nee, want ik woon in Breda en daar kennen ze Duinrand niet. Toen we nog in Den Haag woonden was het wel een bekend beeld in de straat.**	"**Nou dan zullen we maar gelijk beginnen, kom het wel eens voor dat u vertelt aan familie of vrienden dat u bij Independent Duinrand verzekerd bent?** Nee. **U vertelt het nooit, of er wordt nooit naar gevraagd?** Nou ik woon al veertien jaar in Breda en daarvoor was het een bekend beeld in de straat, gewoon van het Statenkwartier waar ik vaak was. En waarom ik bij Duinrand belande dat weet ik eigenlijk niet. Maar toen was het veel bekender in Den haag. **Toen was het bekender?** Nou omdat wij in Den Haag woonden, want in Den Haag wisten ze wel wie Duinrand was. Maar in Breda weet natuurlijk niemand dat. **Maar er wordt niet gevraagd, goh waar bent u nou verzekerd?** Nee. **Oké dat kan.** "
6	**Ja natuurlijk. Gewoon hele goede tussenpersoon. Staan altijd voor je klaar, niks is een probleem.**	"**Oké nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u aan familie of vrienden vertelt waar u verzekerd bent?** Ja natuurlijk. **Oké en hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Hoe ik dat omschrijf? **Ja.** Ja hoe moet ik dat omschrijven? [denkt na] **Wat zegt u tegen vrienden of familie als ze vragen waar u verzekerd bent?** Ja dat ik gewoon een hele goede tussenpersoon heb. En als je die nodig hebt, dat je die gewoon kunt bellen, als is het s 'nachts. Ze staan altijd voor je klaar. Dat is het eigenlijk. **Oké.** Niks is een probleem om het maar zo te zeggen. Ik denk dat ik de eerste klant ben. **Bij Independent Duinrand?** Ja eigenlijk daarvoor al, ik heb eigenlijk alles zo'n beetje wel meegemaakt hier. Niks is te gek eigenlijk. **Oké duidelijk.**"
7	**Is nog niet voorgekomen ik ben sinds drie weken klant. Maar goede ervaringen tot nu toe.**	"**Nou gelijk dan maar de eerste vraag, komt het wel eens voor dat je aan je familie of vrienden vertelt waar je verzekerd bent?** Ja dat komt wel eens voor, niet dat ik het uitgebreid vertel, maar als mensen er naar vragen dan zal ik het gewoon zeggen. **Oké en hoe omschrijf je Independent Duinrand dan?** Ik moet zeggen dat ik nog maar sinds kort via jullie mijn verzekeringen heb afgesloten, via mijn adviseur heb ik jullie naam doorgekregen. Dus ik zit nog maar sinds kort bij jullie. **Ja klopt, maar om het totaal beeld van de klanten in kaart te brengen wil ik ook mensen interviewen die korter dan 5 jaar klant zijn,**

		vandaar. Oh oké, ik snap het. En wat was je vraag ook al weer precies? **Hoe je Independent Duinrand omschrijft als mensen je vragen waar je verzekerd bent.** Het is nog niet voorgekomen moet ik zeggen. **Nee?** Nee, ik heb sinds drie weken een nieuw huis die het is ook echt heel pril nog. **Oh oké.** Ja en hoe zou het ik omschrijven, ja gewoon als goed. Ik heb goede ervaringen tot nu toe dus dat is allemaal prima. **Oké.**"
8	**Ja. Overzichtelijk bedrijf, duidelijkheid over kosten en totaal plaatje, is wel heel belangrijk.**	"**Eerste vraag, komt het wel eens voor dat u verteld aan familie of vrienden waar u verzekerd bent?** Ja. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** [denkt na] Ja als een overzichtelijk bedrijf. Ze brengen heel duidelijk de kosten in kaart en ook welke vergoeding je kunt verwachten van de verzekeraar in dat geval. Dus wel een bedrijf waar je duidelijkheid krijgt van wat je als totaal plaatje hebt. **Oké dus overzichtelijk en duidelijk?** Ja precies. Dat is toch wel belangrijk, zeker als het over verzekeringen voor je huis gaat. **Oké dat is duidelijk.**"
9	**Ja dat komt voor ja. Makkelijk om mee te werken.**	"**Nou eerste vraag. komt het wel eens voor dat u aan familie/vrienden vertelt waar u verzekert bent?** Ja dat komt voor ja. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Makkelijk om mee te werken. Ja weet je ik heb er zo weinig mee te maken, ik ben verzekerd en als het niet goed is dan bel ik. En is het goed dan horen ze niks. Heel simpel."
10	**Ja soms. Goed geholpen, maar misschien beter relatie dan anderen omdat ik al zo lang klant ben.**	"**Nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u vertelt aan familie en vrienden waar u verzekert bent?** Ja soms. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan aan vrienden of familie?** Ja als goed, ik word goed geholpen en ik zeg altijd wel, dat is zo voor mij. Omdat ik misschien een andere relatie heb dan iemand anders, want ik ben al heel lang klant en daardoor ken ik Marcel en Mandy ook wat beter dan de gemiddelde klant misschien. Zo vertel ik dat."
11	**Dat komt voor ja. Onafhankelijk vanwege de naam, deskundig en werken best snel.**	"**Nou laten we dan gelijk maar beginnen met de eerste vraag, komt het wel eens voor dat u vertelt aan familie of vrienden waar u verzekerd bent?** Dat komt voor, ja. **Oké, hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Als onafhankelijk, omdat de naam dat ook zo mooi zegt. **Oké, dus dat is hoe u het beschrijft aan familie en vrienden, als onafhankelijk?** Ja en deskundig en ze werken best snel. **Oké.**"
12	**Nee, komt niet ter sprake.**	"**Nou laten we dan maar beginnen met de eerste vraag, komt het wel eens voor dat u aan familie of vrienden waar u verzekerd bent?** Nee. **Nee?** Nee. **En waarom vertelt u dat niet, komt dat niet ter sprake?** Nee. precies. **Oké."**

Conclusie:
De meeste klanten geven aan dat het wel eens ter sprake komt waar ze verzekerd zijn. Vrijwel alle klanten geven dan aan dat zij goede ervaringen hebben met Independent Duinrand. Zij geven aan dat ze goed geholpen worden, dat het bedrijf altijd voor hen klaarstaat en dat ze duidelijk en transparant zijn in hun uitleg.

100. Als u naar de concurrentie kijkt van Independent Duinrand, kunt u dan een paar concurrenten opnoemen?

Respondent	Label	Quote
1	**Meer de vergelijkingssites, qua kantoren NN.**	" **Als je kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, zou je dan een paar concurrenten op kunnen noemen?** Concurrenten van Independent Duinrand? **Ja.** Ja dat zijn meer de internetsites dan, de vergelijkingssites denk ik. En qua kantoren zou je dan de Nationale Nederlanden kunnen noemen. Maar Independent Duinrand is natuurlijk meer een tussenpersoon. En ik was eigenlijk altijd verzekerd bij de verzekeringsmaatschappijen zelf. **En waarom ben je nu dan toch overgestapt naar een tussenpersoon?** Nou eigenlijk omdat ik ging vergelijken. Het raarste was nog dat ik bij een verzekeringsmaatschappij verzekerd was en dat ik toen ging vergelijken. En nu blijkt dat het bij dezelfde verzekeringsmaatschappij via Independent Duinrand goedkoper is. Dus via een tussenpersoon is het gewoon goedkoper. **Dus toen dacht je ik ga naar een tussenpersoon?** Ja. **Dus je zegt de concurrentie van Independent Duinrand zijn meer de vergelijkingssites?** Ja dat vind ik wel."
2	**VSP was ik ook verzekerd, andere tussenpersonen in Den Haag maar doe ik niks mee.**	"**Als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kunt u dan een paar concurrenten opnoemen?** Ja concurrenten van Duinrand [denkt na]. Kijk Duinrand is natuurlijk een tussenpersoon dus ja. Met andere tussenpersonen heb ik geen contact dus ik weet het niet. Je hebt er één waar ik ook verzekerd was, dat is VSP. **Ook in Den Haag?** Nee die zit niet in Den Haag, die zit buiten Den Haag. **Oké.** En je hebt natuurlijk zat meer andere tussenpersonen in Den Haag maar ik doe er niks mee en kom er ook niet en ik sluit daar ook geen verzekering af dus ja. **Nee precies, want u heeft nu bij ons uw verzekeringen lopen?** Ja precies. **En u zei net dat u eerder bij VSP verzekerd was?** Ja klopt."
3	**Nee ik zou het niet weten. Misschien Aegon, NN, Delta Lloyd, weet**	"**Even kijken, als u naar de concurrentie kijkt van Independent Duinrand, kunt u dan een aantal concurrenten opnoemen waarvan u denkt, dat is wel concurrentie?** [denkt na en schud het hoofd van niet]. **Nee, helemaal**

	niet of dat concurrentie is.	**niets?** Nou ja, dan zou ik via de reclame op de televisie moeten gaan kijken, maar ik houd me er ook niet zo mee bezig, eerlijk gezegd. **Nee, dus omdat u er zich niet echt mee bezig houdt kunt u geen concurrentie noemen?** Nou ik denk de concurrentie voor Independent Duinrand wel heel belangrijk is om scherp te blijven en creatief te blijven denken en nog meer de boel op te gaan om hun hele zaakje keurig onder controle te houden. Dat vind ik wel heel belangrijk. Dus in die zin is concurrentie belangrijk voor iedereen. Maar voor de rest zou ik het niet weten. **U kunt geen concurrentie noemen?** Nee, ja, ik zou het niet weten. Er zijn natuurlijk zat concurrenten. Ik kan misschien wel de Aegon, Nationale Nederlanden, Delta Lloyd, weet ik het wat. Maar of dat echt concurrenten zijn dat weet ik niet."
4	**Daar kom ik echt niet op sorry.**	"**En als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kunt u dan een aantal concurrenten noemen?** Nee. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nee ik kom daar echt niet op sorry."
5	**Zit dan wel in Breda, Meeus of Westenburg.**	"**Dan gaan we nu over op de rest van de vragen.** Oké. **En als u concurrenten van Independent Duinrand zou moeten noemen, welke zouden dat dan zijn?** Een concurrent? Oh ja maar dan zit ik wel in Breda hè, dus heb je Meeus of Westenburg. Maar ja wat moet ik er van zeggen? Wat is de vraag?"
6	**HoyHoy schiet mij te binnen, voor de rest zou ik het niet weten.**	"**Even kijken, als kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kunt u dan een paar concurrenten opnoemen?** Ja onze hagedis natuurlijk. Hoe heet die? van HoyHoy, wat je op de televisie altijd ziet. Die schiet mij dan te binnen. Voor de rest zou ik het eigenlijk voor de rest niet eens weten. **Dus HoyHoy zegt u?** Ja die ja."
7	**Alleen Independer, wordt je mee doodgegooid.**	"**Dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Als je kijkt naar de concurrentie van het bedrijf, zou u dan een paar concurrenten kunnen opnoemen?** Ja alleen Independer. **Oké en waarom Independer?** Omdat je daar mee doodgegooid wordt. Want ik heb toen bij mijn hypotheekadviseur advies gevraagd over woonverzekeringen, want toen zat ik even op Independer te kijken en ik vroeg mij af wat mijn adviseur dan zou adviseren. En toen zei mijn adviseur dat ik even op Independent Duinrand moest kijken, op jullie website. Ik had er nog nooit van gehoord, maar door mond-tot-mond reclame ben ik nu via jullie verzekerd. **Oké dus zodoende.** Ja zodoende ja."
8	**Hypotheekshop ook nog steeds wel concurrent. Internet ook grote concurrent, alles kan daar goedkoper.**	"**Dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Als u kijkt naar de concurrenten van Independent Duinrand, kunt u er dan een paar opnoemen?** Ja, Independent heeft natuurlijk als concurrent de hypotheekshop waar ze natuurlijk deels mee samenwerken maar dat is ook nog steeds wel een concurrent. Wat voor de rest ook een grote concurrent is denk ik is internet. Want alles op internet kan goedkoper, dat is natuurlijk ook de situatie waar we naartoe gaan want dezelfde verzekeringen die jullie hebben zijn via internet nou eenmaal goedkoper. Alleen mis je dan wel de persoonlijke controle dat het daadwerkelijk klopt. En dan is een foutje zelf snel gemaakt en zit je eigenlijk aan een probleem vast. Dus dat zijn denk ik de concurrenten die het meeste inspelen. Want de losse banken zijn voor een prijs vergelijkend bedrijf zoals Independent geen concurrent, want zij vergelijken niks zij hebben alleen hun eigen product. Dus dat zijn niet daadwerkelijk de concurrenten. **Dus echt de vergelijkers op internet?** Ja. **En u zei net, online heb je die persoonlijke controle niet.** Online heb je wel die persoonlijke controle want er zit iemand achter die website al die dingen te controleren. Het enige probleem is dus dat als jij hem zelf invult en je vult iets verkeerd in, dat je dan 9 van de 10 keer ook best wel aan een groot probleem vast zit. Want op dat moment zit je met iets opgezadeld en dat kan komen doordat je een kommaatje of een nulletje verkeerd hebt gezet. Maar op dat moment zit je wel met een probleem. En dan kan iemand achter de website wel zitten controleren, maar hij kan dan denken dat je in plaats van een huis, een zwembad wil kopen of iets dergelijks en dan heb jij opeens een heel andere hypotheek dan je in gedachten had."
9	**Nee geen idee, nooit in verdiept, als iets goed gaat dan is het prima.**	"**Als u naar de concurrenten van Independent Duinrand kijkt, zou u er dan een paar kunnen opnoemen?** Nee. Geen idee. Ik ben hier al zolang bij, ik heb me er ook nooit in verdiept. Echt niet, ik heb altijd zoiets van, als iets goed gaat dan ja is het prima. En mijn vriend heeft nog wel eens dat hij voor zijn verzekeringen gaat kijken wat de goedkopere is, maar ik heb zoiets van 'nou dan zou ik een paar euro meer betalen'. Ik zit er al zolang en ik weet dat ik ze kan bellen dus ja. **Het is meer die relatie waar door u niet ergens anders gaat kijken?** Nou nee niet eens hoor, maar ik bedoel als het een keertje fout gaat dan ben ik ook gelijk weg. **Oké dat dan weer wel?** Dat dan weer wel. Het is wel een keer fout gegaan al, maar dat kon ik hun niet verwijten. Dus dan heb je dat vergevingsgezinde weer."
10	**Gewoon ouderwetse verzekeringen, tussenpersonen, HoyHoy , All secure of wat dan ook.**	"A**ls u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, zou u dan een paar concurrenten kunnen noemen? Wat ziet u als concurrentie voor het bedrijf?** Ik denk gewoon de ouderwetse verzekeringen. Tussenpersonen. Assurantiekantoren. Op televisie reclames, gewoon HoyHoy. En All Secure of wat dan ook."
11	**Voogd & Voogd op markt actief, Univé**	"**Dan gaan we nu verder op de rest van de vragen.** Oké. **Als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kunt u dan een paar**

	actief. Grote verzekeraars, maar niet echt ervaring mee.	**concurrenten opnoemen?** [denkt na] Ja ik vindt dat moeilijk vergelijkbaar want concurreer je nou echt met elkaar dat weet ik niet. Maar ik weet dat Voogd & Voogd actief is op de markt, ik weet dat Univé actief is op de markt. En ja de grotere verzekeringsmaatschappijen als Achmea en dergelijke, maar daar heb ik niet echt ervaring mee dus dat zou ik zo niet weten."
12	**Nee, het interesseert mij eigenlijk helemaal niet.**	"**Oké, dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, zou u dan een paar concurrenten kunnen noemen?** Nee. **Nee? helemaal niet?** Nee, ik zou naar een bank kunnen gaan maar ja. **Ook niet andere tussenpersonen waarvan u denkt dat het concurrenten kunnen zijn?** Nee, want het is iets wat mij zeer matig interesseert, om eerlijk te zeggen, eigenlijk helemaal niet interesseert. **Oké, duidelijk.** We zijn ooit bij Duinrand gekomen, heel erg lang geleden toen we een huis kochten. En toen zei de makelaar dan heb je daar een financiële adviseur. En toen zijn we daar naartoe gegaan en altijd blijven hangen. **Dus u heeft eigenlijk niet meer om u heen gekeken, u bent alleen bij Duinrand gebleven?** Nee."

Eindconclusie
Als er naar de concurrentie van Independent Duinrand wordt gevraagd geven de klanten uiteenlopende antwoorden. De een noemt vergelijkingssites de ander fysieke assurantiekantoren, weer een ander noemt een aantal grote verzekeraars op. Uit deze resultaten valt op te maken dat er sprake is van een diffuus concurrentiebeeld, de klant weet niet precies met welk van haar diensten Independent Duinrand nu precies concurreert.

101. Als u kijkt naar deze concurrent(en), wat doet Independent Duinrand dan beter vindt u?

Respondent	Label	Quote
1	**Vergelijkingssites werken eigenlijk voor de verzekeraars, Duinrand niet.**	"**En als je kijkt naar die vergelijkingssites, wat doen Duinrand dan beter ten opzichte van die andere vergelijkingssites?** Nou ja van horen zeggen weet ik dat die vergelijkingssites eigenlijk werken voor de verzekeringsmaatschappijen en dat je uiteindelijk dan uitkomt op een bedrag wat nooit het bedrag is wat je betaalt. Maar dat is wat ik heb horen zeggen hoor. Maar ik heb dan wel eens gekeken op Duinrand en bij een andere vergelijkingssite en daar kwam inderdaad uit dat als je een verzekering afsluit via een andere vergelijkingssite dat er dan nog allemaal kosten bijkomen dus dat je nooit de premie betaalt die er in eerste instantie uit die vergelijking komt. **Dus dat er allerlei kosten bijkomen?** Ja. Dus ja dat klopt dan wel dat verhaal. Maar dat weet je anders niet, ik denk niet dat veel mensen dat weten. Het is dat ik dat toevallig weet, ik denk dat een normaal iemand die staat daar niet zo bij stil."
2	**Vanwege de vriendschap, daarom heb ik ze hier ondergebracht.**	"**Wat doet Independent Duinrand dan beter volgens u dan VSP?** Nou net wat ik zei die vriendschap. **Oké dus de relatie is beter hier?** Ja. Dus daarom heb ik mijn verzekeringen daar weggehaald en heb ik ze hier ondergebracht."
3		-
4		-
5	**Ik zou het niet weten, daar houd ik mij totaal niet mee bezig.**	"**Nou als u kijkt naar die concurrenten van vindt u dat Independent Duinrand dan beter doet?** Ik zou het niet weten. **U heeft daar geen zicht op?** Nee, ik hoop ook zo min mogelijk ooit iets te hebben dat ik gebruik moet maken van mijn verzekeraar of tussenpersoon dus daar houd ik mij totaal niet mee bezig."
6	**Hier op een hele persoonlijke manier geholpen, vind je niet zo snel bij iedereen.**	"**En als u kijkt naar HoyHoy, wat doet Independent Duinrand dan beter dan HoyHoy?** Ik zou het niet weten. **U zou het niet weten?** Ik zou het niet weten, ik heb met HoyHoy nog nooit zaken gedaan dus ik kan er ook niks over zeggen. **Oké.** Ik zie ze alleen veel op televisie, dus er wordt veel reclame voor gemaakt. **Oké, dus dat zou iets kunnen zijn?** Ja dat wel, maar voor de rest zou ik het niet weten of zij beter of slechter zijn. **Oké, u kunt niet echt concurrenten noemen maar als u moest noemen in welk opzicht Independent Duinrand beter is dan de rest, wat zou dan noemen?** Nou ik denk dat je hier op een hele persoonlijke manier geholpen wordt. En dat ga je niet bij iedereen vinden denk ik. **Oké dus echt die personalisatie?** Ja en die vindt ik ook heel belangrijk. En ik denk dat dat in deze tijd, in het digitale tijdperk, nog wel eens vergeten wordt. Dat mensen daar een beetje in doorslaan en het persoonlijke een beetje vergeten."
7	**Site van Duinrand heel erg helder, geen vergelijking gemaakt met de site van Independer.**	"**Oké en als je kijkt naar Independer wat doet Independent Duinrand dan beter?** Ik vond de site heel erg helder. **Oké en bij Independer minder?** Ja ik had eigenlijk maar een vluchtige blik op de website van Independer geworpen en daarna ben ik meteen naar jullie site gegaan op aanraden van mijn adviseur en heb ik het eigenlijk meteen afgesloten. Dus ik kan nou niet echt iets noemen wat er beter is. **U kunt het niet echt vergelijken?** Nee die vergelijking heb ik niet echt gemaakt ook. **Oké."**
8	**Adviseren en het klantencontact, mensen komen terug naar winkels voor persoonlijk contact.**	"**Oké, en als u kijkt naar die concurrenten, wat doet Independent Duinrand dan beter dan de concurrentie?** Het adviseren en het klantencontact. **Oké.** Ik denk dat de meeste mensen het leuk vinden om via het internet een uitstapje te maken om eens te kijken hoe het werkt, maar ze komen altijd terug naar de winkels omdat ze het persoonlijke contact, de service, die missen ze. En zolang Duinrand dat blijft houden win je het van internet. **Ja, dus dat persoonlijke advies, dat de klant nog gewoon kan**

		binnenlopen zeg maar? Ja, waar je gewoon blind op kan varen. Want als je via internet kijkt dan krijg je een hypotheekwaarde en je weet niet waarop dat gebaseerd is want je vult drie bedragen in. Maar hier wordt overal naar gekeken, of het rendabel is en wat je maximaal kunt uitgeven aan een verzekering."
9		-
10	**Eerlijkheid, openheid, laten zien wat ze verdienen, dat dat wel aanslaat.**	"**En als u naar die concurrenten kijkt, wat doet Independent Duinrand dan beter volgens u, dan de concurrentie?** Ik denk dat de eerlijkheid gewoon toch wel het belangrijkste is, wat ze nu doen. De eerlijkheid, openheid, dus laten zien wat ze verdienen en noem maar op, dat dat wel aanslaat."
11		-
12		-

Eindconclusie:
Klanten geven aan dat zij vooral vinden dat Independent Duinrand open en eerlijk naar klanten communiceert en laat zien wat zij verdienen, iets wat zij niet denken te vinden bij andere kantoren. Daarnaast stellen ze het op prijs dat Independent Duinrand een persoonlijk aanpak heeft, en dat ze nog gewoon op kantoor langs kunnen komen waardoor het klantencontact ook beter is, iets wat zij op internet niet vinden. De rest van de klanten geven aan dit niet te weten omdat zij zich hier niet in verdiept hebben.

102. En in welke opzichten zou Independent Duinrand van de concurrentie kunnen leren?

Respondent	Label	Quote
1	**Reclame kan nog meer denk ik, lokale krant, tv nog niet weinig gepromoot.**	"**Oké, en wat doet de concurrentie juist beter dan Duinrand denk je?** Ik denk dat de reclame nog meer kan. Ik denk dat dat nog wel meer kan. Bijvoorbeeld in de lokale krant, dat soort dingetjes. Ze zijn natuurlijk wel veel op tv maar wordt toch eigenlijk nog niet weinig gepromoot vind ik. Je ziet het wel op Facebook voorbij komen. **Dus meer promotie en meer reclame?** Ja."
2	**Niks, nee.**	"**Oké en in welke opzichten deed uw oude verzekeringskantoor het beter dan Independent Duinrand?** Niks. **Niks?** Nee. **Oké."**
3		-
4		-
5		-
6		-
7	**Misschien meer naamsbekendheid zodat Independent wat meer gevonden wordt.**	" **En misschien even voor de concurrentie in het algemeen dan, wat zou Independent Duinrand kunnen leren van de concurrentie?** [denkt na] Tsja, misschien meer naamsbekendheid. **Meer naamsbekendheid?** Ja ik denk het wel. **Want u wist bijvoorbeeld niet dat wij bestonden?** Nee dat wist ik dan niet, en ja Independer zie je dan op de reclames en in bladen en dat hoor je dan van collega's. Dus ik denk dat het daarom goed is om wat meer naamsbekendheid te hebben zodat Independent ook wat meer gevonden wordt. Misschien dat dat een verbetering zou kunnen zijn."
8	**Meer als prijsvechter in de markt staan, prijs niet meer vergelijkbaar maken zodat klant niet overstapt.**	"**En in welke opzichten zou Independent Duinrand nog van de concurrentie kunnen leren? Wat doet de concurrentie beter dan Independent Duinrand?** Ik denk dat ze ervan kunnen leren om meer als prijsvechter in de markt te staan. Er zijn namelijk een heleboel verzekeraars die een bepaalde korting meegeven als je meerdere verzekeringen bij hun afsluit. Dat mis ik bij Independent Duinrand. En op dat moment heb je natuurlijk wel een stukje extra klantenbinding, wat als je die korting aanbiedt zijn klanten veel minder geneigd om op internet te kijken voor een goedkopere verzekering. Want op dat moment, zijn de prijzen minder vergelijkbaar. Want bij Ohra krijg je bijvoorbeeld bij je tweede verzekering twee procent extra korting, bij je derde verzekering drie procent korting enzovoort, maar je ziet alleen maar een totaal prijs, je ziet niet wat je voor welke verzekering betaalt. En dat maakt Ohra minder vergelijkbaar met andere verzekeraars. En ik denk dat Duinrand daar nog wel wat van kan leren, dat ze voor de klantbinding en het aantrekken van klanten ook iets mee doen. En dat ze heel tactisch net als Ohra de verzekering steeds een stapje duurder maken om die korting te kunnen geven. Maar op dat moment ben je niet vergelijkbaar en dat zijn ze nu wel. Want nu is iedere verzekering een losse verzekering en weet je direct wat je voor elke verzekering betaalt en wat je terugkrijgt in geval van schade. Want als je alles bij Ohra invult kom je op minder uit dan wat je bij Duinrand betaalt. **Precies ja.** En dan is het dus heel vergelijkbaar en makkelijker voor een klant om over te stappen. En dan verlies je dus van het internet. **Dus eigenlijk zeg je, je moet het product niet vergelijkbaar meer maken met de rest zodat de klant ook niet overstapt?** Ja precies, want je kunt wel een totaal prijs vergelijken maar dan heb je de overweging wil ik persoonlijk contact en wil ik weten dat als ik iets heb dat het geregeld wordt of wil ik de laagste prijs bij een internetbedrijf en dan hopen dat als er brand uitbreekt en ik bel ze dat er wat gebeurd? En dan kiezen mensen weer voor het persoonlijk contact, want dan is het persoonlijk contact maar drie of vier euro duurder bij dezelfde verzekering. En dan maak je jezelf vergelijkbaar en geef je jezelf een voet in de markt."
9		-
10	**Meer reclames.**	"**En in welk opzicht zou Independent Duinrand nog wat van de concurrentie kunnen leren? Doet de concurrentie het beter?** Meer

		reclames. **Dus een stukje marketing misschien?** Ja. **Oké."**
11	**Zou gissen worden, heb je weinig aan.**	"**Maar zou u wel op kunnen noemen wat de concurrentie beter doet dan Independent Duinrand volgens u?** [denkt na] Nee, ik heb mij niet als consument de afgelopen tijd met allerlei verzekeringsmaatschappijen in verbinding gesteld. **Oké dus daar kunt u niet echt een uitspraak over doen?** Dan zou het een beetje gissen worden. En daar heb je denk ik weinig aan."
12		-

Eindconclusie:
Klanten vinden dat Independent Duinrand nog meer aan marketing en reclame zou kunnen doen om zo wat meer naamsbekendheid te creëren waardoor zij sneller gevonden worden. Een klant vind dat het bedrijf meer als prijsvechter in de markt moet staan door hun prijzen niet vergelijkbaar te maken zodat klanten ook niet overstappen. De rest van de klanten geven aan dit niet te weten omdat zij zich hier niet in verdiept hebben.

103. Welke cultuur/sfeer heerst er binnen Independent Duinrand?

Respondent	Label	Quote
1	**Entree sprak mij aan, mensen vriendelijk, goede sfeer, alsof je thuis komt.**	"**Oké, en wat vindt je van de cultuur of sfeer die hier heerst?** [denkt na] **Welk gevoel krijg je als je hier binnenloopt?** Nou ik kwam hier binnen en ik dacht goh gezellig. De entree sprak me heel erg aan. Het ziet er allemaal leuk uit en de mensen zijn vriendelijk. Dus op zich heb ik er wel een goed gevoel over. Maar ik moet het omschrijven met een woord? Dan moet je even de vraag nog een keer stellen. **Welke cultuur of sfeer vindt je dat er bij Independent Duinrand heerst?** Een goede sfeer. **Ja?** Ja. **En waarom?** Ja dat voel je op de een of andere manier, dat is gewoon een gevoel. Als je binnenkomt ergens dan krijg je toch een bepaalde sfeer mee, ook op een school. Dat voel je dan, en dat is vaak moeilijk te omschrijven maar dat is een gevoel wat je hebt. Alsof je ergens gewoon thuis komt. **Dus een huiselijke sfeer?** Ja precies."
2	**Super sfeer, goed gevoel ik voel mij hier thuis.**	"**En wat vindt u van de sfeer of de cultuur die hier heerst?** Ja naar mij komt het over als een super sfeer. En hoe ze hier onderling zijn dat weet ik niet en dat maakt mij verder ook niet uit. **Maar als u hier binnenstapt wat voor gevoel krijgt u dan?** Ik heb dan een goed gevoel, ik voel mij hier thuis."
3	**Van hiërarchie krijg ik pukkeltjes, ik kon daar bij Duinrand niet veel van merken.**	"**Oké, en welke cultuur/sfeer vindt u dat er heerst bij Independent Duinrand?** De keren dat ik er geweest ben, wat ik altijd wel heel erg prettig vind is in mijn eigen werkzame leven is dat je werkt met platte organisaties. Van hiërarchie daar krijg ik altijd een beetje pukkeltjes van. En de keren dat ik daar was, kon ik dat daar niet veel van merken. Dus ik denk dat jij daar straks op een goed plekje gaat zitten en een leuke baan krijgt aangeboden. Die sfeer zal denk ik wel heel goed zijn."
4	**Leuke sfeer, warm gevoel, ze zijn allemaal heel aardig.**	"**En welke sfeer of cultuur vindt u dat er heerst bij Independent Duinrand?** Ja een leuke sfeer. **Ja?** Ja leuke sfeer daar. Cultuur, ja wat is nou cultuur. **U bent er wel eens binnen geweest neem ik aan?** Ja natuurlijk. **Wat voor gevoel krijgt u dan als u daar binnenstapt?** Nou een warm gevoel. **Een warm gevoel?** Ja ze zijn allemaal heel aardig."
5	**Binnenkomst verrassing ten opzichte van buiten.**	"**En als u kijkt naar de cultuur of sfeer die er hier heerst?** Ja dat weet ik ook niet. **Nee? Toen u binnenstapte wat was uw eerste indruk?** Oh het ziet er wel leuk uit. Als je binnenkomt dan is het een verrassing ten opzichte van buiten. **Ja?** Ja, je ziet niet zoveel door die ruiten. En dan heb je een gemiddeld beeld heb je dan, en dan valt het in positieve zin op als je binnenstapt, dat het er leuk uitziet vanbinnen. **En de sfeer toen u binnenkwam van het kantoor?** Ja maar ik zie alleen de receptioniste en die was heel aardig dus dat ging goed. Ik zie verder niemand. **U was hier hiervoor nog nooit geweest?** Nee, ik toen wel op kantoor geweest toten het nog in het Statenkwartier zat. **Oké.** En daar heb ik ooit wel iets met een inbraak moeten melden, maar dat ging allemaal prima. Dan heb ik het over meer dan veertien jaar geleden, dus eigenlijk is het beste als je er nooit iets mee te maken hebt. Maar je moet wel ieder jaar je premie betalen."
6	**Gezelligheid, huiskamergevoel, kan altijd binnen lopen voor kopje koffie.**	"**Oké, en welke cultuur of sfeer vindt u dat er heerst binnen Independent Duinrand?** Welke sfeer? Nou gezelligheid, een huiskamergevoel, ja. Het is hier altijd gezellig, ik kan hier altijd binnenlopen. Als ik langs rijdt denk ik nou ik ga even een kopje koffie doen daar. Zo doen we dat."
7	**Informeel en amicaal, fijn gesprek op één lijn zitten.**	"**En welke cultuur of sfeer vindt je dat er binnen het bedrijf heerst?** [denkt na] Jeetje **Als u bijvoorbeeld op de website kijkt of hier binnenloopt?** Ja gewoon een informele, goede sfeer en dat vind ik belangrijk. Niet te zakelijk, gewoon informeel en amicaal. Dat formele gedoe hoeft voor mij helemaal niet. Dan heb je ook het gevoel als je met iemand praat dat je met iemand op één lijn zit, dan heb je een fijn gesprek. En als je een fijn gesprek hebt gehad en diegene is behulpzaam en beleefd, dan ben je gewoon eerder geneigd om voor jullie te kiezen. Zo werkt het een beetje. En dat gun je dan ook op een gegeven moment, een bepaalde gun factor die dan mee gaat spelen."
8	**Rustige, warme sfeer, ons kent ons alsof je bij elkaar op visite komt.**	"**En welke cultuur of sfeer vindt u dat er heerst binnen het bedrijf? Binnen Independent Duinrand?** Een hele rustige, warme sfeer, gewoon ons kent ons. Alsof je bij elkaar op visite komt eens in de zoveel tijd."

9	**Kom ik niet vaak maar is altijd gezellig.**	"**En welke cultuur of sfeer vindt u dat er binnen het bedrijf heerst, als u hier zo binnenloopt of?** Ja daar heb ik ook zo weinig ervaring mee, ik kom hier niet vaak. Maar ja wat kan ik zeggen, het is hier altijd gezellig."
10	**Familie, snel contact, openheid, manier van omgaan.**	"**En welke cultuur of sfeer vindt u dat er binnen het bedrijf heerst?** Familie. **Familiesfeer?** Ja. **Hoe merkt u dat?** Gewoon ja aan van alles, snel contact, gewoon de openheid van het praten met elkaar. Gewoon de manier waarop je met elkaar omgaat. **Een beetje informele sfeer dus?** Ja dat ja."
11	**Steken hun nek uit, innovatief, moedig gezien de markt.**	"**Oké, en welke cultuur of sfeer vindt u dat er binnen het bedrijf heerst? Of wat het bedrijf uitstraalt?** Ja, ze steken in ieder geval hun nek uit door met Independent een ander soort platform neer te zetten, ik denk dat ze daarbij best innovatief zijn. Dus ja in die zijn vindt ik het ook wel moedig, om in die markt dat toch maar te durven. Je kan natuurlijk kiezen voor de zekerheid van oké dit is het pakket en dat doen we en meer niet en wel een stuk breder en daardoor inzichtelijker van wat is er aan mogelijkheden en daar adviseren ze over. **Ja. Oké.** En dat waardeer ik wel."
12	**Professionele sfeer, ter zake en kundig.**	"**Oké, en welke sfeer vindt u dat er heerst binnen het bedrijf?** Een professionele, ter zake, kundig."

Eindconclusie:
Alle geïnterviewde klanten zijn wel eens op kantoor geweest. Zij vinden dat er op kantoor een warme, open, gezellige en ons kent ons sfeer hangt. Ze vinden dat het kantoor echt een huiskamergevoel uitstraal. Ook merken klanten dat er geen sprake is van hiërarchie op kantoor en dit ervaren zij als prettig.

104. Hoe zou u het karakter van Independent Duinrand beschrijven als het een persoon was?

Respondent	Label	Quote
1	**Vooruitstrevend, oprecht en eerlijk, blijven zichzelf, nuchter.**	"**Oké en als Independent Duinrand een persoon was hoe zou je dan het karakter omschrijven?** [denkt na] Jeetje [denkt na] Vooruitstrevend, maar dat is niet echt een karaktertrek. **Jawel hoor.** Oké nou dus vooruitstrevend, dat vind ik wel bij het bedrijf passen Oprecht en eerlijk. En ze blijven denk ik gewoon bij zichzelf, maar hoe moet je dat omschrijven in een karaktertrek? **Nuchter misschien?** Ja gewoon nuchter."
2	**In ieder geval een echte vechter, doorzetter.**	"**Oké en als Independent Duinrand een persoon was, welke karaktereigenschappen zou die dan hebben?** In ieder geval een echte vechter, een doorzetter. Gewoon niet opgeven en doorgaan."
3	**Open karakter, eerlijk, zeggen waar ze voor staan.**	"**Oké en als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou u het karakter dan omschrijven? Wat voor een karaktereigenschappen heeft het bedrijf?** [denkt na] Ja, ik denk een open karakter. Eerlijk, als ik vanuit mijn eigen ervaringen praat. Zeggen wat ze vinden, zeggen waar ze voor staan. Dat."
4	**De een is de ander niet, maar sowieso vriendelijk, behulpzaam, zeker competent, vooruitstrevend ook.**	"**Oké. En als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou het karakter dan omschrijven?** Ja dat is verschillend, wat de ene is de ander niet. Want Robert-Jan Tops, dat is weer een andere man als Marcel de Wit en Mandy is ook weer anders. **Ja oké maar dan heb ik het over het bedrijf als geheel, dus niet alleen de mensen die er werken. Maar als u nou van het bedrijf zelf een persoon in uw hoofd schetst, wat voor karaktereigenschappen heeft die dan?** Nou ja sowieso vriendelijk, behulpzaam, zeker competent, dat zijn ze zeker. En vooruitstrevend ook. **Oké."**
5	**Statenkwartier waren nette heertjes, typisch Haags, beetje netjes. Solide.**	"**En als Independent Duinrand een persoon zou zijn, welke karaktereigenschappen zou die dan hebben?** De verwarring is dat ik het plaats in het Statenkwartier hè. **Ja maar dat is wel hoe u het bedrijf ziet.** Ja ik wist helemaal niet dat ze hier zaten, terwijl ik er iedere dag langs fiets ongeveer. **Oh echt?** Ja ik kreeg wel een brief ooit, dat ze verhuisd waren naar hier, maar het adres mij niks zei terwijl ik hier iedere keer fiets. Maar dat beeld wat ik heb ik zo oud, toen vond ik het wel een Haags bedrijf. Den Haag zijn nette heertjes. **Hagenaren?** Nou ja, Hagenaren kunnen wel arrogant zijn maar je hebt ook Haagse heertjes, die zijn niet onaardig maar wel typisch Haags, beetje netjes. **En welke karaktereigenschappen zouden passen bij het beeld dat uw hebt van het bedrijf?** Karaktereigenschap? Gewoon solide. **Solide?** Ja. **En waarom solide?** Nou toentertijd is het heel netjes afgehandeld, het werd gewoon allemaal prima gedaan."
6	**Pittig, laten zich niet uit het veld slaan, voor alles is een oplossing.**	"**Oké en als Independent Duinrand een persoon zou zijn, welke karaktereigenschappen zou het dan hebben?** Pittig **Pittig?** Ja pittig. **Oké en hoe bedoelt u dat precies?** Ze laten zich niet uit het veld slaan. Als iemand tegen hun zegt dat iets niet kan, dan zorgt Duinrand wel dat het wel kan. **Oké wat u al zei over dat motto van dan maak ik wel een weg?** Ja precies, ze maken wel een weg ook als het niet gaat. Ja voor alles is een oplossing."
7	**Nog maar één keer aan de telefoon gehangen maar eerlijk, behulpzaam, gezellig persoon.**	"**Oké en als het bedrijf een persoon zou zijn, hoe zou je het karakter dan omschrijven?** [lacht hardop] **Wat voor eigenschappen vind je dat Duinrand heeft?** Het zijn hele moeilijke vragen, omdat ik alleen één keer een kwartiertje aan de telefoon heb gehangen met jullie, en voor de rest weet ik eigenlijk heel weinig nog van het bedrijf. Dus wat voor karakter? **Ja, je hebt vast wel een soort van beeld in je hoofd van het bedrijf, nu je ook**

		hier binnen bent geweest. [denkt na] Jeetje, wat voor soort persoon? Eerlijk, behulpzaam, ja wat ik belangrijk vind. Inderdaad wat je zegt je komt eigenlijk hier binnen en je komt blanco hierheen. En je kan ook een kantoor verwachten met echt een formele kantoor uitstraling, maar dat is meer een soort woonhuis in. En er heerst hier een gezellige sfeer, dus ik denk ook wel een gezellig persoon. **Oké."**
8	**Warm, vriendelijk maar betrokken persoon, soort adviserende vaderrol.**	"**Oké en als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou je het karakter dan omschrijven? In welke eigenschappen?** Ja, [denkt na] ik denk dat het een warm, vriendelijk maar betrokken persoon is. Omdat hij is er als je hem nodig hebt, hij probeert ook op de juiste manier je te informeren. Dus dat is zeg maar de betrokkenheid die je verwacht echt het adviserende als een soort vaderrol."
9	**Innemend, prettig persoon, kennis van zaken.**	" **En als het bedrijf een persoon zou zijn, hoe zou u het karakter dan omschrijven. Welke karaktereigenschappen zou het bedrijf dan hebben?** Ik denk wel innemend, en ook wel, prettig. Prettig persoon, kennis van zaken, prettig om mee te lopen, mee te gaan en mee te staan. **Oké."**
10	**Iemand met eerlijkheid en best wel van zijn afspraken is, wat er gezegd wordt dat wordt ook gedaan.**	"**Oké. En als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou u het karakter dan omschrijven? Wat voor karaktereigenschappen zou Independent Duinrand hebben?** Het ligt eraan. [denkt na] Ik denk toch wel iemand met eerlijkheid en een persoon die best wel, ja hoe moet je dat zeggen, best wel op zijn puntjes staat. **Hoe bedoelt u dat?** Nou die best wel van zijn afspraken is, op tijd en dat soort dingen. Wat er gezegd wordt, dat dat ook gedaan wordt. Zo'n soort persoon."
11	**In eerste instantie trots, trots op innovatieve product, op plek in de markt en klanten die ze trekken.**	"**En als Independent Duinrand een persoon zou zijn, welke karaktereigenschappen zou het dan hebben volgens u?** Nou dan denk ik in de eerste instantie toch aan trots. **Trots, oké.** Ze zijn namelijk trots op hun innovatieve product, ze zijn trots op de plek die ze in de markt hebben. En ze zijn denk ik ook wel trots op de klanten die ze daardoor trekken."
12	**Serieus en professioneel.**	"**Oké en als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou u het karakter dan omschrijven?** Hetzelfde, serieus, professioneel."

Eindconclusie:
Klanten beschrijven het karakter van Independent Duinrand als vooruitstrevend, pittig, echte vechter, doorzetter en trots. Maar ook als een oprecht, eerlijk, nuchter, innemend en vriendelijk persoon.

105. Welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?

Respondent	Label	Quote
1	**Zeker doorzettingsvermogen, uitstraling, gewoon eerlijk en betrouwbaar blijven.**	"**En welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Nou ik denk zeker dat doorzettingsvermogen, je moet natuurlijk wel door blijven gaan. En de uitstraling wat mij aansprak hier, dat moet je ook behouden want dat is toch ook wel belangrijk. En gewoon eerlijk en betrouwbaar blijven."
2	**Ik denk ook dat doorzettingsvermogen.**	"**Oké en welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Nou ik denk ook dat doorzettingsvermogen."
3	**Sowieso de uitstraling, wat Mandy op tv doet, oprechtheid en eerlijkheid.**	"**Oké en welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Sowieso de uitstraling. **Wat bedoelt u met de uitstraling?** Nou gewoon wat ze uitstralen naar buiten toe. Ook wat Mandy op de tv doet dat is heel leuk en ik denk ook wel dat dat heel belangrijk is dat ze dat doen. Die moeten ze zeker niet verliezen. En de oprechtheid en de eerlijkheid, dat denk ik."
4	**Gewoon de behulpzaamheid, daar draait alles om.**	"**En welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Nou gewoon de behulpzaamheid. **De behulpzaamheid?** Ja dat is waar het allemaal om draait, ze verlenen service, dus dat moet dan wel in orde zijn."
5	**Betrouwbaarheid, typisch branche eigen.**	"**Oké en welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Eerst moeten het hebben dan moeten ze het verliezen. **Nee niet verliezen, laat ik het dan zo stellen, het beeld dat u van Independent Duinrand heeft wat mag het bedrijf dan niet verliezen?** Betrouwbaarheid. **En waarom?** Omdat je daar een verzekering voor afsluit. Het is wel typisch branche eigen. Ik vraag geen creativiteit van ze, niet of ze een dansje doen en in de laatste Avant Garde mode verschijnen of zoiets."
6		-
7	**In ieder geval het ambitieuze vooral met concurrentie. Eerlijk en oprecht blijven. Behulpzaamheid, zelfrespect, beleefd zijn. Stimuleert mond-tot-mond reclame.**	"**En welke karaktertrekken mag het bedrijf niet verliezen?** En dat gaat om de waarden die ik ingevuld heb? **Ja dat kan ook.** Nou in ieder geval het ambitieuze, vooral met de concurrentie je moet ambitie blijven tonen. Ze moeten vooral eerlijk blijven, eerlijk en oprecht. En behulpzaamheid is ook belangrijk. En het zelfrespect, jezelf respecteren en beleefd zijn tegen klanten dan krijg je altijd beleefdheid en respect terug. En dat zie je dan in de klanten die je erbij krijgt en ook via de mond-tot-mond reclame."
8	**Warme gevoel mogen ze niet verliezen. Wij-gevoel behouden.**	"**En welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Dat warme gevoel mogen ze niet verliezen. Want als ze gaan vergeten om de klant te contacteren en de klanten te benaderen en af en toe een mail eruit te sturen van we zijn er nog en we hebben een nieuw product. Als ze daarmee stoppen, dan kan een klant beter naar het internet. Want dan is het wij-gevoel weg. En dan is het alleen nog maar het ik-gevoel. En het het

		ik-gevoel heb ik ook op internet, want dan vul ik het in en dan is ik klaar. [lacht hardop] **[lacht hardop].”**
9	**Openheid, beetje ambitieus, gewoon klantvriendelijkheid.**	“**En welke karaktereigenschappen heeft het bedrijf die die niet mag verliezen?** Openheid, een beetje ambitieus zijn ze natuurlijk ook wel, met vergelijkingen en dat soort dingen. Dat vind ik we belangrijk gewoon klantvriendelijkheid.”
10	**Eerlijkheid, dat is het belangrijkste.**	“**En welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Ik denk de eerlijkheid, dat dat het belangrijkste is. **Oké, die moeten ze vasthouden.”**
11	**Deskundigheid maar dat is open deur, transparantie, dat onafhankelijke.**	“**En welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Deskundigheid, maar dat is bijna een open deur in dit vakgebied. Transparantie, want daarin onderscheid je jezelf in je onafhankelijkheid. En dat onafhankelijke wat ze er nu echt bovenop zitten, dat moet je wel koesteren en dat moet je ook laten blijken. Ja ik denk dat die waarden het belangrijkste zijn.”
12	**Professionaliteit en kundigheid.**	“**En welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Nou die. [lacht hardop] **[lacht hardop] Oké, dus professioneel en kundig?** Ja dat is wat voor mij een dienstverlener moet hebben. Ik koop een brood bij een bakker die brood kan bakken, niet bij eentje die heel goed kan glimlachen. **Dus het gaat voor u echt om de professionaliteit en de kundigheid?** Ja precies.”

Eindconclusie:
Klanten vinden dat Independent Duinrand vooral open en eerlijk moeten blijven, hierdoor behouden zij hun betrouwbaarheid en dit stimuleert mond-tot-mond reclame volgens klanten. Ook vinden zij dat ze vooral de uitstraling van het bedrijf moeten behouden. Daarnaast moet het wij-gevoel behouden worden, het warme gevoel waardoor klanten steeds op kantoor komen, anders stappen zij over naar het ik-gevoel op internet.

106. Welke karaktetrekken mist Independent Duinrand nog? / Welke karaktertrekken moet Independent Duinrand vandaag de dag veranderen?

Respondent	Label	Quote
1	**Ik vind het wel een compleet plaatje, ze houden zich ook op afstand, vind ik ook prettig.**	“**Oké, en welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?** [denkt na] **Wat zou je nog meer willen zien wat ze nu niet hebben?** Nou dat zou ik niet weten. **Nee?** Nee. **Dus je vindt het plaatje wel compleet?** Ja ik vind het plaatje wel compleet ja. En ze houden zich ook wel op afstand daar houd ik ook altijd wel van. Het is niet zo dat je iedere maand een mailtje krijgt. **Dus je kunt niet echt een karaktertrek noemen die ze vandaag de dag nog moeten veranderen?** Nee. **Nee?** Nee. **Dus van een afstand ziet het er allemaal wel goed uit?** Ja precies.”
2	**Ik zie dat het goed gaat, wat niet goed gaat daar vechten ze voor.**	“**Oké en welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog volgens u?** Nou ik weet dat niet. **Nee?** Nee. Want ik zie dat het goed gaat, en wat niet goed gaat daar vechten ze voor. **Dus u kunt niets noemen wat ze vandaag de dag nog zouden moeten veranderen?** Nee niet echt. **Oké dus u vindt dat doorzettingsvermogen dat ze dat moeten behouden?** Ja zeker.”
3	**Heb geen idee, kijkend naar eigen ervaringen niks toe te voegen.**	“**En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog volgens u?** Ik heb geen idee. **Geen idee? Dus er is niet iets waarvan u zegt, dit moet vandaag de dag nog veranderd worden of zoiets?** Nee, als ik over mijn eigen ervaringen praat, dan heb ik daar niets aan toe te voegen. Dus dat weet ik eigenlijk niet, daar kan ik geen antwoord op geven. **Oké, dat kan.”**
4	**Weinig denk ik, misschien de responstijd.**	“**Oké, en welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?** Nou weinig denk ik, daar kan ik niet echt op komen. **Dus u kunt niets noemen waarvan u het fijn zou vinden als het vandaag nog aangepast werd?** Misschien de snelheid, maar dat weet ik niet helemaal hoe dat zit. **Oh u heeft gemerkt dat de respons soms wat sneller kan?** Ja. Dat kan sneller inderdaad. **Op telefoontjes of op mailtjes, of hoe bedoelt u dat?** Ja allebei. Bijvoorbeeld, wij hebben nu met Robert-Jan Top nu wat verzekeringen doorgesproken, maar daar hebben wij nu nog geen reactie op. En dat is al een week geleden dus dat zou sneller kunnen eventueel. Hij heeft het wel vrijblijvend gedaan, dus wij komen onderop de stapel dat snap ik wel, maar je zou toch eigenlijk verwachten dat dat dan eerder gebeurt. **Ja oké dat snap ik.”**
5	**Zichtbaarheid, herkende pand niet, mailing was onduidelijk, meer duidelijkheid.**	“ **En welke eigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Zichtbaarheid. **Want u fietste er elke dag langs en u wist niet dat het hier zat.** Nee ik wist niet dat het hier zat en ik herken het beeld ook niet van de borden, dat het Duinrand is. Ik zie het gewoon niet, als ik er langs fiets. **En wat zou Independent Duinrand vandaag de dag nog moeten veranderen?** Vandaag de dag? **Ja iets waarvan u zegt dat moet zo snel mogelijk opgelost, want daar irriteer ik mij aan of iets dergelijks.** Nou voor mij was het dus die mailing heel onduidelijk. De mailing dat ze voortaan elektronisch gaan en dat ze daarvoor mijn e-mail adres en mijn geboortedatum wilde hebben, telefonisch, terwijl ik helemaal niet kon zien dat het Duinrand. Er stond ook niks op de brief, dat was best wel raar. En verleden jaar moesten we al premie aan Voogd &Voogd betalen, en dat zijn dingen die ik niet snap. **Dat u niet weet dat het van Independent Duinrand**

		is? Ja, het was niet helemaal duidelijk. Dus wat ik onmiddellijk zou willen veranderen is de duidelijkheid. We ze zijn. [haalt brief tevoorschijn] Ik ben er toen gewoon achteraan gegaan, want er staat niet op dat het Duinrand is. Hier staat het wel in het onderwerp: 'Nieuwe werkwijze Independent Duinrand'. Er staat geen adres op, dus ik dacht dat Independent Duinrand een afsplitsing was van de Duinrand die ik kende. Geen huisadres, geen telefoonnummer. Ja gewoon onduidelijk. En dan denk je wie zijn dat? **Want u kende natuurlijk alleen dat oranje logo van vroeger nog?** Ja precies. En ik kreeg alleen een e-mail adres en dat was het. En dan gaan ze mijn gegevens vragen maar ik wilde eerst maar eens weten met wie ik te maken heb. En toen ben ik er naar gaan informeren. Ik had het trouwens opzij gelegd, en toen kreeg ik dat telefoontje en toen vroegen ze naar mijn gegevens. En ik zie nu die spotjes op de televisie over phising 'Weet u niet wie en hoe, leg neer'. En toen dacht ik als ze nou aan het splitsen zijn en ze hebben die gegevens niet, dan gaan ze er met de portefeuille vandoor of met een deel van de portefeuille. Toen dacht ik mijn gegevens krijgen ze niet aan de telefoon."
6	**Ik mis niks, misschien wat minder verloop in het personeel, is misschien voor andere mensen vervelend.**	"**En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Welke eigenschappen ze nog missen? **Ja.** [denkt na] Wat missen ze hier? Nou ik mis eigenlijk niks. **U mist niks?** Nee ik mis gewoon niks. **Dus er is niet iets waarvan u zegt dat kan vandaag de dag nog anders kunnen? Waar u zich misschien aan irriteert?** Nee, ik heb niet iets dat ik anders zou willen. **Nee?** Nee. Ik had misschien iets meer gewild dat er minder verloop in het personeel zou zijn. **Minder?** Verloop in het personeel. **Oké.** Ik denk wel dat mensen zich eraan kunnen ergeren dat als ze eenmaal een vertrouwenspersoon hebben waar je alles aan kan vertellen, dat die dan weer weggaat. En dat je dan weer opnieuw moet beginnen, weer met de volgende. **Dus dat zou dat persoonlijke in de weg staan?** Ja mij zit dat niet in de weg maar misschien dat andere mensen daar wel een probleem mee kunnen hebben."
7	**Kan ik moeilijk zeggen, tot nu toe alleen nog maar goede ervaringen.**	"**En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** [denkt na] Ja dat zou ik moeilijk kunnen zeggen. **Dus je kunt niet iets noemen dat je vandaag de dag nog zou willen veranderen aan het bedrijf?** Nee ik heb eigenlijk alleen maar goede ervaringen met het bedrijf tot nu toe. **Ja het is natuurlijk maar kort dag.** Ja als je over een jaar of drie of vier hetzelfde vraagt heb ik daar misschien wel een andere mening over, dat weet ik niet. Nee, moeilijk te zeggen, hier kan ik geen goed antwoord op geven. **Oké."**
8	**Het strijdvaardige, klantenbinding.**	"**En welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?** Het strijdvaardige, om daadwerkelijk verzekeringen aan te bieden die misschien wel drie of vier euro in een pakket van vier à vijf verzekeringen duurder zijn dan bij een Ohra, maar wel een soort gelijk klantbindingskorting geven zoals die andere internetbedrijven ook doen, maar dan een vergelijking met een pand waar licht aan moet en waar mensen zitten ten opzichte van een internetbedrijf is altijd iets duurder. En dat is ook goed, maar op dat moment heb je als klant wel het gevoel dat zo'n kantoor jou als klant wil behouden. Kijk naar de ANWB, als je een jaar lid bent krijg je een zilveren pas, als je twee jaar lid bent krijg je een bronzen pas. Dat soort kleine dingetjes, daarmee kan Duinrand zich strijdvaardig op gaan stellen en klanten binden. En dan ook zo binden dat die klanten ook tegen andere mensen kunnen en gaan vertellen dat het wel wat duurder is maar dat je bij Duinrand wat krijg wat je nergens anders krijgt. En dat is wat ze moeten doen, vind ik, denk ik. **En welke karaktertrekken moet Independent Duinrand vandaag de dag nog veranderen?** Dat wat ik net zei, dat strijdvaardiger maken van het bedrijf. Daar moeten ze eigenlijk gewoon mee beginnen. Daar kunnen ze ook echt winst uit behalen."
9	**Weet ik niet, heb ik te weinig kennis van.**	"**En welke karaktereigenschappen mis Independent Duinrand nog?** Nou dat weet ik niet, want daar heb ik er te weinig kennis van. **Er is niet iets wat u irriteert of waarvan u denkt, dat moet vandaag de dag nog anders?** Nee. Dat het niet zo warm moet zijn hier [lacht hardop] **[lacht hardop]."**
10	**Ik denk het snel beslissingen kunnen nemen. Nog te veel verleden in het bedrijf, moeten ze afscheid van nemen om door te kunnen. En gewoon meer marketing.**	"**Oké, die moeten ze vasthouden. En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** [denkt na] Ik denk het snel beslissingen kunnen nemen. **Snel knopen doorhakken, dat kan beter?** Ja dat denk ik wel. Dat dat nog moet groeien. **Oké en waarom vindt u dat? Zit daar een achterliggend verhaal achter of?** Nee, nee, helemaal niet. Maar ik denk gewoon dat daar nu nog teveel verleden in het bedrijf zit, en tot ze daarvan afscheid moeten nemen, tot ze door kunnen groeien en enkel naar de toekomst kunnen kijken en niet meer naar het verleden. **Oké. En welke karaktereigenschappen moet Independent Duinrand vandaag de dag nog veranderen?** Kijk, nogmaals, ik ben geen wereldverbeteraar. Dus dat 'vandaag moeten veranderen' dat ligt mij niet. **Nee precies, maar misschien iets wat iets urgenter is van wat u net noemde? Of iets waaraan u zich irriteert?** Nee, ik denk gewoon meer marketing."
11	**Kan persoonlijker,**	"**Oké, en welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand**

	vertraging door antwoordcentrale niet prettig.	**nog?** Communicatie, ik vindt op zich Duinrand communicatief wel sterk alleen het zou wat persoonlijker kunnen. Toen ik drie, vier maanden geleden toen ik met Duinrand bepaalde producten aan het uitzoeken was, toen heb ik regelmatig gebeld. En toen zat er vaak nog een persoon tussen voordat ik een adviseur aan de lijn kreeg en dan duurde het best lang voordat er überhaupt weer contact was. **Oké.** Dus of je het allemaal via de website moet regelen dan wel via zo'n persoon die er nog tussen staat aan de telefoon, dan vindt ik het wel onpersoonlijk worden. **Dus u had wel contact met een adviseur, maar die had veel later pas weer contact met u opgenomen?** Nou de op het moment dat de telefoon niet wordt opgenomen, dan wordt je doorgeschakeld naar zo'n antwoordcentrale. En die nemen dan de boodschap aan en die zetten dat door of ze zeggen dat je via de website contact op moet nemen. En daar zit de vertraging in en dat vond ik niet prettig. **Oké duidelijk.**
12	**Nee voor de weinige diensten die ik van ze wil hebben niet.**	"**Oké, en welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Nou voor de weinige diensten die ik van ze wil hebben, geen. **Nee? Er is niet iets waarvan u denkt dat moet vandaag de dag nog anders of daar irriteer ik mij aan?** Nee. **Nee?** Nee."

Eindconclusie:
Volgens klanten kan de communicatie via de antwoordcentrale persoonlijker, zij worden niet geholpen maar gelijk doorverwezen naar de website en dit ervaren zij als onpersoonlijk. Daarnaast vindt een klant dat ze knopen moeten doorhakken, er zit nu nog te veel verleden in het bedrijf waar ze afscheid van moeten nemen. Een klant geeft aan dat er soms te veel verloop in het personeel zit, waardoor de binding met de klant verloren gaat. Klanten die minder op de hoogte van de ontwikkelingen zijn, willen ook meer duidelijkheid, het is voor hen niet duidelijk welke veranderingen er hebben plaatsgevonden en wat dit voor hen betekent. De rest van de klanten geven aan dat zij niks missen.

107. Als u een leeftijd zou geven aan Independent Duinrand welke zou dat zijn?

Respondent	Label	Quote
1	**40, midden in het leven en in ontwikkeling, je weet wat je wilt, wat mondiger.**	"**Oké, en nu heb je die persoon Independent Duinrand nog in je hoofd met die karaktertrekken en welke leeftijd zou je die persoon dan geven?** Ja 40. **40?** Ja. **En waarom 40?** Nou omdat het natuurlijk een bedrijf is wat al langer loopt, het staat midden in het leven ze zijn lekker in ontwikkeling. En 40 is echt zo'n leeftijd waarop je weet wat je wilt. Dan heb je een hoop achter je, je hebt gestudeerd en je bent begonnen met werken en als je dan 40 bent dan ben je wat mondiger. Ja zo'n leeftijd geef ik er dan aan. **Oké duidelijk.**"
2	**Jaartje of 30/35, meeste ontwikkelt, meer kracht om door te gaan in moeilijke tijden.**	"**Oké en als u nou een leeftijd zou moeten geven aan Independent Duinrand als persoon?** Jaartje of 30/35. **30/35 en waarom?** Nou ik denk dat je op die leeftijd toch het meeste ontwikkelt bent. Dan heb je ook meer kracht om door te gaan in moeilijke tijden. Waar ze nu eigenlijk een beetje inzitten, maar ze gaan wel door. **Oké.**"
3	**Iemand die midden in het leven staat, weet wat die wil, dus tussen de 35 en 40.**	"**En als u een leeftijd zou moeten aan Independent Duinrand, als het een persoon is, wat voor leeftijd zou u dan geven?** Nou, dan zou ik de leeftijd geven van iemand die midden in het leven staat en weet wat ze wil. En dat zijn denk ik toch de net de afgestudeerden. Ik denk zo, 40. **40?** Ja tussen de 35 en de 40. **Omdat die midden in het leven staan?** Ja."
4	**Tussen de 26 en 30. Meer ervaringen in je leven, dan weet wat je wil denk ik.**	"**En als u een leeftijd zou mogen geven aan het bedrijf welke zou dat dan zijn?** Een leeftijd? **Ja een leeftijd.** [denkt na]. 26 denk ik. Tussen de 26 en de 30. **Ja.** Ja. **En waarom die leeftijd?** Nou gewoon omdat je dan meer ervaring in je leven hebt, dan weet je wat je wil. Dat denk ik. **Oké duidelijk.**"
5	**25 jaar. Jonge mensen, het oubollige is er hier af, het Haags.**	"**Oké en als u een leeftijd zou moeten geven aan Independent Duinrand?** Een leeftijd? Ja ik weet dat ze al heel lang bestaan. **Ja maar misschien los van hoelang ze al bestaan, meer voor de persoon Independent Duinrand.** Ja als het een persoon was, ja kijk voor een bedrijf is 25 jaar al een behoorlijk aantal jaren maar voor een persoon niet. Voor het de bedrijfsduur denk ik 25/30 jaar en de uitstraling hier is veel jonger. Dat is dan weer 25 als persoon. **25 jaar als persoon?** Ja. **Dus u zegt omdat het jong uitstraalt?** Ja, als je hier binnen komt in die nieuwe styling dan denk je het zijn hier jonge mensen die het voortaan hier doen. Het ouwe oubollige is er hier af, het Haags. **Oké dat is duidelijk."**
6	**Nieuwe generatie dus 18, gewoon jong, verfrissend, met de tijd mee. Volwassen en klaar voor de strijd.**	"**Oké, en als u een leeftijd zou moeten geven aan Independent Duinrand, welke leeftijd zou dat dan zijn?** We gaan voor de nieuwe generatie, dus dan zeg ik achttien. **Achttien?** Ja. **En waarom achttien?** Ja gewoon jong, verfrissend, met de tijd mee, nieuwe dingen. Ik ben 42 en ik voel me eigenlijk soms een beetje een oude man, met al die nieuwe dingen die ze hier hebben, apps voor je polismap enzovoort. Dus daarom zeg ik achttien. **Oké.** Volwassen en klaar voor de strijd. **Oké duidelijk."**
7	**30 denk ik. Niet te jong, niet te oud, vol ambitie. Vol in het leven, levenservaring, midden in het leven.**	"**En als je een leeftijd zou moeten geven aan het bedrijf?** Een leeftijd [denkt na]. **Dus niet zozeer hoelang het bedrijf al bestaat maar meer de leeftijd van de persoon Independent Duinrand.** Oh oké. Ja 30 denk ik. **Oké en waarom dertig?** Ja niet te jong, niet te oud, vol ambitie. Vol in het leven, ja je hebt toch wel al wat meegemaakt op je dertigste, je hebt wat levenservaring. Maar je bent ook niet meer helemaal afgeschreven. Je staat midden in het leven. **En dat staat het bedrijf ook vindt je?** Ja dat vind ik wel, ja. **Oké.**"
8	**45/46 ongeveer. Wat**	"**En als u de persoon Independent Duinrand een leeftijd zou moeten**

	wijzer persoon die ervaring uitdraagt, kennis en kunde.	**geven, welke zou dat dan zijn?** Ja dan zal hij rond de 45/46 zitten ongeveer. **En waarom?** Het is een wat wijzer persoon die zijn ervaring uitdraagt en dat lukt niet als je twintig of 21 bent. Die de kennis heeft om klanten te contacteren en te binden. **Dus het is dan meer op ervaring gebaseerd die leeftijd?** Ja. Want Duinrand bestaat al wat langer dan vandaag en maakt ook gebruik van zijn ervaringen en van de kennis en de kunde die ze hebben. En ik vind niet dat ze dat mogen verliezen. En als ik een lagere leeftijd zou zeggen hebben ze niet die kennis, kunde en ervaring denk ik."
9	**Een veertiger, van alles op de hoogte, ruimte voor kennis te verleggen, levenservaring.**	"**En als u een leeftijd zou moeten geven aan het bedrijf, ongeacht hoelang het bedrijf bestaat, maar meer als persoon, welke leeftijd zou die dan hebben?** Ik zou zeggen een veertiger. Van alles op de hoogte, maar ook nog ruimte om verder uit te breiden of kennis te verleggen. Maar ook wel het nodige in huis hebben, levenservaring hebben."
10	**Tussen de 20 en 25 denk ik. Nog groeiend, jong iemand.**	"**En als u een leeftijd zou moeten geven aan de persoon Independent Duinrand. Even losstaand van hoe lang het bedrijf al bestaat, welke leeftijd zou dat dan zijn?** Dan zou je denk ik een leeftijd van tussen 20 en 25 jaar. **Waarom?** Omdat het nog groeiend is. Een jong iemand. **Een jong iemand, groeiend. Oké.**"
11	**Toch wel 40/45. Stuk levenservaring nodig, dus niet met heel jong adviseur associëren.**	"**Oké en als u een leeftijd zou moeten geven aan de persoon Independent Duinrand, dus even los van hoelang het bedrijf al bestaat, welke leeftijd zou u dan geven?** [denkt na] Wat een leuke vraag, kom ik niet vaak in enquêtes of interviews tegen maar toch wel 40/45. Het gaat over producten waarbij je toch wel een stuk levenservaring nodig hebt, om daarover te kunnen adviseren. Dus in dat opzicht zou ik het niet met een heel jonge adviseur associëren. **Oké, dus 40/45.** Ja. **Oké."**
12	**Ik denk 38. Redelijk jong, eager, op de hoogte van allerlei veranderingen in financiële stelsels en wetgeving.**	"**Oké, en als u een leeftijd zou moeten geven aan het bedrijf, of aan de persoon Independent Duinrand, welke zou dat dan zijn?** Oh een leeftijd? **Ja.** O jee. **Afgezien van hoelang het bedrijf al bestaat.** Ja [denkt na] 38. **38, en waarom 38?** Ja redelijk jong, eager om iets te doen, op de hoogte van allerlei nieuwe veranderingen in allerlei financiële stelsels en de wetgeving en dat bijhouden. Dat vind ik wat mensen van die leeftijd doen. **Oké duidelijk.**"

Eindconclusie:
De meeste klanten geven het bedrijf een leeftijd variërend tussen de 25 en 45 jaar met een enkele uitschieter naar 18 jaar. Klanten geven allemaal aan dat zij deze leeftijd geven omdat een persoon van die leeftijd midden in het leven staat, weet wat hij wil en klaar is voor de strijd. Klanten die een jongere leeftijd geven doen dit omdat zij vinden dat het bedrijf nog groeiend en vol in ontwikkeling is. Klanten die een wat oudere leeftijd geven vinden dat het bedrijf levenservaring en kennis heeft om klanten te kunnen adviseren.

108. Wat vindt u van Leon de Kameleon als mascotte? Waarom?

Respondent	Label	Quote
1	**Grappig ding, de link met het bedrijf zie ik niet meteen nee.**	" **Dan heb ik hier kaartjes met de symbolische uitingen van Independent Duinrand. Zoals de mascotte en het logo, en dan mag je zeggen wat je daar eerlijk van vindt. We hebben natuurlijk Leon de Kameleon [legt kaartje met mascotte voor]** Ja die ken ik wel ja. **En als je hier nou naar kijkt, wat vindt je daar nou eerlijk van?** Ja op zich vind ik het wel een grappig ding. En wat ik ook wel leuk vind op de site is dat die kameleon dan overal bij alle verzekeringen staat. Ik vind het wel een leuke mascotte, maar wat nou de link is met het bedrijf. Ik moet je eerlijk zeggen dat ik mij daar niet zo in verdiept heb, wat nou de link is tussen een kameleon en Independent Duinrand. **Dus die link zie je niet?** Nee die link zie je niet meteen nee."
2	**Zal vast wel over na gedacht zijn, leuke kleuren in ieder geval, valt op, verder doet het mij niets.**	"**We hebben bij Independent Duinrand natuurlijk verschillende symbolische uitingen, die kent u vast al wel. Zo hebben we onze mascotte, het logo en onze website. En nu vraag ik iedereen die ik interview wat ze nou echt van die uitingen vinden. Dus als eerste de mascotte Leon de Kameleon [legt het kaartje met mascotte voor] Wat vindt u daar van?** Oh bestaat die ook? **Ja, u wist daar niet vanaf?** Nee ik kijk nooit op de site joh. Als ik wat heb dan bel ik Mandy of Marcel en dan wordt het geregeld. **Nou dit is dus onze mascotte, Leon de Kameleon. En als u dit zo ziet, wat vindt u daar dan van?** Hier zal vast wel over nagedacht zijn. Maar leuke kleuren in ieder geval. **Leuke kleuren?** Ja en verder valt het op. En verder doet het mij niets."
3	**Kameleon past zich altijd aan omgeving aan maar deze niet, misschien omdat ze zo op de voorgrond zijn.**	"**Oké, we hebben natuurlijk verschillende uitingen; we hebben onze mascotte, we hebben Leon de kameleon, we hebben het logo en we hebben de website. Dat zijn zeg maar de drie belangrijkste dingen als het gaat om uitstraling. [legt kaartje met mascotte voor]. Als daar nu naar kijkt, wat vindt u daar nu eerlijk van? Wat komt er in u op?** Nou wat mij opvalt is dat een kameleon, die past zich altijd aan, aan de kleuren van de omgeving. Nou, dat doet deze kameleon duidelijk niet. Dus dat wil zeggen dat ze ook wel naar voren treden, als het erop aan komt. Misschien omdat ze op de voorgrond zijn. **Oké."**
4	**Is gewoon een beest, een kameleon die verandert van kleur, kan**	"**We hebben bij Independent Duinrand natuurlijk verschillende symbolische uitingen, die kent u vast al wel. Zo hebben we onze mascotte, het logo en onze website. En nu vraag ik iedereen die ik**

	het verder niet aan bedrijf linken.	**interview wat ze nou echt van die uitingen vinden. Dus als eerste de mascotte Leon de Kameleon [legt het kaartje met mascotte voor] En als u hier zo naar kijkt, wat komt er dan als eerste in u op, wat vindt u daar dan van?** Wat als eerste in mij opkomt? Ja het is een beest, ik heb daar niet zoveel mee. Ik zo gewoon een kameleon die verandert van kleur. Maar ik kan het niet linken aan het bedrijf of zoiets. **Nee?** Nee. Dat vind ik moeilijk."
5	**Verschrikkelijk, lelijk. Bollig ogen en de kleuren ten opzichte van de achtergrond, geen prettig beestje. Stoot mij af, onnatuurlijk.**	"**Wij hebben bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen zoals onze mascotte, ons logo en onze website. En daarvan wil ik van elke klant weten wat hij daar eerlijk van vindt.** Ik heb de website niet bekeken hoor. **Nee dat geeft niet. Nou we hebben onze mascotte, Leon de Kameleon en als u daar nou op het eerste gezicht zo naar kijkt wat komt er dan in u op of wat denkt u dan?** Verschrikkelijk, lelijk. **U vindt het lelijk?** Ja. **En waarom vindt u het lelijk kunt u dat uitleggen?** Die bollige ogen en die kleuren. En de kleuren ten opzichte van de achtergrond en ik vind zo'n beestje ook helemaal niet leuk want die gaan zo heel erg snel met hun tong zo'n vlieg binnenhalen? [lacht hardop] Nee ik vind het niet prettig. **Dus u heeft er niets mee?** Nee het stoot mij af. **Het stoot u af?** Ik vind het helemaal geen aantrekkelijk beeld. **En dat komt omdat u de kleuren lelijk vindt en het beest niks vindt?** Ja ik vind dat hele beest vind ik sowieso al niet leuk als beeld ten opzichte van een hond of een poes of zoiets. En dan komen er nog van die lelijke kleuren overheen. **En als u nou zou moeten gokken waarom wij dit als mascotte hebben gekozen?** De kameleon? Nee dat je iedere keer van kleur verschiet. Maar je moet ook niet iedere keer van kleur verschieten, want dan verdwijn je in de omgeving als je de kleur van de omgeving aanneemt. En dit beeld is juist het tegenovergestelde van dat je de kleur van de omgeving aanneemt. Dus het is heel onnatuurlijk, artificieel. Maar heeft u dit logo al? **Ja dat gebruiken we al op de website.** Maar moet u dat nu voor 100.000 euro veranderen? **Nou dat hoop ik niet."**
6		"**We hebben natuurlijk verschillende symbolische uitingen bij Independent Duinrand, zo hebben we ons logo, de mascotte en de website. U kent ze vast al, maar ik vraag aan de klant wat zij nou eerlijk van die uitingen vinden. Dus we hebben natuurlijk Leon de Kameleon, onze mascotte, [legt kaartje met mascotte voor], en als u daar zo naar kijkt, wat vindt u daar nou eerlijk van? Of wat komt er in u op?** Ja, grappig. **Grappig?** Ja grappig ik vindt het gewoon grappig. Ik vindt het alleen jammer dat hij niet naar mij lacht. Ik vindt het een grappig beestje.[geeft kaartje terug aan interviewer]."
7	**Eerste ingeving vaag. Ik kan het niet helemaal plaatsen, ik weet ook niet waarom ze überhaupt een mascotte hebben.**	"**We hebben bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen. Zo hebben we de mascotte, het logo en onze website. Dat zijn de drie belangrijksten. En nu vraag ik bij elk interview wat de klanten van die uitingen vinden. Je hebt ze vast al voorbij zien komen. Nou hebben we bijvoorbeeld onze mascotte, Leon de Kameleon, [legt kaartje met mascotte voor], en als je er zo naar kijkt wat vind je daar dan van?** [denkt na] Wat ik van de mascotte vind? **Ja.** Nou de eerste ingeving is, vaag. **Vaag?** Ja vaag. **Oké en waarom vaag?** Ja. Ik kan het niet helemaal plaatsen. Een kameleon is toch een beest met verschillende hoedanigheden enzovoort? **Ja ze passen hun kleur aan, aan de omgeving.** Oké. Wat ik hier van vind? Tsja, vaag. Ik kan het niet helemaal plaatsen. **Dus je kunt niet de link leggen met de kameleon en het bedrijf?** Nee, in de eerste instantie niet. Nu je het zo zegt zou je er wat bij kunnen verzinnen, maar ik had uit mijzelf niet helemaal die link kunnen leggen. **En qua vormgeving? Puur visueel?** Ja daar heb ik ook verder niks mee. Het heeft kleurtjes, tsja. **Oké dus het is een ding met kleurtjes en het is vaag?** [lacht hardop] Ja eigenlijk wel. **Oké.** Ik weet ook eigenlijk niet waarom ze überhaupt een mascotte hebben."
8	**Leuk gevisualiseerd, Duinrand als een kameleon door de markt heen, onzichtbaar op zoek naar beste product toont zich daarna om zich te presenteren.**	"**We hebben natuurlijk bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen, zo hebben we onze mascotte, het logo en de website natuurlijk. Dat zijn een beetje onze drie paradepaardjes om het zo te zeggen. Dus nu heb ik hier kaartjes, u heeft deze al vast een keer gezien [legt kaartje met mascotte voor] maar ik vraag aan alle klanten wat vind je hier nu eerlijk van? Als u hier nou naar kijkt, wat zijn dan uw eerste ingevingen?** Wat ik leuk vind is dat ze een kameleon gebruiken in het logo omdat ze zich als kameleon door de markt heen proberen te manoeuvreren door steeds wel mee te gaan met verschillende situaties en die situaties ook te laten zien aan de klant. Nou en een kameleon gaat natuurlijk onzichtbaar te werk door het zoeken van de info maar laat zich daarna natuurlijk wel zien om te presenteren wat hij heeft gevonden en waar hij een prijsvechter in wil en kan zijn. Dus dat vind ik leuk dat ze dat dus op die manier visualiseren."
9	**Geweldig, beetje verliefd op die dingen, beetje kleurrijk en prehistorisch, toch iets van overwinnen.**	"**We hebben bij het bedrijf natuurlijk verschillende symbolische kenmerken. We hebben het logo, we hebben de website, we hebben onze mascotte. Ik weet niet of u die alle drie kent?** Nee, de mascotte ken ik niet. **Dit is onze mascotte: Leon de Kameleon. [legt kaartje met mascotte voor]** [lacht hardop] **[lacht hardop]** Oh die heb ik wel gezien ja, ja

		toch wel. **En als u hier nou op het eerste gezicht naar kijkt, wat is dan uw eerste ingeving?** Geweldig. Ik ben op vakantie geweest, in Curaçao en toen heb ik ze natuurlijk in het echt gezien en ik ben een beetje verliefd op die dingen. En ze zijn lekker, je kunt er heerlijke soep van maken. Smaakt naar kip. **Maar als mascotte voor het bedrijf?** Ja dat vind ik leuk. Een beetje kleurrijk en een beetje prehistorisch. Geeft toch iets van overwinnen omdat ze al zo lang leven. Je kunt er van alles bij denken natuurlijk, maar dat komt bij mij op. [lacht] wat een leuk ding."
10	**Qua vormgeving te groot ten opzichte van de rest vind ik. Ik snap niet waarom ze hiervoor gekozen hebben.**	"**We hebben natuurlijk verschillende symbolische uitingen van het bedrijf, we hebben onze mascotte, we hebben de website en het logo. U kent ze natuurlijk al, maar ik leg ze toch even voor. Dit is onze mascotte natuurlijk: Leon de Kameleon. [legt kaartje met mascotte voor] Wat zijn uw eerste ingevingen als u de mascotte ziet? Wat vindt u daar nou eerlijk van?** Hij is groot ten opzichte van de rest. **Hoe bedoelt u dat?** Qua grootte. De kameleon is groot ten opzichte van de rest. Nou gewoon, als je hier een boompje ziet, kijk hoe groot dat beest is. **Ja qua vormgeving bedoelt u dan meer?** Ja dat bedoel ik. **En qua mascotte zelf? Vindt u het bijvoorbeeld goed gekozen? Een logische keus van Independent Duinrand of? Snapt u waarom ze voor deze mascotte hebben gekozen?** Als ik zeg nee, mag jij mij vertellen waarom wel. **Hoe bedoelt u?** Als ik zeg dat ik niet snap dat ze voor deze mascotte hebben gekozen, dan weet jij wel waarom zeker? **Ja ik weet wel waarom.** Oké dan mag je dat mij uitleggen want ik snap het niet. **Oké. Nou het verhaal erachter, is een beetje, Leon de Kameleon kleurt natuurlijk met zijn omgeving mee. De gedachte daarachter is dat wij ook met de klant meedenken en wij de verzekering aanpassen meer op de klant dan dat de klant moet kiezen uit een pakket dat al vastgesteld is. En hij kan 360 graden om zich heen kijken, een kameleon. En wij vergelijken de hele markt, met alle verzekeraars, met alle verzekeringen. Dus dat zijn een beetje de twee belangrijkste dingen waarom er voor de Kameleon is gekozen. En natuurlijk die Independent kleurtjes. Dat is een beetje waarom.** Oh oké. Ja daar was ik niet op gekomen."
11	**Rare keuze, maakt het wat minder betrouwbaar vind ik. Vormgeving oude website rustig en overzichtelijk.**	"**En we hebben van Independent Duinrand natuurlijk verschillende symbolische uitingen, we hebben het logo, onze mascotte en we hebben natuurlijk onze website. En normaal heb ik showcards en laat ik die aan respondenten zien maar ik kan nu gewoon heel gemakkelijk naar de website toe, zodat u die ook ziet.** Ja oké prima. **[laat afbeelding van mascotte zien] Dit is onze mascotte, Leon de Kameleon, en wat vindt u daar van op het eerste gezicht, wat zijn uw eerste ingevingen?** Nou ik zou het er niet mee associëren, Duinrand moet niet in allerlei kleuren verschieten. **Dus u vindt het niet bij het bedrijf passen?** Nee ik vindt het een beetje een rare keuze. Dan zouden ze iets met een logo of een ander soort presentatie moeten doen. Het maakt hij voor mij persoonlijk iets minder betrouwbaar. **Oké en waardoor komt dat het iets minder betrouwbaar overkomt?** Nu heeft het logo een bepaalde rust, het maakt het ook persoonlijk door meerdere personen die erop voorkomen. En het is het ook wel overzichtelijk door die rubrieken die er heel duidelijk boven staan. En je toch redelijk snel je weg erin kan vinden. **En dan heeft u het over de website?** Ja over de website. **U bedoelt de website Independent.nl?** Ja nee dat was de website van Independent, ik bedoelde Duinrand. **Ja dat is de oude website, Independent.nl is de nieuwe website van Independent Duinrand.** Ja. **Maar u vindt de mascotte dus niet echt bij het bedrijf passen en aan de betrouwbaarheid af doen?** Ja dat is mijn idee en eerste indruk zo erbij. Ik zou het niet doen."
12	**Ik begrijp ze niet. Eerste associatie bij een pastelkleurige kameleon is niet 'hé een financiële dienstverlener'.**	"**We hebben bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen, die bent u misschien al tegengekomen. We hebben mascotte, het logo en de website als belangrijkste uitingen. Dit is onze mascotte, Leon de Kameleon, [legt kaartje met mascotte voor], wat vindt u daarvan, als u het zo naar kijkt wat komt er dan in u op?** Veel kleuren, pastel, balanceren, arcadisch. **Oké, en vindt u de mascotte bij het bedrijf passen?** Nee. **En waarom niet?** Mijn eerste associatie als ik een pastel kleurige kameleon zie is niet: 'hé financiële dienstverlener'. **Nee, dus u snapt eigenlijk niet zo goed waarom ze hiervoor gekozen hebben?** Nee, ik begrijp ze niet."

Eindconclusie:
Klanten vinden de mascotte over het algemeen wel leuk er uit zien, vooral de kleuren spreken aan. Klanten weten echter niet wat de link tussen de mascotte en het bedrijf is, zij associëren een kameleon niet met een financieel dienstverlener. Sommigen vinden het verwarrend dat de kameleon zich door de kleuren op de voorgrond bevindt, een kameleon hoort zich immers aan te passen aan de omgeving. Sommige klanten geven zelfs aan het bedrijf minder betrouwbaar te vinden door de kameleon, zij snappen niet waarom Independent Duinrand überhaupt een mascotte heeft.

109. Wat vindt u van de stijl/look & feel van de website?

Respondent	Label	Quote
1	**Duidelijke website, makkelijk door heen te**	"**Oké, en je zei net al dat je op de website was geweest, en toen je op de website kwam wat vond je daarvan?** Ik vond het een duidelijke website,

	lopen, gebruiksvriendelijk.	makkelijk door heen te lopen. **Oké dus wel gebruiksvriendelijk?** Ja dat is het goede woord, gebruiksvriendelijk, ja."
2	**Website nog nooit gezien, kijk wel op polismap app.**	"**En u zei ik kom nooit op de website, dus u heeft de website ook nog nooit gezien?** Nee. Die polismap app daar kijk ik dan wel op. **Oh die heeft u wel?** Ja die heb ik wel."
3	**Gebruiksvriendelijk in ieder geval, kom ik niet zo vaak op. Kijk wel vaak op digitale polismap. App ook super voor als je in het buitenland bent.**	"**Oké, en bent u wel eens op de website geweest?** Ja. **En wat vindt u daarvan als u op de website komt, wat vindt u dan van de stijl, look en feel van de website?** Gebruiksvriendelijk, dat in ieder geval. Ik ben er niet zo vaak op geweest hoor, want zodra het allemaal geregeld was, toen heb ik er nauwelijks ook meer naar gekeken. Dus dat is ook wel weer een eerlijk antwoord. Kijk en mijn polismap, die vind ik natuurlijk ook op die site, maar ik kan ook op een andere manier in mijn polismap komen, www.mijnpolismap.nl, toch? **Is dat zo?** Ja, volgens mij wel. Dat dacht ik tenminste. Ik weet ook eigenlijk niet zeker of het nou waar is wat ik zeg. Ja, mijnpolismap.nl. **Dat kan wel hoor, want zo heet natuurlijk die app. En die app is van Voogd & Voogd.** Die heb ik ook op mijn telefoon staan. **Oh u heeft ook de polis-map app? Maakt u daar ook gebruik van of doet u het liever via de site?** Nee maakt mij niet uit. Ik ben net terug uit het buitenland, en als ik dan weer terug ben, vind ik het handig dat ik de polis-map heb. Ik moet hem hier ergens hebben. Ergens in een mapje, maar ja, boeit ook niet zo echt. Ja, dus je kan er op twee verschillende manieren komen. Of via de site of via mijn polismap.nl. Ik vind het een mooie site en ik heb er nog niet genoeg mee gedaan om daar verder een reëel antwoord op te geven. Maar de keren dat ik op de site was, klikte ik, er zijn genoeg links op de site om daar te komen waar je moet zijn."
4	**Je komt er wel makkelijk achter wat je moet hebben.**	"**En bent u wel eens op de website van Independent Duinrand geweest?** Ja daar zijn we wel eens op geweest ja. **Oké en wat vond u van de stijl van de website?** Ja je komt er wel makkelijk achter wat je moet hebben. **Ja?** Ja."
5	**Niet op website geweest.**	" **En u zei net dat u nog nooit op de website was geweest?** Nee. **Oké, nou dan kan ik daar geen vraag over stellen."**
6	**Website gaat van kinderachtig naar professioneel. Sommige teksten niet professioneel. Site makkelijk voor iedereen toegankelijk.**	"**Oké, en bent u wel eens op onze website geweest?** Ja natuurlijk. **En wat vindt u dan van de stijl en de look & feel van de website?** Die wordt als maar beter, het kinderachtige gaat er vanaf het wordt steeds professioneler. **En wat vond u dan kinderachtig?** Nou ik vond sommige stukjes tekst niet echt professioneel. En dat wordt nu alsmaar beter. **En waar komt dat door denkt u dat het niet professioneel op u overkwam?** De opbouw vond ik soms wat zwak, maar dat wordt nu steeds beter. En dat is nu al een stuk beter hoor. **Oké, en dat is puur qua tekst, en qua vormgeving?** Vind ik wel heel makkelijk, het is voor iedereen toegankelijk. Je moet natuurlijk uitkijken dat het niet te ingewikkeld wordt. Wat dat vindt ik wel heel belangrijk, want dit iedereen is van hetzelfde niveau. Dus het moet niet een heel ingewikkelde site worden waar je niet uit kan komen. "
7	**Mooi, helder en overzichtelijk.**	"**En je zei dat je wel al een keer de website had bezocht?** Ja. **En wat vond je van de stijl en vormgeving van de website?** Ja heel goed. Mooi, helder en overzichtelijk. Je kon gelijk de verzekering aanklikken die je wilde en dan je gegevens invullen en starten met vergelijken. Dat was heel helder."
8	**Nog niet geweest, ik kom gewoon gezellig naar kantoor.**	"**Oké duidelijk. En wat vindt u van de look & feel van de website?** Daar ben ik nog niet geweest, want ik kom gewoon gezellig hier naartoe. Dus ik heb zelf niet gekeken. Ik heb wel op internet gezocht naar informatie over verzekeringen of hypotheken maar daarna kom ik hier naartoe. Dan neem ik gewoon contact op met dit kantoor, en dan heb je heel die website niet nodig. Want een website is leuk, kan informatie geven maar de informatie die ik nodig heb, het telefoonnummer enzovoort, dat weet ik al. Dus dan heb ik de website niet meer nodig. **Dus u heeft de verzekeringen niet online afgesloten?** Nee telefonisch en via de e-mail."
9	**Tijdje geleden niet met nieuwe stukken erop. Doorheen geracet, duidelijk, overzichtelijk.**	"**Bent u wel eens op de website geweest van ons?** Ja, maar wel een tijd geleden, niet met mijn nieuwe stukken er allemaal op. **U heeft de vernieuwde website nog niet echt gezien?** Nee, ja, globaal. Even erdoorheen geracet. **En kunt u nog herinneren wat u toen dacht of wat uw ervaringen waren?** Nou ja, dat het duidelijk was. Dat vond ik wel, het was goed overzichtelijk, maar ik had me er nog niet in verdiept. Nee. Ik heb het nog niet nodig gehad."
10	**Wordt steeds beter, steeds meer aan het vernieuwen.**	"**Dan hebben we ook nog de website, wat vindt u dan meer van de stijl, de vormgeving van de website?** De website wordt steeds beter, ja. **Wordt steeds beter, dus die is nog niet optimaal?** Nou ja, ze zijn wel steeds meer aan het vernieuwen"
11	**Overzichtelijk en klantvriendelijk. Beter dan wat ze hiervoor hadden. Inhoud nog niet goed bekeken.**	"**Oké en wat vindt u van de website?** Overzichtelijk en klantvriendelijk. **En wat vindt u van de vormgeving?** Ja strak, mooi. **En vindt u dan ook alle informatie die u nodig heeft op de website?** Ja ik kan alles altijd wel goed vinden. Ik vindt de site beter dan wat Duinrand hiervoor had. De indeling is rustig en overzichtelijk en de inhoud heb ik nog niet overal even concreet bekeken. Maar ik vindt wel dat alles op dezelfde manier is ingevuld en het is leesbaar. Met name qua inhoud is het belangrijk dat de leesbaarheid goed bekeken wordt, dat het behapbaar is voor een consument omdat die anders al heel snel afhaakt."

12	**Wel eens site geweest, staat mij niet meer bij, snel doorgeklikt naar formulier.**	"**Oké, en bent u wel eens op onze website geweest?** Ja daar ben ik wel eens op geweest toen ik een formulier moest vinden. **En wat vond u van de vormgeving of van de stijl van de website?** Ja dat staat mij echt niet meer bij, ik ben razendsnel doorgeklikt naar het formulier wat ik moest hebben."

Eindconclusie:
Een deel van de klanten geeft aan de website nog nooit bezocht te hebben. Het deel dat de website wel heeft bezocht van deze duidelijk en overzichtelijk. Zij geven aan dat de website steeds beter wordt, in het begin waren sommige stukken tekst nog wat kinderachtig, maar dit is steeds professioneler geworden. Klanten vinden het daarnaast belangrijk dat de website niet te ingewikkeld wordt, niet iedereen is van hetzelfde niveau, iedereen moet het kunnen begrijpen.

110. Wat vindt u van het logo van Independent Duinrand?

Respondent	Label	Quote
1	**Gezellig, kleur spreekt aan.**	"**En dan hebben we natuurlijk nog het logo [legt kaartje met logo voor] Wat vindt je daar van?** Ja ik vind het logo gezellig qua kleur. **Gezellig?** Ja. Ik vind het wel iets uitstralen qua kleur dan. **Oké, dus de kleur spreekt je aan?** De kleur spreekt mij aan ja, de kleurtintjes."
2	**Kleurrijk, duidelijk.**	**"Oké dan hebben we hier het logo van Independent Duinrand [legt het kaartje met logo voor], en wat vindt u daar van?** Kleurrijk ook. **Kleurrijk oké en verder?** Ja duidelijk. **Oké.** Ja dat is wat in mij op komt ik weet niet wat ik er nog meer van moet vinden."
3	**Mooi, leuk, opvallend. Kleuren grappig, blijven hangen.**	"**En dan hebben we natuurlijk nog het logo. [legt kaartje met logo voor] En wat vindt u daarvan?** Mooi, leuk, opvallend. Ik vind de kleuren ook wel grappig, dat blijft altijd wel hangen."
4	**Leuk met die kleurtjes, woord Duinrand zou dan ook in kleur moeten, nu is het beetje saai.**	"**Oké en dan is dit het logo van Independent Duinrand [legt kaartje met logo voor]. Wat vindt u daar van?** Ik vind het welk leuk met die kleurtjes, de letters van Duinrand hadden dan misschien ook kleurtjes moeten hebben. Maar ik vind de kleurtjes van Independent wel leuk. **Dus de kleur spreekt aan?** Ja dat wel, maar dan zou inderdaad het woord Duinrand ook nog met kleuren moeten zijn. **Ja oké.** Dus dat is een beetje saai. **Oké duidelijk."**
5	**Wel leuk. Duidelijk dat je Duinrand bent en dat Independent de groep is waar je deel van uitmaakt.**	"**Dit is ons logo [legt kaartje met logo voor], wat vindt u daar van?** Ja dat vind ik wel leuk. **En waarom vindt u het logo leuk?** Ja ik vind de kleuren leuk. **Het spreekt aan?** Ja. En hiermee benadruk je ook dat je Duinrand bent. En dan vraag ik mij af of je met dat 'Independent' wil aangeven dat je onderdeel bent van een groep. Dat andere assurantietussenpersonen dit ook boven hun pand gaan hangen. Op zich vind ik dit wel mooi en de kleuren ook. Dan vroeg ik mij alleen af of je nog ergens aan moet denken, aan de volgorde van de kleuren. Dat weet ik niet, het is geen regenboog hè? **Nee volgens mij zijn die kleuren willekeurig in die volgorde gezet."**
6	**Leuk, regenboog, mooi, strak, gewoon houden.**	"**En dan het logo, [legt kaartje met logo voor], wat vindt u daar van?** Ja leuk, regenboog, mooi, strak, gewoon goed, gewoon houden. **Oké."**
7	**Mooi, valt op, meteen duidelijk wat het is, dus sterk logo.**	"**En we hebben ook nog het logo van ons bedrijf, [legt kaartje met logo voor], wat vind je daar van?** Ja een mooi logo, het valt op, het is helder je hoeft niet er niet twee keer naar te kijken om te begrijpen wat er staat. Je ziet het meteen. Dus ik vind het ook sterk logo."
8	**Trekt de aandacht, voor de rest weinigzeggend. Boodschap dat ze vergelijken mist in het logo.**	"**En dan heb ik natuurlijk nog het logo [legt kaartje met logo voor] wat vindt u daar van?** Ik vind het een leuk logo, het trekt de aandacht zeg maar, dat wel. Ik vind het voor de rest een beetje weinigzeggend. **Weinigzeggend?** Als ik namelijk nu Independent Duinrand zou zie staan dan, en je kijkt op het internet dan kom je dit soort ideeën heel veel tegen. Wat ik mis is dat ze bijvoorbeeld iets specifieks hadden gedaan met een van de n'en, waardoor je eruit springt. Bijvoorbeeld een bladzijde van een boek die je daarin verwerkt, in noem maar iets, in zo'n n bijvoorbeeld van wij vergelijken de handel. Dat is wel wat ze doen maar dat springt hier niet uit. Het is wel een vrolijk opvallend logo, maar ik mis de boodschap in het logo dat ze vergelijken. **Oké duidelijk."**
9	**Kleurrijk, past precies bij kameleon.**	"**Even kijken, hebben we natuurlijk nog het logo van Independent Duinrand.** Kleurrijk. Past precies bij de kameleon. Ja vind ik wel leuk. Independent. Duinrand. Ja. Ik vind het altijd wel leuk als ik dat autootje zie rijden. **Autootje?** Ja zo'n autootje van Duinrand, rijdt wel eens rond. **Is dat zo? Dat wist ik niet eens. Ook met dit logo of niet?** Nou alleen Duinrand er nog op geloof ik. Volgens mij nog niet met het logo, maar daar heb ik ook nog niet goed op gelet, maar ik zie ze af en toe wel eens rijden. **Grappig, dat wist ik niet."**
10	**Mooi zo al die kleuren.**	"**En dan hebben we natuurlijk nog het logo, wat vindt u daarvan** Ja dat vind ik mooi. Zo al die kleuren ja. **De kleuren spreken u aan?** Ja. [geeft kaartje met logo terug]."
11	**Ik ben er niet kapot van. In bovenhoek gebruikt op zich wel goed en fris. Anders te aanwezig.**	"**Oké dan kan ik nog even het logo laten zien, wat vindt u van het logo [laat het logo zien]** Ik ben er niet kapot van. **U bent er niet kapot van?** Nee, misschien omdat het nu zo groot op het scherm staat. **Oké dan kan ik het logo op de website wel even laten zien, dan ziet u ook gelijk hoe wij het gebruiken.** Oké. **In de linker bovenhoek ziet u het logo van Independent Duinrand.** Ja oké ik zie het. Op deze manier in een bovenhoek zo gebruikt dan vindt ik dat op zich wel goed. **Oké en waarom?** Op het moment dat het heel groot is vindt ik het te aanwezig. Nu het zo linksboven staat en ook op de briefpapier gebruikt wordt, staat het er wel fris. **Wel fris?**

		Ja.”
12	**Aardig, vrolijke kleurtjes, helder, duidelijke naam, schreefloze letter.**	“**Oké en dan hebben we natuurlijk het logo nog [legt kaartje met logo voor], wat vindt u daar van?** Aardig. **Aardig?** Ja. Vrolijke kleurtjes, veel kleurtjes, helder, duidelijke naam, schreefloze letter.”

Eindconclusie:
Klanten vinden het logo van Independent Duinrand een strak en kleurrijk logo. Een klant geeft aan dat het duidelijk is dat het kantoor Duinrand heet en Independent de groep is waar Duinrand deel van uit maakt. Een andere klant vindt dat het logo wel de aandacht trekt maar dat het niet uit het logo is op te maken wat het bedrijf doet. De boodschap dat ze vergelijken mist.

111. Wat vindt u van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is? Waarom? Wat zou de perfecte locatie zijn voor Independent Duinrand?

Respondent	Label	Quote
1	**Rij er voor het eerst langs, mooie locatie, binnen komst verrassing. Makkelijk bereikbaar, vlakbij centrum, gemoedelijk.**	“**En wat vindt je van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is?** Nou ik kom hier ook voor het eerst en ik rij er ook wel eens langs maar ik vind het wel een mooie locatie. **Ja? En waarom?** Dat groen voor de deur is mooi, en ik vond dat het wel diep door liep naar achter als je binnenkomst dat verraste mij wel. Ik vind dat wel wat hebben. **En als je nou de perfecte locatie voor Independent Duinrand mag kiezen welke zou dat dan zijn?** Ja ik denk dat je hier op zich best goed zit. **Ja? En waarom?** Nou het is makkelijk bereikbaar, toegankelijk. De parkeerplaats is volgens mij aan de achterkant of hiervoor. Overdag mag je volgens mij gratis parkeren en je zit natuurlijk vlakbij een centrum. Het ziet er gemoedelijk uit, en ik denk dat dat meer aanspreekt als zo'n strak gebouw.”
2	**Goede locatie, vrij druk door centrum, goed bereikbaar, adres is bekend, niet verplaatsen.**	“**Oké en wat vindt u van de locatie van het bedrijf?** Ja een goede locatie. **En waarom?** Nou het is hier vrij druk, je zit hier in het centrum van Rijswijk en je rijdt er gewoon bijna letterlijk tegenaan dus het is gewoon goed. **Oké als u de perfecte locatie zou mogen kiezen voor Independent Duinrand?** Ik denk niet dat je het moet verplaatsen. **Nee?** Nee ik denk dat je hier in Rijswijk perfect zit hoor. Je kan met de auto komen, je kan parkeren, je bent goed bereikbaar. En het adres is bekend.”
3	**Zit op een erg mooi plein, oude centrum, ziet er perfect uit, niet verhuizen.**	“**Oké, en vindt u dat Independent Duinrand op de juiste locatie is gevestigd? En waarom?** Ja, omdat het op een heel erg mooi plein zit. Het oude centrum van wat is het, Voorburg? Rijswijk? En een mooi pand, en het ziet er perfect uit. Ik vind dat jullie niet moeten verhuizen. Jullie hebben een mooie ontvangstruimte, ik vind het perfect. Maar waarom die vraag? **Ja, de vragen die ik nu stel gaan een beetje over de uitstraling van Independent Duinrand, dus willen we ook weten wat klanten van de locatie vinden. Dat is ook een van de onderdelen.** Nou het heeft een mooie uitstraling, ook aan de buitenkant.”
4	**Mooie locatie, ruim verkeer, makkelijk bereikbaar. Kan misschien nog wat toegankelijker.**	“**En wat vindt u van de locatie waarop Independent Duinrand gevestigd is?** [denkt na] Nou ik vind het een mooie locatie. Het is wel een eindje weg van ons maar het is wel een mooie locatie. **En waarom vindt u het een mooie locatie?** Nou gewoon het zit in een hoekje, met ruim verkeer wat er altijd rijdt. Je kan er lopend komen, je kan er met de fiets komen, het is makkelijk bereikbaar. Dus ik vind het op zich wel goed ja. **En als u een perfecte locatie zou mogen kiezen voor Independent Duinrand, welke locatie zou u dan kiezen?** Nou misschien nog meer toegankelijk dan. **Nog meer toegankelijk?** Ja voor het algehele publiek wat toegankelijker. **Dus in een drukker gebied, bedoelt u dat?** Ja eigenlijk wel ja.”
5	**Wel aardig, winkels om de hoek, leuke gevelpartij, groen ervoor ook leuk. Misschien meer in de loop zitten, richting museum.**	“**En wat vindt u van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is?** Die vind ik wel aardig. De locatie is wel aardig, maar ik had dus in eerste instantie niet gezien dat het Independent Duinrand was. **En waarom vindt u de locatie wel aardig?** Je hebt winkels hier om de hoek, het pand heeft een leuke gevelpartij, deze gevel viel me altijd wel op als ik hier langs fietste. Het groen ervoor is ook leuk. **En als u nou een perfecte locatie zou moeten voor Independent Duinrand wat zou dat dan zijn?** Dat zou dan meer in de loop zijn, meer in de loop bij de winkelstraten daar, richting het museum.”
6	**Top, gezellig, karakteristiek pand, goed te bereiken, sfeervol.**	“**En wat vindt u van de locatie waarop Independent Duinrand gevestigd is?** Ja top. **En waarom?** Ja die is gewoon top. Het is een gezellig, karakteristiek pand. De plaats en het pand vindt ik gewoon top. Voor iedereen is het te bereiken. Sfeervol omdat het ook in oud Rijswijk gevestigd is. Je kunt je auto in principe altijd kwijt, je kunt fiets kwijt, je brommer. Je kan ook lopend hier terecht. En als je hier geweest bent dan loop je naar de Herenstraat en kun je je boodschappen nog doen. Dus je loopt ook makkelijk naar binnen. En heel veel panden die op industrieterreinen zitten, daar heb ik ook niks mee. **Oké en als u nou een perfecte locatie zou moeten kiezen voor Independent Duinrand?** Ja ik zou hier blijven. Om de redenen die ik net ook al noemde, het is gewoon een goede locatie en een mooi pand. “
7	**Apart, bij de winkels, eigenlijk soort woonhuis. Centrale locatie. Niet op bedrijventerrein gaan zitten, hoeft niet strak.**	“**En wat vind je van de locatie waar we gevestigd zijn?** Ja apart. **Apart?** Ja. **En waarom apart?** Ja bij de winkels, het is eigenlijk een soort woonhuis. Het heeft ook wel iets, het heeft een huiskamer sfeer. Ik weet niet hoe het met de parkeerplaats zit, nu heb ik hier een plekje voor de deur weten te vinden. **Ja hierachter is een parkeerplaats.** Oh oké, ja ik denk dat het wel een redelijk goede, centrale locatie is ja. Tenzij je heel veel klanten over de

		vloer hebt dan is het misschien anders. Maar ik weet niet of het met het openbaar vervoer te doen is? **Ja er zitten hier overal bus en tramhaltes in ieder geval.** Oh ja kijk dat is natuurlijk alleen maar voordelig. **En als je nou de perfecte locatie zou mogen kiezen voor het bedrijf?** Nou in deze hoedanigheid, deze beginperiode, denk ik wel dat dit de goede locatie is. Je moet niet of een of ander bedrijven terrein gaan zitten of zoiets. **Nee?** Nee dat moet je niet doen. **En waarom niet?** Ja dan wordt het weer zo formeel van. En je wilt eigenlijk wat informeler en persoonlijker de klant benaderen. Dat contact is denk ik belangrijker dan dat formele, niet alles hoeft heel strak."
8	**Locatie is goed, ze moeten oppassen dat ze niet te veel verhuizen, wisseling personeel, zo raak je klanten kwijt.**	"**Oké, en wat vindt u van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is?** De locatie is goed, het enige waar ze voor op moeten passen is dacht ik de afgelopen vijf jaar drie keer van locatie heb moeten wisselen, qua verhuizing van het bedrijf. Dat ze een andere positie krijgen, van Den Haag naar een andere plek in Den Haag en nu naar Rijswijk. En ik denk dat ze daar voor op moeten passen dat ze niet te vaak gaan verhuizen. Qua wisseling van het personeel kun je daar weinig aan doen, want ik heb al ondertussen van zestien mensen in vijf jaar een kaartje. En dat vind ik veel. Daarmee verlies je dat de klant de klant is. En het nadeel is dus dat er vanuit jullie steeds gebeld moet worden dat jullie verhuisd zijn en dat jullie willen kennismaken. Op dat moment wordt je als klant op een soort van afstand gezet omdat ze niet van te voren aangeven dat ze gaan verhuizen maar dat gebeurd achteraf. En dan geef je eigenlijk aan: 'Sorry klanten we hadden jullie eerder moeten informeren maar dat hebben we niet gedaan dus we lossen het nu op'. En ik denk dat ze voor op moeten passen want ik denk dat ze daar klanten op verliezen. Omdat je op dat moment, hetzelfde als internet, je bent niet meer bereikbaar en er is niemand en je rekent wel af. **Want hoelang bent u al klant?** Sinds 2007. **Oh oké. En toen zijn ze zoveel verhuisd?** Eerst zaten ze in Den Haag bij de rotonde in Wateringen. En daarna zaten ze ergens ik weet niet waar dat was ik had gelukkig navigatie. Daar heb ik een heel gezellig gesprek gehad toen hebben we het ook nog gehad over de omzet van ASR polis, want die polis is veranderd als ik mij niet vergis in 2010. Naar aanleiding van de woekerpolissen was dat. Dat heb ik toen in een ander filiaal gehad. En nu zit ik weer hier. En als ik dan iemand probeer te mailen die dat in 2010 voor mij geregeld heeft, dan krijg ik een mail terug dat ze er niet meer zijn, dan krijg ik een out of office reply. Maar daar houdt het dan ook op en dat is niet wat je verwacht. **Nee precies.** Je verwacht als klant dat je mee verhuisd, en jullie verwachten dat als klanten verhuizen ze een verhuisberichtje sturen zodat je de gegevens bij kan werken. Anderzijds verwacht een klant ook dat als jij verhuisd ze ook een verhuisberichtje krijgen. En dat is er niet. Want ik heb drie keer geen verhuisbericht gehad. En dat is wel jammer want ik heb wel drie keer een telefoontje gehad dat jullie op een nieuwe locatie zitten en dat jullie weer opnieuw kennis wilden maken omdat er ook ander personeel was. En dat vind ik dan wel weer leuk, maar je mist het bericht vooraf. **Ja ik snap het. En als u een perfecte locatie zou mogen kiezen voor Independent Duinrand?** Dan denk ik dat je lekker moet blijven zitten waar je nu zit en niet weer moet gaan verhuizen. En zorgen dat mensen je weten te vinden. **Dus dat het pand er blijft en dat mensen over 5 jaar nog weten..** Ja van daar zitten ze, of ze sturen een kaartje over een jaar over drie dat je verhuist bent. Ik zou niet komend jaar gaan verhuizen, want dan weten mensen je weer niet te vinden. En dat zou gewoon heel zonde zijn. Want ik denk dat mensen die dus bij een kantoor aankomen waar niemand meer zit en ze weten daar niks vanaf, dat die wel iets anders gaan zoeken. En dan is internet een winnaar, want die gaan niet weg. **Nee precies."**
9	**Prima, makkelijk te bereiken, verliefd op Oud-Rijswijk.**	"**En wat vindt u van de locatie?** Ja prima, want ik woon hier in de buurt. En het is makkelijk te bereiken, je kunt redelijk makkelijk parkeren over het algemeen. Niet in het weekend natuurlijk, maar dan heb je ze niet nodig ook. Dan kun je bellen. Ja hoor en ik ben verliefd op oud-Rijswijk. **Als u een perfecte locatie zou moeten kiezen voor Independent Duinrand, zou u dan hier blijven of ergens anders gaan zitten?** Nee, ik zou wel in oud-Rijswijk blijven. **En waarom?** Omdat ik daar verliefd op ben. Dat is puur persoonlijk. Dat is puur privé. Ik woon er zelf niet, ik woon zelf bij de Boogaart, maar ik vind het hier heel erg leuk. Ik vind het een mooie locatie dit."
10	**Goed, denk het wel. Pand ziet er mooi uit. Blijf waar je bent, je hebt de ruimte, dan is het goed.**	"**Oké, en wat vindt u van de locatie van dit pand, van Independent Duinrand? Is dat de juiste locatie?** Ja die is goed. Ik denk het wel. Ik ken het niet zeggen, maar het pand ziet er gewoon mooi uit en het is goed, waarom niet. **En als u de perfecte locatie voor Independent Duinrand zou mogen kiezen, zou u dan ergens anders heen verhuizen of zou u dan hier blijven?** Ligt eraan wat je wilt doen. Ja in de natuur of wat dan ook is er altijd wel iets moois, maar het moet wel allemaal betaalbaar zijn en dat soort dingen. Dus ik zou zeggen, blijf waar je bent, je hebt de ruimte, dan is het goed."
11	**Prima locatie, verward**	"**En bent u ooit bij ons op kantoor geweest in Rijswijk?** Ja ik ben een

	door huiskamer sfeer op kantoor. Drempelverlagend, wel prettig.	paar keer in Rijswijk op kantoor geweest. **En wat vindt u van de locatie van het kantoor?** De locatie is op zich prima, ik heb altijd wel een beetje verwarring als ik binnenloop. **En waarom?** Het komt meer als huiskamer over dan als kantoor, maar dat is heel persoonlijk **En dat vindt u prettig?** Ja het werkt wel drempelverlagend, dat vindt ik wel prettig. Het hoeft wat mij betreft geen uitstraling te hebben van kijk ons eens en hoe stoer wij zijn. Dat de drempel hoger ligt omdat het zo zakelijk overkomt, dat zou ik niet prettig vinden. **Oké en als u een perfecte locatie voor Independent Duinrand zou mogen kiezen, zou u dan verhuizen of het zo laten?** Ik ben in het verleden ook wel eens in Hofwijck geweest, daar heb je van die kantoor verzamelgebouwen en dat was toen de afdeling, ik weet niet precies welke, gevestigd. Dat kwam een stuk zakelijker en strakker over en dat zou voor bedrijven en voor ondernemers goed zijn maar voor de gemiddelde consument zou dat eerder afschrikken denk ik. Dus laat het gewoon dichtbij zijn en laagdrempelig."
12	**Geen mening over. Als het nou iets was waar ik elke week kwam zou het mij meer interesseren.**	**"En wat vindt u van de locatie waarop het kantoor is gevestigd?** Daar heb ik geen mening over. **Daar heeft u geen mening over?** Nee, het is prima. **Prima?** Ja. **Oké en als u een perfecte locatie zou mogen kiezen?** Ja, ik zou ze dan naar hier tegenover verhuizen, dan kan ik gelijk uit mijn werk binnen wippen. Ja of je nou naar de Bogaard gaat of nog drie minuten doorfietst, dat maakt mij niet uit. Als het nou iets is waar ik elke week kwam, maar dat doe ik niet. Ik ben er toen in februari en maart twee of drie keer geweest en de keer daarvoor was waarschijnlijk twintig jaar terug."

Eindconclusie:
Klanten vinden de locatie van het kantoor van Independent Duinrand prima omdat het makkelijk bereikbaar is, vlakbij een centrum zit en het een karakteristiek pand is. Zij vinden de locatie dan ook perfect en vinden vooral niet dat het kantoor moet verhuizen. Het adres is bij vele klanten bekend en een kantoor op een bedrijventerrein past niet bij de persoonlijke en informele werkwijze die Independent Duinrand heeft. Ook gaven klanten aan dat het bedrijf in hun ervaring veel verhuisd was in de afgelopen jaren, dit vonden zij zeer storend omdat er ook veel verloop in het personeel zat en zij hun contactpersoon dan kwijt waren.

112. Wat zijn volgens u de doelgroep(en) van Independent Duinrand?

Respondent	Label	Quote
1	**Beetje vanaf de dertigers, de starters die starten nieuw. Leeftijd van bedrijf komt dan niet overeen want die gaf ik een 40/45.**	"**En hoe zou je de doelgroep omschrijven van Independent Duinrand?** Ja ik denk ook wel een beetje zo 40 wat ik net al zei. Of nou ja ik denk toch een beetje meer vanaf de dertigers denk ik. **Dus vanaf de dertigers?** Ja. **Dus ze stralen beetje veertig uit zeg je maar ze richten zich meer op de dertigers?** Ja maar je moet je toch wel een beetje op de starters richten denk ik. **Ja? En Waarom?** Ja, nou ja dan haal je de meeste klanten denk ik binnen want die starten allemaal opnieuw en die moeten allemaal verzekeringen afsluiten. Dus op zich denk ik dat het de dertigers zijn. Maar dan zou de uitstraling van het bedrijf eigenlijk niet kloppen. **Nee dat vindt je niet kloppen?** Nou ja daar zit ik nu over na te denken, want ik geef de leeftijd 40/45 maar eigenlijk vind ik dat je je op een jongere klantenkring zou moeten richten."
2	**Alles wat geld binnen brengt, leeftijd maakt niet uit.**	"**Oké en wat is volgens u de doelgroep van Independent Duinrand? Op wie richten zij zich?** Ik denk gewoon alles wat geld binnen brengt, leeftijd maakt niet uit. Zwart, wit, groot, klein het maakt niet uit. Alles wat geld binnen brengt. **Dus heel commercieel gezien eigenlijk?** Ja."
3	**Geen idee, misschien wel tussen de 30 en 40.**	"**Wat is volgens u de doelgroep van Independent Duinrand? Waar richten zij zich op?** Ik heb geen idee. **U heeft geen idee?** Dat weet ik eigenlijk niet. Ik denk dat de doelgroep misschien wel zou zijn, mensen tussen de 30 en de 40. **En waarom, omdat u ook zo dacht over het bedrijf?** Ja dat denk ik."
4	**Ik denk iedereen die een hypotheek of een verzekering nodig heeft.**	"**En wat is volgens u de doelgroep van Independent Duinrand?** [denkt na] **Heeft u een idee op wie ze zich op richten?** Ja ik denk dat ze iedereen aan willen spreken die een hypotheek heeft of nodig heeft en die verzekeringen nodig heeft. Heel simpel."
5	**Iedereen natuurlijk. Als het erop aan komt de jongeren want de ouderen heb je al. Ouderen stappen meestal niet meer over.**	"**Oké en wat is volgens u de doelgroep van Independent Duinrand? Wie willen zij aanspreken denkt u?** Iedereen natuurlijk, iedereen moet toch bepaalde verzekeringen hebben. En we zitten in een lastige economische tijd, er worden weinig huizen verkocht, er is weinig doorstroming. Want wij hebben natuurlijk ook onze inboedel- en opstalverzekering, daar zit geen doorstroming meer in. Als het erop aankomt moet je natuurlijk de jongeren hebben want de ouderen heb je al. De jongeren moet je binnenhalen. **En waarom?** Omdat je de ouderen al hebt [lacht hardop] ik loop toch ook niet weg? **Nee oké.** Want die heb je ook van die weglopers, en dat heb je ook met energiemaatschappijen zo'n overstapservice. Ze willen je allemaal weghalen, maar de bereidheid van mensen om weg te gaan is helemaal niet zo hoog. Telefoonmaatschappijen willen je weghalen en energiemaatschappijen, overstappen maar. Ouderen mensen doen dat helemaal niet. **Ja die zijn vaak ook meer wat merk gebonden.** Ja."
6	**Heel breed, van jong tot oud. Oud heeft wel beetje problemen met**	"**Oké, en wat is volgens u de doelgroep die Independent Duinrand wil aanspreken?** Ja de doelgroep is natuurlijk heel breed, het hele segment van jong tot oud. Oud heeft soms wel een beetje problemen met de

	vernieuwingen hoor ik van oudere mensen die thuis die brieven krijgen van jullie. Je kunt niet mensen zomaar dingen opleggen, daar moet je mee oppassen.	vernieuwingen. Dat is best heel lastig. **Hoe merkt u dat?** Nou dat hoor ik nu van oudere mensen die brieven thuis krijgen. En je kunt tegenwoordig eigenlijk niks meer zonder een computer. **Nee.** Maar voor iemand die 70 of 80 jaar is, gaat dat toch wel een probleem worden. **Ja.** En daardoor gaan er ook mensen weglopen. Dus je moet wel iets voor die mensen, die moet je wel helpen. En dan kan je wel heel simpel zeggen dat ze maar een computer moeten nemen. Maar zo werkt dat niet, die mensen ben je dan gewoon kwijt. En dat moeten ze wel even heel goed in hun achterhoofd houden, dat dat gaat gebeuren. Je kunt niet mensen zomaar dingen op gaan leggen, dat je dat moet gaan doen Want niet iedereen heeft een smartphone en niet iedereen heeft een e-mail adres. **Dus u zegt daar moeten ze wel even mee uit kijken?** Ja daar moeten ze echt mee oppassen. Want ik merk het om mij heen dat mensen daar problemen mee hebben. Kijk als je nog nooit een computer hebt, gehad dan is dat toch best wel lastig. En er blijven altijd mensen die je daarbij wel gaan helpen en dan moet je niet gaan roepen dat je een soort alleen recht hebt en dat de klant maar moet doen zoals Duinrand het wil. Want dat werkt niet. **Oké ik snap wat u bedoelt. Maar u zegt dus, de doelgroep is heel breed.** Ja ik denk het wel van een bromfietsverzekering tot noem het maar op."
7	**Aangezien jullie alles wel aanbieden van twintig tot zestig. Heel breed. Grootste doelgroep tussen de 25 en 35, rond die leeftijd betreden zij de huizenmarkt.**	"**En wat is volgens jou de doelgroep van het bedrijf, wie willen ze aanspreken?** Ja aangezien jullie alles wel aanbieden qua verzekeringen denk ik zo vanaf twintig tot zestig. Eigenlijk heel breed, van huizenbezitters tot scooters en personenauto's. Ik denk dat dat de grootste doelgroep is en als je het eenmaal specificeert, dan denk ik dat je tussen de 25 en 35 zit. **En waarom?** Nou vooral voor de woonhuis verzekeringen. En ik denk dat de meeste mensen rond die leeftijd de huizenmarkt gaan betreden."
8	**Hoofddoelgroep hypotheek, bijkomende doelgroep is verzekeringen. Klanten bij advies doorverwijzen naar andere segment.**	"**En wat zijn of wat is volgens u de doelgroep of doelgroepen van Independent Duinrand? Waar richten ze zich op?** De hoofddoelgroep is hypotheek, een bijkomende doelgroep waar ze mee willen starten, of althans waar ze startend mee zijn is verzekeringen. Ik denk zelf dat ze verzekeringen grootser aan kunnen pakken. **Ja?** Ja. **Nu is het wel zo dat de hypotheken worden gedaan door De Hypotheekshop en dat bedrijf zit er een beetje aan vast dat is dus niet Independent Duinrand. En wat wij doen is alleen maar schadeverzekeringen.** Klopt, klopt. Maar ik denk doordat het bij elkaar zit dat je daar ook wel gebruik van kan maken. **Hoe bedoelt u?** Ik denk dat je qua data bestand, dat als iemand een hypotheekgesprek heeft dat je dan best aan kunt halen, of die klant kunt doorverwijzen naar de schadeverzekeringen. **Ja dat De Hypotheekshop ook wel hoor.** Nou dat hebben ze de vorige keer bij mij niet gedaan. **Oh niet?** Nee, dus dat vind ik dan een gemiste kans. **Ja.** Want ik heb hier nu mijn schadeverzekeringen voor mijn woning nu, maar wat zou er in veranderen als ik een ander huis koop? Het zijn maar kleine dingen waarvan ik denk dat je daar grootser in, daar kan je meer in uitpakken. En op dat moment is het net een winkel, dan kun je bij verkopen. Je kunt een verzekering erbij verkopen, en dan in combinatie met die pakket korting, nou dan heb je het gedaan dan heb je de klant binnen hoor. En dan loopt het, en dat is het geen starter meer met verzekeringen dan is het gewoon een lopende business. Voor jullie ook leuk, voor de klant ook leuk."
9	**Heel breed scala, van jongentjes van zestien tot mensen van 85. Niet gaan concentreren op één doelgroep.**	"**En wat is volgens u de doelgroep of doelgroepen van Independent Duinrand, wie willen zij aanspreken denkt u?** Ik denk een heel breed scala, alles wat met verzekeren te maken heeft. Van jongetjes van zestien met hun scootertje tot mensen van 85 die binnenkwamen net, met de verzekering voor hun auto. Alles, alles wat er tussen zit. Zo breed mogelijk houden, niet gaan concentreren op één groep. Misschien dat er meer aan te verdienen valt, maar dat zou ik niet zo waarderen."
10	**Ik denk jongeren maar over het algemeen iedereen. Jongeren hebben nieuwe technieken sneller onder de knie.**	"**En wat zijn, de doelgroep of de doelgroepen van Independent Duinrand, wie willen ze aanspreken?** Ik denk de jongeren, maar over het algemeen is het gewoon voor iedereen natuurlijk. **Ja. Maar u denkt meer de jongeren?** Ja. **En waarom?** Ja omdat daar gewoon veel nieuwe technieken zitten wat jongeren sneller onder de knie hebben als ouderen. **Oké."**
11	**Belangrijkste groepen zijn bedrijven en consumenten. Onderwijs en gezondheid zou best wel eens goede doelgroep kunnen zijn.**	"**En wat is volgens u, of wat zijn, de doelgroep of doelgroepen van Independent Duinrand, wie willen zij aanspreken denkt u?** Ja, de belangrijkste groepen zullen bedrijven en consumenten zijn. De overheid heeft denk ik zo zijn eigen kanalen voor verzekeringen en dergelijke. Maar secundaire overheid, onderwijs en gezondheid zou best wel eens een goede doelgroep voor ze kunnen zijn. Ik kan dat niet zo goed beoordelen verder. **En waarom dat onderwijs en gezondheid goede doelgroepen zouden kunnen zijn voor Independent Duinrand?** Nou ik denk dat dat doelgroepen zijn die best geïnteresseerd zouden zijn in adviezen over verzekeringen, ze zijn vaak door vakverenigingen gekoppeld aan bepaalde verzekeraars. En als je als onafhankelijke adviseur je geluid daar laat horen kan het zomaar zijn zomaar overstappen. **Oké interessant die had ik nog niet voorbij horen komen."**

12	**Ouders met wat jongere kinderen dan de mijne. Bedrijf 38 dus aantrekkelijk voor mensen rond de 30. Soort buurtsuper om de hoek, geen groot bedrijf.**	"**En wat zijn volgens u, of wat is volgens u de doelgroep die Independent Duinrand aan wil spreken?** Ik vermoed,[denkt na], gezinnen dus ouders, met wat jongere kinderen dan de mijne. **Waarom denkt u dat?** Ja als ik de leeftijd van het bedrijf op 38 schat dan denk ik dat ze aantrekkelijk zijn of willen zijn voor mensen zo rond de 30. Mensen die misschien al een of meerdere kinderen hebben en denken goh ik moet toch eens wat dingen regelen. Die willen dan hun hypotheek en al hun verzekeringen op orde hebben. En dan denk ik dat dit zoiets is als de buurtsuper, de financiële adviseur bij u in het dorp en niet Nautadutilh of een of ander groot kantoor. **En dat vindt u zelf wel prettig? Dat het juist zo kleinschalig is?** Het maakt voor mij niet zoveel uit, als die makelaar ons bijna 30 jaar geleden naar iemand anders doorverwezen had dan had ik nou bij iemand anders gezeten. En voor mijn gevoel is dit ook iemand anders dan waar ik toentertijd op de van Alkemadelaan terecht gekomen ben."

Eindconclusie:
Klanten zien de doelgroep van Independent Duinrand als een hele brede, iedereen die een hypotheek of verzekering nodig heeft. Sommige klanten vinden dertigers meer de doelgroep omdat zij net de huizenmarkt betreden. Anderen vinden dat het bedrijf zich meer op jongeren moet richten, zij hebben de nieuwe technieken sneller door en de ouderen heb je immers al, die stappen niet zo snel meer over. Een andere klant is het hier niet mee eens, hij merkt dat ouderen veel moeite hebben met de nieuwe werkwijze en dat Independent Duinrand op moet passen dat ze de ouderen niet in de steek laten, maar ze juist helpen.

113. Wat is volgens u de belofte of boodschap die Independent Duinrand haar klanten doet? Op welke manier merkt u dit/wordt dit naar u gecommuniceerd?

Respondent	Label	Quote
1	**Alles is makkelijk in een keer te regelen.**	"**Oké ,en wat is de belofte die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** [denkt na] **Heb je daar ooit iets van gemerkt dat jou een belofte is gedaan?** Nou de belofte is eigenlijk dat je alles in een keer kan regelen als er wat is, als je een schade hebt of weet ik het wat. Dat het makkelijk te regelen is, met een belletje of op internet. Eigenlijk is de schade afhandeling makkelijk te regelen. Ja dat is natuurlijk het enige moment waarop je je verzekering vaak nodig hebt, als je schade hebt. Verder eigenlijk niet. Maar dat is eigenlijk de belofte dat het makkelijk is met die app, je kan alles in een keer zien en makkelijk regelen. Terwijl je natuurlijk bij andere verzekeringsmaatschappijen zit je vaak uren aan de telefoon en wordt je van het kastje naar de muur gestuurd. En de belofte is dat dat hier niet zo is. Maar ik heb dat nog niet ervaren gelukkig. **Oh u heeft dat nog niet ervaren?** Ja dat is schade moest melden. **Oh ik begrijp het oké. En op welke manier is die belofte naar jou gecommuniceerd of hoe merkte je dat?** Ja van het personeel die hebben dat zo gezegd toen ik het afsloot."
2	**Ze staan altijd klaar voor je, ik kan ze bij wijze van spreken ook op zondag bellen.**	"**Oké en wat is dan de belofte of de boodschap die het bedrijf naar haar klanten doet?** Nou dat ze altijd klaar staan voor je, persoonlijk merk ik dat wel. **Ja en hoe merkt u dat?** Net wat ik hiervoor al vertelde ik voel me hier thuis en ik heb een goede relatie met ze, ik kan ze bij wijze van spreken ook zondag bellen."
3	**Zeggen waarvoor ze staan, komen toezeggingen na, hele fijne boodschap.**	"**Oké, en wat is volgens u de belofte of de boodschap die gecommuniceerd wordt naar klanten vanuit het bedrijf?** Nou, wat ik eigenlijk net al zei, zeggen waar ze voor staan. In mijn geval. Ik kan niet voor een ander praten, maar ze hebben mij toegezegd dat ze dingen voor mij zouden regelen, en dat zijn ook keurig tot stand gekomen. Dus als dat de boodschap is, dan vind ik dat wel een hele fijne boodschap. **Oké."**
4	**Dat ze je stimuleren om via de website alles te regelen en niet continue te bellen.**	"**Oké en wat is de belofte of boodschap die Independent Duinrand doet?** Nou dat ze je stimuleren om via de website je zaken te regelen en niet om continue te bellen. Er zit iemand achter de computer, en als je een vraag hebt, dan kun je die stellen. En ze komen er meestal wel achter maar als hij het niet weet dan bellen ze je terug. **Oké en dat vindt u wel fijn?** Ja dat is wel fijn ja. **Oké, en wat vindt u van de manier waarop er met u gecommuniceerd wordt?** Ja goed, ik krijg verschillende opties meestal. Het zou alleen wat sneller kunnen maar ik snap dat wij onderop komen. Maar het is duidelijk hoe ze communiceren en als je het niet helemaal snapt dan kun je met die persoon contact opnemen en die legt het je dan uit. En dat is prima, dan snap je het wel. Want wij hebben een beleggingshypotheek, en we hebben het aan een aantal verschillende mensen gevraagd. En nu beginnen we eindelijk te snappen hoe het werkt. **Oké dat is wel fijn.** Ja."
5	**Dat ze een goed kantoor zijn en je bij hen moet zijn niet bij een ander.**	"**En wat is volgens u de boodschap of de belofte die Independent Duinrand aan haar klanten doet?** Doen ze een belofte? **Ja een belofte of een boodschap.** Maar hoe is de vraag? **Wat is de belofte of de boodschap die Independent Duinrand aan haar klanten doet?** Die er toe doet? **Nee u bent klant en wat voor boodschap krijgt u van Duinrand?** Dat ze een goed kantoor zijn, dat je bij hen moet zijn en niet bij een ander. **Dat alleen?** Ja."
6	**Dat je een echt onafhankelijk advies krijgt en dat ze open, transparant en eerlijk zijn.**	"**En wat is volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** Ja dat ze echt onafhankelijk zijn. Dat je echt onafhankelijk advies krijgt, dat ze open, transparant en eerlijk zijn. **En hoe merkt u dat?** [denkt na] **Hoe is dat naar u gecommuniceerd?** Nou je kan in principe op de site zien welke maatschappijen ze vergelijken en wat ze

		kosten. En dan hoop je natuurlijk ook dat zij de goede maatschappij eruit hebben gehaald. Ik weet niet wat de een wel dekt en de ander niet. En ik wil niet alleen maar voor de beste prijs gaan. Ik wil gewoon voor het beste product gaan, kwaliteit staat voor mij voorop. Zelfs als ik boodschappen wil doen, ik kan de boodschappen bij de supermarkt doen maar ik kan ook gewoon naar de groenteboer of naar de slager gaan. En iedereen heeft dan zijn keus."
7	**Dat er gekeken wordt of alles nog naar wens is of het goedkoopste is, heel transparant.**	"**Oké en wat is de belofte of de boodschap die Independent Duinrand haar klanten doet?** [denkt na] **Als je de communicatie nu zo ervaren hebt, welke belofte hebben ze dan gedaan?** Dat er gewoon een goede verzekering is afgesloten en dat er ook gekeken wordt of alles nog naar wens is of het goedkoopste is. En dat sprak mij ook erg aan moet ik zeggen. **Oké en hoe heb je dat gemerkt?** Dat is mij verteld door de medewerker aan de telefoon hier en van mijn adviseur toen. Hij zei dat jullie heel transparant waren en dat jullie elk jaar kijken of mijn verzekeringen nog steeds het goedkoopst zijn, dus dat sprak mij wel erg aan. Dat je niet te veel betaalt. Dat heeft ook weer te maken met een stukje mee denken, ruim denken en behulpzaamheid te maken."
8	**Dat ze secuur en nauwkeurig omgaan met de dingen die ze aan jou verkocht hebben. Steeds kijken of het goedkoper kan en of het product nog steeds bij je past.**	"**En wat is volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** De belofte is dat ze secuur en ook nauwkeurig omgaan met de dingen die ze aan jou verkocht hebben. En daar bedoel ik mee dat ik als klant er vanuit ga, dat als ze een verzekeringspakket hebben gevonden dat bij mij past en dat aan mij verkopen dat ze dan ook steeds blijven kijken of een ander pakket misschien nog wel beter bij mij past. En dat ze dan aan de bel trekken. Dat is de belofte die zij gemaakt hebben. En waarvan dan wel de vraag is of ze het waar gaan maken, maar waarvan ik wel verwacht dat het gebeurt. Omdat ik het belangrijk vind dat ik straks niet te veel betaal. Want wij hebben bijvoorbeeld al 25 jaar internet op de zaak en we betaalden eigenlijk drie keer meer dan als we nu datzelfde internet opnieuw zouden afsluiten. Op dat moment vind ik dus dat ze het in de gaten moeten houden, en dat is ook de belofte die ze maken. **Oké, en op welke manier heeft u dat gemerkt of is dat naar u gecommuniceerd die belofte?** Dat is een beetje een gevoel dat ze hier scheppen. Dat ze ervoor zorgen dat je van een goede verzekering gebruik kan maken. En op dat moment geven ze ook het gevoel dat ze het in de gaten houden en dat als er wat verandert of er komt wat bij, dat ze mij dan informeren. Dat wordt ook zo gezegd aan de telefoon en dat moeten ze waar maken. **Oké.** En dat is ook goed want dan zeg je tegen een klant: 'Je loopt nooit achter de feiten aan als er wat veranderd, dan weet u dat."
9	**Komen heel duidelijk over, geven vertrouwd gevoel, komen meteen op je vragen terug, zijn altijd vriendelijk.**	"**En wat is volgens u de belofte of de boodschap die het bedrijf naar haar klanten doet?** [denkt na]. Ze komen bij mij wel heel duidelijk over, ze geven wel een vertrouwd gevoel. Je kunt een vraag stellen en ze komen erop terug, ze zijn altijd vriendelijk. **En hoe wordt dat naar u gecommuniceerd, hoe merkt u dat?** Nou als ik een keertje wat had, dan terugbellen en ja ik heb wel een paar keer een ongeluk gehad en toen kwam alles niet zo heel duidelijk meer over. Dus drie keer bellen en drie keer met heel veel geduld uitleggen wat er moest gebeuren weet je. **Dat was wat minder?** Nee, dat was omdat ik moest bellen. Ik begreep het gewoon niet. Ik was het gewoon weer kwijt. Ik wist dat ik gebeld had, maar ik wist het antwoord niet meer. **En toen hebben ze u gewoon duidelijk geholpen?** Ja hoor. **Oké."**
10	**Alles willen uitzoeken, het voordeligst mogelijke uitzoeken.**	"**En wat is volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** Wat je net al zei, van dat zijn toch wel verzekeringen, alles willen uitzoeken, ze willen gewoon kijken, het voordeligst mogelijk voor je uitzoeken. Ja dat dat gewoon belangrijk voor hun is. **En hoe merkt u dat? Of hoe is dat naar u gecommuniceerd?** Dat is op, zeg maar de vergelijker gecommuniceerd en advies gekregen ook toentertijd."
11	**Onafhankelijk, omdat ze offertes van meerder verzekeraars met elkaar kunnen vergelijken en dat ze daar het meest gunstige advies over geven.**	"**En wat is dan volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten communiceert?** Voor mij, ergens op papier of kun je daar een voorbeeld van noemen? **In de algemeen, wat voor boodschap hebben ze naar u gecommuniceerd, of wat voor belofte hebben ze u gedaan ooit? En hoe heeft u dat gemerkt?** Ja oké. De boodschap over de producten daar was de boodschap onafhankelijk, omdat ze offertes van meerdere verzekeraars met elkaar kunnen vergelijken. En dat ze daar dan de goedkoopste of het meest gunstige advies over geven. Dat wil niet zeggen dat het altijd de goedkoopste is maar de gunstigste. **En op welke manier is dat naar u gecommuniceerd of hoe heeft u dat gemerkt?** Mondeling, in de gesprekken die ik op kantoor gevoerd heb. **Oké en wat vindt u van de manier waarop er gecommuniceerd wordt naar u toe?** Ik vindt dat het een beetje tussen formeel en informeel inhangt. En dat is op zich wel prettig, de inhoud is in de regel heel begrijpelijk niet te technisch. Het is meer prikkelend, en als je meer wilt weten dat je dan contact met het kantoor op moet nemen."
12	**Niet letterlijk zo maar**	"**Oké, en wat is volgens u de belofte of de boodschap die Independent**

	'wij zorgen voor u, maakt u zich geen zorgen'.	**Duinrand naar haar klanten doet?** [denkt na] **Wat hebben ze u gezegd of beloofd toen u binnenkwam?** 30 jaar geleden zou ik niet meer weten. **Maar in maart of februari?** De belofte die ze maken, niet letterlijk zo, wij zorgen voor u, maakt u zich geen zorgen. **En hoe heeft u dat gemerkt?** Nou de laatste keer dat ik daar was in maart toen was het advies dat ik kreeg was helder, kwam redelijk snel, ik kon het begrijpen en dat zegt ook al wat, ik werd meteen bij het financiële advies ook gewezen op de mogelijkheid tot verzekeringsadvies. Toen zij Robert-Jan dat Peter dat kon regelen, en dat deed hij toen ook. Dus dat was allemaal, netjes, bekwaam en goed."

Eindconclusie:
Als er gevraagd wordt naar de belofte of boodschap van het bedrijf geven klanten verschillende antwoorden. De een vindt dat alles het bedrijf alles makkelijk voor je regelt terwijl de ander zegt dat ze je stimuleren om via de website alles zelf te regelen en zo min mogelijk te bellen. Weer een ander zegt dat ze alles voor je uitzoeken en een onafhankelijk advies geven. Hieruit valt op te maken dat Independent Duinrand geen eenduidige boodschap/ belofte naar haar klanten communiceert.

114. Wat vindt u van de tone of voice die Independent Duinrand gebruikt in haar communicatie?

Respondent	Label	Quote
1		-
2	**Brieven zijn formeel, informeel bevalt mij beter.**	"**En wat vindt u van de tone of voice in de communicatie van Independent Duinrand?** Wat bedoel je? **Hoe wordt u aangesproken door het bedrijf, op welke manier, is dat formeel of informeel?** Ja als ik brieven krijg is het natuurlijk formeel, en dat is ook altijd netjes. En anders gewoon normaal en informeel. Dat bevalt mij beter. **Dat informele?** Ja."
3	**Als ik ze nodig hebt word ik goed te woord gestaan, heb er niets op aan te merken.**	"**En wat vindt u van de 'tone of voice' van de communicatie van Independent Duinrand? Wat vindt u van de manier waarop gecommuniceerd wordt naar de klant toe?** Ja, als ik iets nodig heb dan bel ik ze. En dan vind ik dat het ook keurig verloopt, ik word goed te woord gestaan, de antwoorden die ik krijg op mijn vraag, voor zover ik er een heb, ik doe het ook wel vaak per mail hoor. Maar ik heb er niets op aan te merken."
4		-
5	**Ik wordt netjes en vriendelijk aangesproken. Brief was wel heel onduidelijk.**	"**En wat vindt u van de tone of voice die Independent Duinrand gebruikt in haar communicatie?** De tone of voice? **Ja de tone of voice.** Ja want bij die vorige vraag denk ik dat ik bij Duinrand ben gekomen via een makelaar. Het gebeurt eigenlijk altijd als je een huis koopt, want dan moet je bepaalde verzekeringen afsluiten. Dan tipt de makelaar naar een tussenpersoon, in dit geval naar Duinrand. En dan ga je wel even links en rechts vragen en dan hoor je wat. Maar daarna doet het er niet meer toe. En nu de tone of the voice? **De tone of voice, dat is een mooi Engelse term, hoe zeg je dat [denkt na]. De manier waarop Independent Duinrand communiceert, is dat bijvoorbeeld informeel of formeel?** Het is zo lang geleden. Maar ik wordt wel netjes en vriendelijk aangesproken. **Want u heeft laatst die brief gehad, toen zei u dat u wel even moest uitvogelen wie het waren, maar het taalgebruik in de brief, wat vond u daar van?** [haalt brief tevoorschijn en leest de brief door]. Ja het zegt me helemaal niks inderdaad die brief. Er staat dan wel in 'we zijn de afgelopen maanden druk bezig geweest met de digitalisering' maar hoe moet ik daar nou weer iets van merken? Dat gaat totaal buiten mijn waarneming om. En dan staat er, 'binnen ons bedrijf hebben grote veranderingen plaats gevonden', dat is eigenlijk iets waarvan ik mij ging afvragen wat er allemaal binnen het bedrijf verandert is, want daar was ik niet van op de hoogte. Ik dacht toen dat ze het bedrijf hadden verkocht of dat ze gesplitst waren. Ik was eigenlijk totaal niet ermee bezig, ik betaal gewoon keurig ieder jaar, iedere keer die premies waar de nota's van binnenkomen. En als je dan meedeelt dat ze als gevolg van de aangepaste wetgeving niet meer de juiste service konden geven, dan vraag ik me af waarom je dat mededeelt, wat ik heb er niet naar gevraagd. Dan denk ik gelijk dat het daar rommelt. Dus eigenlijk roep je bij de klant vragen op. **Omdat ze er vanuit gaan dat u dat weet maar dat wist u helemaal niet?** Ja precies. En dan is de oplossing dan dat het bedrijf het digitale tijdperk instapt, staat in die brief. Ja dan moet je weer wennen, want alles gaat digitaal. **Ja dat is voor heel veel mensen wennen inderdaad.** En dan moeten ze nog even mijn gegevens hebben, en die hebben ze voor een gedeelte al, dat staat hier al heel netjes. En dan denk ik waarom moet je zo benadrukken dat je het verbeterd, want dat was waarschijnlijk vorig jaar niet zo. En daar heb ik niks van gemerkt. En dan moet ik mijn polis digitaal doen. **Ja dat kan.** En dan staat hier in die brief dat ze ook wel snappen dat dat spannend is voor veel mensen, maar ja hier vraag ik niet om. En dan staat er nog dat ze de nieuwe werkwijze met mij door willen nemen en uit willen leggen. Dan denk ik waar is dat voor nodig? **Ja dat is meer bedoelt voor wat oudere mensen die heel erg moeite hebben met het digitalisering, die geen e-mail hebben of die dat eng vinden. En dan kunnen ze binnenlopen en dan laten wij zien hoe het allemaal precies werkt. Want wij hebben natuurlijk ook klanten van 80 jaar.** Ja maar die vind ik dat je dat niet aan kunt doen. **Ja mochten de klanten nou echt niet digitaal**

		willen dan kunnen ze nog bij het oude Duinrand blijven. Ja ik heb die brief gewoon weggelegd, want er staat in die brief dat ze mij willen helpen met het digitaliseren van mijn polissen. En toen dacht ik ja moet ik die allemaal zelf digitaliseren dan? Dat staat er. **Ja ze bedoelen die polismap, dus dan krijg je een mailtje met een inlogcode en dan kun je zelf inloggen. En dan kun je gewoon al je polissen op je pc zien of op je mobiel dat kan ook met de app.** Oh dus het digitaliseren van mijn polissen daar bedoelen ze dus eigenlijk het digitaal inzien van mijn polissen mee? **Ja.** Maar dat staat er niet, het staat er alsof ik iets moet doen. **Ja precies.** Dat was zo raar, dus ik vond de brief niet duidelijk. Die brief riep allerlei vragen op: 'Hoezo wat was er dan verleden jaar aan de hand?'."
6	**Op de site taalgebruik een beetje kinderachtig, op de mail iets professioneler.**	"**Oké en wat vindt u van de tone of voice die Independent Duinrand gebruikt in haar communicatie?** Ja wel grappig. Wel leuk. **Want u zei die teksten op de website die waren misschien nog een beetje kinderachtig?** Ja dat was een beetje kinderachtig. **Was dat bijvoorbeeld ook zo via de mail of via een ander medium?** Nee dat was wel anders. **En op welke manier anders?** Ja dat was wel iets professioneler, vond ik zelf. **Oké dus er zat wel een verschil in?** Ja daar zat wel een verschil in. **Maar nu is dat gat wel gedicht?** Ja nu is dat gat wel gedicht. Het is wel uit de kinderschoenen, laat ik het zo zeggen."
7	**Informeel is goed, zo ben ik zelf ook, dat vind ik het prettigst.**	"**Oké en wat vind je van de tone of voice van de communicatie van het bedrijf?** Leg eens uit. **De manier waarop er gecommuniceerd wordt, is die bijvoorbeeld formeel of informeel?** Die is informeel en dat is goed vind ik. **En waarom?** Ja dat is gewoon heel persoonlijk, zo ben ik zelf ook dus dan vind ik dat het prettigst."
8	**Brieven zijn soms wat aan de klassieke kant groot verschil met mails die informeler zijn.**	"**Oké, en wat vindt u van de tone of voice die Independent Duinrand gebruikt in haar communicatie?** De brieven zijn soms wat aan de klassieke kant. **Ja?** Ja. Ze zijn duidelijk, behalve dat je het idee hebt dat er een overkoepelend bedrijf met je communiceert in de brieven. **Hoe bedoelt u dat?** Het is meer dat de brieven meer wat afstandelijk zijn en is niet zo zoals je normaal het contact hebt via de mail of de telefoon. In de mails schrijven ze: 'Beste meneer Boot' en in de brief wordt dat al gelijk: 'Geachte heer'. **Dat vindt u een beetje raar?** Ja dan denk ik jongens dat was uit de prehistorie. Dan probeer je een persoonlijk bedrijf te zijn, probeer dat dan ook mee te nemen in de mailings of de dingen die je daarmee aansluitend probeert op te pakken. Dat je daadwerkelijk ook de voornaam van een klant gebruikt in de communicatie. Dat als een klant dan binnenkomt hier dat je hem dan bij zijn voornaam aan kan spreken. Doe dat dan ook in die brief denk ik dan, want op dat moment voel je wel dat ze je nog kennen. En als ze zeggen: 'Geachte heer Boot', dan denk ik je wie heeft die brief geschreven? **Dus u vindt wel dat er een groot verschil zit in de communicatie via de brieven en de mails en telefoontjes?** Ja want natuurlijk zijn er heel veel mensen die 85/86 zijn en die graag aangesproken willen worden met 'Geachte heer'. Dat snap ik ook heel goed. Maar ik denk dat je in de tegenwoordige tijd zoals dat nu kan dat je in mailing programma's kan selecteren op leeftijd, voornaam. En dan zorg je dat je die voornaam ook in de brief gebruikt. Dat ik een brief krijg met 'Beste Ronald, we hebben een nieuw product' in plaats van 'Geachte heer Boot'. Ja dan hoor ik gelijk al die afstand in die brief. **En wanneer kreeg u die brief?** Een hele tijd geleden al. Maar die heb ik toen weg gedaan. Want ik denk je als ik wat wil weten bel maar of mail maar dan hoor ik het ook wel. Of ik stuur zelf een mailtje waarin ik vraag naar dat nieuwe product. En dan hoor ik het ook wel, maar wel op de informele manier. **Precies, en dat vindt u fijner?** Ja, want die mails worden ook allemaal opgeslagen hoor. En ik vind dat als je hier binnen loopt dat is de begroeting informeel en dan gaan ze opeens in een brief formeel doen, dan heb ik echt het idee dat er een overkoepelend orgaan iets aan het sturen is. **Dus ze moeten wel eenduidig zijn?** Ja."
9	**Prima, via de mail niet zo heel formeel, dat vind ik wel lekker.**	"**En wat vindt u van de 'tone of voice' van de communicatie die Independent Duinrand gebruikt?** Ja dat vind ik wel prima. Ik heb daar natuurlijk niet zo gek veel zicht op of mee te maken. Maar wat ik aan de mail overkomt, niet zo heel formeel en dat vind ik wel lekker. Een beetje informeel. Dat vind ik wel leuk."
10	**Heb ik nog niet gehad, alleen met Marcel gesproken.**	"**Oké en wat vindt u van de 'tone of voice' in de communicatie die Independent Duinrand gebruikt?** Die heb ik nog niet gehad. **U heeft geen communicatie met een adviseur gehad?** Nou ik heb gewoon met Marcel gesproken. **Dat is alles, u heeft niet met een andere adviseur gesproken?** Ja en met Mandy en dat soort dingen."
11		-
12	**Tijdens ontmoetingen prima, daarna werd ik achtervolgd door mails over polismap, dat was opdringerig.**	"**Oké, en wat vindt u van de tone of voice in de communicatie die Independent Duinrand gebruikt?** Tijdens die ontmoetingen daar, heel prima. Daarna werd ik een tijdje achtervolgd door mails omdat ik een app moest gebruiken. En toen dacht ik waarom moet ik nou weer een app gebruiken. Ik heb een verzekering bij jullie, meer dan een. En die loopt gewoon, daar hoef ik geen app voor te hebben. Ik hoef niet dagelijks te kijken of ik nog een verzekering heb. Dat heb ik ook keurig genegeerd, dat was

		misschien wat opdringerig. **Omdat u steeds die mails kreeg?** Ja en dat paste niet helemaal bij de diensten die ik van hen had afgenomen. **Oké dus de communicatie toen via de mail en face-to-face, daar zat een verschil tussen?** Ja, ik denk dat ze hadden moeten weten dat ik niet op de mailinglijst had hoeven te staan voor de app. **Want daar bent u niet geïnteresseerd in?** Nee, maar ik heb ook geen wekelijkse informatie nodig. Ik heb geen beleggingsportefeuille die ik via hun laat regelen. Dus ik heb wekelijks helemaal geen nieuws nodig. Dus ik hoef ook niet via mijn mobieltje informatie te krijgen. **Nou die polismap app is meer bedoelt dat je in je polissen kan kijken, niet dat je allemaal informatie toegestuurd krijgt.** Dat kan dan wel zo zijn, en dat zal dan wel aan mij liggen en mijn leeftijd, maar als ik in mijn polissen wil kijken dan doe ik dat wel via de desktop of laptop. Dan ga ik niet op mijn mobieltje zitten te turen naar polisvoorwaarden."

Eindconclusie:
Klanten vinden de informele tone of voice in e-mails en gesprekken prettig, maar zij vinden wel dat de brieven nog te formeel zijn. Dit vinden sommige klanten verwarrend omdat zij soms formeel en soms informeel worden aangesproken. Een klant vindt de brief over de nieuwe werkwijze van het bedrijf erg onduidelijk, omdat hij de franchiseformule niet kent en de aan de telefoon iets had gehoord over een rechtszaak, dit vond hij erg verwarrend. Een andere klant ontving wekenlang e-mails over de digitale polismap, dit paste niet bij zijn product en hij vond dit te opdringerig.

115. Wat vindt u van de service van Independent Duinrand? (Wat vindt u van de service tijdens het vergelijken, het afsluiten en de prolongatie?)

Respondent	Label	Quote
1	**Vergelijking ging prima, bij opzegging oudere verzekering kreeg ik wel vier mailtjes, wel heel veel, toen dacht ik moet dat nou?**	"**En wat vond je van de service van Independent Duinrand tijdens het vergelijken van je verzekeringen?** Nou de vergelijking ging prima maar op het moment dat ik over ging stappen. **Van je oude naar je nieuwe verzekering?** Ja toen moest mijn oude verzekering opgezegd worden, daar krijg ik geloof ik op een gegeven moment wel vier mailtjes over, over dat opzeggen. **Van de medewerkers hier beneden?** Nee dat gaat automatisch omdat je dat digitaal allemaal op moet zetten en toen hadden ze een digitale handtekening nodig en op een gegeven moment toen ik één verzekering had opgezegd kreeg ik wel zeven of acht mailtjes daarover. Dat vind ik wel heel veel. **Oké.** Maar dat kwam eigenlijk omdat je je oude verzekering opzegt. **Dus bij het afsluiten was dat meer?** Nee bij het overstappen, niet het afsluiten maar het overstappen. **Oké en het afsluiten ging dus gewoon goed?** Ja dat ging goed maar alleen bij het overstappen kreeg ik veel mailtjes, dat ik dacht van moet dat nou zo. **En heb je al een keer een prolongatiecheck of een jaarlijkse check gehad van je verzekeringen?** Nee dat nog niet."
2	**Ging allemaal goed, ze zoeken alles tot in de puntjes uit. Mooiste was dat ze kijken of het goedkoper kan voor je andere verzekeringen.**	"**Oké en u heeft ooit via ons een verzekering afgesloten, en wat vond u toen van de service? Tijdens het vergelijken, afsluiten en de nazorg?** Ja ging allemaal goed. Ja het afsluiten ging goed, daarvoor, erna ze zoeken alles echt tot in de puntjes uit. Dan komen ze met een voorstel en wat ik het mooiste vind tot nu toe, bij mij hebben ze dat laatst gedaan. Want heel veel verzekeringsmaatschappijen die kijken niet meer naar je om als je eenmaal je verzekering hebt afgesloten. Je bent verzekerd en alles wordt betaalt en alles wordt hoger maar je hoort niets meer van ze. Maar Mandy ging toch voor mij kijken of ik niet beter een pakket kon nemen van mijn verzekeringen, en dat scheelde mij toch bijna €300 euro in de maand. **Kijk ja, dus dat vond u heel positief.** Ja dat is gewoon super positief, want ik denk niet dat andere maatschappijen dat zo één twee drie doen."
3	**Toen ik er alleen voor kwam te staan is Mandy hier geweest, meedenken, vond ik geweldig, goede troost.**	"**Oké en u heeft in het verleden een verzekering bij ons afgesloten, wat vond u van de service bij het vergelijken en bij het afsluiten en de nazorg?** Nou ja, kijk, we hadden ons hele verzekeringspakket bij Independent Duinrand ondergebracht, en ik kwam er zeven maanden geleden alleen voor te staan en toen heb ik Mandy hier uitgenodigd. En toen zijn we door alle verzekeringen gelopen, en toen bleek gewoon dat ik te veel premie zou betalen als ik bij al die maatschappijen zou blijven. Dus via de vergelijkingssite zijn we erachter gekomen dat ik gewoon veel goedkoper met mijn verzekeringen uit ben. En dat vond ik gewoon helemaal perfect. Dus het is ook niet zozeer dat Independent de verzekeringen in hun eigen kastje willen houden, maar meedenken met de klant en in dit geval meedenken met mij en dat vond ik geweldig. Daar was ik echt super blij mee en dat was voor mij een goede troost. **Oké."**
4	**Ze kijken wel wat het voordeligst is, nazorg niet, ze vragen niet of de verzekering of service bevalt, zou beter kunnen.**	**"En u heeft ooit een of meerdere verzekeringen via ons afgesloten, hoe was toen die service, tijdens het vergelijken, het afsluiten en de daarna?** Daarna niet zo, maar ze kijken wel wat het voordeligst en het goedkoopst voor je is, dat doen ze dan wel allemaal. **Maar de nazorg dat was niet zo?** Nee nazorg eigenlijk niet, je sluit een hypotheek af en je krijgt een nummer voor mijn polismap en dan vragen ze niet of de verzekering of de service bevalt. **Oké dus dat zou beter kunnen?** Ja dat zou misschien beter kunnen ja."
5	**Wel goed gekeken naar wat voordeligste was,**	"**U hebt dus in het verleden een verzekering afgesloten bij ons en hoe is toen die service verlopen? Tijdens het vergelijken en bij het afsluiten en**

	maar verzekeringen bleven verspinnerd. Was niet de bedoeling.	**de nazorg?** Ja dan heb ik het ook weer over heel lang geleden. We hadden alles versnipperd, want we waren al drie of twee keer verhuisd en we hadden in een andere woonplaats ook nog verzekeringen lopen. En toen hebben we bij Duinrand gevraagd of al die verzekeringen in een pakket konden worden gebundeld, en toen kregen we desondanks bij allerlei verschillende maatschappijen, verzekeringen. De ene verzekering liep bij Delta Lloyd en het andere liep bij FORTIS toen, en toen was het alsnog een versnipperde toestand omdat alle verzekeringen alsnog bij verschillende maatschappijen liepen. **Oké en u bedoelde dat u alles in een pakket wilde hebben en ook bij dezelfde maatschappij?** Ja precies, omdat als je dat doet ook vaak de premie omlaag gaat. Maar het is alsnog versnipperd omdat ze bij Duinrand toch zeiden dat deze manier het goedkoopste was, om bij verschillende maatschappijen mijn verzekeringen onder te brengen. Dus dat hebben ze expres wel goed bekeken voor de premies maar het bleef versnipperd. **En dat vond u niet zo fijn?** Nee dat was juist niet de bedoeling. **Maar u vond het wel fijn dat ze gekeken hadden naar de goedkoopste optie was?** Ja dat wel. **Maar u vond het dan weer vervelend dat uw verzekeringen alsnog versnipperd waren?** Ja je moet iedere keer weer kijken, wat heb ik nou bij welke maatschappij verzekerd snap je."
6	**Ja top, gewoon top.**	"**Oké en u heeft in het verleden een of meerdere polissen via ons afgesloten.** Ja klopt. **En wat vond u toen van de service tijdens het vergelijken, afsluiten en de nazorg?** Ja top, gewoon top. **Er ging niks mis?** Nee. Want als dat zo is dan hoor je dat wel van mij. **Ja oké."**
7	**Tijdens het afsluiten ging het goed, belverzoek ingediend half uur later teruggebeld en toen stap voor stap alles doorgenomen, service en uitleg was echt heel fijn.**	"**En je zei net dat je de service zo goed vond?** Ja. **En welke service was dat dan specifiek, was dat tijdens het vergelijken, afsluiten of tijdens de nazorg?** Tijdens het afsluiten eigenlijk. Ik had een bel verzoek ingediend, en toen werd ik binnen een half uur gebeld. En die persoon die had eigenlijk meegekeken op mijn scherm via de computer. En toen zijn we stap voor stap langsgegaan wat voor mij het belangrijkst is. **En dat was via dat schermdelen of niet?** Nee hingen allebei gewoon aan de telefoon en hadden allebei ons scherm open. **Oh oké.** Of nou ja het zou wel kunnen dat het wel schermdelen is geweest. Maar goed, de service was echt heel erg fijn. Want er waren gewoon dingen die ik niet snapte en ik wist niet welke opties ik moest kiezen. En als je die vragen hebt, dan kun je het ook niet meteen afsluiten dus als je dan met iemand aan de lijn hangt die met je meekijkt en alles uitlegt dan is dat heel fijn. **Dus u heeft het uiteindelijk online zelf gedaan maar met behulp van een adviseur?** Ja klopt."
8	**Ging erg goed, wel korting vergeten in berekening, maar na een half uurtje opgelost. Niet goedkoopste optie maar wil best meer betalen voor snelle respons en service. Moeten mensen ook weten.**	"**En wat vindt u van de service van Independent Duinrand? Want u heeft natuurlijk een verzekering ooit vergeleken als het goed is, afgesloten, prolongatie, hoe ging dat allemaal?** Ja dat ging erg goed. Ik heb dat allemaal netjes per mail en telefoon gedaan. De eerste zet was vanuit hier, dat Astrid heeft ze volgens mij of niet? **[denkt na] Ja Desiree denk ik?** Ja want die zit nu ook beneden of niet? **Ja.** Oké dan zal Desiree toen gebeld hebben, die heeft mij toen gebeld. Astrid was waarschijnlijk de vervangster toen zij met haar studie bezig was. **Ah oké.** Maar zij heeft toen gebeld met de boodschap dat ze ook verzekeringen deden. Toen heb ik daar informatie over opgevraagd en toen heb ik dat vergeleken. En toen heb ik ook gezien, want toen zat ik ook bij Ohra die dus wel vier à vijf procent korting geeft. En ik vind het ook niet erg om hier wat meer te betalen want ik weet ook wat ik er hier voor krijg. Maar op dat moment werd er gezegd dat het goedkoper zou zijn dan mijn eigen verzekeringen terwijl ik nu 3 euro meer betaal. Nu maakt mij die drie euro niet zoveel uit maar daar ging al een koppeling fout, want ze waren die korting van de Ohra vergeten mee te rekenen in de vergelijking. Dat is dan jammer want dan moet je eigenlijk als Duinrand aangeven dat je die korting niet biedt maar wel een kantoor hebt en dat het daardoor wat duurder is. Maar voor de rest heb ik alles netjes via de mail gekregen, alle statussen van wat er maximaal gedeclareerd kan worden en wat waar bij hoort. Dus wat dat betreft gewoon een heel compleet pakket. En toen was er vergeten om bij een verzekering er iemand bij te zetten. Maar toen heb ik even een mailtje gestuurd daarover, en twee uur later lag het goede document gewoon in mijn mailbox. **Dus de responstijd was wel goed?** Ja dat gaat gewoon echt goed, dat gaat super. En daar kunnen jullie gebruik van maken want mensen willen daarvoor betalen als ze weten wat er gebeurt. Maar ze willen er niet voor betalen als ze het niet weten, want dan kiezen ze voor de goedkoopste optie en dat is dan niet Duinrand."
9	**Geen klachten ze zijn overal gelijk achter aan gegaan.**	"**En we hadden het er net al even over, u heeft een ongeluk gehad, wat vindt u dan van de service van Independent Duinrand. Met het vergelijken, het afsluiten?** Ja prima, geen klachten over, ja ze zijn gelijk overal achteraan gegaan."
10	**Netjes geholpen met afsluiten, oude verzekeringen opzeggen en nieuwe af te sluiten.**	"**En wat vindt u van de service van het bedrijf tijdens het vergelijken en afsluiten en de nazorg?** Ja die is goed. **Kunt u beschrijven hoe dat ging?** Nou ja, ze hebben mij netjes geholpen met verzekeringen, nieuwe polissen af te sluiten en de oude op te zeggen. Allemaal netjes geholpen. **Oké."**
11	**Goed geïnformeerd er is**	"**Oké, en wat vindt u van de service van Independent Duinrand? Want u**

	adequaat gehandeld. Klanten niet doorverwijzen naar site maar uitnodigen voor face-to-face gesprekken.	**heeft ooit een verzekering vergeleken en afgesloten, hoe ging dat toen en hoe ging dat toen met de nazorg? Kunt u dat beschrijven hoe dat ging?** Uiteindelijk gaat het denk ik om een product dat extra goed bij je past. En het is toen allemaal op een nette manier gedaan en ik ben goed geïnformeerd en er is adequaat gehandeld. **Oké.** Dus daar ben ik tevreden over. **In het begin zei dat u door een klantenservice of een antwoordnummer werd doorverwezen naar de website en toen duurde het heel lang voordat er terug werd gebeld, dat vond u dan minder prettig?** Als ik het goed begrijp ging het om een situatie dat er vertraging in de communicatie zat? **Nou u gaf aan het begin van het interview aan dat u een paar maanden geleden door werd verwezen naar de website, en dat het wat persoonlijker kon zei u.** Ja. **Dat ging toen wel even fout dus?** Nou dat maakt het wat minder persoonlijk als je als bedrijf uitstraalt onafhankelijk te zijn en deskundig en dergelijke. En om dan klanten te benaderen met de mededeling dat het allemaal op de site staat en dat ze het moeten lezen en dan horen we u wel, dat vindt ik minder. Je kan ook zeggen als bedrijf, goh we hebben iets dat u mogelijk interesseert maar laten we vooral een afspraak maken om face-to-face dit te bespreken. Dat maakt het persoonlijk, daarmee wek je vertrouwen en daarmee trek je dus bestaande en nieuwe klanten."
12	**Alleen mails over polismap waren vervelend, de rest uitstekend.**	"**En u zei dat het enige wat u vervelend vond in die hele algemene service, is dat u steeds e-mails kreeg over die polismap of was er nog wat anders?** Ja nee alleen dat vond ik vervelend, de rest was uitstekend."

Eindconclusie:
Klanten vinden de service over het algemeen erg goed, alles wordt tot in de puntjes uitgezocht, er wordt goed meegedacht en gekeken wat het voordeligst is en welke dekking het beste past. Ook vinden klanten dat problemen snel en adequaat worden opgelost, dit waarderen zij erg. Een klant vond wel dat zij erg veel mails krijg over het opzeggen van haar oude verzekering, dat vond zij erg storend. Een andere klant geeft als tip mee om klanten niet door te verwijzen naar de website maar ze uit te nodigen op kantoor voor een face-to-face gesprek.

116. Heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand? (Zo ja, via welk medium heeft u dat gemeld en hoe verliep dat?)

Respondent	Label	Quote
1	**Nee hier niet.**	"**En je zei dat je nog nooit schade gemeld had bij Duinrand toch?** Nee hier niet. **Hier niet oké, dan slaan we die over."**
2	**Ja wel vaak, maar ik had er geen omkijken meer naar alles werd gewoon geregeld.**	"**Oké en heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ja wel vaak. **Ja?** Ja. **En hoe heeft u dat toen gemeld, via de website, polismap of belde u?** Nee ik heb gewoon gebeld of ik ben even langsgegaan. **Oké en hoe ging dat?** Ja ik was natuurlijk niet zo blij, maar dat ging gelukkig allemaal goed. **Oké dus dat verliep allemaal goed?** Ja ik had er geen omkijken meer naar, alles werd gewoon geregeld."
3	**Ja zou echt niet weten hoe lang geleden misschien wel nooit.**	"**En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ja. [denkt na] **En hoe heeft u dit gemeld, was dit via de polis-map of was dit toch nog via de telefoon of?** Ja die polis-map die bestaat natuurlijk nog niet zo lang. **Nee, dus was het was even geleden dat u die schade gemeld heeft?** Ja, ik zou echt niet weten hoe lang geleden. Misschien wel nooit. Een keer met de auto? Ik heb geen idee. **U weet het niet meer?** Nee, ik denk een keer met de auto. Nee, ik heb geen idee. Ik denk dat als dat zo is, dat het gewoon heel lang geleden is. Ik betaal keurig mijn premie elke maand, maar ik heb nauwelijks iets. Nee ik zou het gewoon echt niet weten. Ik denk dat je dan maar eens in mijn polis geschiedenis zou moeten kijken als je op de zaak bent, om te kijken hoe lang geleden het is dat ik een schade heb gemeld. Maar ik zou het echt niet weten. **Nee dat kan."**
4	**Zonnebril gedeclareerd bij ANWB niet bij jullie.**	"**Oké en heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ik denk dat ik een keertje, toen wij op vakantie waren geweest, dat ik een zonnebril of zoiets heb gedeclareerd maar ik kan me het niet meer goed herinneren. Ik denk dat ik ooit wat gedeclareerd heb, maar dat is niet bij Independent Duinrand geweest. **Oké.** Dat is volgens mij bij de ANWB geweest geloof ik."
5	**Meer dan veertien jaar geleden een inbraak gemeld, dat ging allemaal prima.**	"**Oké en heeft u ooit schade gemeld? U zei dat u iets met een inbraak gemeld had?** Ja in Den Haag, dat is meer dan veertien jaar geleden, toen heb ik een inbraak gemeld ja. **En dat ging toen nog gewoon via een schadeformulier denk ik?** Ja. **En dat ging allemaal goed?** Ja dat ging prima."
6	**Pas nog mijn vader heeft schade gemeld. Mandy heeft het afgehandeld, harstikke persoonlijk en goed.**	"**En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** [denkt na] Heb ik ooit schade gemeld? O ja pas nog. Mijn vader heeft schade gemeld. **En hoe heeft u dat toen gedaan, via de polismap of heeft u toen gebeld of gemaild?** Ja ik heb het aan Mandy gegeven, en Mandy heeft het verder afgehandeld. Dat ging gewoon hartstikke persoonlijk, dat gaat gewoon goed."
7	**Nee dat niet gelukkig.**	"**Je bent nog maar drie weken klant, dus ik hoop niet dat je al schade hebt gemeld bij ons, of wel?** Nee dat niet gelukkig."
8	**Nee.**	"**Heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Nee. **Nee? Oké. Dan kunnen we die overslaan."**

9	**Ja ging prima geen klachten, ze zijn overal achteraan gegaan. Ging wel iets mis maar dat was mijn eigen schuld.**	"**En we hadden het er net al even over, u heeft een ongeluk gehad, wat vindt u dan van de service van Independent Duinrand. Met het vergelijken, het afsluiten?** Ja prima, geen klachten over, ja ze zijn gelijk overal achteraan gegaan. **Maar er was wel eens iets misgegaan, zei u aan het begin?** Ja nou, dat was met een schade in een kelder. Met het overlopen van water. De kelder stond blank en dat was dan zogenaamd in mijn kelder gebeurd maar het was gewoon stadsleiding die lek was. Nou en iedereen kreeg geld uitbetaald en bij mij kwam er niets los. Dus daar hadden ze van mij wel wat harder tegen mogen vechten, daarvoor. Ik heb het zelf ook wel een beetje laten versloffen hoor, want ik was toen makkelijk. Zo van 'nou dan krijg ik het toch niet'. Maar het ging wel om een paar duizend gulden toen, kun je nagaan. Maar dat hoorde ik pas later dat die anderen alles gekregen hadden en toen was ik te laat om het alsnog te claimen. Daar had ik achteraan moeten gaan, maar dat is ook een beetje mijn eigen schuld."
10	**Nog niet gelukkig.**	"**En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Nog gelukkig niet. **Oké."**
11	**Ja heb ik gedaan. Goed en niet goed, online schadeformulier deed het niet maar is keurig netjes nieuwe formulier opgestuurd.**	"**En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ja heb ik gedaan. **En hoe ging dat?** Goed en niet goed. In die periode zaten ze nog in de overgang naar de nieuwe website en was de toegang nog niet helemaal soepel. **Oké dus u wilde toen via de website het schadeformulier invullen waarschijnlijk?** Precies. Toen heb ik in het weekend gemerkt dat het niet allemaal zo soepel liep, toen maandag opnieuw gebeld, en toen is er keurig netjes een online formulier toegestuurd en is het verder keurig netjes afgehandeld. **Oké, dus via de site ging het toen niet zo soepel maar dat kwam meer omdat de site nog niet helemaal klaar was?** Ja. Dat is toen een keer voorgekomen en daarna is het allemaal wel soepel verlopen."
12	**Ja. Nog aan het afhandelen met Peter, maar ligt aan mij ik moet actie ondernemen.**	"**En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ja. **En hoe ging dat?** Nou daarvoor ben ik dus doorverwezen naar die Peter en dat zijn we aan het afhandelen. **Oh daar bent u dus nog steeds mee bezig?** Ja dat ligt niet aan hun dat ligt aan mij, ik moet nog wat doen. Een aannemer die moet nog wat doen en dat duurt bij mij altijd heel lang. **Maar die schade heeft u toen face-to-face gemeld bij Peter of heeft u dat via de website gedaan?** Nee dat hebben we daar ter plekke allemaal geregeld. Heel lang verhaal maar er is een waterleiding bij mij in de muur gebarsten al twee jaar geleden en dat hebben ze gemaakt, althans gerepareerd. [lacht hardop] **[lacht hardop]** Maar het moet nog worden afgemaakt, nog worden gestuct en ik kom er steeds niet aan toe om een aannemer aan te roepen daarvoor. En dus ligt het hele schade afhandel proces nu even stil. Als ik dat wel doe dan kan ik de schade afhandeling in orde maken. **Oké ik begrijp het.** Maar dat ligt niet aan Duinrand dat ligt allemaal aan mij."

Eindconclusie:
Een deel van de geïnterviewde klanten heeft nog nooit schade gemeld bij Independent Duinrand. Degenen die dat wel hebben gedaan gaven aan dat de afhandeling keurig verliep en dat ze er geen omkijken meer naar hadden. Bij een enkeling ging het even mis met het online schadeformulier maar dit werd snel weer opgelost.

117. Wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?

Respondent	Label	Quote
1	**Ja vond ik toen met die mailtjes van het overtappen te veel, voor de rest wel prima. Promotie kan wat meer via de mail.**	" **En wat vindt je van het aantal contactmomenten? Want je zei net al ik kreeg zeven à acht mailtjes gehad toen met die overstap.** Ja dat vond ik toen wel veel, maar voor de rest vind ik eigenlijk prima. Nee ik denk zelf dat je in het kader van de promotie wel wat meer mails kan sturen. Want ik krijg nooit een mailtje ergens over. Dat zou misschien nog wel kunnen. Dat zou je dan bijvoorbeeld eens per drie maanden dan doen. Dat ze toch iets van een actie doen. Want ik zie dat wel op Facebook voorbij komen die acties maar niet in de mail. **Oh niet in de mail?** Nee en daar zouden ze meer mee kunnen doen."
2	**Gewoon normaal, niet meer dan nodig. Tenzij goede aanbieding maar anders irritant, postcode loterij.**	"**En wat vindt u met het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Ja gewoon normaal, niet meer dan nodig. Alleen als er wat is. **Oké.** Maar dat is normaal, want ik zit ook niet elke week te wachten op een mailtje. **Nee precies, dus als u wat nodig heeft dan zijn ze er voor u maar verder niet?** Ja precies dat vind ik prima. **Oké.** Ja of je moet een goede aanbieding hebben, daar mogen ze mij wel voor lastig vallen. Je hebt toch niks aan een brief iedere week van iemand. **Nee oké.** Want net zoals de postcode loterij, die mensen gaan mij gewoon irriteren op een geven moment. **Ja dat vindt u irritant?** Ja. **Oké.** Alleen als je echt iets leuks hebt, dan mogen ze bellen of een brief sturen en anders moeten ze niet zo komen zeuren."
3	**Heb her niet zoveel, is gewoon prima.**	"**Wat vindt u van het aantal contact momenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Ja ik heb er niet zoveel. **Dus u heeft er ook niet meer nodig?** Nee. Het is gewoon prima."
4	**Wel genoeg, ze houden je meestal op de hoogte, ik wil alleen een mail als het voor mij belangrijk**	"**Oké, en wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers? U zei net al dat de respons misschien wat langzaam is?** Ja ik heb wel genoeg contactmomenten, zeker. Ze houden je meestal wel op de hoogte, maar als ze niks te melden hebben, ja dan hoor je ook niks, dat is

	is.	logisch. **En dat vindt u wel prima?** Ja dat vind ik ook prima. Ik wil niet iedere dag een mailtje van ze of zoiets, alleen als het voor mij belangrijk is."
5	**Heb helemaal geen contactmomenten, is minimaal. Heb geen behoefte aan meer contactmomenten.**	"**Oké en wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Ja ik heb helemaal geen contactmomenten. **Maar als u ze nodig heeft, net als laatst met de polissen dat u dacht dat er polissen misten, dan krijgt u ze wel te pakken?** Ja toen stonden de polissen op twee namen, terwijl ik denk wij wonen toch in een huis, het is ooit samen binnen gekomen maar dat is toen door dat invoeren weer gesplitst geraakt op twee namen. Maar dat ging allemaal prima, dat heb ik gewoon opgegeven en dat was in orde. Maar het aantal contactmomenten is minimaal. **Maar wilt u er wel meer?** Nee ik heb geen behoefte aan meer contactmomenten. Nee, want onze situatie is gewoon bestendig dus dat hoeft niet."
6	**Ik denk dat het gewoon goed is. Vind het leuk om een beetje op de hoogte te blijven, ik krijg voldoende informatie.**	" **En wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** [denkt na] Ja contactmomenten. **Ja dan heb ik het over de mail, telefoon, persoonlijke communicatie.** Ja ik denk dat gewoon goed is, ik krijg regelmatig mails binnen en die lees ik vaak ook. Want ik vindt het ook wel heel erg leuk om een beetje op de hoogte te blijven. Ja ik denk gewoon dat het goed is, en ik krijg in principe voldoende informatie om op de hoogte te blijven. **Oké dus u vindt het aantal contactmomenten wel genoeg zo?** Ja, nee dat hoeft voor mij echt niet meer of minder. Ik krijg regelmatig een nieuwsbrief dat je dan even doorleest en waardoor je op de hoogte wordt gehouden. Ja ik vindt het prima."
7	**Gewoon goed, gebeld, mail gestuurd en mail teruggekregen en dat was prima.**	"**En wat vind je van het aantal contact momenten met de medewerkers van Independent Duinrand tot nu toe?** Ja gewoon goed. Ja wat ik net zei, ik diende een terugbel verzoek in en ik werd gelijk binnen een half uur gebeld. En daarna heb ik nog een mail gestuurd om meer informatie, en toen kreeg ik een mail terug en dat was prima. Dus via de mail of telefonisch dat ging allebei gewoon goed."
8	**Belangrijk dat ze jaarlijks van zich laten horen, anders gaan mensen toch naar het internet. Mailde naar hypotheker, no reply omdat die medewerker er niet meer was, dat is zonde.**	"**U zei net al het contact via de mail ging best wel snel en ik ben altijd goed geholpen en wat vindt u dan van het aantal contactmomenten met de medewerkers?** Ik vind het belangrijk dat ze jaarlijks wat van zich laten horen, zeker in de trant van de verzekeringen. Bij de hypotheken heb ik alleen contact als ik zelf contact opneem. Maar ik denk dat het belangrijk is zeker met betrekking tot de verzekeringen dat er jaarlijks even een briefje uitgaat. Zodat mensen van je blijven horen. Want mensen die hebben een verzekering lopen, die betalen maandelijks die zien maandelijks dat het bedrag wordt afgeschreven. Maar ze zien op den duur niet meer bij wie het wordt afgeschreven, ze zien alleen bijvoorbeeld die €21,50 die wordt afgeschreven. Op dat moment gaan ze dan toch weer naar het internet omdat ze de binding met het bedrijf kwijt zijn en alleen maar op prijs gaan zitten. **Maar dat mist u zelf ook als klant? Dat u een keer geen brief had gekregen dat u een jaar niks hoorde?** Nou ja ik heb een paar keer een mail gestuurd vanwege een hypotheek en ik krijg een no reply omdat die medewerker er niet meer was. En dan denk ik ook waar zitten ze nou? Dat is zonde. En ik heb nu denk ik een half jaar die verzekeringen lopen dus ik weet niet hoe dat met die verzekeringen gaat. Maar het zou wel mooi zijn als ze dat inpakken nu in die verzekeringen. Dat ze eind januari of eind december, net als met de zorgverzekeraars die ook allemaal een brief sturen, even laten weten dat ze een nieuw product hebben of dat ze er in ieder geval nog voor je zijn. **Wat we wel altijd doen, want u heeft natuurlijk net die verzekering bij ons afgesloten, dus u heeft daar nog niets van gemerkt. Maar elk jaar vergelijken al de adviseurs beneden altijd even alle verzekeringen in de markt en kijken ze of het elk jaar nog goedkoper kan. Dus dat is wel die prolongatiecheck die wij elk jaar doen.** Ja precies, maar laat ook horen aan de klant dat dat gebeurt. Want als Duinrand zegt dat ze dat doen maar die klant die hoort daar niks van. Dan weet die klant ook niet of ze daar iets mee gedaan hebben. Stuur bijvoorbeeld een sms'je voor negen cent, dat kan tegenwoordig via internet. Op dat moment laat je wel van jezelf horen en heeft de klant het idee dat je er ook mee bezig bent. Dat is waar je het verschil kunt maken tussen een echt bedrijf en een internetbedrijf."
9	**Ja prima, ze bellen terug als ze het niet weten. Ik ben hier met mijn polismappen geweest en heb alles opgeschoond, ging prima, erg vriendelijk.**	" **En wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Ja prima. Wat ik net zeg. Als ze het niet weten dan bellen ze terug, dan zoeken ze het uit. Ik had op een gegeven moment zoveel spullen van verzekeringen laten liggen in mijn mappen en niets verschoond, weet je wel. Dus ik met mijn mappen hier naartoe, alles uitgelegd, alles uitgezocht, nog even vergeleken of andere verzekeringen van andere verzekeringsmaatschappijen goedkoper waren met hetzelfde aanbod. Ja, goed, prima. Erg vriendelijk."
10	**Contactmomenten met Marcel en Mandy gaan gewoon goed ja.**	"**Wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers? U heeft vooral Marcel en Mandy gesproken, maar dat ging gewoon goed?** Ja."
11		-
12	**Prima, ik krijg alle informatie die ik nodig**	"**Oké, en wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Prima. **Prima?** Ja, ik krijg alle

	heb.	informatie die ik nodig heb. **Dus u wil niet meer of minder benaderd worden?** Nee hoor zo is het goed. **Oké duidelijk."**

Eindconclusie:
Klanten geven aan dat zij niet zoveel contactmomenten met Independent Duinrand hebben maar dat zij ook niet behoefte hebben aan meer contactmomenten. Anders wordt het irritant vinden ze, net als de Postcode Loterij. Sommige klanten zeggen dat er misschien wat meer aan promotie kan worden gedaan, vooral als het ook voor de klant van belang is. Een ander vindt het leuk om op de hoogte te blijven, maar krijgt wel voldoende informatie.

118. Hoe vindt u de communicatie via de website? (Wat vindt u van de informatievoorziening en gebruiksvriendelijkheid van de website?)

Respondent	Label	Quote
1	**Ja ook wel goed, ik kon alles vinden.**	"**Oké en je zei net al de stijl van de website vind ik hartstikke leuk en gebruiksvriendelijk maar wat vindt je van de informatievoorziening?** Ja die is ook wel goed, ik kon alles wel vinden."
2	**Persoonlijk contact is veel leuker en beter.**	"**Oké en u zei dat u niet zoveel via de website doet hè?** Nee dat doe ik niet. **U bent niet zo digitaal?** Ja ik kijk wel maar ik vind dit veel leuker en beter. **Persoonlijk contact?** Ja."
3	**Gebruiksvriendelijk in ieder geval, genoeg links op de site om daar te komen waar je moet zijn. Niet vaak op de site geweest verder.**	"**En wat vindt u daarvan als u op de website komt, wat vindt u dan van de stijl, look en feel van de website?** Gebruiksvriendelijk, dat in ieder geval. Ik ben er niet zo vaak op geweest hoor, want zodra het allemaal geregeld was, toen heb ik er nauwelijks ook meer naar gekeken. Dus dat is ook wel weer een eerlijk antwoord. Kijk en mijn polismap, die vind ik natuurlijk ook op die site, maar ik kan ook op een andere manier in mijn polismap komen, www.mijnpolismap.nl, toch? **Is dat zo?** Ja, volgens mij wel. Dat dacht ik tenminste. Ik weet ook eigenlijk niet zeker of het nou waar is wat ik zeg. Ja, mijnpolismap.nl. **Dat kan wel hoor, want zo heet natuurlijk die app. En die app is van Voogd & Voogd.** Die heb ik ook op mijn telefoon staan. **Oh u heeft ook de polis-map app? Maakt u daar ook gebruik van of doet u het liever via de site?** Nee maakt mij niet uit. Ik ben net terug uit het buitenland, en als ik dan weer terug ben, vind ik het handig dat ik de polis-map heb. Ik moet hem hier ergens hebben. Ergens in een mapje, maar ja, boeit ook niet zo echt. Ja, dus je kan er op twee verschillende manieren komen. Of via de site of via mijn polismap.nl. Ik vind het een mooie site en ik heb er nog niet genoeg mee gedaan om daar verder een reëel antwoord op te geven. Maar de keren dat ik op de site was, klikte ik, er zijn genoeg links op de site om daar te komen waar je moet zijn."
4	**Je komt er makkelijk achter wat je moet hebben, genoeg informatie, hele lijst dus dat is wel handig.**	"**Oké en wat vond u van de stijl van de website?** Ja je komt er wel makkelijk achter wat je moet hebben. **Ja?** Ja. **Dus u vindt de website wel gebruiksvriendelijk?** Ja. **En wat vindt u van de informatievoorziening op de website?** Ja daar staat genoeg informatie op. Je kunt allerlei polissen en verzekeringen met elkaar vergelijken. Dus als je er op klikt en je geeft aan wat je wilt dan krijg je een hele lijst. Dus dat is wel handig ja."
5	**Ik heb de website niet bekeken hoor.**	"**Wij hebben bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen zoals onze mascotte, ons logo en onze website. En daarvan wil ik van elke klant weten wat hij daar eerlijk van vindt.** Ik heb de website niet bekeken hoor."
6	**Ja ik kan alles wel vinden, er staat genoeg informatie op.**	"**Nee oké, dus u kunt wel alles vinden op de site zegt u?** Ja ik kan wel alles vinden. **En wat vindt u van de informatievoorziening op de website?** Ja die is ook gewoon goed, er staat genoeg informatie op."
7	**Ja heel goed, mooi, helder, overzichtelijk. Vergelijken was heel helder.**	"**En je zei dat je wel al een keer de website had bezocht?** Ja. **En wat vond je van de stijl en vormgeving van de website?** Ja heel goed. Mooi, helder en overzichtelijk. Je kon gelijk de verzekering aanklikken die je wilde en dan je gegevens invullen en starten met vergelijken. Dat was heel helder."
8	**Nee, moet ik binnenkort wel gaan doen.**	"**En u zei dat u nog nooit op de website was geweest toch?** Nee. Moet ik wel binnenkort een keer gaan doen geloof ik."
9	**Duidelijk, goed overzichtelijk, maar nog niet in verdiept of nodig gehad.**	"**U heeft de vernieuwde website nog niet echt gezien?** Nee, ja, globaal. Even erdoorheen geracet. **En kunt u nog herinneren wat u toen dacht of wat uw ervaringen waren?** Nou ja, dat het duidelijk was. Dat vond ik wel, het was goed overzichtelijk, maar ik had me er nog niet in verdiept. Nee. Ik heb het nog niet nodig gehad."
10	**Wordt steeds beter, makkelijk en overzichtelijk, ik mis niks.**	"**Dan hebben we ook nog de website, wat vindt u dan meer van de stijl, de vormgeving van de website?** De website wordt steeds beter, ja. **Wordt steeds beter, dus die is nog niet optimaal?** Nou ja, ze zijn wel steeds meer aan het vernieuwen. **En wat vindt u dan, ik weet niet of u vaak op de website bent van ons, wat vindt u van bijvoorbeeld het gebruikersgemak daarvan?** Het is makkelijk, ik heb de app ervan nog niet op mijn telefoon staan, maar het is allemaal makkelijk en overzichtelijk. **Oké, en wat vindt u van de informatievoorziening?** Ja die is goed. **Ja? U mist niets erop waarvan u denkt nou dat kan ik nog bij?** Nee hoor, ik niet."
11	**Indeling rustig en overzichtelijk. Klantvriendelijk, je kunt alles goed vinden. Leesbaarheid en behapbaarheid inhoud**	"**Oké en wat vindt u van de website?** Overzichtelijk en klantvriendelijk. **En wat vindt u van de vormgeving?** Ja strak, mooi. **En vindt u dan ook alle informatie die u nodig heeft op de website?** Ja ik kan alles altijd wel goed vinden. Ik vindt de site beter dan wat Duinrand hiervoor had. De indeling is rustig en overzichtelijk en de inhoud heb ik nog niet overal even concreet bekeken. Maar ik vindt wel dat alles op dezelfde manier is ingevuld en het is

	belangrijk.	leesbaar. Met name qua inhoud is het belangrijk dat de leesbaarheid goed bekeken wordt, dat het behapbaar is voor een consument omdat die anders al heel snel afhaakt."
12	**Geloof wel da ik alles goed kon vinden.**	"**En dat kon u wel makkelijk vinden?** Ja ik geloof het wel, maar daar was toen van alles mee. Maar dat kwam ook omdat ze mij volgens mij de verkeerde versie hadden gestuurd. **Oh oké wat vervelend."**

Eindconclusie:
De klanten vinden de website overzichtelijk en duidelijk, ze kunnen goed de weg vinden en er staat genoeg informatie en links op. Een paar klanten zijn nog nooit op de website geweest, zij verkiezen persoonlijk en face-to-face contact boven de website.

119. Hoe vindt u de communicatie via de e-mail? (Wat vindt u van de informatievoorziening van en de responstijd op e-mails?)

Respondent	Label	Quote
1	**Weinig informatie eigenlijk, kan misschien wat meer. Wordt wel snel op mails gereageerd.**	"**Oké communicatie via de email kan wat beter misschien met acties zie je al.** Ja. precies. **Maar de informatievoorziening via de mail is wel gewoon goed?** Ja weinig eigenlijk, want je sluit je verzekering af en verder hoor je eigenlijk niks. **Nee maar dat heb je ook niet nodig?** Nee maar aan de andere kant denk dat je als bedrijf eens in de zoveel tijd wel een mailtje naar je klanten kan sturen. Niet te veel want dan worden ze het ook zat. **En wat vind je van de responstijd op e-mails? Hoe heb je dat ervaren?** Nee dat zit wel goed. **Ja?** Ja er wordt wel snel op mijn mails gereageerd."
2	**Gewoon goed, je krijgt altijd antwoord en snel ook.**	"**Oké en hoe vindt u de communicatie via de e-mail?** Ja die is gewoon goed. **Oké wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening via de e-mail?** Ja als er wat is dan mail ik ook wel. En als je advies nodig hebt of met een vraag zit, dan krijg je gewoon je antwoord. **En krijgt u dan op tijd antwoord?** Nee dat ging gewoon goed en snel ook."
3	**Prima, luid en duidelijk. Keurige responstijd.**	" **Even kijken. Hoe vindt u de communicatie via de email?** Prima. Luid en duidelijk. Ja. Ik heb vragen gesteld aan Mandy, die heeft zij keurig doorgesluisd naar een van haar medewerkers en dezelfde dag of de dag daarna kreeg ik keurig per mail antwoord. Prima. **Dus de responstijd is ook redelijk snel?** Keurig. **Oké."**
4	**Meestal staat alles in de mails, maar anders bel ik, vaak via de mail toch moeilijker te begrijpen dan vind ik extra uitleg absoluut belangrijk.**	"**Oké, en die mails, wat vindt u van de informatievoorziening van die mails?** Ja meestal staat alles in de mails wat je moet weten. Maar als je het niet helemaal begrijpt of zeker weet, dan kun je even contact opnemen met die persoon en die legt het je dan uit hoe het allemaal in precies in elkaar zit. En dan snap je het wel. Want vaak ik het zo dat het via de mail toch moeilijker te begrijpen is dan persoonlijk. **Dus u vindt de aanvullende informatie ook nog wel belangrijk?** Ja dat vind ik belangrijk, dat je gewoon die uitleg erbij krijgt, absoluut."
5	**Daar heb ik geen ervaring mee.**	"**En hoe vindt u de communicatie via de e-mail?** Daar heb ik geen ervaring mee. Nee want ik heb nog geen e-mail contact met hen gehad, ik heb pas laatst mijn e-mail aan ze doorgegeven. Dus ik heb nog niets gezien."
6	**Gewoon goed, alles staat er in en zo niet dan bel ik. Het duurt ook niet te lang of zoiets.**	"**Oké en wat vindt u van de communicatie via de e-mail?** Ja gewoon goed. **Wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening van de e-mail?** Ja alles staat er gewoon in wat ik moet weten, en zo niet dan bel ik. Maar vaak staat wel alles er in. **Oké en de responstijd op de e-mails wat vindt u daarvan?** Jij bedoelt het terug reageren op e-mails? **Ja.** Ja die is gewoon goed hoor. Het duurt niet te lang of zoiets, nee. **Nee?** Maar sommige mensen willen gelijk antwoord als ze een mail sturen, ja dat moet je natuurlijk ook wel een klein beetje aan het bedrijf denken. Ik vindt zelf, als je binnen één of twee werkdagen gewoon reageert dan vindt ik dat netjes. **En dat gebeurt gewoon nu?** Ja dat gebeurt gewoon zo nu en dat is prima."
7	**Ja zeker, alles was allemaal prima.**	"**Oké en via de mail werd er ook snel op gereageerd?** Ja zeker. **En wat vond u van de informatievoorziening via de mail?** Ja was allemaal prima."
8	**Alles netjes via de mail gekregen, responstijd gaat super. Mensen willen daar ook meer voor betalen.**	"Maar voor de rest heb ik alles netjes via de mail gekregen, alle statussen van wat er maximaal gedeclareerd kan worden en wat waar bij hoort. Dus wat dat betreft gewoon een heel compleet pakket. En toen was er vergeten om bij een verzekering er iemand bij te zetten. Maar toen heb ik even een mailtje gestuurd daarover, en twee uur later lag het goede document gewoon in mijn mailbox. **Dus de responstijd was wel goed?** Ja dat gaat gewoon echt goed, dat gaat super. En daar kunnen jullie gebruik van maken want mensen willen daarvoor betalen als ze weten wat er gebeurt. Maar ze willen er niet voor betalen als ze het niet weten, want dan kiezen ze voor de goedkoopste optie en dat is dan niet Duinrand."
9	**Heb ik eigenlijk niet zo gek veel mee te maken want ik bel altijd. Als ik mails krijg gooi ik ze in mijn digitale dossier.**	"**Even kijken hoor. We hadden het net al over de communicatie via de e-mail. Wat vond u van de responstijd in mails?** Ja ik heb daar eigenlijk niet zo gek veel mee te maken, want ik bel eigenlijk altijd. **Oh u belt altijd?** Ja het nummer staat gewoon in mijn telefoon en dat gaat heel snel. Af en toe geven ze een reactie, of de stukken via de e-mail, dat wordt natuurlijk opgestuurd, nou daar kijk ik niet eens naar, dat gooi ik gelijk in mijn dossier daar. Dat gooi ik in mijn digitale dossier en als ik het nodig heb dan kijk ik er wel een keer naar. Ik ben heel slordig hoor met mijn administratie thuis, niet op de zaak, maar wel thuis. **Het digitale dossier, bedoelt u daarmee uw polis-map?** Ja de digitale polis-map. **Oké, die gebruikt u wel?** Ja die wordt wel gevuld ja. **Oké."**

10	**Soms e-mail maar over het algemeen telefonisch. Er wordt gereageerd op mijn vraag en dat is het belangrijkste.**	"**Oké, en hoe verloopt de communicatie via de email, of maakt u daar geen gebruik van, belt u liever?** Soms email, maar over het algemeen is het even telefonisch. **Oké, en als u dan via de email communiceert wat vindt u dan van de informatievoorziening via de email?** Ja die is goed. Er wordt gereageerd op mijn vraag en dat is in feite toch het belangrijkste. **En ook snel vindt u?** Ja dat is allemaal prima ook. **Oké**."
11	**Ja wel prima. Gewoon zoals ik gewend ben.**	"**Oké en hoe vindt u de communicatie via de e-mail?** Ja wel prima. **Wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening via de e-mail?** Is denk ik twee of drie keer voorgekomen dat ik mailcontact heb gehad. Maar dat was verder allemaal naar behoren, niet heel afwijkend. Gewoon zoals je gewent bent. **En wat vindt u van de responstijd via de e-mail?** Nou niet echt opvallend anders dan wat ik eigenlijk gewent bent. **Oké dus u vindt het wel prima zo?** Ja ik zou zelf niet direct iets kunnen noemen waarvan ik zeg dat moeten ze veranderen."
12	**Oh nee responstijd is prima, gaat allemaal heel snel. Zij moesten mij er zelfs aan herinneren dat ik moest antwoorden.**	"**En hoe vindt u de communicatie via de e-mail, wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening via de e-mail?** Goed, ja blijkbaar heb je er al vaker van gehoord maar er was op een geven moment gedoe met formulieren die ik moest invullen. **Wat voor formulieren waren dat?** Ja voor de verzekering, ik heb dat financiële toen afgehandeld en toen zou ik een nieuw verzekeringspakket krijgen en daar moest ik een formulier voor invullen. **Om een nieuwe verzekering af te sluiten?** Ja en het formulier weigerde. **Online?** Ja het online formulier deed het niet. **En dat was in maart?** Ja of februari ergens. **Ja dat kan best kloppen.** En toen heb ik de prachtige chat functie er bij aangehad en toen werkte die nog niet en toen heb ik op een gegeven moment later nog wel iets ingevuld. Maar ik dacht wel toen het gebeurde god wat duurt dit allemaal lang en wat is dit omslachtig. Maar ja je hebt van die bugs in iets en dat zal nu wel weer verholpen zijn. **Ja er was toen inderdaad toen was de nieuwe site net live dus dat kan kloppen. En wat vond u van de responstijd via de e-mail?** Oh nee die is prima. Ja nee dat gaat allemaal heel snel. Sterker nog zij moesten mij een paar keer er aan herinneren dat ik moest antwoorden**."**

Eindconclusie:
Klanten geven aan dat er meestal genoeg informatie in de mails staat, zo niet dan bellen ze voor extra uitleg. Dit vinden de klanten belangrijk omdat een e-mail met uitleg vaak moeilijker te begrijpen is dan dat de klant de uitleg via de telefoon of face-to-face krijgt. De responstijd op e-mails vinden de klanten keurig.

120. Volgt u Independent Duinrand op social media? (Wat vindt u van de informatievoorziening via en het gedrag van het bedrijf op social media?)

Respondent	Label	Quote
1	**Ja via Facebook, staat genoeg informatie op, ook links naar televisie uitzendingen, dat vind ik wel goed.**	" **Oké en je zegt ik zit vaak op internet met zit je ook social media?** Ja. **En volg je Independent Duinrand ook op sociale media?** Ja ik volg ze op Facebook. **Oké en wat vindt je van de informatievoorziening via Facebook?** Ja op zich is daar de informatie wel goed vind ik. **Ja?** Ja vind ik wel. **Daar staat wel alles?** Ja daar staat wel veel op en daar staan ook de links naar de televisie uitzendingen. Dus dat vind ik wel goed. **En wat vindt je ervan hoe Duinrand zich gedraagt op Facebook?** Nou prima hoor, niks op aan te merken."
2	**Nee. Ik heb helemaal niks.**	"**Oké en volgt u Independent Duinrand ook op sociale media of dat niet?** Nee. **Nee?** Nee ik heb helemaal niks, geen Twitter geen Facebook, helemaal niks."
3	**Nee.**	"**En volgt u Independent Duinrand op social media, of dat niet?** [denkt na] Nee. **Nee? Dat kan."**
4	**Nee, ik zie het wel op de mail.**	" **Oké en volgt u Independent Duinrand ook via social media?** Nee dat doe ik niet. Als ze wat te melden hebben dan zie ik dat wel op de mail."
5	**Nee, heb alleen Linkedin.**	"**En volgt u Independent Duinrand ook op sociale media?** Nee. **U maakt geen gebruik van sociale media?** Nee, ik heb alleen Linkedin, maar dat is ook alles."
6	**Ja niet zozeer, soms heb ik daar geen zin in, in al die meldingen en mails, er moet ook gewerkt worden.**	"**En volgt u Independent Duinrand ook via sociale media?** Ja niet zozeer. Want als je een telefoon hebt dan wordt je helemaal volgegooid met mails en gedoe en af en toe denk ik wel eens, ik vindt het wel goed zo eigenlijk. **Dus vanuit dat oogpunt denkt u ik volg ze niet want dan krijg nog meer meldingen binnen?** Ja ligt eraan, soms heb ik daar zin in en soms heb ik daar geen zin in, want er moet ook gewerkt worden natuurlijk. **Ja precies."**
7	**Nee dat niet, heb zelf wel Facebook enz. maar niet bewust gevolgd.**	"**En volg je Independent Duinrand ook op social media?** Nee dat niet. **En zit je zelf wel op social media?** Ja ik heb wel Facebook en dat soort dingen. Maar ik heb Duinrand nog niet zelf gevolg, misschien dat ik de pagina heb geliked op Facebook maar dat zou kunnen. Niet bewust in ieder geval."
8	**Nee.**	"**Volgt u Independent Duinrand ook via sociale media?** Nee. **Oké dan slaan we die ook over."**
9	**Nee.**	"**En volgt u Independent Duinrand ook op sociale media?** Nee."
10	**Nee.**	"**En volgt u Independent Duinrand via sociale media?** Nee. **Oké."**
11	**Nee dat niet.**	"**Oké en volgt u het bedrijf op sociale media?** Nee dat niet."
12	**Nee.**	" **Oké, en volgt u Independent Duinrand op sociale media?** Nee."

Eindconclusie:
Het merendeel van de klanten volgt Independent Duinrand niet op social media. Dit komt omdat een deel van de klanten zelf niet actief is op social media, het andere deel wil liever op de hoogte worden gehouden door middel van e-mails. De enkeling die het bedrijf wel op social media volgt, volgt Independent Duinrand via Facebook. Ze vindt het goed dat ze daar ook de links van de televisie uitzendingen op posten, verder heeft ze er niets op aan te merken.

121. Wat vindt u van de online polismap? (Wat vindt u van de gebruiksvriendelijkheid en de informatievoorziening van de online polismap?)

Respondent	Label	Quote
1	**Ik kijk meer op de app, is gewoon makkelijker, telefoon heb je altijd bij je.**	"**En dat is dus de app maar kijk je ook wel eens via de site in je digitale polismap? Of doe je het vooral op die app?** Ja joh ik kijk daar nooit zo vaak op, maar ik zou meer op de app kijken. **En waarom op de app?** Ja omdat dat gewoon makkelijker is, die heb je altijd aan je telefoon of bij je."
2	**Wel via de app, niet via de site.**	"**Oké en u zei dat u gebruikt maakt van de mobiele polismap app?** Ja klopt. **Maar niet via de website?** Nee."
3	**Al je verzekeringen staan erop, bedragen, wijzigingen doorgeven, helemaal prima.**	"**Oké, en u zegt, ik vind die polis-map helemaal geweldig. Zowel op de site als op de mobiel. U vindt ze wel allemaal gebruiksvriendelijk en? Is de informatievoorziening ook wel goed?** Ja, want al je soorten verzekeringen staan er op, je verzekerde bedragen staan er op, je kunt wijzigingen doorgeven in de situatie en ik het helemaal prima. Ik heb er absoluut geen moeite mee."
4	**-**	-
5	**Nee dat niet, zou het wel willen, vind ik prima.**	"**En maakt u gebruik van de online polismap?** Nee dat niet. **Maar u heeft als het goed is wel een uitnodiging daarvoor gehad?** Nee nog niet want ik heb pas laatst mijn e-mail doorgegeven natuurlijk. **Maar u zou wel een online polismap willen?** Ja dat vind ik prima."
6	**Goed en simpel, gebruiksvriendelijk. Staat genoeg informatie op, moet je ook niet volgooien. Alleen wat voor mij van belang is.**	"**En heeft u een digitale polismap bij ons?** Ja die heb ik. **En wat vindt u van de polismap op de website?** Ja goed en simpel. **Simpel?** Ja gebruiksvriendelijk. **En wat vindt u van de informatievoorziening van de polismap?** Ja die is wel goed denk ik. Ik denk wel dat daar genoeg informatie op staat. Want ik denk ook niet dat je die polismap helemaal vol moet zetten met informatie. Dat je niks meer hoeft te vragen. Ik denk dat je neer moet zetten wat van belang is en dat is voldoende. En ik hoef geen totale polisvoorwaarden erbij te hebben want die lees ik niet, want dat is mijn werk niet want daar heb ik mijn tussenpersoon voor. **Precies, dus u vindt dat er voldoende informatie moet staan wat voor de klant van belang is en de rest kan de klant gewoon vragen aan de tussenpersoon?** Ja inderdaad, ja kan je vragen. Ik ben geen tussenpersoon, een tussenpersoon moet uitzoeken wat belangrijk is voor mij, want die kent mij. Die weet wat mijn wensen zijn. **En vindt u de polismap op de website even gebruiksvriendelijk als op u mobiel?** Ja dat wel, ik kan er mee spelen dus ja."
7	**Heb die app nog niet op website gekeken.**	"**En je hebt die app op je mobiel maar bekijk je de polismap ook via de website?** Ja ik heb die app nu op mijn mobiel staan dus ik heb verder niet meer op de website gekeken."
8	**Ik weet dat ik daar mijn polissen kan bekijken maar had het al uitgeprint dus ik heb ze al.**	"**Ik neem aan dat u gebruik maakt van onze online polismap?** Ja mijn polissen staan erin, maar ik heb ze nog niet bekeken. Want ik heb ze via de mail allemaal gekregen. **Maar u heeft die polismap wel geactiveerd?** Ja ik heb de mail gekregen ik heb me aangemeld. En ik weet dat ik daar mijn polissen in terug kan zien. Maar ik was alleen zo slim om ze op mijn werk gelijk uit te printen, dus ik heb zoiets van ik heb ze al. **Dus u heeft daar niet echt naar gekeken?** Nee."
9	**Makkelijk dat het digitaal is, standaard wat erin staat.**	"**En wat vindt u van de online polis-map en de gebruiksvriendelijkheid en informatievoorziening?** Ja makkelijk. **Alles staat erop wat u nodig heeft?** Ja. Het is gewoon je polis, het is gewoon standaard wat daarin staat. Maar ik vind het wel makkelijk dat het digitaal is."
10	**Wel geactiveerd maar heb app nog niet gedownload. Polismap op site wel hartstikke handig.**	"**En u zei 'ik heb nog geen online polismap app op mijn mobiel, maar gebruikt u hem wel via de website?** Ik kan wel inloggen, want ik heb wel de codes gekregen. **Maar hij is nog niet geactiveerd?** Wel geactiveerd, maar ik heb zeg maar de app nog niet gedownload. **Oh oké op die manier. En heeft u wel op de website in de digitale polismap gekeken al?** Ja natuurlijk, ik ben daar wel al geweest. **En wat vond u daarvan?** Ja gewoon goed, hartstikke handig. **Oké."**
11	**Handig, gebruiksvriendelijk en de vindbaarheid van onderwerpen ging allemaal goed.**	"**Oké en wat vindt u van de online polismap op de website?** Ja handig. **Wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening en de gebruiksvriendelijkheid daarvan?** Nou de paar keer dat ik het geraadpleegd heb was dat in ieder geval gebruiksvriendelijk en ook de vindbaarheid van de onderwerpen ging dat allemaal goed. **En qua informatievoorziening ook? Kon u alle informatie vinden die u nodig had?** Ja dat ging ook goed."
12	**Op site prettiger dan op mobiel.**	"**Dus die polismap heeft u wel op de website bekeken?** Ja. **Oké dat vindt u prettiger dan via uw mobiel?** Ja precies ja. **Oké duidelijk."**

Eindconclusie:
De klanten vinden de digitale polismap op de website erg handig. Ze vinden de polismap erg gebruiksvriendelijk omdat alles

makkelijk te vinden is en er staat ook genoeg informatie op. Zo vinden sommigen dat er ook niet te veel informatie in de polismap moet staan alleen de informatie die voor de klant van belang is, de volledige polisvoorwaarden lezen zij niet dat is iets wat het bedrijf voor ze uit moet zoeken. Sommigen geven aan alleen de mobiele polismap app te gebruiken, niet via de website.

122. Wat vindt u van de mobiele polismap app? (Wat vindt u van de gebruiksvriendelijkheid en de informatievoorziening van de mobiele polismap app?)

Respondent	Label	Quote
1	**Ik doe er niet veel mee, paar keer gekeken maar wel duidelijk, ik kon alles vinden.**	"**Oké en u zei al het is heel makkelijk te regelen hier met die app, heb je die zelf ook?** Ja. **En wat vindt je van de gebruiksvriendelijkheid daarvan?** Ja ik moet je eerlijk zeggen dat ik er weinig mee doe. Ik heb hem gekregen en een keer gekeken en daarna eigenlijk niet meer. **Een keer gekeken?** Ja, maar hoe het er uit zag vond ik het er wel duidelijk uitzien. **Oké en je kon ook alles vinden?** Ja dat ging ook prima. Het was wel duidelijk."
2	**Gewoon prima, qua informatie staat alles erop, met schade geen groene kaart meer nodig.**	"**Oké en vindt u de app gebruiksvriendelijk?** Ja dat is gewoon prima, ik kan alles vinden ook qua informatie staat alles erop. Ja en als ik er toch niet uitkom, dan bel ik naar kantoor, zo simpel is het. **Oké.** Want met schade heb je niet eens een groene kaart meer nodig, alles staat erin."
3	**Alle soorten verzekeringen staan er op, je bedragen, wijzigingen doorgeven, helemaal prima.**	"**Oké, en u zegt, ik vind die polis-map helemaal geweldig. Zowel op de site als op de mobiel. U vindt ze wel allemaal gebruiksvriendelijk en? Is de informatievoorziening ook wel goed?** Ja, want al je soorten verzekeringen staan er op, je verzekerde bedragen staan er op, je kunt wijzigingen doorgeven in de situatie en ik het helemaal prima. Ik heb er absoluut geen moeite mee."
4	**Een keer gedaan toen pas afgesloten was. Alles staat erin ik kon er makkelijk achter komen.**	"**En we hadden het net al even over die online polismap, daar maakt u dus gebruik van?** Ja dat heb ik een keer gedaan. **Oké een keer?** Ja, want je kijkt niet iedere dag in je polismap. Maar toen het pas afgesloten was, toen heb ik even de app geïnstalleerd op mijn telefoon en toen heb ik even gekeken hoe dat in elkaar zat. Maar verder heb ik eigenlijk nog niet gekeken ernaar. **Oké en toen u keek, wat vond u toen van de informatievoorziening?** Ja daar staat alles in, ik kon er makkelijk achter komen in principe. Zelfs ik [lacht hardop] **[lacht hardop]."**
5	**Nee nog niet pas, zou het wel willen, dat vind ik prima.**	"**En maakt u gebruik van de online polismap?** Nee dat niet. **Maar u heeft als het goed is wel een uitnodiging daarvoor gehad?** Nee nog niet want ik heb pas laatst mijn e-mail doorgegeven natuurlijk. **Maar u zou wel een online polismap willen?** Ja dat vind ik prima."
6	**Polismap site en mobiel even gebruiksvriendelijk, ik kan er mee spelen dus ja.**	"**En vindt u de polismap op de website even gebruiksvriendelijk als op u mobiel?** Ja dat wel, ik kan er mee spelen dus ja."
7	**App trouwens ook erg goed. Super handig, je ziet wat je bedragen zijn en waar je voor verzekerd bent, dat is wel fijn.**	"En de app vind ik trouwens ook erg goed. **Oh de polismap app bedoel je?** Ja de polismap. **En waarom?** Ja super handig, soms vraag je je af wat je ook al weer kwijt bent aan je verzekeringen en dan kun je snel even kijken. En schade melden zal er ook wel instaan? **Ja je kunt ook schade melden via je mobiel.** Oké gelukkig heb ik dat nog niet gedaan en heb ik er geen ervaring mee maar het is wel heel handig. Dat je gewoon ziet wat je bedragen zijn en waar je verzekerd voor bent en dat is wel fijn. Ik heb nu ook een rechtsbijstandverzekering via jullie afgesloten onlangs en die stond er ook binnen een kwartier op. Ja prima."
8	**Ik weet dat daar alles in staat maar ik had ze al geprint dus ik heb ze al.**	"**Ik neem aan dat u gebruik maakt van onze online polismap?** Ja mijn polissen staan erin, maar ik heb ze nog niet bekeken. Want ik heb ze via de mail allemaal gekregen. **Maar u heeft die polismap wel geactiveerd?** Ja ik heb de mail gekregen ik heb me aangemeld. En ik weet dat ik daar mijn polissen in terug kan zien. Maar ik was alleen zo slim om ze op mijn werk gelijk uit te printen, dus ik heb zoiets van ik heb ze al. **Dus u heeft daar niet echt naar gekeken?** Nee."
9	**-**	-
10	**Wel geactiveerd maar nog niet gedownload.**	"**En u zei 'ik heb nog geen online polismap app op mijn mobiel, maar gebruikt u hem wel via de website?** Ik kan wel inloggen, want ik heb wel de codes gekregen. **Maar hij is nog niet geactiveerd?** Wel geactiveerd, maar ik heb zeg maar de app nog niet gedownload. **Oh oké op die manier."**
11	**Ik weet dat die bestaat maar nog niet gedownload.**	"**Oké en heeft u een online polismap?** Ja. **En bekijkt u die dan via de site of heeft u die ook op uw mobiel?** Via de site. **En u heeft geen app ervan op uw mobiel?** Ik weet dat die bestaat maar ik heb het nog niet gedownload."
12	**Ik hoef geen app, ik heb geen wekelijkse informatie nodig, pas niet bij het product dat ik heb en hoef ik ook niet via mijn mobieltje te krijgen, doe het liever via mijn desktop.**	"**Oké, en wat vindt u van de tone of voice in de communicatie die Independent Duinrand gebruikt?** Tijdens die ontmoetingen daar, heel prima. Daarna werd ik een tijdje achtervolgd door mails omdat ik een app moest gebruiken. En toen dacht ik waarom moet ik nou weer een app gebruiken. Ik heb een verzekering bij jullie, meer dan een. En die loopt gewoon, daar hoef ik geen app voor te hebben. Ik hoef niet dagelijks te kijken of ik nog een verzekering heb. Dat heb ik ook keurig genegeerd, dat was misschien wat opdringerig. **Omdat u steeds die mails kreeg?** Ja en dat

		paste niet helemaal bij de diensten die ik van hen had afgenomen. **Oké dus de communicatie toen via de mail en face-to-face, daar zat een verschil tussen?** Ja, ik denk dat ze hadden moeten weten dat ik niet op de mailinglijst had hoeven te staan voor de app. **Want daar bent u niet geïnteresseerd in?** Nee, maar ik heb ook geen wekelijkse informatie nodig. Ik heb geen beleggingsportefeuille die ik via hun laat regelen. Dus ik heb wekelijks helemaal geen nieuws nodig. Dus ik hoef ook niet via mijn mobieltje informatie te krijgen. **Nou die polismap app is meer bedoelt dat je in je polissen kan kijken, niet dat je allemaal informatie toegestuurd krijgt.** Dat kan dan wel zo zijn, en dat zal dan wel aan mij liggen en mijn leeftijd, maar als ik in mijn polissen wil kijken dan doe ik dat wel via de desktop of laptop. Dan ga ik niet op mijn mobieltje zitten te turen naar polisvoorwaarden."

Eindconclusie:
De helft van de klanten heeft een mobiele polismap app, zij geven aan dat alle informatie erop staat en dat de app super handig is in gebruik. Klanten vinden het prettig dat ze gelijk zien welke verzekeringen ze hebben lopen en wat ze daar voor betalen. Ook vindt een klant het handig dat je geen groene kaart meer nodig hebt voor je autoverzekering maar dat je dit allemaal via de app kunt regelen.

123. Heeft u wel eens gechat via de chatfunctie op de website? (Wat vindt u van de informatievoorziening en gebruiksvriendelijkheid van de chat?)

Respondent	Label	Quote
1	**Een keer gedaan, dat ging prima, makkelijk te gebruiken, genoeg informatie.**	" **En heb je ooit gechat met een van onze medewerkers?** Ja dat heb ik een keer gedaan ja. **En vond je de chat makkelijk te gebruiken?** Ja hoor prima. Dat ging goed. **En kreeg je ook alle informatie die je nodig had via de chat die je opvroeg?** Ja. Dat ging ook allemaal goed. **Oké nou fijn."**
2	**Dat doe ik niet, heb ik niet nodig, ik bel wel of ik loop hier binnen.**	"**En maakt u wel eens gebruik van de chatfunctie op de website?** Nee dat doe ik niet. **En waarom niet?** Ja dat heb ik gewoon niet nodig, ik bel wel. En ik kan hier ook gewoon binnenlopen want ik woon hier dichtbij."
3	**Nee dat heb ik nog nooit gedaan.**	"**En chat u wel eens met een van de adviseurs via de chat op de website?** Nee. Nee, dat heb ik nog nooit gedaan."
4	**Kan wat persoonlijker, eerst mijn verhaal en dan pas halo. Als ze het niet weten wordt ik teruggebeld, dat is prima.**	"**Oké, en heeft u wel eens gechat met een van de adviseur op de website?** Ja dan leg ik eerst een verhaal uit, en dan krijg ik daarna een berichtje: 'halo, hoe is het met u?' Dat is dan een beetje raar. Dat ik eerst mijn verhaal doe en dat ze dan pas halo zeggen. Dus dan vind ik dat ze wel halo kunnen zeggen daarna, maar geef er dan ook gelijk antwoord erbij. **U vindt dat het iets persoonlijker kan misschien?** Ja precies. **Oké en in welke mate voorziet die chatfunctie in de hulp die u nodig heeft?** Ja gewoon goed. **Als u wat vraagt krijgt u wel altijd antwoord?** Ja meteen, ja. **Dus dat vindt u wel prettig?** Ja zeker. En als ze het niet weten dan zeggen ze dat een adviseur contact met mij op neemt. **Oké had u dan eerst de klantenservice op de chat?** Nee ik had wel een adviseur op de chat maar ik had een specifieke vraag dus dat was weer van een andere afdeling. **Oh oké, dus die vraag was dan weer voor een andere adviseur?** Ja en die belt dan terug. **Oké.** Hij gaf wel antwoord maar niet op de vraag die ik wilde weten, want dat wist hij niet."
5	**Chatten? Dat doe ik alleen met familie en vrienden via Whatsapp. Ik zou niet weten waarover ik moet chatten.**	"**En u zei ik heb nog nooit de website bezocht, dus dan ga ik er vanuit dat u ook niet gechat heeft via de website met een van onze adviseurs?** Chatten? Nee dat doe ik alleen met vrienden en familie via de Whatsapp. **Oké u heeft niet via de website met een adviseur contact gehad?** Nee. Ik zou niet weten waar ik over moet chatten. **Nou ja dat is voor mensen die een vraag hebben omdat mensen niet meer rechtstreeks kunnen bellen. Dus dan kan een klant bijvoorbeeld zijn polis nummer opvragen via de chat.** En dan kan je dus op de website van Independent Duinrand chatten? **Ja. Er komt dan zo'n venstertje naar boven, en als je klant bent moet je dan eerst je gegevens invullen. En dan kun je chatten.** Dus je hoeft niet op de Whatsapp. **Nee dat niet."**
6	**Nee nog nooit.**	"**Oké en heeft u wel eens gechat via de website met een van de adviseurs?** Nee. **Nee nog nooit?** Nee nog nooit."
7	**Nee.**	"**Oké en heb je ooit gechat via de website?** Nee."
8	**Nee.**	"**En u zei dat u nog nooit op de website was geweest toch?** Nee. Moet ik wel binnenkort een keer gaan doen geloof ik."
9	**Nee dat niet, heb het zo weinig nodig.**	"**En heeft u ooit gechat met een van onze adviseurs, via de website?** Nee dat niet. **Alleen via telefonisch contact alleen?** Ja ik heb maar zo weinig nodig, ik hoop dat het zo blijft."
10	**Nee.**	"**Heeft u ooit gechat via de website?** Nee. **Oké. Dan kunnen we die ook overslaan."**
11	**Nee dat niet.**	" **En heeft u ooit via de website gechat met een van onze adviseurs?** Nee dat niet. **Oké dan kunnen we die ook overslaan."**
12	**Gechat over online schadeformulier, niet heel persoonlijk, helpdesk achtig. Idee van een klantenservice van een overkoepelende**	"Goed, ja blijkbaar heb je er al vaker van gehoord maar er was op een geven moment gedoe met formulieren die ik moest invullen. **Wat voor formulieren waren dat?** Ja voor de verzekering, ik heb dat financiële toen afgehandeld en toen zou ik een nieuw verzekeringspakket krijgen en daar moest ik een formulier voor invullen. **Om een nieuwe verzekering af te sluiten?** Ja en het formulier weigerde. **Online?** Ja het online formulier deed het niet. **En dat**

	organisatie, niet van Duinrand.	**was in maart?** Ja of februari ergens. **Ja dat kan best kloppen.** En toen heb ik de prachtige chat functie er bij aangehad en toen werkte die nog niet en toen heb ik op een gegeven moment later nog wel iets ingevuld. Maar ik dacht wel toen het gebeurde god wat duurt dit allemaal lang en wat is dit omslachtig. Maar ja je hebt van die bugs in iets en dat zal nu wel weer verholpen zijn. **Ja er was toen inderdaad toen was de nieuwe site net live dus dat kan kloppen. Oké en u zei net al toen heb ik via zo'n mooie chatfunctie heb ik even gechat over dat formulier dat het niet deed, en hoe verliep dat chatten?** Ja prima. **Ja?** Ja ging prima. **En vond u het persoonlijk of juist niet via de chat?** Nee ik vind dat niet persoonlijk. **Niet persoonlijk en waarom**? Nee ik vind dat heel helpdesk-achtig. **Helpdesk achtig**? Ja want een helpdesk is heel anoniem. En dan zegt zo iemand wel mijn naam is Peter maar toch krijg ik er geen persoonlijk gevoel van. **Heeft u een beetje idee dat u met een computer aan het praten bent dan?** Nee ik weet wel dat er dan iemand achter zit, dus het is niet zo dat ik vind dat ik automatische antwoorden krijg van hen, dat is niet zo. Maar het maakt op mij niet de indruk dat dit Duinrand in Rijswijk is. Ik heb het idee dat dat de helpdesk van Nederland is. **Een klantenservice die ergens anders is gevestigd?** Ja een klantenservice van de overkoepelende organisatie waar Duinrand bij is aangesloten. Ook als je belt, en niet rechtstreeks het nummer hebt opgeschreven van Robert-Jan, dan krijg je eerst iemand anders aan de lijn die weet ik waar zitten. Maar niet in Rijswijk. Ja ik heb dus de indruk dat Duinrand is aangesloten bij een vereniging van kantoren en die maken gebruik van een soort gezamenlijke service. En dus je eerste telefonisch contact, als je geen rechtstreeks nummer hebt, is met een helpdesk en dit soort chat dingen. **Dus het mag wel wat persoonlijker?** Ja ik weet niet of dat kan, maar ik had toen niet de indruk dat ik met iemand van Duinrand aan het overleggen was. **Dus dan zou u nog wel willen chatten maar u zou dus wel echt het idee willen hebben dat u met iemand van Duinrand praat?** Nou, kijk ik weet ook wel dat ik voor het invullen van een formulier ik niet per se iemand van Duinrand nodig heb. Dan moet ik iemand hebben die dat formulier kent en de techniek erachter en die weet dat ik dat vakje niet aan moet vinken en dat vakje wel. En dat hoeft niet voor mij niet dezelfde meneer te zijn waar ik de dag ervoor mee gesproken heb. Dus ik snap het ook wel dat dat op die manier werkt. Maar dat maakt het onpersoonlijk.**"**

Eindconclusie:
Het merendeel van de klanten heeft nog nooit gechat via de website, zij weten niet waar ze over zouden moeten chatten en bellen liever. Degenen die de chatfunctie wel gebruikt hebben geven aan dat de chat wat persoonlijker kan. Zo geven zij aan dat zij pas begroet werden als zij heel hun verhaal hadden gedaan, dat vinden ze raar. Ook geven zij aan dat de chat wat helpdesk achtig over komt. Ze hebben het idee dat het een klantenservice is van een overkoepelende organisatie en dat ze niet met iemand van het Independent Duinrand kantoor chatten, dit kan persoonlijker vinden ze.

124. Via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand en waarom?

Respondent	Label	Quote
1	**Het liefst via de mail, toch formeel, van de oude stempel, ik stel dat nog wel op prijs.**	"**Oké nou fijn. En via welk medium zou je het liefst benaderd worden door Independent Duinrand?** [denkt na] Ja wat ik al zei via de e-mail. Bedoel je persoonlijk of over algemene informatie? **[Denkt na]** Dat het alleen over persoonlijke gegevens gaat of over jou verzekeringen? **Ja beide, maar misschien ook over algemene dingen inderdaad, gewoon de totale communicatie naar de klant toe, hoe zou u dat willen ontvangen?** Ja dat zou ik dan het liefst via de mail willen. **En zou je dan formeel of informeel benaderd willen worden via de e-mail?** Nee ik ben dan toch nog van formeel, ja ik ben nog van oude stempel. Ik merk dat de jongeren dat niet meer zijn, maar ik vind dat nog steeds netjes. Ik spreek ook gewoon de mensen nog steeds met u aan. Maar ja dat zijn nog een beetje de oude normen en waarden waar ik mee ben opgevoed. Dus stel dat nog wel op prijs terwijl mensen bij persoonlijk niet aan te hoeven spreken met u. Maar ik vind wel dat als je iemand een brief schrijft, dan moet je wel formeel blijven."
2	**Gewoon telefoon, want dat is toch persoonlijk.**	"**En via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Gewoon telefoon, want dat is toch persoonlijk. **Oké.**"
3	**E-mail, dan ligt het ook vast, dat vind ik ook belangrijk.**	"**En u zegt: 'ik maak gebruik van de polis-map en via de email', maar als u een medium zou mogen kiezen, via welk medium zou u dan het liefst benaderd willen worden?** E-mail. **E-mail?** Ja. **En waarom?** Nou Facebook dat vind ik, dat zou een privé bericht, een PB via Facebook zijn dan, misschien? Ja ik denk, dan ligt het ook vast. Dat vind ik ook belangrijk. **Oké."**
4	**Bellen liefst informeel. Via de computer dan lees je het op jouw manier en dan bedoelen ze misschien wel wat anders.**	"**Oké en u zegt dat u mails krijgt van Duinrand en dat u kunt bellen, maar wat vindt u nou de fijnste manier om benaderd te worden?** Bellen. **En waarom vindt u dat het fijnst?** Ja nogmaals, als het via de computer gaat dan lees je het op jouw manier. En als je het uitgelegd krijgt dan bedoelen ze misschien iets anders dan wat er op papier staat of op de mail. **Ja precies oké. En zou u formeel of informeel benaderd willen worden?** Informeel gewoon. **Oké.**"
5	**Dan gewoon op papier. Omdat ik ouderwets ben.**	"**En via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Welk medium? Het gaat nu van papier naar

	Want je moet toch documenten waar je rechten aan kunt aflenen, afdrukken anders kun je het digitaal nooit meer terugvinden.	digitaal. **Ja dat klopt.** Moet ik nu zeggen dat ik het op papier wil houden. **Nou wat u wilt.** Oh oké. **Even los van dat we digitaal gaan, wat vindt u de fijnste manier om benaderd te worden door Independent Duinrand?** Dan gewoon op papier. **En waarom?** Omdat ik ouderwets ben. Omdat ze toch de laatste tijd aan het roepen zijn dat je toch alles moet uitprinten en alles op papier moet hebben, want daarna kan je er nooit meer achter komen dat dingen weg zijn. **Was dat bij ons?** Nee dat was niet bij u. Dat was volgens mij bij pensioentoezeggingen of zoiets. **Oh dat is veranderd in de wet?** Ja er was iets dat ze zeiden als het niet in de cloud zit en niet daar, dan ben je alles kwijt dan kan je het niet meer reconstrueren. En dan moet je toch bepaalde documenten waaraan je rechten kan ontlenen, afdrukken. **En waar had u dat gezien, op televisie?** Nee dat had ik ergens in de krant gelezen. **Ja dat is natuurlijk wel zo, dat als je geen back up maakt en alles staat in de cloud en het gaat mis met de cloud, dan ben je alles kwijt ja. Maar tegenwoordig zijn e-mails ook rechtsgeldig dat wel, dus dat je niet meer alleen aan papieren documenten rechten kunt ontlenen.** Ja oké."
6	**Gewoon via mijn e-mail. Vind ik belangrijk dan Facebook of iets anders.**	"**Oké en via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Ja gewoon via mijn e-mail. **Gewoon via de e-mail?** Ja via mijn e-mail, dat vindt ik het makkelijkste. Omdat eigenlijk mijn e-mail vindt ik belangrijker dan dingen via Facebook of iets anders. Want als ik s'ochtends mijn Facebook aanzet en ik krijg 300 berichten voor me, dat kan ik gewoon niet bijhouden. **Nee precies.** Dan kan ik daar niet de belangrijkste uit halen, maar mijn e-mails lees ik allemaal want die vindt ik belangrijk."
7	**Via de e-mail, dan heb ik bewijs van contact en kan ik altijd terugkijken.**	"**Oké en als je mocht kiezen, via welk medium zou je dan het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Via de e-mail. **En waarom?** Omdat ik dan altijd bewijs heb van contact en dat ik altijd kan terugkijken, dat is wel belangrijk. Ook op mijn huidige werk. Ik doe alles via de e-mail ook als iets telefonisch wordt bevestigd, dan vraag ik altijd om een e-mailbevestiging omdat ik dan alles kan terugzoeken. En als er dan problemen zijn of discussie dat je het altijd zwart op wit hebt."
8	**Dan kies ik voor de mail, komt altijd uit wanneer jij dat wil, stabiele communicator.**	"**En via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand als u mocht kiezen wat vindt u dan het prettigst?** Dan kies ik voor de mail. **De mail, waarom?** Omdat het vaak dan weer niet goed uitkomt als ze bellen, en dan heb je een oproep gemist en dan moet je weer terugbellen en dan is degene die jou heeft geprobeerd te contacteren weer niet aanwezig. En dan blijft het heen en weer schuiven. Als ze een kaartje sturen, nou dan kunnen we net zo goed terug gaan wonen in de prehistorie. Dus dat zou ik ook niet doen. Je kunt wel af en toe als je een hoop informatie kwijt wilt een mooie brief eruit sturen. Dat is hartstikke leuk natuurlijk. Voor mijn part sturen ze iedereen een kaartje op zijn verjaardag. Maar een mail kun je openen een het moment dat het jou uitkomt, komt de mail even niet gelegen uit, dan weet je ook dat je die nog hebt open staan. Dan kun je de mail ook doorschuiven tot een later tijdstip. Dat kun je natuurlijk met een sms ook doen, maar dan druk je een keer op de verkeerde knop en dan is het sms'je weg dus dat is ook niks. Dus daarom zou ik zelf kiezen voor mail, omdat dat een hele stabiele communicator is waarvan je zeker weet dat iedereen die kan openen op een moment dat het hun uitkomt in plaats van dat je jezelf opdringerig neerzet door bijvoorbeeld te bellen. En natuurlijk kan je via de mail terug koppelen dat mensen een terugbel afspraak kunnen maken. Maar dan heb je de contact mogelijkheden zodat het voor de klant uitkomt maar niet zodat het voor het bedrijf uitkomt."
9	**Via de mail makkelijker, ik ben niet altijd te bereiken telefonisch. Maar van mij uit gaat de telefoon lekker snel en makkelijk.**	"**En als u nou een medium zou mogen kiezen, door welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Ja dat is dan misschien,[denkt na]. Telefonisch ben je niet altijd even bereikbaar. Ik bedoel, zij natuurlijk wel altijd voor mij, maar ik niet altijd voor hun. Als ik op de zaak ben dan neem ik liever geen telefoon op privé, dus dan is het via de mail makkelijker om mij te bereiken. Want ze hebben natuurlijk zowel mijn privé als mijn zakelijke mail. Maar van mij uit, gaat de telefoon lekker snel en makkelijker. **En u zei al dat via de mail dat ze u gewoon lekker informeel benaderen?** Ja hoor dat vind ik prima. **Oké."**
10	**Ik den e-mails. Dan kun je zelf bepalen of het uitkomt. En dan kun je daar zelf op telefonferen.**	"**En als u zou kunnen kiezen, door welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Dat is gewoon, ik denk e-mails. **En waarom e-mails, want u zegt 'bellen doe ik wat vaker'?** Dan kun je zelf, een e-mail of een bericht of wat dan ook, dan kun je zelf bepalen of je 'm kunt lezen of het uitkomt of wat dan ook. En dan kun je zelf daarop telefoneren of wat dan ook. **Ja oké, en daarna telefoon.** Een afspraak maken of een dingetje, het komt niet altijd uit hè, als iemand gelijk altijd belt."
11	**Voor een stukje informatie via de website. Maar als het gaat om welke alternatieven er zijn dan maak ik liever een afspraak op kantoor.**	"**En als u nou zou mogen kiezen, via welk medium zou u dan het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** En waar kan ik dan tussen kiezen? **Nou als u uit elk medium zou mogen kiezen, wat zou u dan kiezen?** Het zou wel een beetje afhankelijk zijn van mijn vraag. Als ik puur een stukje informatie wil dan zal ik dat via de website zoeken. Maar gaat het over welke alternatieven er zijn, dan maak ik liever gewoon een afspraak op kantoor en leg ik mijn vraag voor, waar dan gelijk al een

		antwoord op kan komen of gedeeltelijk, en dat vergelijken. **Oké dus dan heeft u liever persoonlijk advies?** Ja."
12	**Via een e-mail, daar doe ik alles mee.**	"**En als u nou mocht kiezen via welk medium zou u dan het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Via een e-mail. **Via een e-mail, en waarom de e-mail?** Daar doe ik alles mee, ze kunnen wel een foldertje in de bus gooien maar dat is heel erg oud. **Ja dat doen we ook niet meer hoor.** En social media en andere dingen die gebruik in nauwelijks alleen voor mijn dochters en mijn vrouw, verder niet. **Oké, en zou u dan formeel of informeel benaderd willen worden?** Ach dat maakt niet zoveel uit. De IKEA manier om alles met je en jij te doen of met u en hoogedel dat maakt mij niet uit. Zowel door het een als door het ander kijk ik heen. **Oké.**"

Eindconclusie:
De meeste klanten geven aan dat zij via de e-mail benaderd willen worden, omdat ze dan kunnen reageren wanneer het hen uitkomt en het dan gelijk zwart op wit staat. Een deel van de klanten geeft aan dat zij het liefst via de telefoon benaderd willen worden, dit vinden zij toch persoonlijk, de uitleg is ook vaak duidelijker dan in de mail vinden ze. Een enkeling geeft aan dat hij graag benaderd wil worden via brieven omdat hij nog ouderwets is en hij documenten liever afdrukt omdat hij er anders geen rechten aan kan ontlenen.

125. Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?

Respondent	Label	Quote
1	**Druk bezig met het bedrijf op de markt te zetten, wel vertrouwen daarin.**	"**Oké en we hadden het net al over de sfeer bij Independent Duinrand maar wat denk je dat de mentaliteit is van Independent Duinrand?** Nou ik denk dat ze wel druk bezig zijn om het bedrijf op de markt te zetten. Daar heb ik wel vertrouwen in. **Dat vooruitstrevende ook wat je eerder al noemde?** Ja precies."
2	**Een positieve mentaliteit, ook dat doorzettingsvermogen.**	"**En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Mentaliteit? Ja gewoon een positieve mentaliteit. Gewoon goed. **Want u noemde bij de karaktertrekken al doorzettingsvermogen.** Ja precies dat."
3	**No-nonsens mentaliteit, recht door zee.**	"**En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Nou een no-nonsens mentaliteit. **No-nonsens?** Ja geen poes pas gewoon recht door zee."
4	**Keer gebeld, doorverwezen naar website, erg jammer want wil het liefst persoonlijk contact.**	"**En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** We hebben wel een keer gebeld, en toen zij die telefoniste dat ik het allemaal via de website moest regelen. En dat vond ik nou weer jammer, want je belt niet voor niks. Je wilt een medewerker aan de lijn krijgen gewoon. **En dat kreeg u toen niet?** Nee die kreeg ik toen niet aan de lijn. We moesten het eerst via de website doen en dan werd het verder behandelt. Dus dat vind ik dan een beetje jammer. Wij zijn eigenlijk nog mensen die het liefst persoonlijk contact willen met iemand, dan via de website."
5	**Dat zou ik echt niet weten.**	"**En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Ja hoe moet ik dat nou weten [lacht hardop]. Dat weet ik gewoon niet. Mentaliteit, je dan moet je het ook over het bedrijf zeggen niet alleen over personen. **Dus dat vindt u moeilijk om te omschrijven?** Ja dat zou ik echt niet weten."
6	**Een vechtersmentaliteit, ze geven niet op hoe zwaar het ook is.**	"**Oké, en hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Een vechtersmentaliteit. **Een vechtersmentaliteit.** Ja. **En waarom?** Ja dat ze altijd doorgaan hoe zwaar het ook is, ze geven niet op. **Beetje ook dat moedige wat u eerder al noemde?** Ja precies dat moedige."
7	**Goede mentaliteit, ambitieus bedrijf wat aan de weg aan het timmeren is.**	"**Oké en we hadden het net al even over de leeftijd van het bedrijf en de karaktereigenschappen.** Ja klopt. **En hoe zou je de mentaliteit van het bedrijf omschrijven?** [denkt na] Goede mentaliteit, ja ik heb daar niet echt een referentiekader voor of zoiets. Maar het lijkt mij wel dat de mentaliteit goed is. Dat het gewoon een ambitieus bedrijf is wat aan de weg aan het timmeren is volgens mij. Die gewoon stappen wil maken, dus met de mentaliteit zal het wel goed zitten denk ik."
8	**Oprecht en strijdvaardig. Oprecht in wat ze doen, secuurheid. Strijdvaardige in het onderscheiden van het internet.**	"**Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Ik denk dat de mentaliteit oprecht en strijdvaardig is. **Oké.** Oprecht in wat ze doen, met de netheid en secuurheid die daarbij hoort. Het strijdvaardige om zich toch apart te zetten en te onderscheiden van het stukje internet waar ik het over had. En dat wel te willen maar af en toe nog niet helemaal te weten hoe ze dat goed moeten doen. Als ze daar stappen in maken dan weet ik zeker dat ze daar ook op snelle wijze in kunnen groeien. Mensen moeten het verschil gaan zien tussen een internetbedrijf waar je dan wel drie euro minder betaalt en tussen een echt bedrijf waar je dus binnen kunt lopen, aan kunt kloppen en die ook persoonlijk advies geven. Mijn collega bijvoorbeeld die is verzekerd bij een internetbedrijf en die is op vakantie haar zonnebril verloren. En dan zegt het internetbedrijf dat ze via de reisverzekering aan moet laten tonen dat ze haar bril kwijt is. Ja en zij had dus geen reisverzekering en was zelf op reis gegaan, ja daar ga je dan krijg je je bril dus niet vergoed. Je krijgt geen advies hoor verder, dat is het enige wat ze zeggen. Wat kreeg ze als laatste terugkoppeling? Ja vult u maar het formulier via internet in en dan kijken we wel. Oftewel u krijgt u bril niet vergoed maar dat durfde ze niet zo letterlijk te zeggen aan de telefoon. Maar dat is wel waar het op neer komt. En daar kan Duinrand zich in

		onderscheiden. **Oké duidelijk."**
9	**Informeel, gezellig.**	"**Nog een paar vragen over het gedrag. Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Informeel. **De mentaliteit?** Ja, ik vind het wel informeel ja, gezellig. Wel prima. **Oké."**
10	**Als eerlijk, behulpzaam.**	"**Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Als een eerlijk, behulpzaam [denkt na]. Ja eerlijkheid. Behulpzaam."
11	**Ze laten zich niet de grond in trappen, tegen de stroom in, wel stoer, lef hebben.**	"**En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Ze laten zich niet de grond in trappen, ze gaan juist tegen de stroom in door andere manieren te zoeken die ze minder kwetsbaar maken. Ik vindt dat wel stoer, ze hebben wel lef."
12	**Professioneel, kundig ik heb er geen andere connotaties bij.**	"**En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand beschrijven?** Professioneel, kundig, terug weer diezelfde woorden. Ik heb daar geen andere connotaties bij, bij die dienstverlening."

Eindconclusie:
De mentaliteit van Independent Duinrand wordt door klanten omschreven als een no-nonsens mentaliteit en een vechtersmentaliteit. Volgens klanten zijn ze recht door zee en zijn ze ambitieus aan de weg aan het timmeren.

126. Heeft u ooit direct contact gehad met een van onze adviseurs? (Zo ja, via welk medium, wat vond u van de service en van het gedrag van de adviseur?)

Respondent	Label	Quote
1	**Nee dat niet.**	"**Oké en heb je ooit direct met een advies contact gehad?** Nee dat niet."
2	**Ja met Mandy en Marcel, is gewoon prima altijd.**	"**En hebt u ooit direct contact gehad met een adviseur hier?** Ja met Mandy en Marcel. **Oké en wat vond u van het gedrag?** Ja dat is gewoon prima altijd."
3	**Paar jaar geleden op kantoor advies gehad over levensverzekering, service was toen helemaal prima, hij werkte er nog niet zolang maar deed het helemaal keurig.**	"**Oké en hebt u ooit direct contact gehad met een adviseur? Dat was Mandy denk ik?** Ja maar wij zijn ooit eens, een jaar of twee geleden, misschien wel langer geleden, misschien wel drie jaar geleden, toen liep er een verzekering af. Toen zijn wij daar naar kantoor gegaan. En toen heb ik trouwens ook Mandy weer ontmoet, na haar een heel aantal jaren niet gezien te hebben, dus dat was wel grappig. En dat ging over het aflopen van een levensverzekering van mijn echtgenoot, en daar hebben we wel een uur gezeten, want naderhand kwam Mandy boven en hebben we wat gedronken en gekletst. Toen zat er ook nog een jongen die stage liep, ik weet niet meer wie dat was. **Dat is denk ik Joey geweest. Dat is een jongen met een beetje stekeltjeshaar.** Een lange dunne jongen? Nou die zei iets. **Maar die liep toen stage? Maar die had u ook geadviseerd?** Nee, hij, er zat iemand bij. Er zat een mevrouw bij en haar specialiteit was pensioenen. En ik weet niet meer hoe die mevrouw heet, ik heb toen ooit nog wel een kaartje van haar gekregen. En toen zei ik van, 'Misschien heb ik u ooit nog wel eens nodig, als het zover is'. Want toen hadden we allebei nog niet zo'n haast met ons pensioen maar het zat er wel een beetje aan te komen. En nu denk ik dat ik misschien, dat is misschien een beetje brutaal, dat heeft misschien niets met dit te maken. Maar dat ik misschien wel weer contact ga opzoeken met die mevrouw, als ze er nog werkt. Want ik zou misschien wel wat dingen aan haar kunnen vragen over mijn pensioen. Want die gaat in september aflopen en daar heb ik een heleboel vragen bij en ik heb geen verstand van pensioenen. En daar moet wel wat geregeld worden. Nu kan ik iemand anders nemen, maar toen dacht ik, als jij nou toch komt dan ga ik dat gelijk aan jou vragen. **Maar u vond dus de service van die adviseur toen wel prettig?** Ja, die was helemaal prima! Hij werkte er nog niet zo lang, maar hij deed het helemaal keurig."
4	**Was heel positief en netjes.**	"**Ja dat snap ik. En u zei net ik heb met een adviseur toen gechat.** Ja klopt. **En wat vond u van het gedrag van die adviseur via de chat?** Heel positief, was heel netjes."
5	**Heel lang geleden. Verleden week ook gebeld door adviseur, dat gesprek verliep heel prettig.**	"**Oké, en heeft u ooit direct contact gehad met een adviseur?** Nou ja dat is dus heel lang geleden. **Oké en wat vond u van het gedrag van die adviseur?** Ik ben verleden week teruggebeld, door een adviseur en dat ging prima. Maar toen zei die mevrouw beneden aan de desk dat zij het was. Maar dat is geen adviseur. Zij is toch geen adviseur? **Ja zij is wel adviseur.** Oh ze is wel adviseur? **Ja zij is gewoon gecertificeerd.** Zij heeft mij dus gebeld en dat gesprek verliep heel prettig."
6	**Ja dat was gewoon goed, heel simpel als ik wat wil weten dan krijg ik daar antwoord op, en dat is voor mij belangrijk.**	"**Oké en heeft u ooit direct contact gehad met een adviseur bij Independent Duinrand?** Hoe bedoel je dat? **Nou of u een keer direct met een adviseur contact heeft gehad over uw polismap of over een schade bijvoorbeeld?** O ja hoor. **En wat vond u toen van het gedrag van de adviseur?** Ja gewoon goed. **Oké en de service die de adviseur verleende?** Ja dat was ook gewoon goed. Ja heel simpel als ik wat wil weten dan krijg ik daar gewoon antwoord op. En dat is voor mij belangrijk."
7	**Ja perfect ik kan niet anders zeggen. Beleefd, aardig, netjes, dacht mee. Alles werd goed en deskundig uitgelegd. En daardoor wilde ik de verzekering ook gelijk**	"**Oké en je zei dat je ook direct contact gehad hebt met een adviseur?** Ja. **En wat vond je van het gedrag van die adviseur?** Ja perfect. **Ja?** Ja ik kan het niet anders zeggen. **En wat bedoelt u dan met perfect?** Nou gewoon beleefd, aardig, netjes, dacht mee, al die dingen die ik net op noemde die waren eigenlijk gerefereerd aan dat telefoongesprek. Want dat is eigenlijk het enige contact wat ik had. En dat heb ik als heel fijn en heel goed ervaren. Alles werd goed uitgelegd, kundig. En daardoor wilde ik die

	afsluiten.	verzekering ook gelijk afsluiten. Dus dat heeft wel meegewerkt, als ik onbeleefd te woord werd gestaan of als diegene niet behulpzaam was, dan sluit is ook niets af. Als de adviseur het al niet weet, dan heb ik er weinig vertrouwen in."
8	**Ja dat ging erg goed, de eerste zet was vanuit hier, dat ze ook verzekeringen deden, toen heb ik informatie aangevraagd en dat vergeleken.**	"**En wat vindt u van de service van Independent Duinrand? Want u heeft natuurlijk een verzekering ooit vergeleken als het goed is, afgesloten, prolongatie, hoe ging dat allemaal?** Ja dat ging erg goed. Ik heb dat allemaal netjes per mail en telefoon gedaan. De eerste zet was vanuit hier, dat Astrid heeft ze volgens mij of niet? **[denkt na] Ja Desiree denk ik?** Ja want die zit nu ook beneden of niet? **Ja.** Oké dan zal Desiree toen gebeld hebben, die heeft mij toen gebeld. Astrid was waarschijnlijk de vervangster toen zij met haar studie bezig was. **Ah oké.** Maar zij heeft toen gebeld met de boodschap dat ze ook verzekeringen deden. Toen heb ik daar informatie over opgevraagd en toen heb ik dat vergeleken."
9	**-**	-
10	**Ik heb met Marcel gesproken en met Mandy.**	"**U heeft geen communicatie met een adviseur gehad?** Nou ik heb gewoon met Marcel gesproken. **Dat is alles, u heeft niet met een andere adviseur gesproken?** Ja en met Mandy en dat soort dingen."
11	**Met schadeformulier verliep het niet zo soepel online maar keurig netjes afgehandeld.**	"**Oké dus u wilde toen via de website het schadeformulier invullen waarschijnlijk?** Precies. Toen heb ik in het weekend gemerkt dat het niet allemaal zo soepel liep, toen maandag opnieuw gebeld, en toen is er keurig netjes een online formulier toegestuurd en is het verder keurig netjes afgehandeld."
12	**-**	-

Eindconclusie:
Vrijwel alle klanten hebben direct contact gehad met een adviseur. De ervaringen die klanten daarmee hebben zijn erg positief. Zo vinden klanten dat ze netjes en beleefd geholpen werden en dat alles goed en deskundig werd uitgelegd. Dat was voor een klant ook de doorslag om direct bij Independent Duinrand een verzekering af te sluiten.

127. Wat vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt en hoe heeft u dit gemerkt? Wat vindt u goed gaan en wat kan er nog beter?

Respondent	Label	Quote
1	**Heel prettig, ik ben zo ingesteld. App is super handig. Maar mijn moeder is 80 en die wil liever een papiertje. Ik denk dat je de mensen zelf moet vragen wat ze willen.**	"**En wat vindt je van de verandering van analoog naar digitaal, hoe die plaatsvindt?** Die verandering nu? **Ja dat we zeg maar geen post meer sturen en dat alles nu via de e-mail en via de chat gaat.** Ja ik vind dat heel prettig. **Dat alles digitaal wordt?** Ja. **En waarom?** Ja omdat ik digitaal ben ingesteld laat ik het zo maar noemen. Dus ik vind het makkelijker om het allemaal op mijn computer te bewaren. En dat zoals die polismap app dat vind ik super handig. Maar mijn moeder is bijvoorbeeld ook klant en die bijna 80 en die vind dat niet prettig. Die vind het nog prettig om een papiertje te krijgen. Dus dat is natuurlijk de leeftijd van mensen die niet op het digitale zijn ingesteld. Maar ik vind het wel prettig dat digitale. **Oké en hoe is die verandering nou jou gecommuniceerd, hoe heb je dat gemerkt?** Nou ik ben gelijk digitaal begonnen met Duinrand dus ik heb dat niet gemerkt. **En je zegt net mijn moeder is ook klant en die vindt dat niet prettig, dus wat denk je dat er nog verbeterd kan worden in die communicatie over die verandering?** Nou ja ik denk dat je de mensen zelf moet vragen wat ze willen. De mensen van nu die moet je allemaal digitaal doen, maar er zijn natuurlijk toch nog een hoop mensen ook van mijn leeftijd die helemaal nog niet digitaal ingesteld zijn. En dan vind ik toch nog dat je aan de mensen moet vragen wat ze willen. Maar de nieuwelingen de mensen die nieuw zijn, die zou ik gewoon allemaal digitaal doen want daar gaat het naartoe."
2	**Klantenservice is irritant, wordt doorverwezen naar chat. Irritant dat je een klantenservice aan de telefoon krijg, die geen service verleent.**	"**Oké en ik weet niet of u daar iets van gemerkt heeft, maar we zitten nu in een transitieperiode van analoog naar digitaal. En wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ik zou nog terugkomen op vraag die je eerder stelde over wat ze nog kunnen veranderen. En daar komt dit dan ook op neer. Want ik weet niet waar die meisjes allemaal zitten maar of wat ze daar doen, want dan bel ik jullie en dan zeggen die meisjes dat ze mij niet kunnen doorverbinden of kunnen helpen en dat ik maar moet chatten. En dan denk ik ja waarom zitten die meisjes daar dan? Om dat alleen door te geven? Neem het op, op een bandje, dat is nog goedkoper voor Mandy en Marcel ook. **Ja dat is de klantenservice.** Ja maar wat doen zij? Helemaal niks. **Dus u wilt niet meer doorverbonden of verwezen worden?** Nee ik bel gewoon niet meer naar dat nummer. Dan bel ik gewoon direct Marcel of Mandy. **Dus dat vindt u irritant dat u niet gelijk degene aan de telefoon krijgt die u moet spreken?** Nee dat is op zich niet irritant, het is irritant dat je een klantenservice aan de telefoon krijgt, die geen service verleent. Dat is irritant. **Oké en heeft u verder nog opmerkingen over die verandering van analoog naar digitaal?** Nee, heel positief die app. **En u krijgt in de toekomst geen brieven meer maar alleen maar e-mails, wat vindt u daar van?** Ja dat vind ik ook top. Natuurlijk kun je niet alles telefonisch doen dus dan snap ik dat wel. **En kan die verandering nog beter naar de klant gecommuniceerd worden volgens u?** Nee het is prima voor de rest. **Oké.**"
3	**Ik heb er niet veel van**	"**En wat vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar**

	gemerkt, toen Mandy hier kwam was alles eigenlijk al een feit.	**digitaal plaatsvindt?** Nou ik heb er niet veel van gemerkt. Nou weet je, alle verzekeringen liepen en op het moment dat ik jullie nodig had heb ik Mandy gebeld en toen was alles eigenlijk al een feit. Tenminste, toen liep alles en toen liet ze nog allerlei dingen zien, hoe dat tegenwoordig gaat. Dus ik heb er eigenlijk geen last van gehad. **Dus Mandy heeft helemaal uitgelegd hoe de polismap werkt en alles, en dat ging gewoon goed?** Ja dat ging helemaal prima. En als ik nu vragen zou hebben dan zou ik altijd kunnen bellen, of kunnen chatten."
4	**Ja prima dat hebben ze aangegeven via de nieuwsbrief geloof ik, dat begreep ik allemaal. Digitaal veel makkelijker en e-mail tegenwoordig ook gewoon rechtsgeldig.**	"**Oké wat vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt?** Hoe bedoelt u dat? **We zijn natuurlijk nu aan het digitaliseren, we sturen bijvoorbeeld geen post meer, de klant kan nu chatten en mailen en liever niet bellen, alleen bij spoed.** Ja van analoog naar digitaal ja. **Ja dus die verandering vindt nu plaats, maar wat vindt u van de manier waarop Independent Duinrand dat doet, hoe zij dat communiceren?** Ja prima wat dat hebben ze aangegeven via de nieuwsbrief geloof ik. **Ja en die heeft u gelezen?** Ja en dat begreep ik allemaal. Ja wij doen alles via de computer, en het is wel raar want ik heb dan een verzoek lopen bij het UWV en dat moet dan allemaal via de post terwijl alles digitaal gaat. En toen heb ik gebeld na twee weken, toen bleken ze niets gehad te hebben en toen kon ik het opeens wel via de mail sturen. Dus toen vroeg ik waarom dat niet gelijk via de mail ging en toen zeiden ze dat ze het per se schriftelijk wilden hebben. Toen dacht ik wat is dit nou voor onzin, je kunt het toch ook digitaal sturen? Dat is veel makkelijker. **Dus u vindt digitaal gewoon makkelijker?** Ja. Want dan weet je eigenlijk zeker, als je de mail met ontvangstbevestiging verstuurd, dat de mail aankomt. En dat is ook rechtsgeldig tegenwoordig. **En zou er nog iets beter kunnen in de communicatie over die verandering denkt u?** Ze hebben je op de hoogte gesteld en meer moet je niet doen denk ik. **Nee, dus u had die nieuwsbrief gelezen en toen heeft u het gewoon geaccepteerd?** Ja prima ja. **Oké.**"
5	**Brief was onduidelijk en riep vragen op. Ik ken heel die franchisehouder niet. In de brief staat dat ik alles zelf moet doen maar jullie moeten de service verlenen denk ik dan. Die zelfwerkzaamheid werkt niet, daar bind je geen klanten mee, die lopen het snelste weer weg.**	"**Oké, en we hadden het net al even over die brief, want vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt, in zijn algemeenheid?** Ja ik vond het onduidelijk, die brief was onduidelijk en die riep vragen op. Ik had het gewoon weggelegd, en ik dacht ik hoor het wel als ze bellen, dan zal ik wel nadere uitleg krijgen dat stond ook in de brief. **Dus u vond het onduidelijk?** Ja. **En wat zou er dan beter kunnen?** Ik kende heel die franchisehouder niet, dus het zei mij helemaal niks. En er staat in die brief dat alles digitaal moet, maar denk moet ik dus zelf alles uit gaan printen en dat ik alles zelf moest doen. Maar dat horen zij toch juist te doen, service te verlenen denk ik dan. Maar dat blijkt dus nu ook, dat zij het gewoon doen en dat ik het dan digitaal in kan zien. Ik ben wel van mening, dat er steeds meer aan de klant gevraagd wordt om zijn huiswerk te doen en als de klant zijn huiswerk dan niet doet dan komt hij er ook niet door. Dat vind ik geen goede ontwikkeling. **U vindt gewoon dat wij dat op moeten lossen, en dat het niet uw taak is?** Ik weet precies waar het vandaan komt want het bedrijf waar ik werk doet het ook. Maar de klanten willen dat helemaal niet. Weet je welke klanten dat wel doen? De shoppers, de nieuwe die kijken of ze wel of niet bij zo'n bedrijf terecht willen komen. Die sluiten een contract af, elektronisch en die zeggen het daarna weer op. Dat zijn de snelste opzeggers, die ben je gelijk ook weer kwijt. **Nee dus daar heb je niet zoveel aan?** Nee, dat is niet de manier waar je klanten mee behoud. **Dus u zegt die zelfwerkzaamheid van de klant, dat kunnen ze wel willen maar dat werkt toch niet.** Nee daar bindt je ze niet mee, want die lopen het snelste weg. **Oké duidelijk.**"
6	**In principe wel goed ze houden een beetje je handje vast om je er doorheen te loodsen. In het begin eng maar nu ben ik nieuwsgierig. Eerst persoonlijk benaderen en geen brieven sturen, dat helpt niet.**	"**En we hadden het net al even over die oudere doelgroep van Independent Duinrand, toen zei u dat ze daar mee op moeten letten dat ze die doelgroep niet allemaal dingen op gaan leggen, want dan zijn ze die ouderen kwijt. En wat vindt u dan van die manier waarop de verandering plaatsvindt van analoog naar digitaal?** Ja in principe het verloopt wel goed, ze houden eigenlijk een klein beetje je handje vast om je er doorheen te loodsen en je te leren. In het begin vond ik het ook allemaal eng, ik snapte het ook allemaal niet. En door hulp kom je er toch uit en is het ook leuk, wordt je nieuwsgierig. En wil je toch mee met de tijd. Maar voor de rest gaat dat allemaal goed, want als je eenmaal weet hoe het werkt dan is het eigenlijk hartstikke makkelijk. Ik hoef geen briefje meer te schrijven en naar de brievenbus te lopen dus ja. **En wat kan er in de communicatie over die verandering nog verbeterd worden?** Ja ik denk dat je de klanten eerst persoonlijk moet benaderen en geen brieven sturen, want dat helpt niet. **Hoe bedoelt u persoonlijk benaderen?** Nou het is misschien een idee om die mensen, van wie je verwacht dat die er problemen mee hebben, om die te bellen, op kantoor uit te nodigen en het goed uit te leggen. Brieven sturen heeft vaak geen zin, die mensen lezen dat en die verscheuren de brief en gooien die weg. En die krijgen eigenlijk een beetje een naar gevoel daarvan. **En waarom denkt u dat ze daar een naar gevoel van krijgen?** Omdat die oudere generatie niet snapt wat er aan de hand is. En

		die hebben dan het idee dat ze niet meer welkom zijn, en daar heb ik voorbeeld van, van mensen van wie ik dat gehoord heb. **En wat zeggen die mensen dan?** Omdat die mensen het niet snappen. **Omdat die mensen het niet snappen?** Ja, nou moet ik in een keer een computer kopen en een e-mail adres hebben, ik moet helemaal niks. **Die willen dat niet?** Nee precies die willen dat helemaal niet. En die mensen willen ook niet speciaal de laagste premie, die mensen willen er ook wat extra's voor betalen. **Ja, dus die zitten ook meer op product dan prijs?** Ja die zitten meer op het product want die zeggen van waar praat je over? Ik snap dat de prijs in de massa wel heel erg belangrijk is, maar die doelgroep moet je toch koesteren. Want die hebben ons eigenlijk ook groot gemaakt. **Ja, dus u heeft gemerkt dat als ouderen die brief lezen dat ze dan voelen alsof ze iets opgelegd krijgen?** Ja precies, en die mensen kunnen natuurlijk ook heel makkelijk naar een andere toe gaan. Want er zijn natuurlijk nog steeds wel andere tussenpersonen die wel dat soort mensen aannemen. Je kan natuurlijk niet alles maar over één kam gaan scheren. Je moet er ook een beetje gevoel bij hebben. En dat proberen ze ook hoor, daar niet van. Maar ze moeten er wel voor waken. **Dus u stelt voor om ze hier uit te nodigen en het ze uit te leggen?** Ja leg het goed uit. **En dan denkt u dat ze daar wel meer begrip voor hebben?** Ja ik denk dat ze er dan wel meer begrip voor hebben. Ik heb datzelfde met mijn schoonouders, die hebben geen computer, is geen probleem. Toen heb ik tegen Duinrand gezegd dat ze de correspondentie via mijn e-mail kunnen doen, dan zorg ik wel dat het bij hun terecht komt. En dan neem ik wel mijn laptop of telefoon mee en dan kan je zien wat er gestuurd wordt. En dan leg ik ze ook uit dat je geen papierwerk meer hoeft te versturen, wat beter voor het milieu is en wat minder geld kost. En dat het tenslotte bij jou in je premie scheelt. En dan hebben ze daar al een stukje begrip voor en dan gaan ze het snappen. Je kan mensen die die leeftijd hebben niet zomaar even omdraaien en we gaan het nu zo doen. Dat zijn mensen die je niet zomaar de les kan gaan lezen. Daar moet je echt voor waken. **Oké duidelijk.**"
7	**Heb er eigenlijk niks van gemerkt.**	"**Oké en ik weet niet of je het gemerkt hebt maar we zitten nu in een transitieperiode van analoog naar digitaal. We hebben natuurlijk de nieuwe website, de chatfunctie de digitale polismap noem maar op. Heb je iets gemerkt van die verandering?** Nee eigenlijk niet. **Oké nou dan kan ik daar verder niet veel meer over vragen. [lacht hardop]** [lacht hardop] Nee sorry. Ik zit even te denken wanneer ik nou contact had met jullie, maar volgens mij is dat alleen 12 en 13 april geweest. En daarna heb ik alles op mijn eigen houtje verder geregeld via de website. Toen heb ik trouwens nog wel een e-mail gestuurd naar Peter met een vraag en daar kreeg ik netjes antwoord op. En toen wist ik het verschil en toen heb ik de verzekering zelf online afgesloten. Dus er werd snel gereageerd op de e-mail, ik kreeg binnen een kwartier of een half uur een antwoord. Dus toen kon ik ook meteen weer schakelen om af te sluiten. Dus dat was erg positief."
8	**Ik vind het een goede manier, maar ze moeten zich niet verliezen in wat ze groot moet maken door persoonlijk te blijven.**	"**En ik weet niet of u het gemerkt heeft maar wij zitten nu in een transitieperiode van analoog naar digitaal. We hebben bijvoorbeeld de laatste brieven eruit gestuurd met die nieuwe werkwijze van Independent Duinrand. Wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ik vind het een goede manier. Maar wat ik al zei, ze moeten zich niet gaan verliezen in het stukje wat ze groot moet en kan maken door persoonlijk te blijven. Want natuurlijk kan je een aantal dingen via internet doen. En ik vind het ook hartstikke goed dat al die verzekeringspapieren nu digitaal op mijn pc staan. Want als ik dan op vakantie ben en er gebeurt wat met mijn auto dan kan ik snel even kijken wat ik moet doen. Ik zou bellen hoor daar niet van. Maar dan kan ik in ieder geval daar ook vinden wat ik kan doen. En dat is goed want op dat moment ben je altijd voor iedereen overal bereikbaar. Verlies niet dat je dus alle klanten onder een nummertje in een computer database hebt zitten. **Oké duidelijk, dat waren de vragen."**
9	**Duidelijk naar de klant toe, aangeven waarom en hoe ze het doen en wat ze doen.**	"**En even kijken hoor. Ik weet niet of u er iets van gemerkt heeft, maar wij zijn nu bezig met een transitie periode van analoog naar digitaal, met de polis-map en alles. Wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ja duidelijk. Duidelijk naar de klanten toe, aangeven waarom en hoe ze het doen en wat ze doen. En zoals van de week dat je weer een mail krijgt met 'We hebben je autoverzekeringen gecontroleerd bij andere verzekeringsmaatschappijen en je zit nog steeds bij de goedkoopste'. Dat vind ik fijn. Dat is een stukje meer service dan waar je eigenlijk op rekent. **Oké, en wat kan er nog beter in die communicatie over die verandering?** Nou ik vind het prima zo. **Oké.**"
10	**Het gaat met de tijd mee en je kiest ervoor. Gewoon logisch. Je wordt op de hoogte gehouden.**	"**U merkt het denk ik wel, we zijn natuurlijk bezig met een transitieperiode van analoog naar digitaal, we hebben geloof ik twee weken geleden de laatste brieven eruit gestuurd, dat doen we nu niet meer, alles gaat via e-mail en de chat-functie op de website natuurlijk. Wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt van analoog naar digitaal?** Het gaat met de tijd mee en je kiest daarvoor. **Als**

		bedrijf kies je daarvoor? Ja en dat is dan gewoon ja logisch ook wel een beetje. Je wordt er op de hoogte van alles gehouden en het gebeurt tegenwoordig overal hè? Als je wilt doorgroeien en in deze tijd, dan moet dat allemaal wel. **Dus u vindt dat er op een goede manier gecommuniceerd wordt?** Ja. **Is er nog iets dat misschien beter kan in die communicatie?** Ja, dat zou ik niet weten zo weten één, twee, drie. **Nee?** Nee ik kan echt niets bedenken. **Niet waaraan u zich irriteert dat u denkt dat gaat me te snel of dat hebben ze mij niet verteld?** Nee hoor. **Oké.**"
11	**Ik heb er geen uitgesproken menig over, ik heb zoiets van ja het klopt wel.**	"**Oké duidelijk, en wat vindt u van de manier waarop de verandering plaatsvindt van analoog naar digitaal?** [denkt na] Nou daar heb ik niet zo'n uitgesproken mening over. **Nee?** Ik heb zoiets van ja het klopt wel. **Dus wat er nu u toe gecommuniceerd is als klant over die verandering, dat vindt u wel voldoende?** Ja. **Oké en zou u daar nog iets aan verbeteren?** Nee ik zou nou zo snel niet iets weten wat ze moeten veranderen, nee. **Oké.**"
12	**Ja zo is het leven, ze zijn niet de enige die overstappen naar een digitale werkwijze. Ik vind het prima zo.**	"**En ik weet niet of u het gemerkt heeft maar we zitten nu in een transitieperiode van analoog naar de digitale werkwijze, wij sturen bijvoorbeeld geen brieven meer. Wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ja zo is het leven. **Zo is het leven?** Ja. **Dus u vindt het wel logisch?** Ja en daar heb ik ook geen problemen mee ik zal er ook geen problemen mee gehad hebben als ze wel papieren waren blijven sturen. **Dat maakt u niets uit?** Nee, ze zijn niet de enige die overstappen naar een digitale werkwijze. **Oké en vindt u dat er nog iets beter kan in de communicatie over die verandering naar de klant?** Nou ik kan zo snel even niks bedenken, ik vind het zo wel prima geloof ik. Ik stop alles netjes in een digitaal mapje en als ik het weer nodig heb dan haal ik het er uit. Nee ik vind het prima. **Oké."**

Eindconclusie:
De meningen over het verloop van de werkwijze van analoog naar digitaal zijn verdeeld. Sommige klanten vinden het nou eenmaal logisch dat het bedrijf met zijn tijd meegaat. Ook vinden zij dat deze verandering duidelijk naar hen gecommuniceerd is. Anderen hebben niks van de verandering gemerkt omdat zij kort geleden klant zijn geworden en de analoge werkwijze niet of nauwelijks meemaken. Andere klanten vonden het wel even wennen maar zijn er nu aan gewend. Een enkeling vond de communicatie onduidelijk, de brief over de nieuwe werkwijze riep veel verwarring bij hem op en snapte niet meer wat er aan de hand was. Als tips geven de klanten mee dat het bedrijf zich niet moet verliezen in de digitale wereld en haar klanten vooral persoonlijk moet blijven benaderen, dat waarderen zij op dit moment zeer.

XI. Planning & kosten implementatie

Deze bijlage toont een overzicht van de planning en de kosten voor de implementatie van de aanbevelingen die gedaan zijn in hoofdstuk 9. De uren die in de planning van elke implementatie staan vermeld, zijn geschat door de onderzoekster. De kosten van het personeel en externe partijen zijn gebaseerd op werkelijke uurtarieven.

Planning en kosten interne trainingen

Het bedrijf is aanbevolen om interne trainingen aan zijn medewerkers te geven om het zelfbeeld dat zij van het bedrijf hebben, bij te stellen. Onderstaande tabel geeft weer welke stappen het bedrijf moet ondernemen, wie dit moet uitvoeren en wat de kosten zijn.

Wat	Omschrijving	Wie	Tijd	Kosten
Training identiteit opstellen	• Opstellen training • Datum prikken • Personeel informeren	Mandy de Wit	20 uur	€700
Social media training opstellen	• Opstellen training • Datum prikken • Personeel informeren	Joey van Maanen	20 uur	€300
Training identiteit geven	• Training geven aan personeel	Mandy de Wit	6 uur	€210
Social media training geven	• Training geven aan personeel	Joey van Maanen	6 uur	€90
Evaluatie trainingen	• Tijdens werkoverleggen training evalueren en vorderingen bijhouden	Alle personeelsleden	Onbepaalde tijd	-
Totaal				€1300

Tabel 2 Planning en kosten interne trainingen

Planning en kosten uitstraling kantoor

Het bedrijf is aanbevolen om de plannen voor de uitstraling van het kantoor die in de huisstijlgids staan, uit te voeren. Een van deze plannen die nog niet uitgevoerd wordt is het plaatsen van een openbare pc in het kantoor voor klanten. Onderstaande tabel geeft weer welke stappen het bedrijf moet ondernemen, wie dit moet uitvoeren en wat de kosten zijn.

Wat	Omschrijving	Wie	Tijd	Kosten
Pc aanschaffen	• -	Joey van Maanen	10 minuten	€420,26[a]
Pc monteren	• Pc aansluiten • Pc instaleren en gebruiksklaar maken	Joey van Maanen	6 uur	€90
Totaal				€510,26 excl. Btw

Tabel 3 Planning en kosten uitstraling kantoor

[a]Gebaseerd op de aanschaf van een Hp desktop, Samsung monitor, toetsenbord & muis via Mediamarkt.nl

Planning en kosten autobelettering

Het bedrijf is aanbevolen om de plannen voor het uitbreiden van zijn promotie met autobelettering, uit te voeren. In onderstaande tabel staat weergegeven welke stappen het bedrijf moet ondernemen, wie dit moet uitvoeren en wat de kosten zijn.

Wat	Omschrijving	Wie	Tijd	Kosten
Design	• Proef ontwerp maken • Ontwerp insturen en offerte aanvragen	Marco Joey van Maanen	6 uur	€450
Ontwerp en montage	• Definitief ontwerp maken • Ontwerp op auto monteren	Signdirect	-	€475[a]
Totaal				€925 excl. Btw

Tabel 4 Planning en kosten autobelettering

[a]Gebaseerd op 1 personen auto, 'large' inclusief ontwerp en montage.

Planning en kosten chat personaliseren

Het bedrijf is aanbevolen om de chatfunctie op de website te personaliseren. In onderstaande tabel staat weergeven welke stappen het bedrijf moet ondernemen, wie dit moet uitvoeren en wat de kosten zijn.

Wat	Omschrijving	Wie	Tijd	Kosten
Foto's personeel	• Foto's van personeel maken	Joey van Maanen	1 uur	€15
Foto's in chat	• Foto's personeel implementeren in chat	Ron de Wit	2 uur	€190
Automatische begroeting	• Automatische begroeting personeel schrijven	Joey van Maanen	10 minuten	€15
Automatische begroeting implementeren	• Automatische begroeting personeel implementeren in chat	Ron de Wit	2 uur	€190
Testen chat	• Testen nieuwe aanpassingen	Joey van Maanen	10 minuten	€15
Totaal				€425

Tabel 5 Planning en kosten chat personaliseren

Planning en kosten aanpassen logo

Het bedrijf is aanbevolen om de mascotte in het logo te verwerken. In onderstaande tabel staat weergeven welke stappen het bedrijf moet ondernemen, wie dit moet uitvoeren en wat de kosten zijn.

Wat	Omschrijving	Wie	Tijd	Kosten
Design	• Nieuw design logo maken	Marco	12 uur	€900
Implementeren	• Nieuw logo implementeren op website	Ron de Wit	6 uur	€570
Implementeren	• Nieuw logo implementeren op e-mail en social media kanalen	Joey van Maanen	2 uur	€30

Totaal	€1500

Tabel 6 Planning en kosten aanpassen logo

Planning en kosten autosleutelhangers

Het bedrijf is aanbevolen om autosleutelhangers weg te geven aan klanten die een autoverzekering via het bedrijf afsluiten. In onderstaande tabel staat weergeven welke stappen het bedrijf moet ondernemen, wie dit moet uitvoeren en wat de kosten zijn.

Wat	Omschrijving	Wie	Tijd	Kosten
Design	• Ontwerp sleutelhangers maken	Marco	4 uur	€300
Sleutelhangers maken	• Sleutelhangers maken en bezorgen	Vistaprint	-	€247,49[a]
Klanten selecteren	• Klanten selecteren die recent autoverzekering hebben afgesloten	Desiré	Onbepaalde tijd	-
Verzenden	• Verzenden van sleutelhangers naar klanten	Joey van Maanen	Onbepaalde tijd	-
Totaal				€547,49 excl. Btw

Tabel 7 Planning en kosten autosleutelhangers

[a]Gebaseerd op een bestelling van 100 sleutelhangers via Vistaprint excl. Verzendkosten en btw.

Planning en kosten personeelspagina

Het bedrijf is aanbevolen om een personeelspagina op de website aan te maken. In onderstaande tabel staat weergeven welke stappen het bedrijf moet ondernemen, wie dit moet uitvoeren en wat de kosten zijn.

Wat	Omschrijving	Wie	Tijd	Kosten
Tekst pagina	• Stukje over jezelf schrijven	Alle personeelsleden	1 uur	€110[b]
Tekst schrijven	• Teksten van personeelsleden verzamelen en waar nodig herschrijven	Joey van Maanen	1 uur	€15
Foto's	• Foto's van personeel verzamelen[a]	Joey van Maanen	1 uur	€15
Implementatie	• Personeelspagina aanmaken op website	Ron de Wit	10 uur	€950
Totaal				€1090

Tabel 8 Planning en kosten personeelspagina

[a]Foto's die al van het personeel zijn gemaakt voor het personaliseren van de chat kunnen ook gebruikt worden voor de personeelspagina.

[b]Gebaseerd op de uurtarieven van Marcel de Wit, Mandy de Wit, Joey van Maanen, Desiré Bulsing en Franca Snijders.

Planning en kosten inloopdag ouderen.

Het bedrijf is aanbevolen om een inloopdag voor ouderen te organiseren. In onderstaande tabel staat weergeven welke stappen het bedrijf moet ondernemen, wie dit moet uitvoeren en wat de kosten zijn.

Wat	Omschrijving	Wie	Tijd	Kosten
Voorbereiding	•			
Datum inplannen	• -	Marcel de Wit	1 uur	€35
Personeelsbezetting regelen	• -	Marcel de Wit	1 uur	€35
Uitnodigingen maken	• Brief schrijven	Joey van Maanen	4 uur	€60
Klanten selecteren	• Oudere klanten selecteren uit klantenbestand	Desiree & Franca	10 uur	€250
Uitnodigingen versturen	• Brieven frankeren en posten	Joey van Maanen	1 uur	€15[a]
Personeel instrueren	• Personeel instrueren over uitleg digitale werkwijze	Marcel de Wit	5 uur	€175
Klantenservice instrueren	• Klantenservice instrueren om aanmeldingen op te vangen en te registeren	Marcel de Wit	1 uur	€35
Op de dag zelf	•			
Medewerkers instrueren	• Voor begin inloopdag medewerkers laatste keer instrueren/peptalk	Marcel de Wit	10 minuten	€35
Kantoor toegankelijk maken	• Kantoor rolstoel en rollator vriendelijk maken	Marcel de Wit	1 uur	€35
Ouderen verwelkomen	• -	Aanwezige personeel	-	-
Ouderen digitale werkwijze uitleggen	• -	Aanwezige personeel	8 uur	€760[b]
Na inloopdag	•			
Evalueren	• Evalueren van inloopdag op werkoverleg, tips & tops	Alle personeelsleden	1 uur	-
Totaal				€1435

Tabel 9 Planning en kosten inloopdag ouderen

[a]Exclusief kosten frankeren brieven, dit bedrag hangt namelijk af van het aantal geselecteerde klanten.

[b]Gebaseerd op de uurtarieven en aanwezigheid van Marcel de Wit, Mandy de Wit, Desiré Bulsing en Franca Snijders.

XII. Corporate story

Waar een wil is, is een weg

Met samengeknepen ogen wrijft hij zijn handen over zijn slapen. Hij staart nu al een uur naar dezelfde cijfers die steeds waziger lijken te worden voor zijn ogen. Zijn koffie is inmiddels koud geworden. Het aroma van de koffie zweeft nog in de lucht, maar de zwarte brandstof zou hem vanavond toch niet geholpen hebben. Het zit hem al maanden dwars, de dalende omzet en het internet dat alles om hem heen lijkt over te nemen. De bekende gedachte komt weer in hem op: 'dit is niet waarom ik 20 jaar geleden als ondernemer de verzekeringswereld in ben gegaan, dit verdient de klant niet. De klant is geen geldbron, klanten zijn er om te helpen, dan komt de rest vanzelf,' denkt hij. Hij ijsbeert hij door het kleine kantoor. Op de achtergrond hoort hij alleen het slaan van de kerkklokken, twaalfmaal. Hij is ten einde raad, moet hij wat hij al die jaren heeft opgebouwd opgeven of doorgaan? In beide gevallen zou hij de klanten in de steek laten. Maar dat idee kan hij niet verdragen. Hij schudt zijn hoofd en probeert zich te focussen. Hij wil het jaarverslag wegleggen als hij in een van de onderste lades een boekje zit liggen wat hem bekend voorkomt. Hij blaast het stof er vanaf en leest de titel, in pixelachtige letters geschreven: 'Don't blame the internet, become the internet - een onderzoek naar de digitalisering van tussenpersonen'. Een golf van euforie komt over hem heen. Hij grijpt zijn telefoon, het is tijd om een oude bekende in te schakelen. Er wordt nog maar net opgenomen of er klinkt een vastberaden stem: "Joe, ik heb je nodig, ik ga het helemaal anders doen!."

Zo begon Marcel de Wit in de zomer van 2014 met Joey van Maanen, aan een nieuw concept: een vertrouwd assurantiekantoor met deskundig, onafhankelijk advies gecombineerd met het gemak van online verzekeren. De klant mag alles online zelf doen, maar kan ook op kantoor komen voor een face-to-face advies. Marcel wilde met dit nieuwe concept de verzekeringsmarkt op een positieve manier veranderen, om zo het vertrouwen in de markt te herstellen. Al snel veranderde hij de naam van Duinrand in Independent Duinrand. De volgende stap in de digitalisering van het bedrijf was een nieuwe website, waarop iedereen verzekeringen van verschillende maatschappijen kan vergelijken. Hiermee gaat hij de strijd aan met vergelijkingssites als Independer en HoyHoy.

De weken vlogen voorbij en het concept kwam steeds meer van de grond. Maar toch miste Marcel iets. Hij kaartte dit aan op het zoveelste marketingoverleg, waarbij de vormgever altijd trouw aanwezig was. Het was een van de heetste dagen van het jaar en de hitte was bijna niet uit te houden in het kleine kantoor. Het whitebord stond inmiddels al vol, maar de woest opgeschreven krabbels zeiden hem niets. Ze misten een beeldmerk, het beeld dat de hele filosofie van zijn idee uit zou dragen. Hij zuchtte en ijsbeerde zoals gewoonlijk weer door het kantoor en mompelde in gedachten, "wij passen ons aan, aan de klant, niet andersom, de klant is koning. Een doffe klap verstoorde zijn gedachtengang. De vormgever sloeg zijn hand op tafel, "Ik heb het, een kameleon! Een kameleon past zich aan aan zijn omgeving en kijkt 360 graden om zich heen net als jullie je aan de klant aanpassen en om jullie heen kijken om de hele markt voor de klant te vergelijken". Marcel en Joey waren meteen enthousiast en zo werd de mascotte van het bedrijf, Leon de Kameleon in het leven geroepen.

De dagen werden korter en alles draaide inmiddels, de website met de nieuwe mascotte, een volledig team van adviseurs, iedereen deed zijn best. Al snel ziet hij in dat voor het veranderen van de markt meer draagvlak en mankracht nodig is. Daarom besluit hij een franchiseformule op te richten met Independent Duinrand als testcase: Independent Insurances, voor de deskundige service die de klant verdient.

Vandaag de dag wordt er met man en macht gewerkt om het concept door te zetten. De nieuwe website werpt vruchten af en de klanten beginnen te wennen aan de nieuwe digitale werkwijze. Marcel heeft succesvolle gesprekken met grote verzekeraars en benadert assurantiekantoren door heel het land. Het bedrijf richt het oog op de toekomst waarin het internet blijft groeien en klanten behalve de beste deals en de eerlijke werkwijze, persoonlijke aandacht nog belangrijker gaan vinden. Deze visie wil Marcel samen met zijn klanten, franchisenemers, medewerkers en de rest van Nederland voortzetten. Want hoe dan ook, hij zal zijn klanten nooit in de steek laten.

XIII. Verbatims medewerkers

Verbatim respondent 1

Functie respondent:	Commercieel medewerker
Aantal jaar/maanden werkzaam binnen bedrijf:	Sinds november 2014
Methode:	Face-to-face

Interviewer: Nou welkom, het doel van dit interview is dat ik in kaart wil brengen hoe de medewerkers van Independent Duinrand de identiteit van het bedrijf overbrengen op de klant. Want de medewerkers zijn natuurlijk de schakel tussen het bedrijf en de klant dus dat heeft ook invloed op hoe de klant ons ziet natuurlijk. Dus vandaar dit interview.

Als eerste om maar mee te beginnen, ben je wel eens op een verjaardag of een feestje en moet je dan wel eens uitleggen waar je werkt? Dat mensen vragen goh waar werk je nou? Verjaardagen en feestjes natuurlijk wel eens, niet zo vaak gelukkig. En daar komt ook ter sprake van joh wat doe jij? **En hoe leg je dat dan uit aan mensen?** Allereerst leg ik uit dat ik verzekeringsadviseur ben, de meesten weten wat je dan doet. Zo niet, dan leg je dat even uit. Daarnaast leg je uit waar je werkt. **En hoe omschrijf je het bedrijf dan?** Waar ik zit, wat voor werk ik doe en dat wij natuurlijk te vinden zijn via het internet. Ik leg uit wat ons kantoor doet. En wat ik wel eens doe, want het zijn vrienden en kennissen van mij, ik stuur dan vervolgens even een mailtje van; kijk daar even naar of heb je hulp nodig? Dus ik maak het wel af. Of nou ja ik moet het zo zeggen, in het gesprek maak ik het in die zin af dat zij op papier hebben of weten waar ik werk en wat ik doe. **Oké, dus je zorgt er wel voor dat mensen echt weten waar je werkt?** Ja, ja. **Ja oké. En in hoeverre neem je die beschrijving die je aan je vrienden vertelt mee naar je beschrijving van het bedrijf naar de klant toe?** Best wel ver, althans, in die zin ver.. Een klant komt bij jou met iets, je werkt het uit en uiteindelijk heeft de klant dat wat hij nodig heeft. Bij een schade bijvoorbeeld wil hij geholpen worden, uiteindelijk is hij geholpen. Wat ik dan doe is de klant daarvan een bevestiging sturen en nogmaals op wijzen van joh dit is de werkwijze die wij doen. Middels chat, tijdens de chat, je behandelt de schade, is dat afgewikkeld ga je verder vragen, ga je je kantoor kenbaar maken door linkjes te sturen, door uit te leggen wat we doen. Dus eigenlijk eerst het probleem oplossen en dan verder vragen en dan je verder kantoor even kenbaar maken aan de klant. **Oké dus in alle communicatie naar de klant maak je wel duidelijk dit is onze werkwijze, zo doen wij dat?** Respondent: Ja. **Dat laat je in alles wel terug komen?** Ja.

Dan heb ik hier een lijstje met allemaal waarden, twee lijsten zelfs. Ik geef je eerst lijst 1. En de bedoeling is, ik ga het even uitleggen, het gaat erom dat als je het bedrijf omschrijft, Independent Duinrand wat vind je dan belangrijke waarden om mee te nemen in je omschrijving. Oké. **En dan staat er een lijst met waarden en voordat je begint met het waarderen van die waarden moet je eerst even alle waarden rustig doorlezen en vervolgens kies je de waarde die je het belangrijkst vindt en die waardeer je dan volgens de schaal hierboven [wijst naar schaal waardering op de lijst] en als je dat gedaan hebt waardeer je de waarde die je het meest tegenstaat. Dus die je echt nooit zou gebruiken, die waardeer je met -1. En als er geen waarde instaat die jou tegenstaat dan mag je dat waarderen met 0 of 1.** Aha oké. **En daarna mag je de rest van de waarden volgens de schaal invoeren. Dus je begint eerst met de waarde die je het belangrijkst vindt. En daar mag je hardop bij nadenken.** Eens even kijken, ja is goed. Nou ik lees even de lijst en ik pak gewoon de eerste, geluk. [denkt na] Ik zet er even een 3 bij. Zekerheid voor het gezin [denkt na] **Je hoeft niet eerst alles te waarderen, je mag eerst gewoon de hele lijst doorlezen en dan bedenken welke waarde je het belangrijkst vindt en die mag je eerst waarderen.** Oh zo! Op die manier, ik snap het, excuus. **Nee dat geeft niet.** [vult lijst in] Tsja dat kan van alles zijn. [denkt na] **Het gaat er niet zozeer om wat het bedrijf zegt wat ze zijn maar meer wat jij vindt wat ze zijn. Aan de hand van welke waarden jij het bedrijf zou beschrijven.** Ja ik denk dat ik er twee heb gekozen. **Twee die je het belangrijkst vindt?** Nou de een belangrijk en de ander minder belangrijk, het minst belangrijke zeg maar. **Even kijken hoor, je mag eerst de waarde waarderen die je het belangrijkst vindt, dan degene die je echt totaal nooit zo kiezen, die je echt helemaal tegen staat of die je niet belangrijk vindt.** Oh oké. Nou zekerheid voor het gezin vind ik belangrijk. **Oké, dus die vind je het belangrijkst van de hele lijst?** Ja voor het bedrijf denk ik wel, voor de verzekeringen denk ik. **Oké en waarom vind je dat?** Ja verzekeringen, sowieso je biedt een

stukje zekerheid voor het gezin, een stukje [denkt na] hoe noem je dat? Je verzekert je voor onvoorziene uitgaven eigenlijk, die je het gezin kan bieden middels een verzekering. Zowel levensverzekeringen als schadeverzekeringen. **Oké en je hebt daar een zes staan en geen zeven [wijst naar waarde 'zekerheid voor gezin' op de lijst]. Dus je vindt het erg belangrijk maar het is ook weer niet van het grootste belang?** Ja, dan zou er iets nog belangrijker zijn die niet op de lijst staat. **Ja, en wat zou dan de zeven zijn die je op de lijst erbij zou zetten?** Ja dan zit ik even na te denken waarom ik een zes heb gekozen, daar kom ik zou gauw even niet op. **Dat geeft niet.** [denkt na] Nee dat kan ik zo gauw even niet zeggen. **Oké dan gaan we door naar de waarde die je het minst belangrijk vindt.** Ik heb daar staan schoonheid. **Oké schoonheid, waarom heb je daar schoonheid staan en versta jij onder schoonheid?** Ja precies, schoonheid kan zijn de mensen zelf, schoonheid kan zijn [denkt na] maar in dit geval zie ik schoonheid als de klant zelf. Ja, ik zou niet weten wat hij met schoonheid.. wat wij kunnen doen met schoonheid. **Oké dus volgens u staat het helemaal los van verzekeringen?** Ja volgens mij wel, althans als ik het hier uit het lijstje haal, ja dan is voor mij het minst belangrijkst zeg maar. **En dan mag je nu de rest van de lijst waarderen volgens de schaal.** Oké ja. [vult lijst verder in] Wereld in vrede [respondent denkt na] Er staat niet echt iets hier dat ik zeg van dat ik van groot belang. **Nou dan kan je ook een 1 geven.** Ja, Oké zo [vult lijst verder in] **Even kijken hoor, je hebt veel drietjes, dus veel dingen die belangrijk zijn.** Ja dat klopt het is toch hoe sta je in het leven en hoe staat zo'n klant in het leven en iedereen eigenlijk. **Oké dus je kijkt meer vanuit de klant nu?** Ja, want is best belangrijk als je contact hebt met een klant. **En waarom vindt je zelfrespect belangrijk bijvoorbeeld?** Omdat je respect voor jezelf moet hebben natuurlijk, en dat heeft ook te maken met hoe je op je werk bent. Vriendschap ja dat is toch wel belangrijk vind ik. **Op de werkvloer?** Nou dan meer vanuit de klant hè. **Oké.** Want met sommige klanten heb je toch een sterkere band omdat die al lang klant zijn of omdat je die geholpen hebt met een schade of iets. **Oké op die manier.** Ja. Innerlijke harmonie, tsja. Dat zie ik meer dat er harmonie heerst tussen de klant en het bedrijf. Dat er geen spanning of zoiets maar gewoon een goede verstandhouding. **Oké en is dat ook zo?** Ja ik denk het wel, al is het natuurlijk per klant heel persoonlijk. **Oké.** Plezier, ja dat wij hier plezier in ons werk hebben. **En heb je dat ook?** Jawel, ik vind leuk om mensen te helpen en het allemaal voor ze op te lossen. Gelijkheid, nou ja ook een beetje weer die harmonie, dat iedereen gelijk is en gelijk wordt behandelt. **De klant bedoel je dan?** Ja. Wijsheid, ja we moeten soms wel wijs zijn, wat is nou wijs? Wat is nou wijs om te doen? Denk je in sommige gevallen. Dus daar heb je wel mee te maken. **Oké dus je vindt wel dat Duinrand wijs is?** Ja ik denk dat we wel wijs zijn ja in die manier. **Oké.** Volwassen liefde, ja daar kan ik niks mee, die sla ik over. **Oké dus die kunt u niet linken aan het bedrijf?** Nee daar kan ik niet echt iets voor invullen. **Oké.** Nationale veiligheid ook zoiets, daar kan ik ook niks mee. Dat heeft niet echt direct iets met Duinrand te maken. **Nee?** Nee ik zou niet kunnen bedenken hoe direct, dus die sla ik ook over. **Oké en bij comfortabel leven en bij stimulerend leven heb je allebei een zes dus die zijn erg belangrijk.** Ja nou weer hé, iemand die comfortabel wil leven, je kunt bijvoorbeeld een levensverzekering afsluiten die jou aan het eind van de rit een smak geld of tijdens jouw leven biedt en dan kun je daar comfortabel van leven. Maar dan ook stimulerend leven dus dat vind ik wel belangrijk, wat klanten betreft en voor de verzekering, ja, belangrijke punten. **Oké en acceptatie heb je ook als belangrijk gewaardeerd.** Ja acceptatie ja, bij verzekeringen heb je te maken met een stukje acceptatie natuurlijk. **Kun je dat uitleggen?** Ja, heel simpel, je vraagt iets aan en dat wordt geaccepteerd door een instantie in dit geval moet de verzekeringsmaatschappij die aanvraag accepteren. **Ja precies.** Maar ook ja, klant en adviseur moeten dingen van elkaar kunnen accepteren, krijg je een wel of niet dat je de verzekering kan afsluiten, te ja of te nee. De acceptatie moet er zijn vind ik. Dat vind ik heel belangrijk dat je iets van elkaar moet kunnen accepteren. **Oké en je hebt gevoel van prestatie en vergeving allebei gewaardeerd met een drie.** Ja klopt. **Kun je uitleggen waarom?** Nou gevoel van prestatie is natuurlijk wel belangrijk want je moet wel blijven presteren, maar je moet ook weer niet gepushed worden. Dus daarom een drie. En vergeving, ja we maken allemaal wel eens fouten en die moet je kunnen vergeven. Tenzij het natuurlijk heel erg misgaat dan kun je niet het schadebedrag alsnog uitkeren of zoiets, dat zijn nu eenmaal regels. **Nee oké dat snap ik. Maar je vindt het dus wel belangrijk?** Ja je moet elkaar kunnen vergeven, dat is menselijk. **Oké.**

Oké dat is mij duidelijk, dan heb ik nog een lijst. En dan mag je hetzelfde bij deze lijst doen, dus eerst de waarde die je het belangrijkst vindt, dan de minst belangrijke waarde, en dan de rest. Oké [leest waarden en vult lijst twee in] Ja er zijn er veel hè, [denkt na] Wat is competent ook al weer? **[denkt na] Ja competenties, dat het in je vermogen ligt om iets te doen.** O ja dat is waar ja. **Maar het is maar wat jij onder competent verstaat natuurlijk.** Ja precies. [denkt na en vult lijst verder in]. Ik vind dit een iets moeilijkere lijst om aan te geven wat je het meest belangrijks vind en het minst. **Ja?**

En waarom vind je deze lijst moeilijker dan de eerste? [denkt na] Ik vind dat in deze lijst echt meer persoonsgebonden is, althans persoonlijk gezien, de klant, de adviseur. **Ja dat snap ik, en als je het nou is als het bedrijf ziet?** Ja [denkt na] Ja ze zijn allemaal wel belangrijk, alles zit een beetje tussen de vier en de zeven. **Even kijken hoor je hebt nu bij heel erg belangrijk, creatief in welk opzicht creatief of hoe bedoel je dat?** [denkt na] Ja creatief omgaan met oplossingen, want het is niet altijd voor het grijpen, je moet er soms een eigen draai aan geven en ja dan moet je toch een beetje creatief vermogen hebben om dat te kunnen. Het ligt allemaal voor het oprapen al die antwoorden. **Welke antwoorden?** Tsja met voorbeelden weer, met melden van schades enz. of het aanvragen van een aanvraag. Je moet er toch een beetje creatief mee om gaan, je moet maatschappijen bellen eventueel en je moet navragen doen. En dat uiteindelijk richting de klant terugkoppelen natuurlijk. En dan vind ik dat je wel een beetje creatief vermogen moet hebben om dat te kunnen. **Dus om problemen op te lossen moet je creatief denken?** Ja precies. **Even kijken hoor, onafhankelijk.** Ja is er een acht? Daar staan we natuurlijk voor, onze naam zegt dat al, dat zegt eigenlijk al alles. Vandaar dat onafhankelijk daar natuurlijk bij staat. Ruimdenkend, dat is ook van belang, je moet met de klant meedenken want dat stelt de klant heel erg op prijs als je dat doet. **Dat merk je ook?** Ja dat moet je wel doen als adviseur en in zo'n gesprek of via de mail of chat dan merk je dat de klant dat fijn vindt. Dan krijg ik terug 'Ah super bedankt voor het meedenken' of zoiets en dat is dan leuk om te horen natuurlijk. Beleefd, ja vanzelfsprekend. **Vanzelfsprekend?** Ja dat leer je ook bij de cursussen van het WFT, dan wordt er professionaliteit van je verwacht en daar hoort beleefd natuurlijk bij. **Oké.** Vergevingsgezind, ja net als bij vergeving, je moet elkaar kunnen vergeven. Beheerst, ja dat heeft ook weer met professionaliteit te maken en met beleefd natuurlijk. Je moet niet uit je slof springen aan de telefoon als iemand het even niet begrijpt bijvoorbeeld. **Dus je vindt Independent Duinrand wel beheerst?** Ja wij blijven altijd wel netjes vind ik. **Oké.** Moedig, ja ik vind ze wel moedig, ze hebben wel lef. **En waarom vind je dat?** Ja omdat ze een heel nieuw avontuur aangaan en in deze branche vind ik dat zeker lef hebben. **Oké.** Zuiver, ja wij proberen natuurlijk zo transparant mogelijk met de klant te communiceren, we zetten altijd netjes de provisie bij de polis, klanten weten wij eraan verdienen dus ik vind wel dat we daarin zuiver zijn zeg maar. **Oké. Even kijken [leest ingevulde lijst door] hoor je hebt eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam.** Nou ja kijk je hebt een zorgplicht en daar staan heel veel woorden op die lijst die daar eigenlijk in moeten staan. Als jij aan je zorgplicht moet voldoen dan heb je hier aan heel veel dingen te houden. En dat staat voorop, de zorgplicht van de adviseur naar de klant. Dat is allemaal wettelijk geregeld dus ja. En ja opgewekt, dat vind ik niet zo van belang, dan vind ik behulpzaam en betrouwbaar belangrijker. **En waarom?** Omdat de klant daarvoor hier komt, niet omdat we opgewekt zijn. **Ja oké.** En liefhebbend dat vind ik ook niet bij Duinrand passen, we zijn wel klantvriendelijk natuurlijk, maar liefhebbend vind ik meer iets voor in de privésfeer zeg maar. **Oké. Oké en je zij de rest varieert tussen de vier en zeven zeg maar.** Ja dat wel **En wat zou je dan een vier geven?** [denkt na] Ja ik weet niet, gehoorzaam misschien. **Gehoorzaam?** Ja. **En waarom gehoorzaam?** Nou ja ik zit even te kijken hoor, gehoorzaam vind ik, je krijgt iets te horen en je moet naar gaan reageren zeg maar. Er wordt iets gezegd en je moet het doen. **Dus meer van bevelen opvolgen of zoiets?** Ja dat vind ik gehoorzaam. **En waarom past dat dan het minste bij jouw omschrijving van het bedrijf?** [denkt na] ik zou het niet als gehoorzaam weergeven, maar [denkt na] ik vind het moeilijk. Nou ja heel simpel, of nou ja heel simpel maar we moeten er wel creatief mee omgaan zeg maar. **Dus dan komt dat creatief er weer bij?** Ja. **Dus je moet er eerder creatief mee omgaan dan gehoorzaam?** Ja vind ik wel. En dan staat gehoorzaam inderdaad bij mij in het rijtje van minst belangrijke. **Maar bedoel je dan gehoorzaam als in buiten de bekende paden treden of?** Ja bijvoorbeeld. Maar dat geldt voor de klant ook. Niet dat kleine kinderen gedrag van jou zegt iets en zij moeten het doen. En ik vind dan niet dat wij dat richting een klant kunnen zeggen en andersom ook niet. **Je kunt elkaar niks opleggen?** Nee precies. **Oké dat is duidelijk. En bij ambitieus, intellectueel en logisch heb je ook niks ingevuld?** Nee, ambitieus en intellectueel vind ik eigenlijk vanzelfsprekend want dat zij we zeker en met logisch heb ik niks. **Oké dus je vindt het vanzelfsprekend dat het bedrijf intellectueel en ambitieus is?** Ja want dat verwacht je gewoon als klant denk ik. Of nou ja je verwacht als klant dat we intellectueel zijn denk ik want we weten wel waar we het over hebben, anders komen ze hier niet voor advies. En misschien is het iets minder vanzelfsprekend voor de klant dat wij ambitieus zijn maar dat vind ik meer zo, omdat ik het zo gewend ben. **Oké dus je bent het gewend?** Ja je merkt aan Marcel dat hij gewoon vooruit wil dus vandaar. **Oké.**

Als je kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kun je dan wat concurrenten van Independent Duinrand opnoemen, die volgens jou concurrenten zijn?
Nou ja he de grote vergelijkers zoals Independer, HoyHoy, eigenlijk al die direct writers denk ik. Die ook via internet ook alles aanbieden en dan heb ik het niet alleen maar over verzekeraars maar ook

eigenlijk alle internet aanbieders. Wij gaan natuurlijk voor de verzekeringen, maar wij gaan meer dan verzekeringen alleen doen. Dus de concurrenten zijn eigenlijk alle internetaanbieders. **En wat doen die concurrenten beter in uw ogen dan Independent Duinrand?** Op dit moment is het gewoon marketing. **Marketing, oké en waarom?** Ja daar draait alles om, je moet je kenbaar maken richting de buitenwereld, richting de consument en dat kan op velerlei manieren. En wij moeten een sprint maken en wij zijn er nog niet zover dat we ze aankunnen. **Oké dus echt de marketing.** Ja. **Wat zou de concurrentie nog van Independent Duinrand kunnen leren?** Kunnen leren? **Ja, wat doen wij beter dan de concurrentie?** Ja het onafhankelijk zijn en laat ze maar kijken naar ons eigenlijk wat ze allemaal kunnen aanbieden want volgens mij zijn al die concurrenten die hebben niet het complete plaatje wat wij hier nu al eigenlijk hebben. Er zijn een aantal waar wij een voorbeeld aan willen nemen, zoals Cool Blue, daar willen we naartoe. Maar er zijn een aantal andere verzekeraars die niet de mogelijkheid bieden die wij bieden. En daar kunnen zij van leren want ja tenslotte ben je er voor de consument. **En welke cultuur of sfeer heerst er binnen Independent Duinrand?** Een gemoedelijke sfeer, een leuke sfeer, het is een klein team, gemengd team, jong en oud. En op dit moment heeft iedereen ergens kennis van en dat maakt het leuk. Weet ik ergens niks van dan kan ik naar een andere collega gaan, andersom ook. De kennis is verdeeld laat ik het zo zeggen, en dat is het leuke. **En in hoeverre beïnvloedt de sfeer of de cultuur die er heerst zoals je net zegt het is gemoedelijk en iedereen heeft kennis en je kunt gewoon naar iemand toe lopen omdat het allemaal zo informeel is, in hoeverre beïnvloedt dat jouw communicatie naar de kant toe?** Dat kan je uitdragen, je kunt de sfeer laten proeven aan de klant weet ik niet maar je kan het wel uitdragen. Je kunt ze uitnodigen op kantoor, het oog wil ook wat. Naast dat je ze aan de telefoon horen wil het oog ook wat en daarmee bedoel ik de accommodatie, het pand, de inkleding van het kantoor. Hoe de mensen eruit zien. Ja goed, je probeert in ieder geval weer te geven richting klant joh leuk sfeertje, leuk kantoor. En dat probeer je uit te dragen en dat is toch ook iets wat ik belangrijk vind richting de klant, behalve de verzekering die je afsluit. Je moet ze een gevoel geven dat ze welkom zijn. **En als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou je het karakter dan beschrijven? Welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand?** Onafhankelijk, behulpzaam, vooral onafhankelijk. Ja. [respondent denkt na] professioneel en ja [respondent denkt na] meer dat soort karaktertrekken inderdaad. Een beetje wat er op die lijst staat. Eigenlijk wat ik als belangrijk heb staan op die lijst. **Oké dus de zevens en de zessen?** Respondent: Ja dat is een beetje wat ik belangrijk vind. **Oké, en welke karaktereigenschappen heeft het bedrijf die ze niet mag verliezen? Die ze vooral moet behouden?** Klantgericht, de klantgerichte eigenschap, we zijn er voor de klant, we zijn er voor de consument. Op wat voor manier dan ook. **Oké, en welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Ja op dit moment, ja we kunnen ons nog niet op een zodanige manier naar buiten brengen, aan de wereld tonen zeg maar wie we zijn. Maar goed dat heb je met een startend bedrijf, daar moeten we nog naar toe. **Zich tonen aan de wereld maar welk karaktereigenschap zou daar dan bij passen denk je?** [respondent denkt na] Ja toch die onafhankelijkheid denk ik, we zijn er voor de klant. **Oké, en welke eigenschappen moet Independent Duinrand vandaag nog veranderen? Dat je denkt van nou dat moet zo snel mogelijk opgelost?** [respondent denkt na] ja waar ik aan zit te denken is, ik denk het reageren richting klant. Maar welke karaktereigenschap is dat? Die hebben we wel maar nog niet voldoende denk ik, accurate snelheid kan beter denk ik. **Dus eigenlijk mag Independent Duinrand zijn klantgerichtheid niet verliezen, maar tegelijkertijd moet er wel snel iets gebeuren aan de accurate en snelheid anders verliest Independent Duinrand haar klantgerichtheid?** Ja precies. **En als je nou een leeftijd zou moeten geven aan het bedrijf, als het een persoon was wat voor leeftijd zou het dan hebben?** [respondent denkt na] ja ik denk de ouderen jongeren, jongere ouden, ik denk een beetje richting 40. **De ouderen jongeren en jongere ouderen?** Ja zeg ik dat goed? Ik denk 30/40 daar moet je naartoe. Je hebt een bepaalde doelgroep natuurlijk. **En wat is die doelgroep volgens jou?** Nou ja juist de jonge mensen die net het huis uit zijn zeg maar, 30/40 denk ik. Die kennen het internet al, maar die moeten je nog weten te vinden. En ik denk dan dat je ook een beetje op een lijn moet zitten als je die mensen wil gaan vinden.

Oké, dan heb ik nu wat uitingen van Independent Duinrand, natuurlijk ken je deze al maar even voor de duidelijkheid. Je kent natuurlijk onze Leon de kameleon, en nu mag je heel eerlijk zeggen wat je daar van vindt.[laat afbeelding van Leon de kameleon zien] Heel uniek, ik vind Leon heel uniek, goed gevonden ook, zeker met dat wat wij naar buiten ook brengen. Leon verandert in kleur, die verandert mee met de omgeving, dat willen wij ook. Wij veranderen mee met de klant dus op zich is dat een heel goed gevonden logo of mascotte. Het is geen eng beest zoals wij het er van de week over hadden. Maar ik denk dat het wel wennen is voor de klant, om zo'n beest te zien. **En waarom?** Ja goed voor de ene is het eng en voor de ander niet. Misschien denken mensen van huh

wat is dat voor beest? Heel veel mensen kennen dat beertje van de concurrent van HoyHoy. Die is eigenlijk een beetje, tegenovergesteld is niet het goede woord, een beer is een beer. Ze zien dat toch iets als zacht, knuffelig, leuker. Je knuffelt eerder zo'n beer dan zo'n kameleon. Dus is het misschien daarom, tsja hoe zeg je dat? **Dus is het misschien daarom wennen voor de klant?** Ja ik denk het. **Interviewer: Dat het minder lief en knuffelig overkomt?** Ja ik denk het. Het heeft toch zijn stekels, je pakt zoiets toch niet zo gauw beet. **Nee oké, nee precies.** Maar voor wat hij doet, hij past zich aan de omgeving aan, ja daar willen we ook naartoe, maar je pakt zo'n beest denk ik niet zo gauw beet. **Oké dus je zegt het is uniek, het is goed gevonden maar wel even wennen voor de klant. En in de communicatie met de klant, laat je dan merken het is wel even wennen of…komt die mening van jou dan naar voren van uniek en goed gevonden, welke van de twee of allebei?** [respondent denkt na] Eigenlijk allebei, want ik denk dat het beter is dat je daar zelf mee komt dan dat je dat van de klant moet horen. Dat het toch een beest is dat je niet zo gauw vastpakt. **Dus je bent daar wel gewoon eerlijk in?** Ja ja tuurlijk! **Oké, dan hebben we natuurlijk nog de website, je weet hoe die eruit ziet natuurlijk. Die kan ik nu niet even laten zien. Wat vind je van de stijl en de look & feel van de website?** Het valt op, het is kleurrijk, dus valt het op. Het valt heel veel mensen op. Ja, weetje ik zit er dagelijks in dus ik ben eraan gewend. Ik vraag het wel eens aan de klant en wat ik toch vaak te horen krijg is dat het goed opgebouwd is. Maar ze moeten wel surfen om iets te gaan vinden. **Ze moeten zoeken?** Ja ze moeten zoeken. Is er trouwens een zoekfunctie of een mogelijkheid tot zoeken op onze site? **Geen idee eigenlijk!** Weet ik ook niet. **Nou die schrijf ik dan nog even op als idee voor Marcel.** Nee, maar het valt op en het is allemaal netjes geordend, maar klanten moeten alsnog veel zoeken merk ik. Daarom communiceer ik ook vaak met links. **Met wat?** Met linkjes naar een schadeformulier etc. **Omdat ze het dus niet kunnen vinden? Dan chatten ze van hé ik zoek het schadeformulier maar ik kan het niet vinden?** Ja bijvoorbeeld. **Oké, dus je merkt aan de klant, het is een mooie site, kleurrijk, goed geordend, maar ik moet nog wel veel zoeken.** Ja je moet nog wel veel zoeken. Maar goed dat kan je ook denk ik niet anders, want je hebt gewoon heel veel informatie en die moet je ordenen, en die informatie is geordend maar je moet er wel naar zoeken. **Oké dan hebben we natuurlijk nog het logo [laat afbeelding van logo zien] Wat vind je daar van heel eerlijk?** Ja ook leuk, technisch natuurlijk een beetje de kleuren van Leon. [respondent denkt na] Duidelijk, valt op, zeker als je het op zo'n witte auto als promotie plakt, dat valt op. Ik moet eerlijk zeggen, tsja als ik eventueel een ander merk zou moeten noemen dat ook opvalt met die kleuren dan weet ik het niet zo snel. Dit valt in ieder geval op. **Oké, dus je vindt het opvallen, je vindt het goed gevonden. En draag je dat ook uit naar de klant? In hoeverre?** Ja je hebt het vast wel eens gedaan in vergelijking, dan vergelijk je Leon met ons merk ook. En je vergelijkt ook de kleuren van hoe onze site eruit ziet. Je legt uit dat die veranderen, dat wij dan ook veranderen, dat wij meegaan met een klant. **Oké duidelijk, en wat vind je van de locatie waarop het bedrijf is gevestigd?** Nou, einde winkelstraat dus op zich, als het in de winkelstraat was geweest denk ik dat het beter was geweest denk ik. **In de winkelstraat?** Ja, maar aan de andere kant, wij willen volledig digitaal gaan werken dus op zich maakt het niet uit waar we komen te zitten. Dit is een locatie die veel klanten al kennen eigenlijk van oudsher zeg maar. Dus op zich is dat ook een voordeel. Maar op zich maakt het eigenlijk niet uit waar we zitten. **Oké, en als je een andere locatie mocht kiezen, wat zou dan de perfecte locatie zijn denk je?** Respondent: Ja, als je klanten ontvangt, als je toch bekend wil worden, misschien dan toch in een winkelstraat. **En waarom in een winkelstraat?** Nou goed ik denk ook een stukje bekend maken, er lopen veel meer mensen langs, heel simpel. En daar kun je gebruik van maken.

Even kijken, we hadden het al over de doelgroep, toen zei jij dat zijn jonge mensen, 30/40, net uit huis en bekend met het internet. En wat is dan de belofte die je doet aan die doelgroep volgens jou? Je bent er om de verzekering af te sluiten. De continuïteit, ik denk dat je die moet waarborgen in de zin van de relatie proberen aan te houden. Je haalt zo'n klant binnen maar die wil je ook behouden. **En hoe doe je dat dan? Die klant behouden?** Door de klant gerust te stellen, laten zien dat je er bent om wat voor reden dan ook. Laten zien dat je er alles aan doet. **En dat communiceer je ook naar de klant toe?** Ja, niet dat je al het werk gaat doen voor ze, maar dat je het laat weten. Een simpele mail of verjaardagskaart, laten weten dat wij er nog steeds zijn. En dat kan op heel veel manieren. Maar die binding moet je houden en die moet je kunnen garanderen zeg maar. Haal je een klant binnen, dan moet je die kunnen garanderen en dat kan op verschillende manieren. **Oké, ja we hadden het dus al even over die klant, 30/40 jaar zei jij, en als je dat nou verder zou moeten omschrijven, de ideale klant zeg maar. Hoe ziet hij/zij er dan uit?, is het een man of een vrouw bijvoorbeeld.** Een ideale klant, die zijn er denk ik niet maar.. **Als je nou helemaal de persoon moet schetsen die je hier zou zien binnen willen lopen of die je zou willen helpen, wat heeft hij/zij dan voor baan of hobby's?** Ja voor ons bedrijf moet dat eigenlijk niet uitmaken, maar je

vraagt mij de ideale klant. Elke klant is een klant en je probeert er een totale klant van te maken, maar elke klant is een klant. Of hij nou jong oud of wat dan ook is. Maar een ideale klant tsja, ik weet niet of die er is. Ja natuurlijk, het is ons brood dus vermogend ja, een klant met heel veel poen die alles kan betalen, ja daar verdienen we aan. Maar die klant moet exact hetzelfde gevoel krijgen als die andere klant die een kleinere auto heeft en minder opbrengt. Dus voor mij is er niet echt een ideale klant, maar elke klant moet denken dat hij de ideale klant is. **Ja, ja, dus dat gevoel wil je de klant geven?** Ja, want je moet hem of haar het gevoel geven dat je alles voor hem doet. **Oké en heb je het gevoel dat je naar jouw mening genoeg contactmomenten hebt met de klant om de klant optimale service te verlenen?** Ja die zijn er wel, er zijn genoeg contactmomenten. Maar of die ook gegrepen worden is een tweede. Maar eigenlijk is elk contact is een contactmoment of het nou een klacht is, of je nou een briefje verstuurt. Zeker in onze branche, zeker in hoe wij willen gaan werken is elk contact is gewoon een contactmoment. **Maar heb je daar genoeg aan met een klant, heb je het gevoel dat je de klant genoeg kan helpen?** Ik denk voor dat ene moment wel, maar je moet er opvolging aan geven.

Dan gaan we het even hebben over de communicatiemiddelen die Independent Duinrand allemaal heeft. En dan gaan we die een voor een af en hoe je van dat middel gebruikt maakt in jouw communicatie naar de klant. Ja is goed. **Nou als eerste de website, hoe gebruik je de website als je een klant helpt?** Nou veel, ja daar begint eigenlijk alles mee met onze website. Via onze website maken we alles kenbaar en daar doen we eigenlijk alles mee. **Je zei al met linkjes vaak.** Ja dat is belangrijk, daar maak ik dan ook regelmatig gebruik van. Of nou ja regelmatig, altijd. **Oké altijd, en e-mail marketing?** Ja, dat is de manier van corresponderen eigenlijk, met de mail. Niet iedereen heeft een e-mail adres, nou ja goed dan proberen we het aan te maken. Of via kinderen van de wat oudere mensen. Want die kinderen willen toch een beetje inzage hebben in de polis van de oude vader en de oudere ouders die dan zelfstandig wonen. Maar ja het is gewoon het standaard correspondentie middel denk ik. **En hoe maak je gebruik van social media?** Ja nog te weinig wel. **Nog te weinig?** Ja nog te weinig. **En hoe zou je dat dan beter willen zien of hoe zou je dat beter kunnen doen?** Hoe ik dat beter zou kunnen doen? Ja, heel simpel gewoon doen. Al die platforms bezoeken, maar ook richting de klant. Of aangeven op Facebook en Linkedin en diverse platforms. Daar kun je het over hebben met de klant. Dat we ons op die manier naar buiten kunnen brengen zeg maar. **En hoe maak je gebruik van de online polismap in de communicatie naar de klant?** Veel, eigenlijk altijd. Klanten komen met een vraag binnen en ik eindig met onze website en met onze polismap als het daar niet over gaat. Je probeert de vraag te beantwoorden van een klant, is hij klaar je neem het even door, is alles duidelijk? Je verhaalt wat de klant wil en wat jij gaan doen. En dan komt onze website en dan komen onze linkjes en dan komt de polismap. **Dus het is wel een beetje in de volgorde, website, linkjes en polismap aan het eind?** Nou dat niet zozeer, maar de polismap komt zeker ter sprake. **Oké, en hoe maak je gebruik van de chatfunctie in de communicatie naar de klant?** Steeds meer, er wordt steeds meer gechat. Eigenlijk ook in die volgorde van joh je gaat luisteren naar de klant, wat wil de klant? Je regelt dat of je probeert dat te regelen. En als dat geregeld is bevestig je dat aan de klant. En daarna ga je doorvragen, heb je andere verzekeringen hier lopen enzovoort. Je geeft nog de informatie mee van hoe wij werken, waar de klant alles kan vinden, dat er een polismap is, dat we servicepakketten bieden. Daar eindigt mijn chat vaak mee, maar dan heb je ook gelijk een opening om het een en ander te bespreken. Dus je hebt eerst afgehandeld waar de klant voor belde, voor die schade of wat dan ook, dat heb je afgehandeld. En dan heb je een opening om ons kenbaar te maken en andere dingen te verduidelijken. **Oké, en welke offline communicatiemiddelen gebruik je naar de klant toe?** [respondent denkt na] Ja apps. **Apps hoe bedoel je apps? Op je telefoon?** Respondent: Ja. **Ja maar dat is natuurlijk ook digitaal.** Ja dat is ook weer waar. Eigenlijk moet ik eerlijk zeggen heel weinig, alles gaat digitaal. Wij willen zo veel mogelijk digitaal doen dat is onze insteek, digitaal. **Dus er gaat niks meer offline?** Ja er komt wel eens een schadeformulier uit, de klant komt dan bij ons op kantoor. **De klant kom ook op kantoor dus je hebt ook wel echt face-to-face contact?** Ja klopt. **En hoe gaat dat dan, hoe verloopt die communicatie dan?** Allereerst wat is de insteek van het gesprek of de afspraak. En uiteindelijk laat je natuurlijk zien waar je voor staat en waar je mee bezig bent. En probeer je dan klant, ja overhalen is het niet, maar je probeert de klant deel te laten nemen in ons proces en waar we allemaal voor staan, onafhankelijkheid en digitaal. En dan sluit je de polis over en laat je ook zien hoe het gaat en wat de klant ermee kan doen.

Oké, dan nog wat vragen over het gedrag. Hoe zou je de mentaliteit binnen Independent Duinrand omschrijven? Van de werknemers? Ja oké [respondent denkt na] ik denk dat we in deze fase misschien wat harder moet zijn. **Als medewerker naar de klant toe of hoe bedoel je dat?** Nou

meer naar instanties denk ik. Naar de klant, onze mentaliteit, ja er in ieder geval voor zorgen dat je voor de klant staat. Laten zien dat je ready voor zo'n klant bent en dat je alles voor zo'n klant doet. **Oké, en wat vind je van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt?** Het gaat snel, maar daar moeten we toch naar toe. Het is een verandering die wij met z'n allen mee moeten maken. En ook aan toe zijn eigenlijk. We moeten meegaan met de tijd, milieu bomen kappen, denk aan papier dat soort dingen. Mensen zijn toch ook bewust van het milieuprobleem en daar moet je op inspelen. **En hoe communiceer je dat naar de klant toe?** Door het te zeggen heel simpel. Dat we mee moeten gaan, de tijd van nu. Je laat zelf aan de klant ook weten dat je ook het analoge tijdperk hebt gehad. Dat je ook moet wennen, net zoals dat de klant moet wennen. Voelen wat de klant ook voelt, maar dan ook mee te geven van joh ik heb het zelf ook gehad. Je geeft voorbeelden van jezelf, dus mee leven met de klant en de klant ook mee laten leven. **Oké, en wat kan er nog beter in die communicatie over die verandering denk je?** Ja marketing, ik denk dat het te maken heeft met marketing. **En waarom?** Dan kan je laten zien wat je aan het doen bent. **En dat wordt nu nog niet genoeg gedaan?** Nee. **En hoe merk je dat dan dat het nog niet genoeg gedaan wordt?** [respondent denkt na] Ik denk dat alleen de omgeving de klanten je nu kennen en niet heel Nederland, ik noem maar wat. Je bent nu nog een beetje beperkt tot je verzekeringsportefeuille en je vrienden, familie en kennissen. **Dus marketing is nu echt heel belangrijk?** Ja dat denk ik wel.

Oké dat was het, heel erg bedankt voor je tijd en je meewerking. Nou graag gedaan hoor.

Verbatim respondent 2

Functie respondent: Commercieel medewerker
Aantal jaar/maanden werkzaam binnen bedrijf: Sinds november 2014
Methode: Face-to-Face

Oké, nou bedankt dat je even tijd wilde vrijmaken. Geen moeite. **Ik zal nog even het doel van het interview uitleggen, want ik wil namelijk in kaart brengen hoe de medewerkers van Independent Duinrand de identiteit van het bedrijf uitdragen. Want dit heeft natuurlijk ook invloed op het beeld dat klanten van ons hebben. Dus vandaar dit interview.**

Nou allereerst, komt het wel eens voor dat je op een feestje of een verjaardag bent en je moet vertellen waar je werkt? Ja heel vaak. **En wat zeg je dan?** Nou dat ik ten eerste bij een assurantiekantoor werk, dat we eigenlijk best wel uniek zijn omdat we volledig digitaal aan het werk zijn. En dat het nog in de kinderschoenen staat, maar je maakt zoveel mee op de werkvloer dat je er zelf al enthousiast van wordt. Je zegt tegen de mensen ook, je moet echt eens even gaan kijken wat ik nou aan het doen ben. Ik heb nu ook een vriendin waar ik de verzekering voor moet regelen, om te gaan vergelijken omdat we natuurlijk ook nu met dat servicepakket werken onder provisie. Ik zeg ook het is niet zo duf, iedereen denkt altijd dat een assurantiekantoor suf werk is. Maar dan zeg ik dat het echt niet aan de orde is bij ons kantoor, iedereen hier heeft zoveel energie. Ik vind het heel prettig en zo breng ik het over naar mensen op verjaardagen. **Oké, en breng je dat ook over naar de klant? Zeg je wat je tegen vrienden zegt, ook tegen de klant?** Meestal wel, het ligt er ook aan hoe je gesprek gaat met de klant. Ik was bijvoorbeeld een verzekering aan het afsluiten met een oudere man en die werd zelf al helemaal enthousiast van mij omdat hij dat zelf af ging sluiten via zijn eigen computer. En wordt dan weer aangestoken door mijn enthousiasme. En dan zeg ik tegen zo'n klant: Je moet er even doorheen het is misschien in de eerste instantie moeilijk dat je denkt ik wil helemaal niks met computers. Maar als je er eenmaal gewend aan bent dan is het ideaal. Het is gewoon heel gemakkelijk. Je bent natuurlijk gewend om altijd alles op papier te schrijven. Vroeger kwamen ze met grote stapels papier bij je aan van zoek het even uit. En dan zeg ik tegen de klant: nu wordt het gewoon veel overzichtelijker. Dus zo.

Oké, even kijken hoor. Dan heb ik hier twee lijsten met waarden. Eerst de eerste lijst. En de bedoeling is, ik zal het even uitleggen. Voordat je begint lees je eerst alle waarden op het lijstje van 1 t/m 18. En daarna ga je kijken welke waarden van ik nou belangrijk bij het omschrijven van Independent Duinrand. Dus als ik Independent Duinrand aan iemand omschrijf, welke waarden neem ik dan mee in mijn omschrijving? Dan mag je eerst alles doornemen en dan de waarden die je het belangrijkst vind in je omschrijving mag je een zes of een zeven geven. Maar dat ligt er ook aan hoe belangrijk je de rest vindt. Daarna ga je kijken welke waarden zou ik nou helemaal nooit meenemen of welke staat mij het meest tegen. Dan geef je die een -1. Is er nou geen waarde waarvan je zegt die staat mij heel erg tegen, dan vul je een 0 of een 1 in. En daarna doe je de rest. Dus eerst vul je de belangrijkste waarden in, daarna de minst belangrijkste en daarna vul je de rest in volgens de schaal. En je mag er hardop bij nadenken. Oké, ik vind het sowieso hele rare woorden vergeleken met het werk dat ik doe. **Het is natuurlijk maar net hoe je het interpreteert, en wat het voor jou betekent.** Ja oké. Ik zet even alvast een kruisje achter de woorden waarvan ik al denk dat ze belangrijk zijn. [zet kruisjes achter waarden]. Nou zekerheid voor het gezin, die sowieso. Wereld in vrede, ja daar heb ik niks mee. **Nee?** Nee die sla ik over. Vrijheid, zelfrespect, die ook sowieso. [denkt na]. Als ik denk over de belangrijkste in mijn werk dan is dat ook de zekerheid voor je gezin, dat vind ik dan een zeven. Dat vind ik een van de belangrijkste dingen daarvoor verzeker je eigenlijk ook, want je wilt toch niet in de penarie komen als er wat gebeurt. Dat vind ik dus een hele belangrijke. **Dus daarom een zeven oké.** Want daarvoor kun je natuurlijk ook het comfortabele leven wat je hebt leiden, want stel je huis fikt af of wat dan ook, dat is natuurlijk het ergste scenario. Dus dat vind ik ook een belangrijke, dat vind ik een zes. Maar het gevoel moet ook goed zijn, de mensen die bij ons komen moeten het gevoel hebben dat er naar ze wordt geluisterd. Dat wij er voor hun zijn. Dan vind ik prestatie gevoel daar bij horen, dan denk ik gelijk al de klant moet dingen afsluiten. **Welke waarde heb je het nu over?** Gevoel voor prestatie. Dat vind ik iets negatiefs want het is niet dat een klant een verzekering moet afsluiten, nee je wilt dat de klant een verzekering afsluit die ook echt goed is voor de klant. En natuurlijk is het leuk als de klant een verzekering afsluit, laten we dat voorop stellen. Maar die verzekering moet wel goed zijn voor de klant. **Oké, maar je hebt er dus negatieve associaties bij? Bij gevoel voor prestaties?** Ja. **Zie je het dan als een soort druk begrijp ik dat goed? Dat je denkt de klant moet een verzekering**

afsluiten? Ja, ik ben van mening dat als het gevoel van de klant goed is dan hoef jij geen moeite te doen om de verzekering af te sluiten. Dan heeft de klant misschien wel dat extra zetje nodig, maar je moet een klant niet pushen. Dus dat vind ik eigenlijk een negatieve. Dat vind ik een -1. **Oké, dus dat vind je degene die er helemaal niet bij past, die je nooit zou meenemen in je beschrijving?** Nee. Ja volwassen liefde, wat moet ik daarbij denken? [Respondent lacht hardop] Tsja volwassen liefde en schoonheid [respondent denkt na] **[lacht ook hardop] Nou ja als je de begrippen niet bij het bedrijf vindt passen kun je ze natuurlijk ook laag ranken.** Ik vind sowieso gelijkheid een belangrijke, dus dat is een vijf. Want ik vind gewoon dat je allemaal gelijk bent dus ook in de verzekeringsbranche. Maar gisteren heb je dan toch een klant die zegt dat hij toch blij is dat hij met ons kan chatten, want dan heeft hij antwoord op zijn vraag. En dan zit je maar vijf minuten met zo'n iemand op de chat maar dan weet je dat zijn gevoel gelijk goed is. Dus dan voel je jezelf daar ook weer goed over. Ja zelfrespect vind ik sowieso in alle vormen belangrijk, die vind ik ook een zes waard. **En heb je het dan over zelfrespect als medewerker of naar de klant toe?** In mijn leven vind ik dat heel belangrijk, ook als ik aan het werk ben, je moet zelfrespect hebben maar ook respect naar een ander. En dat vind ik gewoon belangrijk. **Oké, duidelijk.** Ja geluk, ja dat wil iedereen. Daar zou ik het liefst een tien voor zetten. [Respondent lacht hardop] **[lacht hardop].** Maar qua werk, ja ik zit natuurlijk nu constant in mijn werk te denken he. **Ja maar je moet het ook een beetje betrekken om het bedrijf, hoe zou jij Independent Duinrand omschrijven.** Nou vrijheid, want je krijgt toch de vrijheid om je te ontwikkeling hier op de werkvloer. Dus in die zin vind ik vrijheid ook belangrijk. Het is natuurlijk wel zo dat als ik niet presteer dat Marcel ook zegt van: 'joh Dees het is allemaal wel leuk en aardig maar ga maar gewoon weer in de WW of zo'. **Maar zou je die waarde ook meenemen als je het bedrijf naar de klant omschrijft? Als je uitlegt wie wij zijn?** Ja want de klant moet wel het gevoel hebben dat hij de vrijheid heeft om de keuzes te maken. Dus gisteren zat ik met een klant die kon zich gewoon niet goedkoper verzekeren. En dan ben ik toch zo eerlijk dat ik zeg dat ik de klant graag als klant zou willen hebben maar ik zou het rot vinden om dan zo te pushen. Dus die klant moet wel het gevoel hebben dat hij de vrijheid heeft om te zeggen van nee ik wil niet. Dus het moet wederzijds zijn, want ik heb de vrijheid om dat tegen de klant te zeggen, en de klant heeft de vrijheid om te zeggen dat hij het aanbod niet wil. Ik weet niet of ik het zo duidelijk uitleg? **Ja hoor het is mij duidelijk.** Dus vrijheid vind ik wel een vier. Ik heb bijvoorbeeld hiervoor een werkgever gehad en die pushte altijd zo. Dus dan moest je bijvoorbeeld altijd zoveel begrafenisverzekeringen verkopen. **Dat was dus meer met targets en doelen halen enz.?** Ja precies, en dan zie je gewoon dat de klant goed verzekerd is. En dat kreeg ik gewoon niet voor elkaar. Dat gaat gewoon niet gelijk met mijn gevoel. Dus dan heb je ook geen plezier in je werk. Want als het allemaal klopt dan heb je plezier in je werk, ben je leuker voor de klant, leuker voor je collega's. Dus dat speelt allemaal samen, dat is ook zo met de innerlijke harmonie. Als jij gewoon voor je gevoel goed bezig bent met je werk, dan is het allemaal een geheel, innerlijke harmonie en plezier. Wijsheid, ja dat vind ik wel belangrijk want we moeten hier natuurlijk wel wijsheid hebben om de klant goed te kunnen adviseren.[Respondent zucht en denkt na] Tjsa het is eigenlijk allemaal wel belangrijk nu ik er zo dieper op inga. **Het is inderdaad maar net hoe je het interpreteert voor jezelf.** Ja precies. Als je in de eerste instantie er alleen zakelijk naar kijkt dan denk ik wat is dit nou. Ja vriendschap, [respondent denkt na]. Nou ja dat is wel lachen, hoe meer contact ik heb met een klant, ook al heb ik hem nog geen eens gezien, dan heb je toch via de mailwisseling of chatverkeer toch een bepaalde vriendschap. En dan krijg ik gewoon personen die mij nog nooit hebben gezien en ik hun ook niet. Die zeggen dan gewoon: Hoi Dees. Of dan krijg ik ineens een bloemetje via de mail toegestuurd. Dus dan denk ik dat is toch wel weer leuk. Dat is toch een bepaalde vriendschap. **Dus echt die binding met die klant?** Ja precies, dus daar hoef je elkaar niet voor te zien, dat merk ik wel. Dat is ook die boodschap van toch digitaal maar toch persoonlijk. Dus dat vind ik ook een vijf. Dat heb je natuurlijk niet met iedereen he, zo'n band. Door sommigen word je natuurlijk afgezeken. [respondent lacht hardop] Maar voor de rest gaat het altijd wel goed. Nou ja volwassen liefde daar heb ik helemaal niks mee. Ja schoonheid, als ik aan schoonheid denk dan denk ik niet aan het uiterlijk. Dan denk ik alleen maar aan schoonheid aan de binnenkant. Want je moet nooit bij mensen op het uiterlijk afgaan. Maar ik vind het niet echt bepalend. Nationale veiligheid tsja [respondent denkt na]. Dan denk ik alleen maar aan aanslagen. [respondent lacht]. **Dat kan.** Maar ik zie nou niet dat ik met mijn werk bezig ben met de nationale veiligheid, nee. Ik probeer alleen, dat is dan niet nationaal, maar voor de klant iets veilig te stellen. Dus dat zie ik niet als belangrijk. Dat is wel sinds ik hier werk, zo veel energie krijg je hiervan. En het stimuleert je echt want ik had nooit gedacht dat ik weer zou gaan leren, dat ben ik dus ook weer aan het doen. Dus ze stimuleren mij wel met alles. En het enthousiasme dat als er dan iets lukt dat Marcel dan weer een dansje gaat maken in zijn stoel. [respondent lacht hardop] **[lacht hardop]** Ja dat vind ik dan gewoon gaaf, echt kicken. Iemand van die leeftijd, dat zie je gewoon meer alleen bij jonge lui. Nu ben ik net zo gek hoor. Maar dat vind ik eigenlijk wel een tien. Nee maar dat geeft je veel meer het zelfvertrouwen, want dat heb ik natuurlijk

niet zo. Maar om daar dan mee aan de slag te gaan, doordat zij zo positief zijn dat helpt mij om toch proberen die stapjes te maken. Want het gaat bij mij om een paar stapjes. En ja en wijsheid en acceptatie dat vind ik twee viertjes. **En waarom?** Ik vind het belangrijk, maar voor mij hoort het er gewoon bij. Het is logisch, het zit gewoon al in je. En ja vergeving, nou ja ik hoef niemand wat te vergeven. Je merkt wel als er fouten worden gemaakt, als je het rustig uitlegt dan snapt een klant dat ook echt wel uiteindelijk. **Dus als een klant een fout maakt?** Ja of ik, en dat ligt gewoon aan de manier waarop je het brengt. Als je gewoon uitlegt hoe het zit, dan doet een klant eigenlijk nooit moeilijk. Maar het is echt de communicatie, puur communicatie. Hoe leg je het uit, hoe doe je het, op wat voor toon etc. Dus vergeving ja, dat komt niet zo vaak voor bij mij, gelukkig. Dus een tweetje. **Een tweetje?** Ja ik vind het niet zo belangrijk. **Oké duidelijk.** Ja en met gevoel voor prestatie heb ik echt het minste. **Nee dat snap ik dat heb je uitgelegd.**

Dan heb ik hier nog zo'n zelfde lijst met waarden. Dan mag je weer hetzelfde doen, dus eerst weer alles doorlezen, de belangrijkste waarde aangegeven, dan de minst belangrijkste en dan de rest van de waarden. Nou ik hier heb ik al veel meer mee met deze waarden. **En waarom heb je met deze waarden meer dan met die andere?** Met die eerste waarden kon je zoveel kanten mee op, dat kan iedereen beantwoorden en deze waarden kan ik als persoon beter beantwoorden. **Oké ik snap het, duidelijk.** Even kijken hoor, eerlijk, betrouwbaar heel belangrijk, behulpzaam vind ik ook belangrijk. **Heel veel zevens en zessen zie ik? Dus alles is eigenlijk wel belangrijk?** Ja. **En vind je deze waarden meer voor jou in je werk belangrijk of hoe bedoel je dat precies?** In mijn werk maar ook privé. **Maar zo zou je dus ook Independent Duinrand omschrijven? Aan de hand van deze waarden? [wijst naar waarden met zevens en zessen op de lijst]** Ja, zeker weten. **Kun je dat uitleggen?** [denkt na] Oké, dan kijk ik puur naar hoe ik hier voor het eerst kwam en dan als ik het naar de klant uitleg. **Ja.** Toen ik hier voor het eerst kwam had ik een gesprek met Marcel. En bij dat eerste gesprek was het al gelijk rechtstreeks, je weet precies hoe hij denkt, hoe hij voelt want hij liegt er niet om. Dat doet hij ook net zo makkelijk tegen een klant ook als hij het er niet mee eens is zegt hij het gewoon. Ze zijn heel ruimdenkend, ze hebben alles voor een klant over. Ze zijn beleefd als de klant ook beleefd is naar hen. Zo werk ik zelf ook, ik ben heel lang beleefd tegen een klant maar uiteindelijk zeg ik ook van ik heb hier geen zin in. Dus dat zijn we denk ik allemaal. En opgewekt, ja ik ben altijd vrolijk als ik hier zit, dus ik ben wel opgewekt. En Marcel altijd ook [lacht hardop] **[lacht hardop].** Liefhebbend, ja dat heb ik zeker met mijn klanten. Zeker met bepaalde schadegevallen, dan denk ik echt van oh wat rot. En dat heeft toch met bepaalde liefde te maken. Natuurlijk niet op een romantische manier [lacht hardop] **Nee ik snap je.** Dan kun je je zo goed indenken hoe een klant zich moet voelen. **Dus dan leef je eigenlijk een beetje mee met de klant?** Ja dan leef je echt mee met de klant en dan denk ik nou ik ga nu echt bellen naar de maatschappij is dat nou nog niet geregeld, die mensen hebben een inbraak achter de rug enz. Dus dan ga je helemaal mee in een bepaalde emotie. En eigenlijk hang je op en is die emotie weer weg dus het niet zo dat ik er mee naar huis ga. Maar zo ben ik wel met mijn werk bezig. Onafhankelijk, ja dat moeten we wel zijn want dat is onze bedrijfsnaam natuurlijk. **Maar is het bedrijf dat ook?** Nou we zijn hard op weg en we hebben ook wel die intentie dus dat komt wel goed. Vergevingsgezind vind ik weer echt, tsja [haalt schouders op] **Je kan er niks mee?** Nee ik kan er niks mee. [denkt na] Ja en beheerst dat is het hier niet. **Nee?** [lacht hardop] Nee, ook qua communicatie ook naar een klant toe. Dat is niet beheerst, ook daarbij zegt iedereen wat ze denken. Peter is heel beheerst in dingen. Maar als ik de rest moet horen inclusief mezelf dan. O ja en Sylvia die is ook beheerst. **Die is ook beheerst?** Ja. **Maar de rest niet?** Nee, ik voel het gewoon aan. Ik denk dat Sylvia en Peter meer de regeltjes volgen en ik denk dat de rest qua gevoel dat wat hij wil. Althans zo komt het op mij over. **Oké ja dat kan.** Dus bij mij is beheerst een twee, ja en vergevingsgezind vind ik gewoon een nul. Moedig, ja ik vind sowieso waar we nu inzitten vind ik heel moedig met alles, dat ze toch deze stap hebben genomen. En dat geldt ook voor mij persoonlijk. Je begint ergens met werken en je weet eigenlijk niet waar je terecht komt. Het is allemaal onzeker, maar ik zeg wel tegen Marcel nu ook van je moet nu wel doorgaan. Je moet je pad volgen want ik geloof er gewoon in. Dus ik vind hier heel moedig en niemand zeikt als er even iets niet lukt. En probeer je ook uit te leggen aan de klant. Want dat straal je ook uit naar de klant, we zijn met iets nieuws bezig. Dus dat is ook een bepaalde moedigheid. En je hoopt dan toch dat je kunt overbrengen naar een klant dat het iets speciaals is. Dus moedig geef ik een zes. Creatief, [respondent denkt na] Ik kan heel creatief zijn [lacht hardop] **Op welke manier kan je heel creatief zijn?** Ja creatief denken, met klanten op mijn werk. **Kun je daar een voorbeeld van benoemen? Dat je creatief bent in de omgang met de klant of dat je creatief moet denken?** [denkt na] Echt een voorbeeld zou ik niet zo even snel weten. **Nee?** Nee, maar ik zie creatief meer in de zin van oplossingsgericht. Ja er komen dan zo een één keer dingen naar boven, de stomste dingen. Ja ik vind het heel lastig om dat uit te leggen, want ik doe niet alles via het boekje ik doe alles op gevoel. **Ja, en dat werkt wel voor je?** Ja,

dat heeft bij mij altijd gewerkt bij klanten. **Oké, en dat merkt de klant dus ook?** Ja dat hoop ik van wel. Dat weet je natuurlijk zelf nooit, je weet achteraf nooit hoe een klant over je denkt. **Nee precies. Maar de klanten zijn wel tevreden daarmee zeg maar?** Ja de klanten die ik nu heb gesproken wel, ik heb er nog geen een gehad die dat niet was. Ik krijg altijd te horen bedankt dat je mij geholpen hebt. Dat is niet zozeer creatief dan, dat is meer dat je altijd voor ze klaarstaat. En dat is ook wel gelijk mijn valkuil eigenlijk waar Marcel het dinsdag over had, je moet natuurlijk niet gelijk jou naam aan een klant koppelen. Want het wordt op een gegeven moment te veel. En daar moet ik nu echt mijzelf tegen gaan beschermen want ik zie nu al dat dat mijn valkuil is. Ik kan niet alles, ik werk natuurlijk maar tweeënhalve dag. En dan zit ik nog vaak in het weekend thuis mijn mail te checken van oh dat kan ik nog even doen en dat snel. Dus dan doe je thuis toch nog genoeg, omdat je dan denkt nou dit kan echt niet wachten tot maandag, dit moet even. Ik ben niet zo dat ik zeg ik doe hier om zes uur de deur dicht en ik doe niks meer. **Dus je gaat wel door met nadenken over werk thuis?** Het komt ineens bij je op, dan ben je thuis en dan vraag je je af hoe het met een klant is of hoe het met een zaak staat. En dan weet ik dat ik mijn agenda daarop heb ingesteld maar dan denk ik dit komt niet voor niks in een keer bij mij op. Dus ik luister eigenlijk heel vaak naar mijn gevoel, mijn intuïtie, naar alles eigenlijk. Maar dat is niet alleen met weken dat doe ik mijn hele leven al hoor. Dus ja ik ben wel weer creatief qua oplossingen naar klanten toe. Ja zuiver, dat zie ik meer hetzelfde als eerlijk. **Dat zie je hetzelfde als eerlijk?** Ja dat zie ik hetzelfde als eerlijk. Gehoorzaam, [lacht hardop] Ja dat ben ik niet. **Nee?** Ja natuurlijk wel gehoorzaam wat je moet doen maar. **Je zei al volgens het boekje doe ik het niet.** Ja ik volg nooit het boekje, ik ben geen type die het boekje volgt. Ik ben het nooit geweest ook. Dus ik vind het ook niet belangrijk. Competent, nog niet genoeg. **Vind je dat het bedrijf zelf, Independent Duinrand, competent is?** Nog niet genoeg. **Nee? Waarom niet?** Nee, er moeten nog veel meer ontwikkelingen komen. Het beginsel staat maar ik heb gewoon het idee dat het nog veel groter kan. Het staat in de kinderschoenen, maar de competentie is er wel, maar nog niet zoals het hoort. **Dus de potentie is er wel?** [lacht hardop] O ja sorry, de potentie is er. Maar als ik dan kijk naar mijzelf, ik heb nog heel wat werk aan de winkel voor mijzelf. Dus dat vind ik eigenlijk ook een hele belangrijke voor mij. Ambitieus, het bedrijf is heel ambitieus, dat is eigenlijk gewoon een tien. **En waarom vind je dat?** Waarom ik dat vind? Ja, ik vind als iemand hier in stapt, hiermee begint dat vind ik gewoon ambitieus, dan heb je lef. En ja je wordt enthousiast van hun enthousiasme eigenlijk. Maar ik krijg ook soms zoveel signalen van Marcel en van Mandy dat ik denk van even nu niet. Dan wil ik gewoon even een ding tegelijk. En dan krijg ik soms mailtjes van Marcel, dan krijg ik er twintig tegelijk. En dan denk ik van ja, hij is gewoon echt een workaholic, een leer gek. Het bedrijf is ambitieus ikzelf minder dat komt gewoon omdat ik mijn werk heel belangrijk vind, maar niet het belangrijkste. **Oké, en hoe merkt de klant dat?** Nee daar merkt de klant niks van. **Nee dat merkt de klant niet? Daar laat je niks van merken?** Nee want als ik aan het werk ben, ben ik er voor 200%. **Dus dan ben je wel ambitieus misschien?** Maar voorheen, toen ik nog manager was enz., toen was ik alleen nog bezig met werk, werk, werk. En nu vind ik werk heel leuk, maar ik vind mij gezinsleven vele malen belangrijker. En als ik voor mijn gezin met mijn werk zou moeten stoppen, dan stop ik. Dus die drive zoals vroeger heb ik niet meer. Maar nu met werken, moet ik wel zorgen dat ik net zoveel weet als de rest hier. Want ja als parttimer word je nog wel eens gezien van die hoeft er niet veel van te weten. Maar ik vind juist als parttimer moet je net zoveel weten als de rest. Er moet geen onderscheid zijn. Dus er is nog een hoop te leren, maar dat is vooral kennis waar ik tekort aan kom. Dus ambitieus is een viertje bij mij. Intellectueel, heb ik niks mee. **Nee?** Nee **Dat kan je niet koppelen aan het bedrijf? Zoals jij het bedrijf ziet?** Nee. **Waarom?** [denkt lang na] Ik kan het niet uitleggen ook, ik heb er helemaal geen link mee. **Nou dat kan dat je die associatie niet hebt.** Logisch, vind ik ook zo'n heel vaag begrip, wat is nou logisch? **Ja wat is voor jou logisch?** Voor mij is er niks logisch. **Hoe bedoel je?** Nou gewoon ik vind logisch iets heel gestructureerds eigenlijk, dus daar heb ik niet zo heel veel mij. **Dus je vindt het bedrijf niet zo gestructureerd?** Het bedrijf is wel gestructureerd, nog niet op de manier waarop het zou moeten. Dat begint nu pas te komen, maar daar merkt de klant niks van. Dus dat is het belangrijkste. De klant merkt het niet, alleen achter de schermen zijn we daar mee bezig. [denkt na] Jeetje, ik vind het toch wel een andere tak van sport dit. Ik moet zo anders nadenken. Ik denk er niet over na als ik mijn werk doe, ik vind het allemaal logisch. [lacht hardop] **[lacht hardop]** Ik denk er helemaal niet bij na, ik werk al mijn hele leven op gevoel. En dan ga je wel eens op je plaat maar ik ben niet zo als Marcel en Mandy die bijvoorbeeld echt hele plannen al hebben. Nee, dat heb ik niet. Dus logisch, ja alles is logisch. **Oké, en wat voor cijfer zou je geven aan die waarde?** Een twee.

Oké, dat was het, dat waren de twee lijsten. Even kijken, als je kijkt naar de concurrentie, kun je dan een paar concurrenten opnoemen van Independent Duinrand? Wat in jouw ogen concurrenten zijn? Ja, Independer, HoyHoy, Ohra. **Ohra? Waarom Ohra?** Waarom Ohra? Misschien omdat ik daar zelf verzekerd ben. **Oké, en op welk vlak is dat een concurrent volgens**

jou? Op premie. **Premie?** Ja, gewoon goedkopere premies. [respondent denkt na] Ja Independer, HoyHoy en Ohra, voor de rest zie ik niet zo veel concurrenten eigenlijk. **Nee?** Nee. **En waarom zie je dan niet meer concurrentie?** Nou ja ik kan er gewoon niet opkomen op al dat soort bedrijven. Independer en HoyHoy, dan denk ik aan dat irritante beest. En er zijn er natuurlijk wel meer, maar ik weet niet welke. **Oké, wat doet Independent Duinrand beter dan die concurrenten vind je?** Nou sowieso onafhankelijk zijn. Ik denk dat wij een betere relatie hebben met de klant, een persoonlijke relatie met de klant. We zijn transparanter naar de klant. En toegankelijker. **Kun je dat uitleggen waarom je het bedrijf in die aspecten beter vindt?** Omdat ze bij ons ook gewoon kunnen binnenlopen op kantoor, dat kunnen ze natuurlijk bij de rest ook. [respondent denkt na] Ik zie hun als hele logge bedrijven. En ik zie Independent gewoon als tussenpersoon, maar toch groot. **Ja, ja, dus je zegt je kunt er gewoon binnenlopen, maar het niet een log apparaat zoals de concurrentie?** Ja, mensen gaan Independent niet zo gauw als een log apparaat, zoals een Independer die je alleen maar via de televisie ziet, want daar is het maar iets in de ruimte, het is niet iets wat je aan kunt raken. **En wat versta je dan onder log? Wat vind je er dan log aan, aan die concurrentie?** Te groot bedrijf, een te logge organisatie. Niet als een te groot gebouw, maar gewoon als een te grote onderneming. En die straks zijn straks de weg kwijt is, die weten niet meer waar hun klanten zijn. Die gaan er maar vanuit dat klanten naar hun toe komen, omdat ze dan zogezegd weer goedkopere premies kunnen aanbieden. Maar de nazorg voor de klant, en het helpen van de klant met de polisvoorwaarden dat zit er bij hen niet in. Of een jaarlijkse premiecheck of als ze echt schade hebben. Ik denk dat zij daar tekort aan gaan schieten. **Oké, en ik welk opzicht doet de concurrentie het beter dan Independent Duinrand? Waar kunnen wij nog wat van leren?** Meer naamsbekendheid, dat sowieso. [respondent denkt na]. Ik denk dat je daar niet teveel van moet leren. Ik denk dat je gewoon verder moet gaan. Ik denk dat je daar niet mee vergeleken wil worden. **Oké dus het enige waar wij wat van zouden kunnen leren is de naamsbekendheid?** Ja, maar daar komen wij ook wel. **Oké, en welke cultuur of sfeer vind je dat er binnen Independent Duinrand heerst? Hier op kantoor in het team?** Een hele losse sfeer, iedereen zegt wat hij denkt. Dat is sowieso al prettig. En toch wel hecht, het wordt steeds hechter. Want in eerste instantie gingen we met Peter en vier vrouwen naar de eerste cursus toe en daar zijn er al drie van weg. Maar je merkt nu gewoon er is toch een soort van vaste basis en daar moet je mee verder. Dus ja ik vind het heerlijk om naar mijn werk te gaan. Alleen het pand voelt al alsof ik thuis kom, dat was het eerste wat mij opviel het voelde net alsof ik thuis was. **Een beetje die huiskamer gevoel?** Ja huiskamer gevoel en je wordt op je gemakt gesteld. **Oké dus je vindt het een losse sfeer en een huiskamer gevoel, in hoeverre merkt de klant dat? Communiceer je dat naar de klant?** Ze weten natuurlijk niet hoe het hier eruit ziet, maar omdat je zo relaxed bent, ben je meer ook meer relaxed naar de klant toe. Je bent ontspannen op je werkplek dus draag je op de een of andere manier toch uit naar de klant. En dat kun je niet uitleggen maar dat is toch de manier waarop je dan chat met de klant of praat, de woordkeuzes. Als je natuurlijk in een heel strak, zakelijk kantoor zit, dan communiceer ik gelijk naar de klant toe met 'Geachte'. En dat is mijn gevoel. En hier communiceer ik gewoon op de jip-en-janneke manier met klanten. **Oké, dus je zegt omdat het hier zo relaxed is, voel je jezelf ook relaxter en ga je zo met de klant om. En als je in een strakke zakelijke omgeving zit, dan ga je ook zakelijk naar de klant toe communiceren?** Ja als ik in een zakelijke omgeving zou zitten zou ik ook niet vragen: 'Joh heb je niet lang te leven meer dan'? Dat soort dingen kun je hier wel gewoon doen. Ik had op een gegeven moment tegen een klant gezegd: 'Heb je niet lang te leven meer dan'? Nee, dat zou ik nooit vragen als ik in een strak kantoor zit. Je hebt toch het gevoel dat je gewoon in je stoel thuis zit, en dan communiceer je toch op die manier met de klant. En de ene klant waardeert het en de andere niet hoor, dat voel je weer aan. **En als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou je het karakter dan omschrijven? Dat je een persoon in je hoofd hebt van Independent Duinrand, welke karkatereigenschappen heeft het bedrijf dan?** Respondent: [denkt na] [lacht daarna hardop] Ik zie gelijk Marcel voor me, dat is wel leuk. **Interviewer: Ja? Marcel is Independent Duinrand voor jou?** Marcel is niet Independent Duinrand, hij heeft die ideeën. Als ik nu Independent Duinrand moet omschrijven, dan denk ik gelijk aan eerlijkheid. Qua communicatie, en in alles eigenlijk. Gewoon zeggen wat je denkt, maar dat is natuurlijk ook eerlijk zijn. Helder, transparant, en ambitieus vooral, lef ja lef vooral. Ja, dat vind ik wel, ik vind het gewoon kicken dat je met een paar ballonen naar die verzekeraars gaat. Dat vind ik gewoon lef hebben. Dan denk ik ja dat is gewoon de oude manier van zaken doen. Vroeger moest je ook langs die logge bedrijven. En nu denk je van je stuurt drie een e-mail en daarna laat je het maar. Maar zij gaan juist dan weer langs bij zo'n bedrijf, dus daarom vind het ik kicken. Het is de energie die het uitstraalt. **Oké en welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** De energie vooral, de energie en de eerlijkheid. **Oké, de energie en de eerlijkheid. En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** [respondent denkt na] Structuur nog een beetje. **Structuur?** Respondent: Ja. **En in welke zin**

structuur? Structuur in de werkwijze nog een beetje. Ja, qua werkwijze en niet qua bedrijf zelf, want de klant die merkt daar weer niks van, dat is allemaal achter de schermen. **Oké dus meer de structuur intern?** Ja. Ik denk ook dat je daar qua bedrijf niet zo heel veel aan moet veranderen, je moet het niet te veel opblazen, blijf nu gewoon zo doorgaan zoals je nu bezig bent. En zorg er dan inderdaad voor dat de werkwijzen steeds gemakkelijker worden voor de klant maar ook voor ons. **Maar je zegt, de klant merkt er niks van, maar je zegt ook als het hier intern beter gestructureerd is dan kan je gemakkelijker naar de klant toe communiceren?** Nee want dat doe je nu al, maar dan kun je sneller reageren. **Dus de klant merkt daar dan wel wat van?** Nee, want de klant weet dat hij een respons kan verwachten binnen 48 uur en daar houden wij ons nu ook al aan dus veel veranderd er niet. **Oh op die manier oké. Dus dan kun je binnen die 48 uur nog sneller reageren bedoel je?** Ja precies. **Oké duidelijk. En welke karaktertrekken moet Independent Duinrand vandaag de dag nog veranderen? Dat je denkt van dat moet zo snel mogelijk opgelost?** [respondent denkt na] Nee ik kan niet echt iets bedenken dat snel opgelost zou moeten worden. **Nee?** Nee. Het enige is wat ik hoop is dat we snel van die oude rotzooi af zijn, maar daar staat Independent Duinrand natuurlijk weer los van. Ja, dat is intern, dus dat is weer die werkwijze. Ik kijk er echt naar uit dat we straks alleen nog maar sneller kunnen werken, met e-mail enz. Dat we echt commercieel bezig kunnen zijn. **Oké, en als je een leeftijd zou moeten geven aan Independent Duinrand, want je hebt die persoon nog in je hoofd met die karaktertrekken, en welke leeftijd zou je er dan aan geven?** 35. **35? En waarom?** Niet te jong, iemand die wel overwogen met iets bezig is. Wat ik vind dat je met je 35^{e} daar wel mee bezig bent. Dan ben je serieus. Als je vijftig bent dan ben je veel meer bezig met je pensioen enz. Als 35-iger sta je gewoon midden in het leven en je kunt nog alle kanten op. Ik ben van mening dat je dan nog flexibel bent.

Dan wil ik het even met je hebben over de uitingen van Independent Duinrand, jou als het goed is wel bekend. Maar dan mag je gewoon eerlijk zijn wat je daar echt van vindt. Bijvoorbeeld we hebben onze Leon de Kameleon als mascotte, wat vind je daar nou eerlijk van?
Nee die vind ik leuk! **Ja? En waarom?** Ja gewoon de kleuren, niet qua beest. **En waarom niet qua beest?** Ja ik ben helemaal geen beesten mens, maar gewoon qua kleur enz. past het wel. **Oké en in hoeverre beïnvloedt die mening die je over Leon de Kameleon hebt jouw communicatie met de klant? Laat je bijvoorbeeld merken dat je de kleuren leuk vindt maar het beest zelf niet?** Nee daar heb ik het helemaal niet over met de klant. **Nee? Ook niet indirect?** Nee, maar meer als je verwijst naar de site, dan verwijs je naar Leon de Kameleon of hoe heet dat beest? Ja daarom, het interesseert mij ook helemaal niet hoe dat beest heet. Nee, maar dan heb ik het meer tegen de klant over het beest met die kleurtjes. [lacht hardop] Ja ik heb soms hele rare gesprekken met klanten. **Oké duidelijk, en wat vind je van de stijl of de look en feel van de website?** In het begin heel rommelig, ik vind het soms nog wel te druk. Want ik irriteer me er bijvoorbeeld ook aan dat die chatfunctie weer steeds omhoog komt in je scherm. **Daar irriteer jij je aan?** Ja daar irriteer ik mij aan, maar dat moet je natuurlijk gewoon wegklikken. Ik irriteer mij eraan, misschien jij weer helemaal niet dat is natuurlijk persoonlijk. **En merken klanten dat dan, dat jij je irriteert?** Nee, dat zal een klant nooit merken aan mij. **Oké, en wat vind je van het logo van Independent Duinrand?** Ja gaaf, ik vind het mooi het spreekt aan want het is niet zo duf. Geen duffe zooi. Maar dat had ik ook niet verwacht hier. **En wat vind je van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is, vind je dat de juiste locatie?** Ja. **Ja? En waarom?** Tussen de mensen. **Oké en als je nou andere locatie zou mogen kiezen, welke zou je dan kiezen?** Ja dit. **Dus dit is de perfecte locatie?** Ja waar zou je anders moeten zitten? In een groot gebouw? Nee, dat is niks. **Dus een groot gebouw past niet bij Independent Duinrand?** Groot denken wel, maar geen grote locaties. Ik denk juist dat ze deze locatie moeten behouden, want dit zijn ze. En vanuit hier wordt alles gedaan. Het is zoals je ziet warm, zakelijk en dat gecombineerd. **Dus groot denken maar klein blijven eigenlijk een beetje?** Nou groot worden, maar klein behuisd blijven. Want als je straks naar een of ander mega gebouw gaat dan raak je toch weer die feeling met de klant en met elkaar kwijt. Dan zit Marcel straks ergens vijf hoog. Dan raak je de energie kwijt, en Marcel en Mandy zijn toch degenen die dat uitstralen. **Ja duidelijk.**

En wat is volgens jou de doelgroep, of wat zijn de doelgroepen van Independent Duinrand? Je zou denken natuurlijk de jeugd, maar ik sta er versteld van hoeveel ouderen er ook klant zijn. Dus ik denk niet dat je echt in doelgroepen moet denken. Ik denk dat Independent Duinrand voor iedereen toegankelijk is. Als de klant er niet uitkomt dat ze weten dat ze hulp krijgen. En dat moet je uitstralen, dat je altijd de hulp biedt aan je klanten. Als de klant er even niet uitkomt dat hij gewoon kan chatten en dan springen wij bij. Zolang je dat blijft doen en zolang de klant het gevoel krijg dat hij geholpen wordt, dan komt het goed. **Dus er is eigenlijk geen vaste doelgroep, iedereen is welkom?**
Respondent: Ja iedereen is welkom. Mits ze maar een e-mail adres hebben, dat is wel belangrijk.

Anders werkt het concept natuurlijk niet. **Oké en wat is de belofte of de propositie die je naar de klant toe communiceert? Wat beloof je de klant?** [respondent denkt na] Een product waar ze om vragen, wat ze nodig hebben tegen de beste voorwaarden en prijs. En dat wij daar ook heel eerlijk in zijn. Bijvoorbeeld uitleggen aan de klant dat het wel goedkoper kan maar dat de verzekering dan niet goed past bij de klant qua voorwaarden. En gewoon ook uitleggen waarom wij duurder zijn en waarom bijvoorbeeld Independer goedkoper is. En dan de verschillen laten zien aan de klant, dus eerlijkheid en transparantie naar de klant toe dat is belangrijk. **Oké, en je zei net dat je bij Independent Duinrand niet in doelgroepen moet denken. Maar als je nou eens de ideale klant moet omschrijven, hoe zou je die omschrijven?** [respondent denkt na] Even denken hoor de ideale klant. **Hoe ziet die eruit? Is het een man is het een vrouw? Wat voor baan het hij/zij?** Ik denk iemand die een gezin heeft, een koophuis, twee auto's, doorlopende reisverzekering, inboedel, gewoon de hele mikmak. Dat is de ideale klant. **En waarom is dat dan de ideale klant?** Ja dat is natuurlijk gewoon de ideale klant voor een servicepakket, gewoon heel commercieel gezien. Maar ook de gewone mens, die in een huurhuis wonen met een inboedel- en aansprakelijkheidsverzekering die moeten ook gewoon welkom zijn. Dus je moet juist je niet gaan onderscheiden, je moet gewoon het gevoel uitstralen dat iedereen welkom is. Alleen het moet digitaal, en mensen die dat niet willen, helaas. En daar had ik in het begin wel moeite mee, maar nu heb ik zoiets van ja het kan niet anders. Dus dat leg ik nu ook veel makkelijker aan de klant uit. Dan zeg ik dat wij de klant niet meer kunnen helpen als hij geen e-mail adres heeft of aanmaakt. Wij helpen de klant een e-mail adres aan te maken, maar als de klant dat niet wil dat houdt het op. Er zijn gewoon grenzen. **En heb je het gevoel dat je genoeg contactmomenten met de klant hebt om de optimale service te verlenen?** Nee voor mij niet. **Je hebt niet genoeg contact?** Nee omdat ik nog teveel bezig ben met randzaken. Ik ben nog steeds bezig met die stomme e-mail dingen. **Welke randzaken en e-mail dingen bedoel je?** Ja klanten die nog geen e-mail adres hebben, die benader ik en heel dat gedoe. Straks al dat niet meer hoeft dan ben ik veel meer bezig met mijn commerciële acties en dat is natuurlijk veel leuker. En dan kun je gewoon bellen en chatten met de klant. Dat doe ik nu natuurlijk ook wel, maar het is nu meer dat ik eerst het e-mail adres moet zien los te peuteren bij de klant. En dat is vermoeiender. **Oké dus je hebt nu niet het gevoel dat je de optimale service kan verlenen aan de klant omdat je nog teveel bezig bent met randzaken?** Nou de klanten waar ik het e-mail adres al van heb daar kan ik wel de optimale service aan verlenen natuurlijk. Dus die klanten kan ik de service bieden die ze verdienen. Maar de klanten die nog geen e-mail adres hebben, die kan ik geen optimale service verlenen. Want nu mag je natuurlijk niks meer per post sturen. Dus dan zit ik echt in dubio. Dus ik ben straks blij als het allemaal afgehandeld is die oude zooi. En dat ik mij lekker kan focussen op de service.

Oké, dan heb ik een lijstje met alle communicatiemiddelen die wij gebruiken naar de klant toe. En die wil ik even een voor een met je afgaan en kijken in hoeverre je dat middel gebruikt naar de klant toe. Als eerste de website hoe maak je daar gebruik van in jouw communicatie met de klant? Ik verwijs natuurlijk vaak door naar de website, als ik bijvoorbeeld de klant aan de telefoon heb, dan leg ik uit waar ze heen moeten op de website en wat ze aan moeten klikken. Dan kijk ik zelf ook mee op de website en dan wijs ik ze zo de weg. Soms doe ik dat ook met schermdelen.nl, dat is bij mij nog niet zo heel veel voorgekomen. **Dus dat doe je niet zo vaak?** Nee, de laatste twee keer zat ik gewoon puur met die klant aan de lijn en dan heb ik het schadeformulier voor mij en dan wijs ik de klant zo de weg. En ook met een polismap en dan houd ik mijn eigen telefoon er even bij en dan leg ik dat op die manier uit aan de klant. **Oké, en je had het over de polismap, hoe maak je daar gebruik van?** Die zien wij natuurlijk niet heel veel maar ik had bijvoorbeeld gisteren een klant die wilde een wijziging voor zijn autoverzekering doorgeven, toen zei ik: 'Dat kun je ook via je polismap doen, als je dan bij de garage staat kun je het gelijk doorgeven.' Toen belde hij later terug dat het helemaal gelukt was. Dus dat is dan toch weer leuk want dat is ook voor mij helemaal nieuw. Dus dat geeft je toch wel een goed gevoel. **Oké en in hoeverre maak je gebruik van social media in jouw communicatie naar de klant toe?** Niet. **Nee helemaal niet?** Nee, maar hoe bedoel je? Want ik zit niet met een klant te communiceren via social media. **Nou ja dat misschien niet per se maar dat je niet via social media communiceert maar dat je de klant wijst op onze social media kanalen. Of informatie van die social media kanalen gebruikt, ik noem maar wat.** Nee, doe ik eigenlijk niet. Dat ziet de klant zelf wel via de website, want daar staan natuurlijk toch die linkjes naar Facebook en Twitter en Youtube. **Oké en hoe maak je gebruik van e-mail marketing, of e-mails, in jouw communicatie naar de klant?** Nou nog even terugkomend op die vorige vraag, als we straks natuurlijk meer commercieel bezig zijn, kunnen we natuurlijk verwijzen naar het Youtube kanaal met de informatie filmpjes van Mandy. Maar die zie je ook op die site nu dus ja. **En hoe maak je gebruik van e-mail marketing of e-mails in jouw communicatie naar de klant?** Ja wij mailen natuurlijk heel veel, maar

ik probeer altijd wel commerciële dingen in mijn mails mee te nemen zoals het servicepakket. Als de klant meerdere verzekering heeft dan vraag ik waar de verzekeringen van de klant lopen om te checken of hij in aanmerking komt voor een servicepakket, zonder provisie. Dat neem ik dan wel mee. En ook via de post, ik was gisteren bijvoorbeeld bezig met een brief voor een klant, want die klant had geen e-mail adres. En dan probeer ik toch weer in die brief uit te leggen waarom we niet meer communiceren via de post maar via de mail en chat. En vooral het servicepakket, als klanten zes of zeven verzekeringen hebben dan is het natuurlijk doodzonde om over al die verzekeringen provisie te betalen. **En hoe maak je gebruik van de chatmogelijkheid in jouw communicatie naar de klant?** Respondent: Ja alleen de chats die binnenkomen. Voor de rest niet. **Volgens mij kan je de chat ook niet anders dan dat gebruiken toch?** Nee dat kan volgens mij niet. [lacht hardop] **[lacht hardop] Maar daar maak je dus wel regelmatig gebruik van als iemand via de chat een vraag heeft?** Ja natuurlijk als iemand via de chat binnenkomt, dan neemt een van ons de chat aan. **En dat gaat allemaal goed?** Ja het was wel even wennen. **Ja?** Ja het natuurlijk niet hoe ik normaal met iemand praat. Ik ben het ook zelf gaan uitproberen naar de Ohra toe. **O ja je chat dan via de Ohra site met een van hun medewerkers?** Ja, ik dacht ik zit nu op de Ohra site ik ga het even uitproberen. En dan merk je zelf ook hoe zo'n chat overkomt op de klant. Want daar was ik wel benieuwd naar. **En merkte je toen dat Ohra het anders doet via de chat? Of doen wij het een beetje hetzelfde?** Nou zij communiceren nog meer in de 'u' vorm en wij communiceren meer met 'je' en 'jij'. En je moet het natuurlijk maar aanvoelen, als een klant tegen mij begint met: 'Hee Dees' dan weet ik dat ik 'je' kan gebruiken maar als een klant tegen mij begint met: 'Geachte mevrouw Bulsing' dan spreek ik de klant aan met 'u'. **Wat vind je ervan dat wij hier zo informeel taalgebruik gebruiken naar de klant toe?** Ja ik vind het heerlijk. En toch heb ik het af en toe nog wel eens moeilijk, dat ik het perongeluk door elkaar gebruik. **Oké, en welke offline communicatie middelen gebruik je naar de klant?** Ja helaas nu nog die brief, omdat het echt niet anders kan. Met gelijk de mededeling erbij dat het volgend jaar niet meer gebeurt. Bijvoorbeeld met die prolongatiecheck, dan vermeld ik ook echt in die brief dat de klant volgend jaar geen brief meer krijgt, maar een e-mail. **En dat is het enige, post?** Ja voor de rest niet, ja en klanten die hier op kantoor komen. **Oké dus ook face-to-face contact?** Ja, maar daarna duik je toch weer in je computer. En is maar even dat face-to-face contact en verder gaat toch alles digitaal. **En dat face-to-face contact, kun je dat vergelijken met de manier waarop je online conact hebt met klanten?** Qua gevoel voor mij wel. De klant zien we via de chat natuurlijk niet. Ik doe niet anders naar de klant toe, of ze nou hier binnen lopen of dat ik ze via de chat spreek daar zit geen verschil in. Het enige verschil is dat ik hier voor de klant koffie inschenk en online niet. [lacht hardop] **[lacht hardop].**

En hoe zou je de mentaliteit van Independent Duirand omschrijven? We hadden het net natuurlijk al even over de sfeer, toen zei jij dat die heel losjes was en warm en je had het over een huiskamer sfeer. Ja geen loseresmentaliteit, iedereen heeft wel de drive om hier een succes van te maken. Het is niet zo dat iemand hier onderuit in zijn stoel gaat zitten en hoopt dat het maar snel zes uur wordt. Ik heb wel het idee dat iedereen er ook voor wil gaan. We zitten hier allemaal met hetzelfde doel. Niet dat iemand denkt van: 'Ik krijg mijn salaris toch wel de 23^{e}'. Daar houd ik helemaal niet van. Nee we hebben allemaal wel een vechtersmentaliteit.
Oké, en we hadden het al even over die verandering toen je hier kwam versus nu. Dus dat je aan het begin erg aan moest wennen aan die verandering van analoog naar digitaal en nu ben je daar aan gewend. Wat vind je van de manier waarop die verandering plaatsvindt? Ik vind het heerlijk, ik had het niet gedacht want ik ben normaal altijd van het face-to-face contact. Ben ik nog wel, maar als je het eenmaal gewend bent dan is het veel makkelijker en veel sneller. Echt veel sneller. Nu denk ik ook van: 'Gatsie niet via de post hoor dan moet ik weer brieven uitprinten en heel dat gedoe'.
Oké dus nu je het allemaal doorhebt vind je het fijner? Ja heerlijk. Ik zou niet anders meer willen.
Oké, en hoe communiceer je die verandering naar de klant toe? Ik leg dat dan vanuit mijzelf uit, ik leg dan uit aan de klant dat ikzelf ook moest wennen aan het begin maar nu ik het eenmaal weet hoe het werkt vind ik het zoveel makkelijker en sneller. Geen rotzooi meer. **En is er misschien nog een verbeterpuntje in de communicatie naar de klant over de verandering?** Nee ik denk dat dat niet per se beter gecommuniceerd moet worden, het gaat erom hoe de klant dat zelf gaat beleven. Klanten moeten daarvoor open staan, als een klant gewoon niet wil, dan kun je op je kop gaan staan, maar dan willen ze het niet. Maar als je een beetje toegang hebt naar een klant dat ik zeg van: 'Mag ik het u niet een keer laten zien hoe het werkt?'. Als je dat gaatje hebt, dan kun je ze meestal over de streep trekken. Maar als klanten echt nee zeggen dan niet. We bieden ze alles aan om ze te helpen maar op een gegeven moment voel je gewoon aan dat een klant het echt niet wil. **Nee oké dat is duidelijk.**

Nou dat waren de vragen we zijn er doorheen. Nou heel erg bedankt!

Verbatim respondent 3

Functie respondent: General Manager
Aantal jaar/maanden werkzaam binnen bedrijf: Sinds mei 2014
Methode: Face-to-face

Welkom, eerst nog even het doel van het interview. Ik wil dus in kaart brengen hoe de medewerkers van Independent Duinrand de Identiteit van het bedrijf overbrengen op de klant want dat is natuurlijk ook van invloed op het beeld dat de klant van ons heeft. Respondent: Ja heel goed.

Nou eerste vraag, ben je wel eens op een verjaardag of feestje en moet je dan wel eens uitleggen waar je werkt? Ja natuurlijk. **Interviewer: Oké en hoe leg je dan uit waar je werkt, hoe omschrijf je Independent Duinrand dan?** Ja je vraagt nu naar iets wat zo nieuw is, even denken. **Interviewer: Ik heb het nu niet over de franchise formule, ik heb het dan alleen over dit kantoor, Independent Duinrand.** Ja dat is lastig [respondent denkt na] Hoe leg ik het dan uit? Nou ik heb een financiële dienstverlener opgezet, volledig gericht op deze tijd waarbij we communiceren door middel van alle digitale tools die er op dit moment zijn. Dat vertel ik. Dus een online dienstverlener. **Oké, en vertel je datzelfde verhaal dat je tegen je vrienden vertelt, vertel je dat ook tegen de klant?** Ja, online dienstverlener, online en offline zeg ik dan. Want als de klant een hypotheek advies nodig heeft dan kan de klant gewoon tegenover ons zitten als hij dat wil. Maar schade producten gaan online.

Oké, dat is duidelijk. Dan heb ik hier een lijstje met allemaal waarden. En het is de bedoeling, ik zal het even uitleggen, dat je alle waarden doorleest en nagaat welke waarden zijn voor mij belangrijk of minder belangrijk in de omschrijving die je geeft van Independent Duinrand. En dan is het de bedoeling dat je eerst alle waarden doorleest en dan vervolgens eerst de waarde of de waarden rankt met een zes of een zeven die je het belangrijkst vindt. Daarna rank je de waarden..[leest lijst en instructie door] Nee je doet eerst de waarde die je het meest tegen staat. **Nee eerst de waarden die je het belangrijkst vindt, dat staat daar nog boven.** O ja, ik zie het. **Dus eerst de waarde die je het belangrijkst vindt, dat de waarde die je nooit zou meenemen in je beschrijving van Independent Duinrand dan geef je een -1. Als die waarde er niet is dan geef je de minst belangrijke waarde een 0 of een 1. En daarna rank je alles. En daarbij mag je hardop nadenken.** Oké ja ik zie het al. Dus als je er geen een vindt die je tegenstaat vul je een nul of een één in. **Ja precies, maar in ieder geval eerst alles even doorlezen.** [leest waarden door] Ja tegenwoordig vind ik dit heel makkelijk. [vult bij geluk een zeven in] **En waarom vul je daar een zeven in, waarom vind je die belangrijk?** Van het grootste belang vind ik dat. **Ja geluk?** Ja zeker. **Voor het bedrijf?** Ja voor de mensen die er werken, alles. Dat vind ik het belangrijkste nu, voor mijzelf ook. **Waarom?** Omdat ik vroeger daar anders in stond, en ik nu constateer dat het in het leven niet om geld draait. En dat het veel belangrijker is dat je je gelukkig voelt bij het werk dat je doet en dat je dat leuk vindt en dan komt de rest vanzelf. Ik wil niet zeggen dat geld niet belangrijk is, want je moet natuurlijk wel leven. Maar ik ben wel overtuigd, dat als je die intentie hebt dat je wel verder komt als een andere intentie. **Oké, duidelijk.** Dus vandaar. [vult bij zekerheid voor gezin een zes in] **Die waarde vind je iets minder belangrijk?** Ja maar die vind ik ook belangrijk, erg belangrijk. Wereld in vrede vind ik ook erg belangrijk. **Waarom vind je een wereld in vrede belangrijk en wat versta je daar onder?** Ja als ik kijk naar alles wat er om mij heen gebeurt. Ook wat ik hoor van Joey dat een ondernemer die dikke miljoenen verdient, en die zegt weet je wat ik ga nog maar 70.000 verdienen en mijn medewerkers krijgen datzelfde salaris, daar wordt ik blij van, dat vind ik kicken. Want die ondernemer kijkt om zich heen en denkt zonder die mensen had ik het niet gered. Want zo simpel is het en zo zit ik ook in de wedstrijd. En als mensen gewoon open en transparant en eerlijk zijn. Ik wil eigenlijk dat alles transparant is, ook mijn communicatie met anderen, niet alleen wat ik doe. En dat wil ik nu overal in doorvoeren. Want dan denk ik dat je het hoogste doel gaat bereiken. Dan sta je allemaal naast elkaar en dan ben je overal, en dan vangt de ene iets voor de ander op etc. Dus vandaar. **Oké duidelijk.** Zelfrespect, ja ook belangrijk. Zelfrespect vanuit het kantoor bekeken of vanuit de mensen? **Ja het is maar hoe jij het ziet, je kunt natuurlijk zeggen dat de mensen ook onderdeel zijn van het kantoor.** Ja dan vind ik dat ze wel zelfrespect hebben voor zichzelf. Dus dat geef ik dan een vijf. Het is wel belangrijk, ook tegen erg belangrijk aan maar ik vind het niet zo belangrijk als geluk, zekerheid voor het gezin en een wereld in vrede. Dan vind ik nog belangrijker. Vrijheid, ook belangrijk maar wat minder. Vrijheid kun je natuurlijk op verschillende manieren zien. [respondent denkt na] Dan geef ik een drie. **Hoe zie je het dan?** Vrijheid daar heb ik twee gedachtes bij, dat kan zijn dat je lekker wil doen waar je zelf zin in hebt, maar dat werkt dus niet in een bedrijf.

Die vrijheid heb je niet maar je moet wel een bepaalde vrijheid hebben. Denk aan bijvoorbeeld wat we nu doen met het aanvragen van vrije dagen, dat het lekker in een centraal systeem is, dat je dat zelf kan doen. Dan hoef ik het alleen maar goed te keuren. Dus een stukje zelf dingen doen, de vrijheid hebben om zelf dingen te regelen. En ik zeg ook: 'Jongens regel het met elkaar'. Dat vind ik wel belangrijk, dat ze dat doen en dat ze niet voor alles naar mij toe komen en dat ze het aan mij gaan vragen. Zelf dingen oplossen. **Duidelijk.** Vriendschap, [respondent denkt na] Ook belangrijk, ik vind het eigenlijk allemaal wel belangrijk. Nou een viertje, vriendschap vind ik iets minder belangrijk. Innerlijke harmonie, dat is heel belangrijk. Dan ga ik meer naar een vijf of een zes toe. Een zes geef ik. **Een zes?** Ja een zes. Plezier, een zeven. Ik heb altijd plezier in mijn werk, en ik vind het heel belangrijk dat iedereen dat hier heeft. **En heeft iedereen dat hier ook?** Nou het begint te komen laat ik het zo zeggen. **En wat versta je onder innerlijke harmonie, bedoel je dat intern of met de klant?** Nou voor jezelf dat de persoon die hier werkt, zo bekijk ik het nu even, in balans moet zijn innerlijk. En dat ligt dus ook aan de organisatie en aan mij. Daar ben ik ook echt heel erg op aan het letten ook voor mijzelf. Gelijkheid, [respondent denkt na] Een zesje. En ja wijsheid is van het grootste belang. **En waarom is dat van het grootste belang?** Ja ik vind wel dat je na moet denken, dat je wijs moet zijn. En dat je niet ongenuanceerd overal in moet klappen. Ik spiegel het heel erg op mijzelf hoor. **Ja dat merk ik ook ja.** Acceptatie, ja ook belangrijk. Die geef ik een zeven. **In welke zin acceptatie? Hoe zie je dat?** Ja de acceptatie van elkaar, zie iets niet als een persoonlijke aanval. **Dus dan betrek je dat meer op de medewerkers onderling?** Ja maar ik betrek het ook wel op mijzelf hoor. Maar ook onder elkaar. **Maar niet naar de klant toe?** Nee, echt onder elkaar. Nou soms ook wel naar de klant toe hoor. Want ja, je moet niet dingen zien als een aanval, wij zijn servicegericht, wij zijn een diensterverlener. Dus niets is persoonlijk. **Ja precies.** Precies, en moet je accepteren. En die acceptatie vind ik dus heel belangrijk. Volwassen liefde [lacht hardop] **[lacht hardop]** Ja vind ik niks te maken hebben met het bedrijf, een twee. Schoonheid ook een twee. **En waarom schoonheid een twee?** Ja schoonheid, wat bedoel je met schoonheid? **Wat versta jij eronder, daar gaat het om.** Ja de buitenkant, schoonheid zo zie ik dat. **Dus de buitenkant is niet belangrijk hier.** Nee. **Nee?** Nee, leuk voor als je representatief moet zijn, maar ik vind het als mens niet belangrijk. Ook voor mijn medewerkers, ik kijk niet naar de buitenkant maar naar wat er inzit. Dat vind ik wel belangrijk. **Oké.** Nationale veiligheid, ja vind ik ook belangrijk. **En wat versta je onder nationale veiligheid?** Beveiliging, internet dat vind ik eigenlijk wel een zeven. **Ja?** Ja, dat vind ik eigenlijk onwijs belangrijk. Want daar zit ik de laatste dagen ook heel erg op te letten. Want de nationale veiligheid, dat gebeurt nu op internet, digitaal en niet meer analoog. En de digitale wereld loopt zwaar achter op de veiligheid, en iedereen is nu lekker op internet bezig. En ik doe daar net zo hard aan mee en ik weet dondersgoed wat de gevaren zijn. Maar ik denk dat het goed gaat komen, want ze moeten wel, anders gaat het ontsporen. In Estland bijvoorbeeld, daar hebben ze een internetpolitie, een digitale politie. Dat soort dingen vind ik heel belangrijk. Want ik heb altijd gezegd dat de analoge wereld naar digitaal verschuift. En alles wat in de analoge wereld zat moet nu ook in de digitale wereld zitten. Dus dan moeten daar ook de hele dag rechercheurs op zitten, dat vind ik heel belangrijk want er gebeuren nu dingen zoals phising en noem maar op. Er worden steeds meer mensen daarvoor opgepakt want er worden steeds meer mensen op die manier opgelicht. Comfortabel leven, een viertje. Ik vind het wel belangrijk maar niet zo heel erg belangrijk. **Nee?** Leuk als het kan, maar is niet per se nodig. Dus vandaar een beetje in het midden. Stimulerend leven, ja die vind ik wel belangrijk, een zes. **En waarom die wel en comfortabel leven minder?** Dat heeft er weer mee te maken dat ik vind dat je gestimuleerd moeten worden zodat je in een positieve energie blijft. Dus dan krijg een stimuleren leven dus dan moet je absoluut geluk, zekerheid voor je gezin, een wereld in vrede, zelfrespect, vrijheid hebben. Gevoel van prestatie, ja dat heb ik wel heel erg, dat geef ik een zeven. **En heeft het bedrijf dat ook?** [lacht en denkt na] Daar zeg je mij wat. We zijn op weg. Ik denk als ik daar een cijfer voor moet geven gebaseerd op de mensen, dan zeg ik dat het hier nog tussen de drie en de vier inzit. **Qua medewerkers?** Ja en ik ben steeds aan het kijken hoe ik dat duidelijk kan maken. Dat doe ik door het steeds te herhalen, door casussen te noemen. Want dat ik de enige manier. Ik vind dat heel belangrijk. Vergeving, ja dat ben ik ook. Ik bekijk dat vanuit mezelf maar ook vanuit het kantoor, dat vind ik een zeven. **Ja?** Ja. **En waarom?** O ja en dan moest ik nog een waarde die mij het meest tegenstaat, dan vind ik dat schoonheid. **Ja schoonheid?** Ja. **Die vind je voor hier totaal niet belangrijk?** Pff nee. **Zo zou je nooit Independent Duinrand omschrijven?** Schoonheid, nee. **Oké. En waarom heb je bij vergeving een zeven? Wat versta jij onder vergeving in welke context?** Nou in alle context. Mensen kunnen fouten maken en als ze daar goed mee omgaan dan moet je dat loslaten. Maar waar mensen werken worden fouten gemaakt. En dat mag ook maar als je maar niet, dat vind ik altijd, twee, drie, vier keer dezelfde fout maakt. Want dan vind ik je dom en dan reageer ik ook op die manier en dan wordt ik heel erg direct en kortaf. Vroeger

wist ik dat niet te omschrijven en nu kan ik dat wel. Maar dat was de reden. En dan zei ik ook gelijk: 'Ben je dom ofzo?' Maar dat doe ik nu niet meer [lacht]. **Duidelijk.**

Oké, dan heb ik hier nog een andere lijst met een ander setje waarden. En dan mag je hier hetzelfde bij doen. En daarbij ook weer hardop nadenken. [vult zeven in bij de waarde eerlijk] Hoppa, een zeven. **Ja een zeven?** [vult de bij de waarden betrouwbaar en behulpzaam ook een zeven in] **Ja zijn die allemaal belangrijk?** Ja die zijn allemaal belangrijk. Behulpzaam, betrouwbaar, eerlijk en dan kijk ik vanuit mezelf en vanuit het personeel. Opgewekt, ook belangrijk, een zesje. **En waarom is opgewekt belangrijk?** Nou kijk, als je opgewekt bent dan heb je gewoon een positieve uitstraling en dat gaan klanten ook merken. Ook door de telefoon of de mail of de chat, dat merken klanten en dat is dus heel belangrijk. **Oké.** Liefhebbend, ook belangrijk ook een zes. **In welke zin ziet u liefhebbend dan?** Ja dat de verstandhouding gewoon goed is, dat we op een liefdevolle en normale manier met elkaar omgaan hier. Onafhankelijk een zeven natuurlijk, dat hoef ik niet uit te leggen. Tsja ruimdenkend, dat moet je zelf weten of je ruimdenkend bent of niet, een drietje. **Dat moet je zelf weten zeg je?** Ja ruimdenkend, hoe moet ik dat in het bedrijf denken? **Zou je Independent omschrijven als ruimdenkend?** Jawel, maar zijn de mensen dat even denken [respondent denkt na] Nee. **Dus de medewerkers zijn niet ruimdenkend?** Nee, daar zijn ze nog niet. **Daar zijn ze nog niet maar dat wil je wel naartoe?** Ja, ik denk dat dat het is. Even kijken wat er nog meer bij staat. Creatief, ja ik zit al gelijk even verder te kijken. **Voor jou linkt ruimdenkend dus ook met creatief?** Nou wat ik wil bij mensen is dat ze verder denken als hun neus lang is. En dat kan ook ruimdenkend zijn. Maar ruimdenkend zit voor mij meer op het vlak wat je van een bepaald issue vindt. Een maatschappelijk iets. Nou als je het zo bekijkt, dan zijn we heel erg ruimdenkend. **Dus als je ruimdenkend bekijkt in het geval van een issue dan is het bedrijf wel ruimdenkend?** Ja, we zijn ruimdenkend wat we gaan helemaal out of the box, met alles. Alleen de mensen zijn het nog niet dus dan blijft toch die drie staan. **Oké, dus je zegt we willen er wel naartoe, maar we zijn er nog niet?** Ja. **Precies, oké.** Precies ja, want ik kan het we willen, maar dan moet de rest ook mee. Beleefd, tsja [respondent denkt na] **Hoe belangrijk is dat?** Ja dat is heel belangrijk, maar doen de mensen het hier? Dan zet ik een vijf neer, ze zijn op de goede weg. Vergevingsgezind, tsja, vind ik wel belangrijk een zes. **Hetzelfde als bij de waarde vergeving op de vorige lijst, is dit voor jou, hetzelfde verhaal?** [denkt na] **Toen zei je dat je elkaar moet kunnen vergeven als iemand een fout goed oplost.** Juist. **Ja?** Ja. Beheerst een zeven. Dat betrek ik heel erg op mijzelf, maar de mensen hier, tsja, heb jij iets? Ik heb het hier nog niet meegemaakt laat ik het zo zeggen. Dat je zegt van ze zijn niet beheerst? **Ik welke zin beheerst?** Ongeduldig naar de klant en dat soort dingen. **Ja wat vind jij ervan?** Ja ik kan dat niet beoordelen. Mijn gevoel zegt dat sommigen medewerkers wel beheerst zijn en sommigen niet, maar dat zegt mijn gevoel verder kan ik het niet beoordelen. Dus dan een zes. **Ja een zes? Maar je weet het niet zeker?** Ja. Moedig, leuk een vijfje. **Een vijf?** Ja moedig moet je altijd wel zijn maar het hoeft niet door te slaan. Creatief, dat wil ik wel hebben hier, creatieve mensen, zijn we dat? Nee dat zijn we niet, dat zijn we nog niet, een vijfje. Zuiver [denkt na]. **Maar wat versta je onder creatief?** Oplossingen bedenken, ook met het chatten dat je bedenkt wat voor openingszin je wilt gebruiken, het meedenken gewoon met alles. En niet denken van 'hoi het zal wel'. Nee, creatief. Zuiver [denkt na] een vier. **Een vier?** Ja. **Wat versta je onder zuiver?** Ja zuiver, ik koppel het aan eerlijk. **En bij eerlijk heb je een zeven gegeven en zuiver geef je een vier.** Ja dat is belangrijk, maar zijn ze dat nu? Ja dat zijn ze wel. We hebben zoveel verschillende mensen hier door elkaar, het is een gemiddelde van iedereen. **Ja precies.** [vult lijst verder in en denkt na] En dan zet ik hier een vier neer. [vult vier in bij waarde competent] Gehoorzaam, dan zitten we op een vier. **Gehoorzaam op welke manier? Naar de klant toe?** Ja ik zie alles in afspraken, als je iets met iemand afspreekt dan moet je dat nakomen. Ik vind gehoorzaam een beetje een naar woord. Een negatief klank hebben. **Maar voor jou betekent het meer dat je je afspraken nakomt?** Ja zo zie ik gehoorzaam. Competent is wel heel erg belangrijk. Als ik hier om mij heen kijk, dan zitten we nog niet hoger als een vier hoor qua competenties. **Nee?** Nee we moeten echt naar een zeven toe. **En waarom een vier?** De combinatie digitaal en het bedieningsmodel. Ambitieus, ja ik geloof wel dat de mensen die ik om mij heen heb ambitieus zijn, een vijf. **Maar je vult de lijst nu in en je kijkt naar de medewerkers?** Ja ik kijk naar de medewerkers en naar wat Independent Duinrand doet. **Ja precies, en dat is de situatie op dit moment, maar zou je dat ook zo communiceren naar mensen van buitenaf?** Nee, nee. **Dan zeg je al die zevens waar je naartoe wilt?** Ja want dat is het doel. **Dus dat communiceer je dan ook naar buiten?** Ja. **Maar de stand van zaken nu, van al die viertjes die naar zevens moeten?** Dan zeg ik tegen mensen dat nog niet alles op de rit is. Maar dan geef ik ook aan waar we naartoe willen en waarom ik dus bepaalde beslissingen neem. **Dus al die viertjes die vat je in een beetje samen in: nog niet alles is op de rit?** Ja dat zijn we aan het neerzetten, en als er iets fout gaat informeer mij. Want als ik het weet dan kan ik er ook direct wat aan doen. Want je ziet niet alles

zelf. Ambitieus, dat gaat ook aardig omhoog, dat jou, komt door Joey en dat komt door Peter. Logisch, [denkt na] **Bij intellectueel heb je een vier ingevuld, waarom een vier? Wat versta je onder intellectueel?** Intellectuele oplossingen ergens voor aan kunnen dragen. Dat hoeft niet naar een zeven hoor hier. **Nee?** Nee een vier of vijf is voldoende. **Dus dat is niet heel belangrijk?** Nee dat wordt niet verwacht. Bij een financieel planner, een hypotheekadviseur en een pensioenadviseur wel. Maar bij particulier werk niet, dat is simple risk, wat de klant zelf moet kunnen volgens de verzekeraar. Logisch, zit op drie en dat moet naar zeven, want je moet wel heel logisch kunnen nadenken. **En wat versta je onder logisch nadenken? Wat is voor jou logisch?** Ja logisch nadenken gewoon. Kijk er is van een afstand naar, out of the box. **Een ander perspectief?** Ja, en ga eens logisch nadenken gewoon zeg ik dan. Ik had het trouwens tien jaar geleden niet in kunnen vullen dit. **Nee?** Nee, dat is raar, dat zie ik aan mijzelf nu. **Oké, dat kan, grappig toch?** Ja.

Oké, dat waren de lijstjes, dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Als je naar de concurrentie kijkt van Independent Duinrand, wat zijn dan de belangrijkste concurrenten? Als ik nu op dit moment generalistisch kijk wat onze concurrenten zijn, dan zijn dat in principe alle assurantiekantoren. **Alle assurantiekantoren?** Ja en ook gevolmachtigden, dat zijn onze concurrenten. Maar als ik kijk naar de concurrenten op dit moment, waar de wereld naartoe gaat, dan heb ik nog niemand ontdekt die mijn concurrent is, op dit moment. Ja dat klinkt arrogant, maar niemand in hetzelfde.. **Niemand in dezelfde vijver?** Jawel we vissen allemaal in dezelfde vijver, maar het concept is heel anders, dus hoe zij de markt benaderen is heel anders van hoe wij het gaan doen. En die concurrent heb ik nog niet gevonden, gelukkig. Want daar houd ik mijn hart constant voor vast, dat dat gaat gebeuren. En dat er in een keer een concept komt want in een keer staat helemaal. Daarom loop ik zo te pushen. **En als je naar de concurrentie kijkt, volgens jou dus alle assurantiekantoren eigenlijk, wat doet de concurrentie dan beter dan Independent Duinrand?** Nou ja ik zei het eigenlijk verkeerd bij de vorige vraag, want als ik kijk naar de digitale wereld, dan zijn mijn concurrenten op dit moment ook de verzekeraars. **Ook de verzekeraars?** Ja en wat proberen wij daarbij? Om die concurrentie uit te schakelen, wat dat is eigenlijk wat ik aan het doen ben. Door te doen waar we al jarenlang goed in zijn, distributie van verzekeringen. En zij niet, daar zijn zij niet goed in want daar is hun bedrijf niet goed op ingesteld. En of dat nou digitaal of analoog is dat maakt niet uit, want wij kennen de klant. Dan heb ik de vraag compleet beantwoord. **Oké, en wat doet de concurrentie dan beter dan Independent Duinrand?** Ja wat de concurrentie op dit moment beter doet dat zijn die vergelijkers die al helemaal klaar zijn, en die bij ons nog niet klaar zijn. **De vergelijkers, dat is het enige?** Nee, vergelijkers, het persoonlijk maken, op dit moment dan. Als je kijkt naar alles wat bij ons klaarstaat, dan zijn wij beter. Maar de personalisering doen ze op dit moment beter, het vergelijken doen ze op dit moment beter. En de informatieverstrekking is ook zelfs op dit moment beter bij de concurrent. Dus we moeten wat puntjes op de i zetten. Er moet nog veel meer op onze site komen, we moeten nog veel transparanter worden. Dus we hebben nog veel te doen. **Oké wat doet Independent Duinrand beter dan de concurrentie?** Innovatief. **Innovatief?** Ja. **De concurrentie is niet innovatief dus?** Ik zeg niet dat ze dat helemaal niet zijn, maar [denkt na] Nee die heb ik nog niet gevonden, die hoop ik te vinden die franchisenemers. En al is dat maar 5% van de 5000 dan is het al goed. **Die wil je aan boord?** Ja minimaal. Als je die ondernemers aan boord hebt, en die zijn innovatief en die zien het ook, dan kun je de markt aan met z'n allen. Dan ga je echt samenwerken. **Oké duidelijk en als je de cultuur of sfeer binnen Independent Duinrand zou moeten beschrijven, hoe zou je die dan omschrijven?** Tussen Coolblue en Nationale Nederlanden in. **Oké.** Aan de ene kant jong, dynamisch en vooruitstrevend en aan de andere kant ''We weten niet waar we eigenlijk naar toe gaan''. Daar zitten we tussenin. Ik zie het echt als een transitieperiode en daarin ga ik ook hakken. En dat zullen geen leuke beslissingen worden maar daar heb ik nu een keer maling aan. Ik heb daar heel veel moeite mee om mensen te ontslaan. **Dus je zegt we zitten tussen Nationale Nederlanden en Coolblue in, Coolbue beschreef je net al: jong, dynamisch en vooruitstrevend. En wat bedoel je dan met Nationale Nederlanden?** Wat daar gebeurt is dat mensen nog niet helemaal beseffen wat er allemaal gebeurt om hen heen. Het is ook best moeilijk want er gebeurt zoveel om je heen, maar als je echt wil.. **En dat beseffen wij nu wel?** Ja dat besef jij, dat beseft Joey, dat besef ik, sommigen moeten nog wakker worden maar we zijn op weg. Maar ik wil ook wat meer input van ouderen daarin hebben. **Dus je zegt we zitten tussen Nationale Nederlanden en Coolblue in en we zitten in een transitieperiode, dus je wilt naar jong en dynamisch toe en je zit nu…**Ja dus eigenlijk wil ik nog een iemand vervangen voor een jonger iemand. **Oké en in hoeverre beïnvloedt die cultuur of sfeer die je nu beschrijft de communicatie naar de klant toe, merkt de klant dat?** Ja. **En op welke manier?** Omdat er nu verschillend wordt gecommuniceerd. Door mensen die het wel snappen en door mensen die het niet snappen. **En hoe merk dat de klant daarop reageert?** Nou het feit dat er mensen aan de balie staan. Omdat er

bijvoorbeeld schadeformulieren weg zijn. Wat daarnet ook gebeurt, dat kan niet. En wat er afgelopen vrijdag gebeurde dat er niet gereageerd was op een klant, dat kan ook niet. En dat zijn weer streepjes, want ik kan mij nu geen fouten permitteren. Een keer een fout oké, maar twee keer een fout, drie keer een fout. Dat is wat ik net ook al zei, dan ben je gewoon dom. Als je steeds dezelfde fout blijft maken dan ben je dom, dan kan je nog goed kunnen leren en universiteit gedaan hebben, maar als je niet dingen kunt schakelen dan ben je op dat level niet slim. **Oké, duidelijk. En als Independent Duinrand een persoon zou zijn, welke karaktereigenschappen zou het bedrijf dan hebben?** [lacht hardop] Open, eerlijk, transparant, outgoing, verfrissend, verjongend. **Oké.** En overal aanwezig digitaal. **Oké, en welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Het allerbelangrijkste is wat ik hier voel, en dat is de integeriteit en de eerlijkheid. Heel belangrijk vind ik dat. **Oké en welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?** [denkt na] Oplossingsgerichtheid, en niet moeilijk denken, gewoon doen en oplossen. Dat mist er nog. **Oké, en welke karaktereigenschappen moet Independent Duinrand vandaag de dag nog veranderen? Iets waarvan je zegt: ''Dat moet vandaag nog opgelost eigenlijk''?** Heel simpel, klanten niet meer persoonlijk naar je laten mailen. Zodat collega's het ook zien. **En welke karaktereigenschap past daarbij?** Oplossingsgerichtheid. **Oké dus dat weer?** Ja dan kom ik weer daarop terug en dan blijkt dus hier ook weer uit, je moet wel in oplossingen denken en niet in problemen. **Oké dus de karaktereigenschap die Independent Duinrand nog mist zou je vandaag al willen veranderen.** Ja dat vind ik echt zwaar irritant ja. **Oké, en als je een leeftijd zou moeten geven aan de persoon Independent Duinrand, die je nu in je hoofd hebt, welke leeftijd zou dat dan zijn?** 34/35. **34/35?** Ja. **Oké en waarom?** Een mix van jong en oud. **En waarom precies die leeftijden?** Ja [komt niet uit woorden] [denkt na] Ik kan dat niet uitleggen, ik hoor opmerkingen in de gesprekken die ik voer en uit die gesprekken haal ik het. En af en toe denk ik oké we gaan de goede kant op we worden jong en dynamisch. Daarom ben ik ook begonnen met die stoelendans, ik wil het meemaken, ik wil jong tegenover oud zetten. En die jongeren moeten de ouderen motiveren. **Dus die leeftijd 34/35 dat is een gevoel dat je hebt, maar dat kun je niet helemaal uitleggen?** Dat is de combinatie van mensen, eigenlijk wil ik het liefste twee man persoon vervangen. Bijvoorbeeld een medewerker hier heeft heel veel moeite met de digitale werkwijze maar ze is wel intelligent. Maar ze heeft ook jaren analoog gewerkt en kent niet anders en nu moet ze opeens digitaal dus dat is lastig. En daar ben ik naar opzoek, hoe ga ik dat invullen? Ga ik er weghalen van de vloer en laat ik haar geen commercie meer doen? Daar zit ik ook over na te denken. Want dan wordt het commerciële team sterker door. Dus dat is mijn dilemma nu. **Oké ja dat kan.**

Dan even over de symboliek, Independent Duinrand heeft natuurlijk verschillende uitingen. Die ken je natuurlijk allang. Maar ik ga even per medewerker af wat ze nou echt van die uitingen vinden. Gewoon puur hun persoonlijke mening, gewoon eerlijk. We hebben natuurlijk Leon de Kameleon wat vind je daar nou eerlijk van? [laat kaartje met Leon de Kameleon zien] Wat ik daar eerlijk van vindt? Ja zwaar kicken! Dat was mijn eerste ingeving toen in de mascotte voor het eerst zag, zwaar kicken. **En waarom vind je hem zo zwaar kicken?** Ja omdat toen het gepresenteerd werd hadden wij zoiets van: ja dat is voor de jongere doelgroep, die kleurtjes die spreken aan, het is fris en ik wordt er blij van ook. Als ik naar de site ga dan wordt ik daar blij van, dat voel ik aan mijzelf. Vroeger was Duinrand altijd zo down, saai en dat heb ik niet meer, nu denk ik: hé leuk. **Oké dus de kleuren spreken aan, en de kameleon zelf?** Ja vind ik gaaf, omdat we hem gekleurd hebben. Want een kameleon zonder kleur daar zou ik niet voor kiezen. Absoluut niet. **Het komt echt door die kleur dus?** Ja en dan de combinatie wat een kameleon doet met die kleuren dat is waarom het ook visueel aanspreekt. **En die mening die je hebt, zwaar kicken, breng je dat ook zo over op de klant?** Nee als de klant vraagt hoe we op de kameleon zijn gekomen dan zeg ik dat we het leuk vonden met die kleuren omdat we een jongere doelgroep willen aanspreken. Dat wat ik zeg tegen klanten. Want de oudere doelgroep nemen we op sleeptouw. **Oké, en wat vind je van de stijl/look & fool van de website?** De algemene indruk goed, want dat is zoals we het wilden en nu moeten de puntjes nog op de i. Als ik de website nu een cijfer moet geven dan is het een 6,5 en met de puntjes op de i wordt het een acht. **En waar ligt dat aan, ligt dat aan de stijl of…** Nou dat is echt puur wat Marco nu aan het doen is, vormgeving. Dat alles klopt, dat alles op de juiste plek staat, dat het makkelijk te vinden is. [laat website zien] Ik ben natuurlijk geen vormgever maar wel een ondernemer dus ik let overal op. Dit irriteert mij al heel lang [wijst op achtergrond website] die stopt halverwege en dan is het gewoon een wit vlak. **O ja dat wil je door laten lopen?** Ja dat ik ook wat ik tegen Marco heb gezegd, dat de achtergrond net zo lekker vrolijk en dan stopt het ineens. **Dus het ligt aan de vormgeving maar ook aan het gebruiksgemak want je zegt dat alles op de juiste plek moet komen te staan zodat het beter vindbaar is?** Ja precies. **Oké, wat vind je van het logo.** Ja dat vonden we helemaal leuk, jong, dynamisch. Voor de jongere doelgroep, die moeten daar op af

komen. **Oké en communiceer je dat ook zo naar de klant?** Ja, want de veertiger die begeleiden we en ouderen ook, want die moet je meenemen in die wereld. Want anders gaat het veel te snel. En waar we op ingestoken hebben is 13 jaar en ouder. Want dat is de doelgroep van de toekomst en die vinden die kleurtjes leuk. En die vinden die kameleon ook leuk. En als mensen aan mij vragen hoe ik dat weet dat zeg ik dat ik een klein onderzoekje heb gedaan. In de klas van mijn dochter, want die is 13. En die vonden het allemaal kicken. **En wat vind je de locatie waarop Independent Duinrand gevestigd is? Vind je dat de juiste locatie?** Hier? **Ja.** Ja voor Independent Duinrand wel ja. **Ja? En waarom?** Ja het is een winkel waar je binnen kunt lopen. En dat maakt het laagdrempelig. Want vroeger zat hier ook een assurantiekantoor dat was toch mijn droom op het kantoor van hun over te nemen, dat heb ik toen eindelijk ook gedaan. Maar toen moest je bellen, toen mocht je niet naar binnen. En er hingen lamellen voor het raam je kon dus ook niet naar binnen kijken. Dat wil ik dus nooit, ik wil dat mijn kantoor laagdrempelig is en dat je naar binnen moet kunnen lopen. En als ik het kantoor zo bekijk dan ademt het sfeer en mensen voelen zich welkom. En de locatie is goed, en als dat minder wordt dan gaan we weg. **En wat zie je als de perfecte locatie voor Independent Duinrand? Als je mocht kiezen?** Die heb ik niet voor Independent Duinrand, die heb ik alleen voor Independent Insurances. **Dus dit is eigenlijk hier wel perfect?** Ja, maar ik moet heel eerlijk zeggen dat het mijn interessegebied ook een beetje uit gaat. Want dat interesseert mij niet meer zoveel. **Oké.** Ik zeg dadelijk, oké ik heb het neergezet, hoi nu ga ik Independent Insurances neerzetten. En dan zitten we ergens langs de snelweg. Of in Leidschendam, ik denk bij mij om de hoek.

Oké, en we hadden het net al even over de persoon Independent Duinrand, en welke leeftijd je die persoon zou geven, en je noemde ook de doelgroep van 13 plus. Als je de doelgroep moest omschrijven van Independent Duinrand, wat zou die doelgroep dan zijn? Ja die doelgroep is dus alle mensen die verzekerd zijn in Nederland, met particuliere producten. Alleen hoe ga je ze bereiken? En wat wij hebben gezegd in ons plan is dat we de veertigers willen bereiken en dat kost veel tijd en energie, brieven sturen, bellen. En ja je ziet het, ze lezen het bijna niet. Dus daar moet je constant mee bezig blijven, met die oudere groep. Die jongere groep bereik je door het goed neer te zetten, het persoonlijk te maken, het leuk voor hen te maken. En dan ga je die jongere doelgroep uiteindelijk wel trekken met alles wat we aan het neerzetten zijn. Dus dan moet dat vanzelf gaan. En die oudere doelgroep daar zullen we in moeten blijven investeren maar door de digitalisering gaan die uiteindelijk ook komen. Maar ja, dat kan ook wel een jaar of 2 jaar duren voordat die mensen allemaal het beseffen. **Wat is de belofte of propositie die je naar de klant communiceert? Wat beloof je de klant?** Nou ik beloof nog niet zoveel, daar ben ik voorzichtig mee. Wat ik dan zeg, ik doe hetzelfde wat Joey doet ik schrijf nu dingen op. Mensen die tegen mij zeggen [komt niet uit zijn woorden] **Wat zeggen mensen tegen je?** Mensen die vragen hoe dat nou met die verzekeringen zit, dan zeg ik dat ze nog even moeten wachten, ik houd ze nog even af. Dat ze even nog een maandje moeten wachten. Waarom, omdat ik daar in mijn eigen relatiekring nog mee wil wachten tot het allemaal echt klaar is. **Ja oké, dus je houd ze nu nog even af, maar als het eenmaal groter wordt, en als alles klaar is?** Ja als alles klaar is. Als we een eigen vergelijker hebben met alle verzekeraars, en niet alleen de Voogd verzekeraars. En dan kunnen we verzekeringen aanbieden op netto tarief, dan weten ze ook gelijk hoe we werken. Dan hoef ik het niet allemaal te vertellen. **Oké en als je nou de ideale klant van Independent Duinrand moet omschrijven?** Er is geen ideale klant. **Er is geen ideale klant?** Nee dat is onzin, iedere klant is een ideale klant. Dat vind ik onzin, behalve als ze schofterig en onbeschoft zijn. Maar voor de rest als mensen gewoon normaal met je communiceren en normaal geholpen willen worden. Ja wat is dan je ideale klant? Ja je kunt zeggen een makkelijke klant misschien, die lekker weinig vraagt enz. Maar ja is dat dan de ideale klant? **Dus je selecteert verder nergens op?** Nee, maar ik vind wel dat ze integer moeten zijn. Hetzelfde wat voor ons geldt, geldt voor de klant ook. Want het moet niet zo zijn dat wij het klantbelang voorop aan het stellen zijn en dat de klant de boel in de maling loopt te nemen. Want daar kan ik dus ook niet tegen, die schop ik à la minute eruit. Want dat zei ik pas ook tegen een klant, dat is een vriend van mij toevallig. Toen heb ik gezegd dat wij integer moeten zijn en de verzekeraars dat ook moeten zijn omdat wij hun dat gaan verwijten, dan moet jij het als klant ook zijn. Want als de klant gaat lopen trucen, dan doen wij daar niet aan mee. **Oké, en heb je naar jouw gevoel genoeg contactmomenten met de klant om de optimale service aan de klant te bieden op dit moment?** Ik? **Ja.** Ik verleen geen service meer. **Heb je het gevoel dat de medewerkers dat hebben?** Ja dat hebben ze, alleen ze moeten efficiënter werken. Maar dat moeten ze zichzelf aanleren. **Dus er zijn genoeg contactmomenten maar..** Ja er moet iets efficiënter gewerkt gaan worden, maar dat is ook het proces waar we in zitten. Dus je kunt dat Keulen en Aken op een dag zijn gebouwd. Dat proberen we wel maar ja.

Oké dan wil ik even alle communicatiemiddelen van Independent Duinrand doorlopen en je dat gebruikt naar de klant toe. Als eerste hoe gebruik je de website in je communicatie naar de klant? Ik? **Ja.** Als ik met een klant zit dan heb ik altijd de website openstaan en ik vraag altijd of de klant naar de website toe wil gaan. Standaard, bent u op de website? Ja? Nou kijkt u even met mij mee, zo gebruik ik het. Soms maak ik ook gebruik van Finley en dan help ik de klant met vergelijken. Dat heb ik nu een paar keer gedaan als mensen een vergelijking willen maken. Ik vraag gelijk wat de klant wil, dan zegt de klant bijvoorbeeld dat hij premie wil berekenen. Dan start ik Finley op en dan laat ik het even zien. **Dus dat schermdelen?** Nou ik noem het geen schermdelen, ik ga eromheen omdat mensen, en dan heb ik het weer over internet secuirity, ik voel aan dat mensen daar negatieve associaties mee hebben. Dat roept een naar gevoel op bij de klant. Ik zeg altijd meekijken, want de klant kijkt mee. Niet wij kijken mee, maar zij kijken mee. **Oké duidelijk, en hoe gebruik je e-mail marketing in de communicatie naar de klant?** Nu hebben we campagnes ingeregeld staan, niet gecheckt. En die gaan dadelijk, als het allemaal loopt, eruit. Want ik wil bijvoorbeeld met een verjaardag, als mensen jarig zijn, met kerst en met Valentijn, wil ik dat daar een campagne voor is. Dat zijn leuke dingen om op een andere manier dan met verzekeringen onder de aandacht te komen bij de klant. **En hoe gebruik je social media in de communicatie naar de klant?** Naar de klant? Door dingen te plaatsen maar wat ik graag zou willen zien, is dat klanten daarop gaan communiceren. Dus ik zeg ook wel eens tegen de klant dat ze Facebook kunnen gebruiken, dat ze via die weg ook een vraag kunnen stellen. Als de klant toch op Facebook ziet dan kunnen ze naar de pagina van Independent Duinrand en gelijk daar een berichtje achterlaten en dan zien wij het direct, ook in onze chatboxen, zo leg ik dat dan uit. En die uitleg moet veel meer gebeuren hier. **Daar wil je dus naartoe?** Ja ik wil dat iedereen dat gaat vertellen tegen de klant. **En hoe zit dat met de online polismap, gebruik je die veel in je communicatie naar de klant?** Ja, heel veel. **Heel veel?** Ja daarom moeten ze ook opschieten met bouwen. [lacht hardop] Ik vind ook dat je in dit concept niet zonder digitale polismap kan, dat kan niet. Je moet altijd die app hebben, dat maakt het zo makkelijk en transparant. Want dat zeg ik ook tegen klanten, dat het volledig transparant is en dat je niet in de maling genomen kan worden. Want als je vraagt aan klanten of ze dat wel eens gedacht hebben van ik ben mijn polis kwijt en nu nemen ze mij in de maling, dan zeggen alle klanten ja. Dus zo vertrouwen ze de verzekeraars en ook misschien ons wel niet. Wij zijn het kanaal en de partij die moeten zeggen: daarom doen we dit, alles zwart op wit. **Oké duidelijk, en hoe zit dat met de chat, de chatmogelijkheid hoe maak je daar gebruik van in je communicatie naar de klant?** Constant, als je wat wil vragen, dan moet je chatten. En dan vinden ze dat lastig, en dan zeg ik dat het nu eenmaal zo werkt en dat blijf ik ook zeggen. En dan blijf ik ook vriendelijk zeggen dat er dadelijk ook kosten aan verbonden worden. Ik ga nu niet moeilijk doen, maar straks heb je een nota, want dan hebben wij gewoon een verrichtingentarief, zo werkt het dan. **Als ze niet chatten bedoel je?** Ja als de klant toch wil bellen dan zijn daar straks kosten aan verbonden. Bijvoorbeeld een klant van Robert Jan die heeft nu het nummer van de Hypotheekshop en die blijft ook alleen maar bellen. En Rob heeft gezegd tegen de klant dat hij moet chatten, en toch is de klant eigenwijs en blijft hij toch bellen. En ik heb tegen Rob gezegd, de volgende keer dat de klant belt moet je zeggen dat we een nota gaan sturen. Je mag best wel eens een keer ergens omheen gaan, maar heb respect voor anderen, dat vind ik heel belangrijk. En heb dus ook respect voor bedrijven. En wij benaderen de klant nu vriendelijk en wij proberen constant aan te geven dat de klant niet meer kan bellen, dan verwacht ik ook een stukje begrip en vriendelijkheid terug. En niet botte honden die maar gewoon doen waar ze zelf zin in hebben. **Oké duidelijk. En welke offline communicatiemiddelen gebruik je in je communicatie naar de klant?** [respondent denkt na] De reclameborden voor het raam zijn offline natuurlijk. En wat we willen gaan doen is de Seat Leon, dat is ook offline. Dat soort dingen. Wat ik ook offline wil zijn die stoffen tasjes waar ik over nagedacht heb, dat is weer offline dat verwijst naar online. Dat komt niet van mijzelf af hoor dat idee, dat komt van mijn jongste dochter af omdat ook die klas dat wil, die willen allemaal die tasjes als schooltas. Nou top, ik verspreid ze wel van Den Haag tot Voorburg, het zal mij een rotzorg zijn als er honderd mee lopen. Dat soort dingen wil ik offline neerzetten. **En waarom eigenlijk die doelgroep vanaf dertien plus en niet ouder? Want die doelgroep van dertien die heeft nog niet zoveel met verzekeringen te maken.** Omdat wij ze nu al willen laten zien dat wij op de markt zijn. Want die doelgroep die gaat zorgen dat wij gaan vliegen dadelijk. Want die zitten op de middelbare school, en als je die triggert, op het moment dat ze zestien worden dan gaan ze hun scooter bij ons verzekeren. Want die zitten dag en nacht met hun telefoon in hun hand. En daarom moeten wij zorgen dat als die zestien zijn dat die kunnen vergelijken via hun telefoon. Er moet een app komen waarbij de verzekeringen worden vergeleken, en ze alles kunnen inzien, dat moet allemaal in een app. **Oké duidelijk, en we hadden het al over de sfeer en de cultuur van Independent Duinrand, maar hoe zou je de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Enthousiast en vooruitstrevend. Als ik het gemiddelde moet nemen dan zeg ik dat. En dynamisch. **Oké, dus**

enthousiast, vooruitstrevend en dynamisch. Ja. **Dat zijn de drie belangrijkste?** Ja. **En we hebben het er gedurende dit interview natuurlijk constant over maar wat vind je van de manier waarop de verandering plaats vind van analoog** [onderbreekt] Oh ik vergeet innovatief nog. **Innovatief?** Ja. **Oh oké, en wat vind je van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaats vindt?** Hier bij Independent Duinrand? **Ja.** Gewoon hakken. **In z'n algemeniteit?** Ja chaotisch, gewoon chaotisch. Als ik nu zou mogen kiezen dan had ik het niet zo gedaan. **Hoe het je het dan wel gedaan?** Nou dan had ik mij gewoon lekker op mijn gemak voorbereid. En dan gewoon vanuit een relaxte basis gaan bouwen waarbij duidelijk was waar Duinrand naartoe ging zonder dat we allemaal gezeik om ons heen hadden. Nu heb ik dit gewoon uit overlevingsdrang gedaan en ik ben aan het doordrammen want ik doe toch altijd wat ik zelf wil. Maar daardoor heb ik nu niet de ideale situatie. Die hoop ik deze maand te gaan creëren. **En hoe communiceer je die verandering naar de klant toe?** Nou het is wel leuk dat je dit vraagt want de klanten zien wel dat er iets gebeurt. ik geef het ook gewoon aan dat we in de hoek hebben gezeten waar de klappen vielen, zoals bij alle tussenpersonen. En daardoor krijgt de klant veel minder service van ons, ik benoem het ook. Want de service was super slecht, en dat zeg ik dan ook gewoon over onszelf. En dat gaat we dus nu veranderen, maar dan moet de klant ook een stukje veranderen. Want dan kunnen we de klant perfecte service leveren. Zo ga ik het communiceren. Dus we komen uit een verslagen positie, zeg ik wel eens, en we zijn nu op weg naar een winnaarspositie. Zo breng ik het, en dat vergt ook input van de klant. **Want je zei net dat je de verandering intern anders zou hebben gedaan erop terugkijkend.** Ja dan zou ik het meer hebben voorbereid. En dan had ik minder stress gehad nu. **Dan had je het beter voorbereid, en denk je dat communicatie naar de klant toe over die verandering ook beter had gekund?** [lacht] Ja. **Ja? En hoe had die communicatie dan beter gekund?** Als je het had voorbereid was het beter gegaan denk ik. En nu zitten we met DGA en Voogd, met iemand waarmee we samenwerken, daarover communiceren wij nu naar de klant toe dat het een slechte partij is. Wij hebben ervoor gekozen, die klant niet. Eigenlijk gaat het nergens over als je erover nadenkt. En dat doe ik dan wel eens en dan denk ik: ja het gaat nergens over maar het is even niet anders'. En dat vind ik eigenlijk een beetje amateuristisch. **Merk je dat aan de klant, dat zij dat merken?** Nee, ik laat dat niet merken, dan kunnen ze mij niet peilen daar zorg ik wel voor. **Oké.**

Oké nou dat waren de vragen, we zijn er doorheen. Nou kijk eens aan. **Harstikke bedankt voor je tijd.** Ja graag gedaan hoor.

XIV. Verbatims klanten

Verbatim respondent 1

Korter/langer dan 5 jaar klant: Korter dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-Face

Welkom, eerst nog even het doel van het interview uitleggen. Ik wil dus in kaart brengen wat voor beeld de klanten van Independent Duinrand van het bedrijf hebben, want ik doe imago onderzoek.

Nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u aan familie of vrienden moet vertellen waar u verzekerd bent? Ja, ja dat komt voor. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Nou ik vind het een prima vergelijkingssite, laat ik het zo noemen. Ik heb wel mensen geadviseerd om ook bij Duinrand eens te kijken voor een verzekering, want bij mij scheelde het ook een stuk. Dus op die manier eigenlijk. **Oké.**

Dan heb ik hier twee lijsten, hier heb ik eerst de eerste lijst met allemaal waarden. En nou is de bedoeling, ik zal het even uitleggen. Het zijn achttien waarden en dan is het de bedoeling dat je die eerst allemaal even doorleest. Dan is de bedoeling dat je eerst de waarde kiest die je het belangrijkst vindt bij het omschrijven van Independent Duinrand. Dus welke waarde je het meest bij Independent Duinrand vindt passen. Daarna waardeer je de waarde die je het meest tegenstaat, dus die je eigenlijk nooit zou noemen als je Independent Duinrand noemt, die mag je een -1 geven. Als je nou denkt dat er geen waarde tussenstaat die je heel erg tegenstaat dan kun je de minst belangrijke waarden waarderen met een 1 of een 0. De belangrijkste waardeer je met een 6 of een 7, volgens de schaal. En dan mag je de rest waarderen. Dus eerst de belangrijkste, dan de minst belangrijkste en dan de rest. En de rest? **Ja.** En de cijfertjes moet ik hier ook schrijven? **Ja, en daar mag je dan hardop bij nadenken.** Oké, even kijken. [leest de waarden door]. Jeetje dat is best moeilijk. Nou om nou Independent Duinrand te omschrijven met het woord geluk, daar denk ik dan niet zo aan bij Independent Duinrand. **Oké en waarom?** Nou geluk vind ik meer in de privé sfeer vallen. Dus daar zet ik dan een -1. **Dus die zou u helemaal niet meenemen in uw omschrijving van het bedrijf?** Nee. En de waarde met het grootste belang, even kijken [leest de lijst verder door]. Ja comfortabel leven denk ik eigenlijk. **Ja en waarom die?** Ja, omdat je toch natuurlijk het gevoel moet hebben dat je goed verzekerd bent, niet teveel betaalt en daardoor comfortabel kunt leven. Dat is dan degene die ik bij het bedrijf vind passen. **Oké.** Nou dan loop ik ze af en dan geef ik ze een cijfer. **Ja.** Zekerheid voor gezin, dat is natuurlijk ook wel belangrijk, dat geef ik een vijf. **Dus niet zo belangrijk als comfortabel leven maar toch wel een beetje belangrijk?** Jawel, Ja. Wereld in vrede, wat heeft dat nou met Independent Duinrand te maken? **Ja het is natuurlijk maar hoe je het interpreteert.** Ja, [denkt na] Nou laat ik deze op drie staan. Zelfrespect, dat is natuurlijk ook altijd wel belangrijk, een vier. **En waarom vindt u dat zo belangrijk?** Ja omdat je jezelf moet respecteren sowieso, ook op je werk. Vrijheid, nou dat is natuurlijk wel erg belangrijk. **Ja?** Ja. **En in welke zin vrijheid?** Nou je moet natuurlijk wel vrijheid hebben in de keuzes die je maakt. **Voor een verzekering?** Ja. Vriendschap, ja dat vind ik nou niet heel erg nodig bij een bedrijf, maar wel fijn, dus die geef ik een vier. Innerlijke harmonie, harmonie vind ik ook belangrijk dus die krijgt ook een vier. **En waarom?** Ja dat er een goede harmonie op kantoor heerst en dat denk ik ook wel als ik dat zo hier zie. Ook weer met dat gelijkheid wat ik net zei. Ik ben een klant maar wordt wel gewoon vriendelijk gegroet door de directeur. Plezier, ja ze moeten hier wel plezier in hun werk hebben anders merk je dat gelijk aan de medewerkers, dus ook een vier. **Allemaal vieren?** Ja eigenlijk wel, mag dat? **Ja hoor tuurlijk.** Gelijkheid vind ik ook erg belangrijk, dus die geef ik dan een zes. **Ja? En in welke zin gelijkheid?** Dat ze je op een gelijke manier behandelen. **Dat ze iedere klant hetzelfde behandelen?** Ja iedereen hetzelfde. Want zoals net zij de directeur mij ook even gedag, maar dan

voel ik niet dat hij boven mij staat. Ik ben klant maar dan voel ik mij toch een soort gelijkwaardig. Wijsheid, ja dat is natuurlijk wel belangrijk ja wijsheid. Ja en acceptatie vind ik ook belangrijk. **Oké en waarom?** Bij acceptatie is het natuurlijk wel belangrijk dat je geaccepteerd wordt en je geaccepteerd voelt als verzekeraar. **Als verzekeraar of als verzekerde?** O nee als verzekerde. Want verzekeraar is natuurlijk de organisatie dus natuurlijk de verzekerde dan. **En wijsheid hoe zie je dat?** Nou ja dat ze wel kennis van zaken hebben. Volwassen liefde, ja dat vind ik een beetje een vreemde dat vind ik helemaal niks met het bedrijf te maken hebben. Dus die krijgt van mij een nul. Schoonheid, niet zo heel belangrijk. Nou ja het is ook weer wel belangrijk. **Schoonheid in welke zin?** Nou ja dan denk ik meer aan hoe het bedrijft uitdraagt hoe het eruit ziet. Dat is natuurlijk toch wel belangrijk, dus dat geef ik een vijf. Nationale veiligheid, ja daar heb ik ook niet zo veel mee. Daar kan ik nou niks bij bedenken als het om Independent Duinrand gaat. Dus die zet ik op een drie. Stimulerend leven, wat heeft dat nou te maken met verzekeringen? [denkt na] Had ik al een keer een twee gedaan? Nee ik doe een twee. **Dus dat vind je helemaal niet bij het bedrijf passen?** Nee. **Waarom niet?** [denkt na] **Waar denk je aan bij stimulerend leven dat je dat niet vind passen bij het bedrijf?** Ja dat je stimulans in je leven hebt om verder te komen, om dingen te doen. Dat vind ik niks met verzekeringen te maken hebben eigenlijk. Gevoel van prestatie, dat is natuurlijk wel belangrijk, dus een vijf. **Dus je vindt wel dat het bedrijf een gevoel van prestatie heeft? Of dat ze dat moeten hebben?** Dat moeten ze wel hebben. **Maar hebben ze dat ook?** Ja daar ken ik het bedrijf dan net niet goed genoeg voor. Het zit natuurlijk allemaal nog in de startfase. Maar ze zijn er wel druk mee bezig om vooruit te willen. Dus misschien moet ik het een zes geven. Vergeving, [denkt na] Nou dat is wel belangrijk denk ik, een drie. **En wat versta je daar dan onder?** Ja als een keer een conflict hebt of zoiets. **Als klant?** Ja als klant met Duinrand dat dan dat gewoon goed opgelost wordt. Dat als ik een fout heb gemaakt dat ze je dan vergeven. **Oké.**

Dan heb ik nog een lijst, dan mag je weer hetzelfde doen. Mag je eerst weer alles doorlezen, weer de belangrijkste waarde uitkiezen, dan de minst belangrijkste en dan de rest. En je mag weer hardop nadenken. [leest lijst door]. Nou ik vind betrouwbaar heel belangrijk, competent ook. Ik zet competent op zeven, ik vind wel dat je als verzekeringskantoor bepaalde vaardigheden moet hebben en ik geloof ook wel dat ze die hebben. En betrouwbaar vind ik ook belangrijk, dan zet ik dan op een zes. Dan natuurlijk nog de -1, dat zet ik dan bij liefhebbend. **En waarom?** Nou als ik het aan het bedrijf denk, dan denk ik niet die zij liefhebbend. Of nou ja dat hoeft ook niet, dat is voor een bedrijf niet zo van toepassing denk ik. Zit ik in een goede richting te denken? **Nee, er is geen goed of fout natuurlijk het is maar wat je ervan maakt, dat is de hele bedoeling.** Eerlijk, nou dat is ook erg belangrijk, behulpzaam ook. [vult bij beide waarden een zes in]. Opgewekt, een vijf want dat vind ik ook belangrijk. **En waarom vindt je opgewekt belangrijk?** Omdat het wel belangrijk is, net zoals behulpzaam, dat ze vriendelijk zijn en je een goed gevoel geven als je hier binnen komt. **En dat was ook wel zo?** Ja dat was wel zo toen ik hier binnen kwam vond ik. Onafhankelijk, ja daar heb ik niet zo'n kijk op want ik weet niet hoe dat zit. **Daar heb je niet zo'n kijk op?** Nee, ik vind dat ook misschien niet zo belangrijk. **Nee?** Nee want je gaat ervan uit dat je goed verzekerd bent, en je kijkt niet verder dan je neus lang is. [Denkt na] Nee ik zet het op een twee. Ruimdenkend, ja dat is ook wel belangrijk. **En in welke zin ruimdenkend?** Dat ze met je meedenken, dat als je als klant ergens mee komt dat ze meedenken met de klant. Dus een vijf. Beleefd, nou dat is natuurlijk ook belangrijk, want dat vind ik vanzelfsprekend bij een bedrijf wat service verleent, dus een zes. Vergevingsgezind, nou die hadden we net ook, wat had ik die gegeven? **Een drie.** Ja belangrijk, oké dan geef ik dat ook hier want ik vind dat hetzelfde vergevingsgezind en vergeving. Beheerst, [denkt na], ik ga eerst even verder. Creatief, nou ik geloof wel dat het bedrijf dat is. Dat is ook wel belangrijk denk ik want je moet wel in de markt blijven dus dat geef ik een vijf. Zuiver, een beetje rare waarde, wat moet ik daar ik mij daar nou bij voorstellen bij zuiver? **Ja wat komt als eerste in je op als je aan zuiver denkt?** Ja zuiver water denk ik dan, dus dat heeft helemaal niets met Independent Duinrand te denken [lacht hardop]. **[lacht hardop].** Dat geef ik dan maar een drie. **Dus dat vind je wel belangrijk?** Nou het is in die mate wel belangrijk dat er geen rotte appels tussen zitten in het personeel die de boel belazeren. **Oké dus je vindt wel dat Independent Duinrand zuiver is?** Ja, dat vind ik wel. Gehoorzaam, ze moeten natuurlijk wel naar je luisteren, dus dat is ook wel belangrijk. Eigenlijk wel erg belangrijk, dus

dat geef ik dan toch een zes. **Dus je vindt wel dat Duinrand naar je luistert als klant?** Ja. Zijn ze ambitieus? Ja dat zijn ze zeker, dat is wel erg belangrijk dus dat wordt dan een zes. Intellectueel, [denkt na]. Moedig, ja sorry ik ga weer even terug. **Nee dat geeft niets.** Moedig, ik geloof wel dat ze durven want je moet ook durven. Een drie. Beheerst, [denkt na] **Is Independent Duinrand beheerst?** Ja dat is moeilijk, beheerst. **Wat je kunt er niet echt iets aan hangen?** Laat ik dat dan maar een nul geven. **Ja? Je kunt er niks mee?** Nee, ik kan er niet zoveel mee. Logisch, [denkt na], bij intellectueel zet ik ook een nul want daar kan ik ook niks mee. Logisch, wat is logisch? Die geef ik ook een nul. **Even kijken hoor en je hebt eerlijk, behulpzaam en betrouwbaar had je als eerste als belangrijkst gewaardeerd.** Ja en competent. **En competent.** Competent staat eigenlijk bovenaan want ze zijn wel vaardig in wat ze doen, dat moeten ze ook doen. Dus dat vind ik heel belangrijk. **En waarom die eerste drie?** Die eerste drie? Eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam? **Ja.** Ja ik vind het gewoon belangrijk voor een bedrijf. **In het algemeen?** Ja. Maar zij zijn dat ook hoor. Want ik had laatst mijn verzekering afgesloten en dat duurde nogal lang. En toen gingen ze er toch bij de verzekeraar er gelijk achteraan omdat het zo lang duurde. Behulpzaam, laat ik het zo zeggen. Ze houden alles gewoon goed in de gaten. **Oké, dan waren dit de lijsten. Dan gaan we nu verder op de rest van de vragen.**

Als je kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, zou je dan een paar concurrenten op kunnen noemen? Concurrenten van Independent Duinrand? **Ja.** Ja dat zijn meer de internetsites dan, de vergelijkingssites denk ik. En qua kantoren zou je dan de Nationale Nederlanden kunnen noemen. Maar Independent Duinrand is natuurlijk meer een tussenpersoon. En ik was eigenlijk altijd verzekerd bij de verzekeringsmaatschappijen zelf. **En waarom ben je nu dan toch overgestapt naar een tussenpersoon?** Nou eigenlijk omdat ik ging vergelijken. Het raarste was nog dat ik bij een verzekeringsmaatschappij verzekerd was en dat ik toen ging vergelijken. En nu blijkt dat het bij dezelfde verzekeringsmaatschappij via Independent Duinrand goedkoper is. Dus via een tussenpersoon is het gewoon goedkoper. **Dus toen dacht je ik ga naar een tussenpersoon?** Ja. **Dus je zegt de concurrentie van Independent Duinrand zijn meer de vergelijkingssites?** Ja dat vind ik wel. **En als je kijkt naar die vergelijkingssites, wat doen Duinrand dan beter ten opzichte van die andere vergelijkingssites?** Nou ja van horen zeggen weet ik dat die vergelijkingssites eigenlijk werken voor de verzekeringsmaatschappijen en dat je uiteindelijk dan uitkomt op een bedrag wat nooit het bedrag is wat je betaalt. Maar dat is wat ik heb horen zeggen hoor. Maar ik heb dan wel eens gekeken op Duinrand en bij een andere vergelijkingssite en daar kwam inderdaad uit dat als je een verzekering afsluit via een andere vergelijkingssite dat er dan nog allemaal kosten bijkomen dus dat je nooit de premie betaalt die er in eerste instantie uit die vergelijking komt. **Dus dat er allerlei kosten bijkomen?** Ja. Dus ja dat klopt dan wel dat verhaal. Maar dat weet je anders niet, ik denk niet dat veel mensen dat weten. Het is dat ik dat toevallig weet, ik denk dat een normaal iemand die staat daar niet zo bij stil. **Oké, en wat doet de concurrentie juist beter dan Duinrand denk je?** Ik denk dat de reclame nog meer kan. Ik denk dat dat nog wel meer kan. Bijvoorbeeld in de lokale krant, dat soort dingetjes. Ze zijn natuurlijk wel veel op tv maar wordt toch eigenlijk nog niet weinig gepromoot vind ik. Je ziet het wel op Facebook voorbij komen. **Dus meer promotie en meer reclame?** Ja. **Oké, en wat vindt je van de cultuur of sfeer die hier heerst?** [denkt na] **Welk gevoel krijg je als je hier binnenloopt?** Nou ik kwam hier binnen en ik dacht goh gezellig. De entree sprak me heel erg aan. Het ziet er allemaal leuk uit en de mensen zijn vriendelijk. Dus op zich heb ik er wel een goed gevoel over. Maar ik moet het omschrijven met een woord? Dan moet je even de vraag nog een keer stellen. **Welke cultuur of sfeer vindt je dat er bij Independent Duinrand heerst?** Een goede sfeer. **Ja?** Ja. **En waarom?** Ja dat voel je op de een of andere manier, dat is gewoon een gevoel. Als je binnenkomt ergens dan krijg je toch een bepaalde sfeer mee, ook op een school. Dat voel je dan, en dat is vaak moeilijk te omschrijven maar dat is een gevoel wat je hebt. Alsof je ergens gewoon thuis komt. **Dus een huiselijke sfeer?** Ja precies. **Oké en als Independent Duinrand een persoon was hoe zou je dan het karakter omschrijven?** [denkt na] Jeetje [denkt na] Vooruitstrevend, maar dat is niet echt een karaktertrek. **Jawel hoor.** Oké nou dus vooruitstrevend, dat vind ik wel bij het bedrijf passen Oprecht en eerlijk. En ze blijven denk ik gewoon bij zichzelf, maar hoe moet je dat omschrijven in een karaktertrek? **Nuchter misschien?** Ja gewoon nuchter. **En welke karaktertrekken heeft**

Independent Duinrand die het niet mag verliezen? Nou ik denk zeker dat doorzettingsvermogen, je moet natuurlijk wel door blijven gaan. En de uitstraling wat mij aansprak hier, dat moet je ook behouden want dat is toch ook wel belangrijk. En gewoon eerlijk en betrouwbaar blijven. **Oké, en welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?** [denkt na] **Wat zou je nog meer willen zien wat ze nu niet hebben?** Nou dat zou ik niet weten. **Nee?** Nee. **Dus je vindt het plaatje wel compleet?** Ja ik vind het plaatje wel compleet ja. En ze houden zich ook wel op afstand daar houd ik ook altijd wel van. Het is niet zo dat je iedere maand een mailtje krijgt. **Dus je kunt niet echt een karaktertrek noemen die ze vandaag de dag nog moeten veranderen?** Nee. **Nee?** Nee. **Dus van een afstand ziet het er allemaal wel goed uit?** Ja precies. **Oké, en nu heb je die persoon Independent Duinrand nog in je hoofd met die karaktertrekken en welke leeftijd zou je die persoon dan geven?** Ja 40. **40?** Ja. **En waarom 40?** Nou omdat het natuurlijk een bedrijf is wat al langer loopt, het staat midden in het leven ze zijn lekker in ontwikkeling. En 40 is echt zo'n leeftijd waarop je weet wat je wilt. Dan heb je een hoop achter je, je hebt gestudeerd en je bent begonnen met werken en als je dan 40 bent dan ben je wat mondiger. Ja zo'n leeftijd geef ik er dan aan. **Oké duidelijk.**

Dan heb ik hier kaartjes met de symbolische uitingen van Independent Duinrand. Zoals de mascotte en het logo, en dan mag je zeggen wat je daar eerlijk van vindt. We hebben natuurlijk Leon de Kameleon [legt kaartje met mascotte voor] Ja die ken ik wel ja. **En als je hier nou naar kijkt, wat vindt je daar nou eerlijk van?** Ja op zich vind ik het wel een grappig ding. En wat ik ook wel leuk vind op de site is dat die kameleon dan overal bij alle verzekeringen staat. Ik vind het wel een leuke mascotte, maar wat nou de link is met het bedrijf. Ik moet je eerlijk zeggen dat ik mij daar niet zo in verdiept heb, wat nou de link is tussen een kameleon en Independent Duinrand. **Dus die link zie je niet?** Nee die link zie je niet meteen nee. **Oké, en je zei net al dat je op de website was geweest, en toen je op de website kwam wat vond je daarvan?** Ik vond het een duidelijke website, makkelijk door heen te lopen. **Oké dus wel gebruiksvriendelijk?** Ja dat is het goede woord, gebruiksvriendelijk, ja. **En dan hebben we natuurlijk nog het logo [legt kaartje met logo voor] Wat vindt je daar van?** Ja ik vind het logo gezellig qua kleur. **Gezellig?** Ja. Ik vind het wel iets uitstralen qua kleur dan. **Oké, dus de kleur spreekt je aan?** De kleur spreekt mij aan ja, de kleurtintjes. **En wat vindt je van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is?** Nou ik kom hier ook voor het eerst en ik rij er ook wel eens langs maar ik vind het wel een mooie locatie. **Ja? En waarom?** Dat groen voor de deur is mooi, en ik vond dat het wel diep door liep naar achter als je binnenkomst dat verraste mij wel. Ik vind dat wel wat hebben. **En als je nou de perfecte locatie voor Independent Duinrand mag kiezen welke zou dat dan zijn?** Ja ik denk dat je hier op zich best goed zit. **Ja? En waarom?** Nou het is makkelijk bereikbaar, toegankelijk. De parkeerplaats is volgens mij aan de achterkant of hiervoor. Overdag mag je volgens mij gratis parkeren en je zit natuurlijk vlakbij een centrum. Het ziet er gemoedelijk uit, en ik denk dat dat meer aanspreekt als zo'n strak gebouw.

En hoe zou je de doelgroep omschrijven van Independent Duinrand? Ja ik denk ook wel een beetje zo 40 wat ik net al zei. Of nou ja ik denk toch een beetje meer vanaf de dertigers denk ik. **Dus vanaf de dertigers?** Ja. **Dus ze stralen beetje veertig uit zeg je maar ze richten zich meer op de dertigers?** Ja maar je moet je toch wel een beetje op de starters richten denk ik. **Ja? En Waarom?** Ja, nou ja dan haal je de meeste klanten denk ik binnen want die starten allemaal opnieuw en die moeten allemaal verzekeringen afsluiten. Dus op zich denk ik dat het de dertigers zijn. Maar dan zou de uitstraling van het bedrijf eigenlijk niet kloppen. **Nee dat vindt je niet kloppen?** Nou ja daar zit ik nu over na te denken, want ik geef de leeftijd 40/45 maar eigenlijk vind ik dat je je op een jongere klantenkring zou moeten richten. **Oké ,en wat is de belofte die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** [denkt na] **Heb je daar ooit iets van gemerkt dat jou een belofte is gedaan?** Nou de belofte is eigenlijk dat je alles in een keer kan regelen als er wat is, als je een schade hebt of weet ik het wat. Dat het makkelijk te regelen is, met een belletje of op internet. Eigenlijk is de schade afhandeling makkelijk te regelen. Ja dat is natuurlijk het enige moment waarop je je verzekering vaak nodig hebt, als je schade hebt. Verder eigenlijk niet. Maar dat is eigenlijk de belofte dat het makkelijk is met die app, je kan alles in een keer zien en makkelijk regelen. Terwijl je natuurlijk bij andere

verzekeringsmaatschappijen zit je vaak uren aan de telefoon en wordt je van het kastje naar de muur gestuurd. En de belofte is dat dat hier niet zo is. Maar ik heb dat nog niet ervaren gelukkig. **Oh u heeft dat nog niet ervaren?** Ja dat is schade moest melden. **Oh ik begrijp het oké. En op welke manier is die belofte naar jou gecommuniceerd of hoe merkte je dat?** Ja van het personeel die hebben dat zo gezegd toen ik het afsloot. **En wat vond je van de service van Independent Duinrand tijdens het vergelijken van je verzekeringen?** Nou de vergelijking ging prima maar op het moment dat ik over ging stappen.. **Van je oude naar je nieuwe verzekering?** Ja toen moest mijn oude verzekering opgezegd worden, daar krijg ik geloof ik op een gegeven moment wel vier mailtjes over, over dat opzeggen. **Van de medewerkers hier beneden?** Nee dat gaat automatisch omdat je dat digitaal allemaal op moet zetten en toen hadden ze een digitale handtekening nodig en op een gegeven moment toen ik één verzekering had opgezegd kreeg ik wel zeven of acht mailtjes daarover. Dat vind ik wel heel veel. **Oké.** Maar dat kwam eigenlijk omdat je je oude verzekering opzegt. **Dus bij het afsluiten was dat meer?** Nee bij het overstappen, niet het afsluiten maar het overstappen. **Oké en het afsluiten ging dus gewoon goed?** Ja dat ging goed maar alleen bij het overstappen kreeg ik veel mailtjes, dat ik dacht van moet dat nou zo. **En heb je al een keer een prolongatiecheck of een jaarlijkse check gehad van je verzekeringen?** Nee dat nog niet. **En je zei dat je nog nooit schade gemeld had bij Duinrand toch?** Nee hier niet. **Hier niet oké, dan slaan we die over. En wat vindt je van het aantal contactmomenten? Want je zei net al ik kreeg zeven à acht mailtjes gehad toen met die overstap.** Ja dat vond ik toen wel veel, maar voor de rest vind ik eigenlijk prima. Nee ik denk zelf dat je in het kader van de promotie wel wat meer mails kan sturen. Want ik krijg nooit een mailtje ergens over. Dat zou misschien nog wel kunnen. Dat zou je dan bijvoorbeeld eens per drie maanden dan doen. Dat ze toch iets van een actie doen. Want ik zie dat wel op Facebook voorbij komen die acties maar niet in de mail. **Oh niet in de mail?** Nee en daar zouden ze meer mee kunnen doen. **Oké en je zei net al de stijl van de website vindt ik hartstikke leuk en gebruiksvriendelijk maar wat vindt je van de informatievoorziening?** Ja die is ook wel goed, ik kon alles wel vinden. **Oké communicatie via de email kan wat beter misschien met acties zie je al.** Ja. precies. **Maar de informatievoorziening via de mail is wel gewoon goed?** Ja weinig eigenlijk, want je sluit je verzekering af en verder hoor je eigenlijk niks. **Nee maar dat heb je ook niet nodig?** Nee maar aan de andere kant denk dat je als bedrijf eens in de zoveel tijd wel een mailtje naar je klanten kan sturen. Niet te veel want dan worden ze het ook zat. **En wat vind je van de responstijd op e-mails? Hoe heb je dat ervaren?** Nee dat zit wel goed. **Ja?** Ja er wordt wel snel op mijn mails gereageerd. **Oké en je zegt ik zit vaak op internet met zit je ook social media?** Ja. **En volg je Independent Duinrand ook op sociale media?** Ja ik volg ze op Facebook. **Oké en wat vindt je van de informatievoorziening via Facebook?** Ja op zich is daar de informatie wel goed vind ik. **Ja?** Ja vind ik wel. **Daar staat wel alles?** Ja daar staat wel veel op en daar staan ook de links naar de televisie uitzendingen. Dus dat vind ik wel goed. **En wat vindt je ervan hoe Duinrand zich gedraagt op Facebook?** Nou prima hoor, niks op aan te merken. **Oké en u zei al het is heel makkelijk te regelen hier met die app, heb je die zelf ook?** Ja. **En wat vindt je van de gebruiksvriendelijkheid daarvan?** Ja ik moet je eerlijk zeggen dat ik er weinig mee doe. Ik heb hem gekregen en een keer gekeken en daarna eigenlijk niet meer. **Een keer gekeken?** Ja, maar hoe het er uit zag vond ik het er wel duidelijk uitzien. **Oké en je kon ook alles vinden?** Ja dat ging ook prima. Het was wel duidelijk. **En dat is dus de app maar kijk je ook wel eens via de site in je digitale polismap? Of doe je het vooral op die app?** Ja joh ik kijk daar nooit zo vaak op, maar ik zou meer op de app kijken. **En waarom op de app?** Ja omdat dat gewoon makkelijker is, die heb je altijd aan je telefoon of bij je. **En heb je ooit gechat met een van onze medewerkers?** Ja dat heb ik een keer gedaan ja. **En vond je de chat makkelijk te gebruiken?** Ja hoor prima. Dat ging goed. **En kreeg je ook alle informatie die je nodig had via de chat die je opvroeg?** Ja. Dat ging ook allemaal goed. **Oké nou fijn. En via welk medium zou je het liefst benaderd worden door Independent Duinrand?** [denkt na] Ja wat ik al zei via de e-mail. Bedoel je persoonlijk of over algemene informatie? **[Denkt na]** Dat het alleen over persoonlijke gegevens gaat of over jou verzekeringen? **Ja beide, maar misschien ook over algemene dingen inderdaad, gewoon de totale communicatie naar de klant toe, hoe zou u dat willen ontvangen?** Ja dat zou ik dan het liefst via de mail willen. **En zou je dan formeel of informeel benaderd willen worden via de e-mail?** Nee ik ben dan toch nog van formeel, ja ik ben nog van

oude stempel. Ik merk dat de jongeren dat niet meer zijn, maar ik vind dat nog steeds netjes. Ik spreek ook gewoon de mensen nog steeds met u aan. Maar ja dat zijn nog een beetje de oude normen en waarden waar ik mee ben opgevoed. Dus stel dat nog wel op prijs terwijl mensen bij persoonlijk niet aan te hoeven spreken met u. Maar ik vind wel dat als je iemand een brief schrijft, dan moet je wel formeel blijven. **Oké en we hadden het net al over de sfeer bij Independent Duinrand maar wat denk je dat de mentaliteit is van Independent Duinrand?** Nou ik denk dat ze wel druk bezig zijn om het bedrijf op de markt te zetten. Daar heb ik wel vertrouwen in. **Dat vooruitstrevende ook wat je eerder al noemde?** Ja precies. **Oké en heb je ooit direct met een advies contact gehad?** Nee dat niet. **En wat vindt je van de verandering van analoog naar digitaal, hoe die plaatsvindt?** Die verandering nu? **Ja dat we zeg maar geen post meer sturen en dat alles nu via de e-mail en via de chat gaat.** Ja ik vind dat heel prettig. **Dat alles digitaal wordt?** Ja. **En waarom?** Ja omdat ik digitaal ben ingesteld laat ik het zo maar noemen. Dus ik vind het makkelijker om het allemaal op mijn computer te bewaren. En dat zoals die polismap app dat vind ik super handig. Maar mijn moeder is bijvoorbeeld ook klant en die bijna 80 en die vind dat niet prettig. Die vind het nog prettig om een papiertje te krijgen. Dus dat is natuurlijk de leeftijd van mensen die niet op het digitale zijn ingesteld. Maar ik vind het wel prettig dat digitale. **Oké en hoe is die verandering nou jou gecommuniceerd, hoe heb je dat gemerkt?** Nou ik ben gelijk digitaal begonnen met Duinrand dus ik heb dat niet gemerkt. **En je zegt net mijn moeder is ook klant en die vindt dat niet prettig, dus wat denk je dat er nog verbeterd kan worden in die communicatie over die verandering?** Nou ja ik denk dat je de mensen zelf moet vragen wat ze willen. De mensen van nu die moet je allemaal digitaal doen, maar er zijn natuurlijk toch nog een hoop mensen ook van mijn leeftijd die helemaal nog niet digitaal ingesteld zijn. En dan vind ik toch nog dat je aan de mensen moet vragen wat ze willen. Maar de nieuwelingen de mensen die nieuw zijn, die zou ik gewoon allemaal digitaal doen want daar gaat het naartoe.

Oké dat was het. Nou ik hoop dat je er wat aan hebt. **Nou zeker, hartstikke bedankt voor je medewerking.** Ja graag gedaan hoor.

Verbatim respondent 2

Korter/langer dan 5 jaar klant: Langer dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-face

Ik zal nog even het doel van dit interview uitleggen, want ik doe voor mijn scriptie imago-onderzoek. En ik wil graag in kaart brengen welk beeld de klanten van Independent Duinrand van het bedrijf hebben. Oké.

Nou eerste vraag. Komt het wel eens voor dat u aan vrienden of familie vertelt dat u bij Independent Duinrand verzekerd bent? Ja. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Ja gewoon goed, positief. Ik wordt altijd snel geholpen. **Oké.** Ja dat dus. **Oké.**

Dan heb ik hier een lijst met waarden. [legt lijst één voor]. Ik zal het nog even uitleggen, de bedoeling is dat u eerst even alle waarden doorleest. Daarna mag u de waarde uitkiezen die u het meest bij het bedrijf vindt passen, die mag u met een zes of een zeven beoordelen. Vervolgens kiest u de waarde uit die u het meest tegenstaat, dus die u nooit zou meenemen in uw omschrijving van Independent Duinrand. Die waarde mag u een -1 geven. Als er nou geen waarde bijstaat die u tegenstaat dan mag u de minst belangrijke waarde met een nul of een één beoordelen. En daarna mag u de rest invullen. Oké. **Dus eerst de belangrijkste ,dan de minst belangrijkste en dan de rest.** Oké. **En u mag daarbij hardop nadenken.**

Geluk, tsja, [vult een nul in bij geluk]. **Die waarde vindt u niet bij het bedrijf passen?** Nee, je hebt geen geluk nodig bij een verzekeringskantoor. **Nee?** Nee ik denk het niet. **En waarom?** Ja of ze doen het voor je of ze doen het niet voor je, waarom moet je dan geluk hebben? Het is geen loterij vind ik. **Oké.** Zekerheid voor gezin, wat bedoel je daarmee? **Het is maar hoe u het interpreteert, dus welke betekenis u er aan geeft.** Dat Duinrand dan een zekerheid is voor mijn gezin? **Ja dat kan.** [vult een drie in bij zekerheid voor gezin]. Wereld in vrede [vult een nul in bij wereld in vrede]. **Dat vindt u ook niet zo belangrijk?** Nee ik kan daar niks mee. Wat heeft Duinrand nou te maken met een wereld in vrede denk ik dan? Dus vandaar. Zelfrespect, een drie die vind ik ook wel belangrijk. **En waarom?** Nou dat vind ik sowieso belangrijk, je moet jezelf kunnen respecteren anders kun je anderen ook niet respecteren. Ook op werk. Vrijheid is ook wel een drie. **En waarom?** Ja bij vrijheid, vrijheid om zelf te kiezen welke verzekering je wil. **Als klant?** Ja als klant dat ze je niet pushen zeg maar. **Oké.** Vriendschap die is wel een zes. **En waarom is vriendschap een zes? Waarom vind u dat belangrijk met betrekking tot Independent Duinrand?** Ja dat is de manier waarop je met elkaar omgaat. Ze gaan net een stapje verder voor je dan je zou verwachten. Dat vind ik nou belangrijker dan geluk of wereld in vrede. **Oké.** Plezier, vind ik ook belangrijk. [vult een zes in bij plezier]. **En in welke zin ziet u plezier dan?** Ja de mensen hier, als die plezier in hun werk hebben, dan merk ik dat ook als klant. Gelijkheid vind ik ook belangrijk, ook een zes. **En hoe ziet u dat dan?** Ja dat iedereen gelijk, is dat ze alle klanten gelijk behandelen. Net wat ik ook al zei, het is geen loterij, het heeft niks met geluk te maken. Als je iets wil afsluiten dan kan dat gewoon ongeacht wie je bent. **Oké.** Wijsheid, ja dat is wel een zeven, ze moeten natuurlijk wel weten waar ze het over hebben. Zodat zij ook het meeste voor mij eruit kunnen trekken natuurlijk. Acceptatie, ook een zes. Dat heeft ook weer met gelijkheid te maken, ze moeten iedereen accepteren. **Oké.** Volwassen liefde, zo. Ja en met die andere waarden zoals schoonheid, nationale veiligheid, comfortabel leven en stimulerend leven. Daar heb ik niks mee dat kan ik niet met het bedrijf linken. **Oké.** [vult bij die waarden een nul in]. Gevoel van prestatie is wel heel belangrijk natuurlijk. **En waarom?** Omdat het bedrijf natuurlijk wel moet presteren, zeker in deze moeilijke tijd. **Oké.** Vergeving, ja dat heeft niks met Independent Duinrand te maken. **En waarom?** Omdat je niet als jij een fout maakt dat ze je dan gaan vergeven en dan toch uitbetalen of zoiets. Dat past gewoon niet bij een bedrijf. In het normale leven wel. **Oké duidelijk.**

Oké dan heb ik hier nog een tweede lijst met waarden. Oh oké. **[legt lijst twee voor] En dan mag u gewoon weer hetzelfde doen als bij de vorige lijst. Dus eerst de belangrijkste uitkiezen, dan**

de minst belangrijke en de rest beoordelen. Oké. Eerlijk, een zes. Ja en betrouwbaar en behulpzaam vind ik ook een zes. **En waarom?** Omdat ik vind dat een tussenpersoon dat gewoon moeten hebben. Als ze niet eerlijk zijn of niet behulpzaam dan houdt het al snel op. Wat je net zegt, het zijn standaard waarden maar deze zijn voor de verzekeringswereld toch wel heel belangrijk. Het gaat erom hoe je de klant behandelt. **Oké.** Opgewekt, ja dat zal mij een zorg zijn of ze opgewekt zijn. Ze moeten gewoon hun werk doen. Dus dat vind ik een nul. **Oké.** Liefhebbend, ja dat is voor mij toch ook een beetje hetzelfde als die vriendschap van de vorige lijst. Dus die geef ik een drie. Onafhankelijk, ja vind ik wel belangrijk maar niet zo super belangrijk dus een drie. **En waarom?** Omdat ze wel eerlijk moeten blijven, maar als tussenpersoon sta je natuurlijk altijd tussen partijen in dus ben je nooit helemaal onafhankelijk. **Dus u denkt niet dat Independent Duinrand volledig onafhankelijk kan zijn?** Nee ik denk het niet. **Oké.** Ruimdenkend, ja dat is wel een zes. Ze moeten wel met je meedenken dat is ook weer dat behulpzame. Beleefd ja dat is natuurlijk wel belangrijk bij een verzekeraar, en dat zijn ze hier altijd, dus die krijgt een zes. Even kijken, de één en de twee doen ook mee hè? **Ja, u mag de waarden beoordelen van -1 tot zeven.** Oké dan vul ik bij vergevingsgezind, beheerst en moedig een één in. **En waarom?** Ja net wat ik al zei vergeving vind ik niks met een bedrijf te maken hebben. En moedig en beheerst dat link ik ook niet met Duinrand, dat is meer voor een persoon, maar niet voor het bedrijf. **Oké.** Creatief, ja ik vind wel dat ze dat zijn. **In welke zin?** Ja met die kameleon enzovoort dat vind ik wel creatief. **Dus meer op marketing gebied?** Ja maar ook dat ze met je meedenken. **Oké.** Zuiver, een drie, ze moeten wel eerlijk en transparant zeggen wat ze doen. En dat doen ze ook, ze zeggen gewoon wat ze aan je verdienen en dat vind ik wel fijn. Gehoorzaam ook een drie en competent ook. **En waarom?** Omdat ik eerlijkheid, betrouwbaarheid en behulpzaamheid belangrijker vind. Deze waarden zijn ook belangrijk maar minder belangrijk dan die andere. Ambitieus, ja dat weet ik niet, een één. **En waarom?** Ja daar heb ik niet echt zicht op. **Oké.** Intellectueel, ja vind ik ook niet echt van belang, is misschien belangrijk als je een docent bent of zoiets maar niet voor verzekeringen denk ik. **Oké.** Logisch, ja wat is logisch? Ja daar vul ik ook een één in. Alsjeblieft [geeft lijst terug].

Oké dank u wel. Dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Oké. **Als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kunt u dan een paar concurrenten opnoemen?** Ja concurrenten van Duinrand [denkt na]. Kijk Duinrand is natuurlijk een tussenpersoon dus ja. Met andere tussenpersonen heb ik geen contact dus ik weet het niet. Ja hebt er één waar ik ook verzekerd was, dat is VSP. **Ook in Den Haag?** Nee die zit niet in Den Haag, die zit buiten Den Haag. **Oké.** En je hebt natuurlijk zat meer andere tussenpersonen in Den Haag maar ik doe er niks mee en kom er ook niet en ik sluit daar ook geen verzekering af dus ja. **Nee precies, want u heeft nu bij ons uw verzekeringen lopen?** Ja precies. **En u zei net dat u eerder bij VSP verzekerd was?** Ja klopt. **Wat doet Independent Duinrand dan beter volgens u dan VSP?** Nou net wat ik zei die vriendschap. **Oké dus de relatie is beter hier?** Ja. Dus daarom heb ik mijn verzekeringen daar weggehaald en heb ik ze hier ondergebracht. **Oké en in welke opzichten deed uw oude verzekeringskantoor het beter dan Independent Duinrand?** Niks. **Niks?** Nee. **Oké. En wat vindt u van de sfeer of de cultuur die hier heerst?** Ja naar mij komt het over als een super sfeer. En hoe ze hier onderling zijn dat weet ik niet en dat maakt mij verder ook niet uit. **Maar als u hier binnenstapt wat voor gevoel krijgt u dan?** Ik heb dan een goed gevoel, ik voel me hier thuis. **Oké en als Independent Duinrand een persoon was, welke karaktereigenschappen zou die dan hebben?** In ieder geval een echte vechter, een doorzetter. Gewoon niet opgeven en doorgaan. **Oké en welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Nou ik denk ook dat doorzettingsvermogen. **Oké en welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog volgens u?** Nou ik weet dat niet. **Nee?** Nee. Want ik zie dat het goed gaat, en wat niet goed gaat daar vechten ze voor. **Dus u kunt niets noemen wat ze vandaag de dag nog zouden moeten veranderen?** Nee niet echt. **Oké dus u vindt dat doorzettingsvermogen dat ze dat moeten behouden?** Ja zeker. **Oké en als u nou een leeftijd zou moeten geven aan Independent Duinrand als persoon?** Jaartje of 30/35. **30/35 en waarom?** Nou ik denk dat je op die leeftijd toch het meeste ontwikkelt bent. Dan heb je ook meer kracht om door te gaan in moeilijke tijden. Waar ze nu eigenlijk een beetje inzitten, maar ze gaan wel door. **Oké.**

We hebben bij Independent Duinrand natuurlijk verschillende symbolische uitingen, die kent u vast al wel. Zo hebben we onze mascotte, het logo en onze website. En nu vraag ik iedereen die ik interview wat ze nou echt van die uitingen vinden. Dus als eerste de mascotte Leon de Kameleon [legt het kaartje met mascotte voor] Wat vindt u daar van? Oh bestaat die ook? **Ja, u wist daar niet vanaf?** Nee ik kijk nooit op de site joh. Als ik wat heb dan bel ik Mandy of Marcel en dan wordt het geregeld. **Nou dit is dus onze mascotte, Leon de Kameleon. En als u dit zo ziet, wat vindt u daar dan van?** Hier zal vast wel over nagedacht zijn. Maar leuke kleuren in ieder geval. **Leuke kleuren?** Ja en verder valt het op. En verder doet het mij niets. **En u zei ik kom nooit op de website, dus u heeft de website ook nog nooit gezien?** Nee. Die polismap app daar kijk ik dan wel op. **Oh die heeft u wel?** Ja die heb ik wel. **Oké dan hebben we hier het logo van Independent Duinrand [legt het kaartje met logo voor], en wat vindt u daar van?** Kleurrijk ook. **Kleurrijk oké en verder?** Ja duidelijk. **Oké.** Ja dat is wat in mij op komt ik weet niet wat ik er nog meer van moet vinden. **Oké en wat vindt u van de locatie van het bedrijf?** Ja een goede locatie. **En waarom?** Nou het is hier vrij druk, je zit hier in het centrum van Rijswijk en je rijdt er gewoon bijna letterlijk tegenaan dus het is gewoon goed. **Oké als u de perfecte locatie zou mogen kiezen voor Independent Duinrand?** Ik denk niet dat je het moet verplaatsen. **Nee?** Nee ik denk dat je hier in Rijswijk perfect zit hoor. Je kan met de auto komen, je kan parkeren, je bent goed bereikbaar. En het adres is bekend.

Oké en wat is volgens u de doelgroep van Independent Duinrand? Op wie richten zij zich? Ik denk gewoon alles wat geld binnen brengt, leeftijd maakt niet uit. Zwart, wit, groot, klein het maakt niet uit. Alles wat geld binnen brengt. **Dus heel commercieel gezien eigenlijk?** Ja. **Oké en wat is dan de belofte of de boodschap die het bedrijf naar haar klanten doet?** Nou dat ze altijd klaar staan voor je, persoonlijk merk ik dat wel. **Ja en hoe merkt u dat?** Net wat ik hiervoor al vertelde ik voel me hier thuis en ik heb een goede relatie met ze, ik kan ze bij wijze van spreken ook zondag bellen. **En wat vindt u van de tone of voice in de communicatie van Independent Duinrand?** Wat bedoel je? **Hoe wordt u aangesproken door het bedrijf, op welke manier, is dat formeel of informeel?** Ja als ik brieven krijg is het natuurlijk formeel, en dat is ook altijd netjes. En anders gewoon normaal en informeel. Dat bevalt mij beter. **Dat informele?** Ja. **Oké en u heeft ooit via ons een verzekering afgesloten, en wat vond u toen van de service? Tijdens het vergelijken, afsluiten en de nazorg?** Ja ging allemaal goed. Ja het afsluiten ging goed, daarvoor, erna ze zoeken alles echt tot in de puntjes uit. Dan komen ze met een voorstel en wat ik het mooiste vind tot nu toe, bij mij hebben ze dat laatst gedaan. Want heel veel verzekeringsmaatschappijen die kijken niet meer naar je om als je eenmaal je verzekering hebt afgesloten. Je bent verzekerd en alles wordt betaalt en alles wordt hoger maar je hoort niets meer van ze. Maar Mandy ging toch voor mij kijken of ik niet beter een pakket kon nemen van mijn verzekeringen, en dat scheelde mij toch bijna €300 euro in de maand. **Kijk ja, dus dat vond u heel positief.** Ja dat is gewoon super positief, want ik denk niet dat andere maatschappijen dat zo één twee drie doen. **Oké en heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ja wel vaak. **Ja?** Ja. **En hoe heeft u dat toen gemeld, via de website, polismap of belde u?** Nee ik heb gewoon gebeld of ik ben even langsgegaan. **Oké en hoe ging dat?** Ja ik was natuurlijk niet zo blij, maar dat ging gelukkig allemaal goed. **Oké dus dat verliep allemaal goed?** Ja ik had er geen omkijken meer naar, alles werd gewoon geregeld. **En wat vindt u met het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Ja gewoon normaal, niet meer dan nodig. Alleen als er wat is. **Oké.** Maar dat is normaal, want ik zit ook niet elke week te wachten op een mailtje. **Nee precies, dus als u wat nodig heeft dan zijn ze er voor u maar verder niet?** Ja precies dat vind ik prima. **Oké.** Ja of je moet een goede aanbieding hebben, daar mogen ze mij wel voor lastig vallen. Je hebt toch niks aan een brief iedere week van iemand. **Nee oké.** Want net zoals de postcode loterij, die mensen gaan mij gewoon irriteren op een geven moment. **Ja dat vindt u irritant?** Ja. **Oké.** Alleen als je echt iets leuks hebt, dan mogen ze bellen of een brief sturen en anders moeten ze niet zo komen zeuren. **Oké en u zei dat u niet zoveel via de website doet hè?** Nee dat doe ik niet. **U bent niet zo digitaal?** Ja ik kijk wel maar ik vind dit veel leuker en beter. **Persoonlijk contact?** Ja. **Oké en hoe vindt u de communicatie via de e-mail?** Ja die is gewoon goed. **Oké wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening via de e-mail?** Ja als er wat is dan mail ik ook wel. En als je advies nodig hebt of met een vraag zit, dan krijg je gewoon je antwoord. **En krijgt u dan**

op tijd antwoord? Nee dat ging gewoon goed en snel ook. **Oké en volgt u Independent Duinrand ook op sociale media of dat niet?** Nee. **Nee?** Nee ik heb helemaal niks, geen Twitter geen Facebook, helemaal niks. **Oké en u zei dat u gebruikt maakt van de mobiele polismap app?** Ja klopt. **Maar niet via de website?** Nee. **Oké en vindt u de app gebruiksvriendelijk?** Ja dat is gewoon prima, ik kan alles vinden ook qua informatie staat alles erop. Ja en als ik er toch niet uitkom, dan bel ik naar kantoor, zo simpel is het. **Oké.** Want met schade heb je niet eens een groene kaart meer nodig, alles staat erin. **En maakt u wel eens gebruik van de chatfunctie op de website?** Nee dat doe ik niet. **En waarom niet?** Ja dat heb ik gewoon niet nodig, ik bel wel. En ik kan hier ook gewoon binnenlopen want ik woon hier dichtbij. **En via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Gewoon telefoon, want dat is toch persoonlijk. **Oké.**

En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven? Mentaliteit? Ja gewoon een positieve mentaliteit. Gewoon goed. **Want u noemde bij de karaktertrekken al doorzettingsvermogen.** Ja precies dat. **En hebt u ooit direct contact gehad met een adviseur hier?** Ja met Mandy en Marcel. **Oké en wat vond u van het gedrag?** Ja dat is gewoon prima altijd. **Oké en ik weet niet of u daar iets van gemerkt heeft, maar we zitten nu in een transitieperiode van analoog naar digitaal. En wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ik zou nog terugkomen op vraag die je eerder stelde over wat ze nog kunnen veranderen. En daar komt dit dan ook op neer. Want ik weet niet waar die meisjes allemaal zitten maar of wat ze daar doen, want dan bel ik jullie en dan zeggen die meisjes dat ze mij niet kunnen doorverbinden of kunnen helpen en dat ik maar moet chatten. En dan denk ik ja waarom zitten die meisjes daar dan? Om dat alleen door te geven? Neem het op, op een bandje, dat is nog goedkoper voor Mandy en Marcel ook. **Ja dat is de klantenservice.** Ja maar wat doen zij? Helemaal niks. **Dus u wilt niet meer doorverbonden of verwezen worden?** Nee ik bel gewoon niet meer naar dat nummer. Dan bel ik gewoon direct Marcel of Mandy. **Dus dat vindt u irritant dat u niet gelijk degene aan de telefoon krijgt die u moet spreken?** Nee dat is op zich niet irritant, het is irritant dat je een klantenservice aan de telefoon krijgt, die geen service verleent. Dat is irritant. **Oké en heeft u verder nog opmerkingen over die verandering van analoog naar digitaal?** Nee, heel positief die app. **En u krijgt in de toekomst geen brieven meer maar alleen maar e-mails, wat vindt u daar van?** Ja dat vind ik ook top. Natuurlijk kun je niet alles telefonisch doen dus dan snap ik dat wel. **En kan die verandering nog beter naar de klant gecommuniceerd worden volgens u?** Nee het is prima voor de rest. **Oké.**

Dan waren dit de vragen. Oké. **Dan wil ik u heel erg bedanken voor het interview.** Ja graag gedaan hoor.

Verbatim respondent 3

Langer of korter dan 5 jaar klant: Langer
Digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-Face

Allereerst nog even het doel, dat had ik natuurlijk al gezegd, ik wil het beeld van de klant in kaart brengen.

Oké, nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u vertelt aan vrienden of familie dat u verzekert bent bij independent Duinrand? Of dat wel eens voorkomt? Nou dat vragen ze niet maar, als we het daar over hebben dan zeg ik dat wel. Dat ik mijn verzekeringen allemaal bij Independent Duinrand heb lopen en dat met name Mandy de Wit mij zeven maanden geleden mij ongelooflijk goed heeft bijgestaan toen mijn man overleed. En ze is toen hier geweest en toen hebben we op het gemakje alle verzekeringen doorgelopen en daar waar mogelijk, verzekeringen opgezegd en nieuwe verzekeringen die goedkoop in premie waren afgesloten. Dus daar was ik heel erg blij mee. **Oké, en hoe omschrijft u het bedrijf dan? Dan zegt u dat Mandy u heel erg goed geholpen heeft toentertijd?** Ja. Nou ik maak niet zo heel erg veel gebruik van het kantoor, want ja, ik heb over het algemeen geen klagen. En als er wat is dan geef ik een belletje en dan word ik altijd keurig te woord gestaan. En voor de rest heb ik er niet zo heel erg mee te maken. Maar de ervaringen die ik heb zijn meer dan goed.

Oké, dan heb ik hier een lijstje met waarden. De bedoeling is, het is een lijst met waarden en dat u die even doorleest eerst, al die waarden. En het gaat erom welke waarden u belangrijk vindt als u Independent Duinrand omschrijft. Het is de bedoeling dat u eerst de waarden allemaal even goed doorleest, en daarna mag u de waarden volgens de schaal daarboven waarderen met een zes of een zeven die u het belangrijkst vindt. Daarna de waarde die u het meest tegenstaat in de omschrijving van Independent Duinrand, die mag u met een min één beoordelen. Als er nou geen waarde is waarvan u zegt, nou die staat me heel erg tegen, dan kunt u nog een nul of één daar geven, van minst belangrijk. En daarna mag u de rest van de waarden beoordelen. Dus eerst, belangrijkste, dan minst belangrijke, en dan de rest. Dus bij alles moet er een cijfer achter zetten? **Ja, u mag eerst beginnen met de belangrijkste waarden, dan de minst belangrijke met een min één of een één, en dan de rest. En u mag hardop nadenken.** Nou dat is aardig. [leest nogmaals de instructies op het blad in zichzelf op]. Jezus mina, haha, nou wat ik het allerbelangrijkste vind als het gaat over Independent Duinrand. Ja plezier, wat moet ik nou met plezier, wat heeft dat met Independent Duinrand te maken? **Ja het is zeg maar, hoe u de waarden interpreteert, wat het voor u betekent. Er is niet echt goed of fout, maar als u zegt ik heb bijvoorbeeld erg weinig met een waarde of ik kan hem niet echt linken aan het bedrijf, dan kunt u die een nul of één geven of laag, een twee.** Volwassen liefde, wat moet ik daar nou weer mee? Nou die geef ik een nul. **Oké en waarom?** Nou omdat ik daar niks mee heb, dat link ik in de verste verte niet aan het bedrijf. Mag je meerdere keren eenzelfde cijfer geven? **Ja.** Nou even kijken, nationale veiligheid vind ik wel heel erg belangrijk.[vult een zeven bij nationale veiligheid in] **En waarom vindt u dat heel erg belangrijk?** Ja dat vind ik een beetje moeilijk. Ik vind überhaupt nationale veiligheid van het allergrootste belang. **In het algemeen meer?** Ja. **En hoe linkt u dat dan met het bedrijf?** Ja je kunt zo denken, als er geen nationale veiligheid is, kan het bedrijf ook niet goed functioneren, dat is niet goed voor de economie en dus ook de verzekeringswereld. **Oké. En wereld in vrede?** Ja ik denk dat het daar wel een beetje mee samenhangt. [vult bij wereld in vrede een zeven in]. **Oké.** Comfortabel leven vind ik ook wel erg belangrijk. [vult een zes in bij comfortabel leven] **En**

waarom vindt u comfortabel leven erg belangrijk? Waarom ik dit belangrijk vind? **In uw omschrijving van het bedrijf?** Ja, nou ja kijk, als een bedrijf mij niet goed van dienst is, wat de diensten die ze aanbieden betreft, dan heb ik geen comfortabel leven. Want dan ben ik niet goed verzekerd. Dus dat vind ik wel heel belangrijk. Ja en stimulerend leven vind ik wel belangrijk, want als zij mij stimuleren om goede polissen af te nemen dan vind ik dat ook te maken hebben met comfortabel leven. [vult bij stimulerend leven een drie in]. Gevoel van prestatie vind ik ook belangrijk.[vult bij gevoel van prestatie een drie in] **En waarom vindt u dat belangrijk?** Nou dat ze wel hun best doen en niet de hele dag uit hun neus zitten te eten daar, maar dat doen ze ook niet daarom zet ik een drie neer. **Oké.** Vergeving, nou daar kan ik voor het bedrijf niks voor verzinnen. [vult bij vergeving een nul in] **Nee?** Nee, dat hoort niet bij een bedrijf thuis vind ik. Ik hoef toch niet alles in te vullen, zeker? **Het liefst, alles wel ja. Maar als u er niets mee heeft, dan kunt u daar een nul neerzetten, of een één.** [denkt na en leest lijst door]. Ja, ik vind alles wel heel belangrijk. Ik vind plezier belangrijk, innerlijke harmonie vind ik belangrijk, gelijkheid vind ik zeker belangrijk. **Waarom vindt u gelijkheid belangrijk? En wat betekent dat voor u?** Gelijkheid, dat je elkaar respecteert, maar dat staat er volgens mij ook wel bij. Dat zelfrespect, dus dat vind ik hetzelfde een beetje. [vult bij zelfrespect een zeven in]. En plezier vindt ik belangrijk omdat iedereen plezier in zijn werk moet hebben. En ik denk ook zeker dat ze dat hebben. **En waarom denkt u dat?** Nou omdat ik aan Mandy merk dat ze daar wel een soort van plezier in heeft om alles uit te pluizen enzovoort. Gelijkheid, die ik naar het bedrijf heb en het bedrijf naar mij. **Dat ze u gelijk behandelen?** Ja, dat zij mij gelijk behandelen. **Oké. En waarom vindt u innerlijke harmonie belangrijk of bij het bedrijf passen?** [denkt na]. Omdat ik dat persoonlijk belangrijk ook gewoon belangrijk vindt. Maar het geeft natuurlijk ook een soort rust van binnen als je goed verzekerd bent. **Oké dus meer innerlijke rust?** Ja precies. Maar wijsheid vind ik ook belangrijk. Als zij de wijsheid niet in pacht hebben om goede verzekeringen aan te bieden, dan heb ik ook niets aan die wijsheid. Dus ik vind het belangrijk.[vult bij wijsheid een zeven in]. Nou, ik heb alles een cijfer gegeven. **En u heeft bij zekerheid voor gezin een vijf ingevuld?** Ja want omdat ik goed verzekerd ben heb ik zekerheid voor mijn gezin. Nou ja nu heb ik geen gezin echt gezin meer, maar zo zou ik het wel naar andere mensen omschrijven. **Oké. En vrijheid hoe ziet u dat?** Nou dat ze je wel de vrijheid geven om zelf te kiezen welke verzekering je wilt. Zij zijn er om te adviseren en jij maakt uiteindelijk de keuze, dat is wel belangrijk vind ik. **Oké. En u heeft bij vriendschap ook een vijf ingevuld zie ik?** Ja want ik heb toch wel een soort vriendschap met ze, dat klinkt misschien gek maar ze stellen je echt op je gemak daar en nemen gewoon al je zorgen weg. En dan voel je echt dat ze het beste met je voor hebben. Dat wel. **Oké duidelijk. En Geluk had u een drie ingevuld?** Ja klopt. **En waarom een drie, waarom vindt u dat belangrijk?** Ja ik vind het niet van het grootste belang maar het is als nog wel belangrijk. Omdat goede verzekeringen er wel voor zorgen, net als bij comfortabel leven, dat je een gelukkig en een comfortabel leven kan leiden. **Oké. Even kijken en bij acceptatie ook nog een uitschieter, een zeven.** Ja klopt. **Kunt u uitleggen hoe u dat in relatie tot het bedrijf ziet, acceptatie?** Nou dat ze je accepteren als klant, en dat heeft ook weer met die gelijkheid te maken, dat ze je gelijk behandelen. **Oké. En dan had u nog een nul ingevuld bij schoonheid?** Ja dat kan ik niet echt aan het bedrijf linken, het gaat helemaal niet om de schoonheid daar het gaat om het product, en de service. **Oké.**

Oké, dan heb ik nog een lijst. Daar mag u weer hetzelfde bij doen. Hetzelfde lijstje met andere waarden. Dezelfde methode, zeg maar. Oké, [vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zeven in] **Allemaal zevens?** Ja, dat vind ik van het grootste belang. Dat ze eerlijk zijn. Dat ze betrouwbaar zijn, en dat ze behulpzaam zijn. **Zijn ze dat ook?** In mijn optiek wel. Ik heb nog geen tegendeel ervaren. En de laatste keer dat ik daar op kantoor was, is gewoon drie jaar geleden met mijn man samen. Daar was het heel erg gezellig en opgewekt en liefhebbend. Dan merk je dat je wel een klik

hebt. Dus dat was opgewekt en liefhebbend. Dus ik vind dat ook wel belangrijk. [vult bij opgewekt en liefhebbend een vier in]. Onafhankelijk, ik weet niet wat ik daarmee moet. **Vindt u het bedrijf onafhankelijk in de manier waarop het naar de klanten toe communiceert?** Ja in die optiek wel, dus dat ga ik wel belangrijk vinden. [vult bij onafhankelijk een drie in]. Ruimdenkend vind ik ook goed. [vult bij ruimdenkend een vier in] **En hoe ziet u dat dan?** Nou ze denken altijd met je mee, met je situatie, dat vind ik heel belangrijk dat ze dat doen. **Dus het is meer meedenken in plaats van ruim denken?** Ja eigenlijk wel, maar ze denken ook wel ruim hoor dat hangt er heel erg mee samen denk ik. **En waarom?** Omdat als je met iemand mee denkt je ook verder moet kijken en moet denken dan je neus lang is. **Oké duidelijk.** Beleefd vind ik ook erg belangrijk. [vult bij beleefd een zes in]. **En waarom vindt u dat belangrijk?** Nou dat vind ik sowieso een voorwaarde want ze zijn een bedrijf dat service verleent dus dan moet je vanzelfsprekend beleefd zijn, en dat zijn ze ook. Dat gaat allemaal goed. **Oké.** Vergevingsgezind, nou daar heb ik niets mee. [vult bij vergevingsgezind een nul in] **En waarom heeft u daar niets mee?** Nou een beetje hetzelfde als vergeving op die vorige lijst, dat hoort niet bij een bedrijf, vergeving. **Oké.** Beheerst, dat vind ik ook wel hetzelfde als beleefd eigenlijk. [vult bij beheerst een drie in]. Moedig, ja moedig dat ze gewoon zo ver nu gaan dat ze dit hele zaakje weer oppakken. Want volgens mij staan ze wel vooraan in de rij om dit allemaal te gaan waarmaken. **Jazeker, ja het is zit zeg maar zo, de verzekeringswereld is nog niet heel erg digitaal. Dat komt nu pas op, terwijl de rest van de branches in Nederland best wel digitaal zijn. Maar dat is nu natuurlijk nog een hele verandering. Mensen zijn gewend om post te krijgen en hun polis-map in hun kast te hebben. Vooral voor oudere mensen is dat nogal moeilijk om die omslag te maken. Maar ze zijn er als één van de eerste mee bezig in Nederland, dus we moeten nu door.** Ja, ik heb boven ook nog steeds zo'n polismap, toen Mandy hier kwam om hier met mij alle verzekeringen door te nemen, toen heb ik de map mee naar beneden genomen, en toen zei ze: 'Die heb je straks niet meer nodig.' Ik log in en kom het hele polismap tegen, dus dat vind ik wel heel super. En overal waar je ter wereld zit, je kunt inloggen en alles inzien dat vind ik echt geweldig. Ook vind ik het super moedig dat zij daar de kar van trekken, dus dat ga ik ook een zeven geven. Ja creatief, ja een cijfer weet ik eigenlijk niet, maar dat denk ik wel. [vult bij creatief een zeven in]. En ik vind het wel belangrijk dat alles glashelder en zuiver en transparant is. [vult bij zuiver een vier in]. Gehoorzaam, daar heb ik niet zoveel mee,. Dat klinkt zo dwingend, en wat ik net al zei ze moeten niet pushen. Ze moeten de klant wel de vrijheid geven om hun eigen keuzes te maken. [vult bij gehoorzaam een nul in]. Competent, ik denk het wel. [vult bij competent een zes in]. **En waarom denkt u het wel?** Nou toen Mandy mij hier hielp met al mijn polissen toen merkte ik dat ze gewoon de juiste kennis in huis had, dus ik denk dat ze wel competent zijn ja. **Oké.** Ambitieus, zeker. Ook weer dat verhaaltje van dat moedige wat ik net vertelde. [vult bij ambitieus een zeven in]. Intellectueel, ja vind ik ook wel, beetje hetzelfde als wijsheid en intellectueel. [vult bij intellectueel een vijf in]. Logisch, ja wat is logisch? In deze tijd van digitalisering, is het denk ik ook wel logisch dat je mee moet gaan in de tijd. Of moet ik dat zo niet zien? **Het is zoals u dat ziet, dus u mag een cijfer geven zoals u dat ziet.** Oké. **Oké.** Oké dan haal ik deze even van mijn schoot van volgens mij krijg ik er nog een of niet? **[lacht hardop] Nee hoor, dit was de laatste lijst. Dan gaan we nu verder op de rest van de vragen.**

Even kijken, als u naar de concurrentie kijkt van Independent Duinrand, kunt u dan een aantal concurrenten opnoemen waarvan u denkt, dat is wel concurrentie? [denkt na en schud het hoofd van niet]. **Nee, helemaal niets?** Nou ja, dan zou ik via de reclame op de televisie moeten gaan kijken, maar ik houd me er ook niet zo mee bezig, eerlijk gezegd. **Nee, dus omdat u er zich niet echt mee bezig houdt kunt u geen concurrentie noemen?** Nou ik denk de concurrentie voor Independent Duinrand wel heel belangrijk is om scherp te blijven en creatief te blijven denken en nog meer de boel

op te gaan om hun hele zaakje keurig onder controle te houden. Dat vind ik wel heel belangrijk. Dus in die zin is concurrentie belangrijk voor iedereen. Maar voor de rest zou ik het niet weten. **U kunt geen concurrentie noemen?** Nee, ja, ik zou het niet weten. Er zijn natuurlijk zat concurrenten. Ik kan misschien wel de Aegon, Nationale Nederlanden, Delta Loyd, weet ik het wat. Maar of dat echt concurrenten zijn dat weet ik niet. **Oké, en welke cultuur/sfeer vindt u dat er heerst bij Independent Duinrand?** De keren dat ik er geweest ben, wat ik altijd wel heel erg prettig vind is in mijn eigen werkzame leven is dat je werkt met platte organisaties. Van hiërarchie daar krijg ik altijd een beetje pukkeltjes van. En de keren dat ik daar was, kon ik dat daar niet veel van merken. Dus ik denk dat jij daar straks op een goed plekje gaat zitten en een leuke baan krijgt aangeboden. Die sfeer zal denk ik wel heel goed zijn. **Oké en als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou u het karakter dan omschrijven? Wat voor een karaktereigenschappen heeft het bedrijf?** [denkt na] Ja, ik denk een open karakter. Eerlijk, als ik vanuit mijn eigen ervaringen praat. Zeggen wat ze vinden, zeggen waar ze voor staan. Dat. **Oké en welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Sowieso de uitstraling. **Wat bedoelt u met de uitstraling?** Nou gewoon wat ze uitstralen naar buiten toe. Ook wat Mandy op de tv doet dat is heel leuk en ik denk ook wel dat dat heel belangrijk is dat ze dat doen. Die moeten ze zeker niet verliezen. En de oprechtheid en de eerlijkheid, dat denk ik.

En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog volgens u? Ik heb geen idee. **Geen idee? Dus er is niet iets waarvan u zegt, dit moet vandaag de dag nog veranderd worden of zoiets?** Nee, als ik over mijn eigen ervaringen praat, dan heb ik daar niets aan toe te voegen. Dus dat weet ik eigenlijk niet, daar kan ik geen antwoord op geven. **Oké, dat kan. En als u een leeftijd zou moeten aan Independent Duinrand, als het een persoon is, wat voor leeftijd zou u dan geven?** Nou, dan zou ik de leeftijd geven van iemand die midden in het leven staat en weet wat ze wil. En dat zijn denk ik toch de net de afgestudeerden. Ik denk zo, 40. **40?** Ja tussen de 35 en de 40. **Omdat die midden in het leven staan?** Ja.

Oké, we hebben natuurlijk verschillende uitingen; we hebben onze mascotte, we hebben Leon de kameleon, we hebben het logo en we hebben de website. Dat zijn zeg maar de drie belangrijkste dingen als het gaat om uitstraling. [legt kaartje met mascotte voor]. Als daar nu naar kijkt, wat vindt u daar nu eerlijk van? Wat komt er in u op? Nou wat mij opvalt is dat een kameleon, die past zich altijd aan, aan de kleuren van de omgeving. Nou, dat doet deze kameleon duidelijk niet. Dus dat wil zeggen dat ze ook wel naar voren treden, als het erop aan komt. Misschien omdat ze op de voorgrond zijn. **Oké. En dan hebben we natuurlijk nog het logo. [legt kaartje met logo voor] En wat vindt u daarvan?** Mooi, leuk, opvallend. Ik vind de kleuren ook wel grappig, dat blijft altijd wel hangen. **Oké, en bent u wel eens op de website geweest?** Ja. **En wat vindt u daarvan als u op de website komt, wat vindt u dan van de stijl, look en feel van de website?** Gebruiksvriendelijk, dat in ieder geval. Ik ben er niet zo vaak op geweest hoor, want zodra het allemaal geregeld was, toen heb ik er nauwelijks ook meer naar gekeken. Dus dat is ook wel weer een eerlijk antwoord. Kijk en mijn polismap, die vind ik natuurlijk ook op die site, maar ik kan ook op een andere manier in mijn polismap komen, www.mijnpolismap.nl, toch? **Is dat zo?** Ja, volgens mij wel. Dat dacht ik tenminste. Ik weet ook eigenlijk niet zeker of het nou waar is wat ik zeg. Ja, mijnpolismap.nl. **Dat kan wel hoor, want zo heet natuurlijk die app. En die app is van Voogd & Voogd.** Die heb ik ook op mijn telefoon staan. **Oh u heeft ook de polis-map app? Maakt u daar ook gebruik van of doet u het liever via de site?** Nee maakt mij niet uit. Ik ben net terug uit het buitenland, en als ik dan weer terug ben, vind ik het handig dat ik de polis-map heb. Ik moet hem hier ergens hebben. Ergens in een mapje, maar ja, boeit ook niet zo echt. Ja, dus je kan er op twee

verschillende manieren komen. Of via de site of via mijn polismap.nl. Ik vind het een mooie site en ik heb er nog niet genoeg mee gedaan om daar verder een reëel antwoord op te geven. Maar de keren dat ik op de site was, klikte ik, er zijn genoeg links op de site om daar te komen waar je moet zijn. **Oké, en u zegt, ik vind die polis-map helemaal geweldig. Zowel op de site als op de mobiel. U vindt ze wel allemaal gebruiksvriendelijk en? Is de informatievoorziening ook wel goed?** Ja, want al je soorten verzekeringen staan er op, je verzekerde bedragen staan er op, je kunt wijzigingen doorgeven in de situatie en ik het helemaal prima. Ik heb er absoluut geen moeite mee. **Oké, en vindt u dat Independent Duinrand op de juiste locatie is gevestigd? En waarom?** Ja, omdat het op een heel erg mooi plein zit. Het oude centrum van wat is het, Voorburg? Rijswijk? En een mooi pand, en het ziet er perfect uit. Ik vind dat jullie niet moeten verhuizen. Jullie hebben een mooie ontvangstruimte, ik vind het perfect. Maar waarom die vraag? **Ja, de vragen die ik nu stel gaan een beetje over de uitstraling van Independent Duinrand, dus willen we ook weten wat klanten van de locatie vinden. Dat is ook een van de onderdelen.** Nou het heeft een mooie uitstraling, ook aan de buitenkant.

Wat is volgens u de doelgroep van Independent Duinrand? Waar richten zij zich op? Ik heb geen idee. **U heeft geen idee?** Dat weet ik eigenlijk niet. Ik denk dat de doelgroep misschien wel zou zijn, mensen tussen de 30 en de 40. **En waarom, omdat u ook zo dacht over het bedrijf?** Ja dat denk ik. **Oké, en wat is volgens u de belofte of de boodschap die gecommuniceerd wordt naar klanten vanuit het bedrijf?** Nou, wat ik eigenlijk net al zei, zeggen waar ze voor staan. In mijn geval. Ik kan niet voor een ander praten, maar ze hebben mij toegezegd dat ze dingen voor mij zouden regelen, en dat zijn ook keurig tot stand gekomen. Dus als dat de boodschap is, dan vind ik dat wel een hele fijne boodschap. **Oké. En wat vindt u van de 'tone of voice' van de communicatie van Independent Duinrand? Wat vindt u van de manier waarop gecommuniceerd wordt naar de klant toe?** Ja, als ik iets nodig heb dan bel ik ze. En dan vind ik dat het ook keurig verloopt, ik word goed te woord gestaan, de antwoorden die ik krijg op mijn vraag, voor zover ik er een heb, ik doe het ook wel vaak per mail hoor. Maar ik heb er niets op aan te merken. **Oké en u heeft in het verleden een verzekering bij ons afgesloten, wat vond u van de service bij het vergelijken en bij het afsluiten en de nazorg?** Nou ja, kijk, we hadden onze hele verzekeringspakket bij Independent Duinrand ondergebracht, en ik kwam er zeven maanden geleden alleen voor te staan en toen heb ik Mandy hier uitgenodigd. En toen zijn we door alle verzekeringen gelopen, en toen bleek gewoon dat ik te veel premie zou betalen als ik bij al die maatschappijen zou blijven. Dus via de vergelijkingssite zijn we erachter gekomen dat ik gewoon veel goedkoper met mijn verzekeringen uit ben. En dat vond ik gewoon helemaal perfect. Dus het is ook niet zozeer dat Independent de verzekeringen in hun eigen kastje willen houden, maar meedenken met de klant en in dit geval meedenken met mij en dat vond ik geweldig. Daar was ik echt super blij mee en dat was voor mij een goede troost. **Oké. En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ja. [denkt na] **En hoe heeft u dit gemeld, was dit via de polis-map of was dit toch nog via de telefoon of?** Ja die polis-map die bestaat natuurlijk nog niet zo lang. **Nee, dus was het was even geleden dat u die schade gemeld heeft?** Ja, ik zou echt niet weten hoe lang geleden. Misschien wel nooit. Een keer met de auto? Ik heb geen idee. **U weet het niet meer?** Nee, ik denk een keer met de auto. Nee, ik heb geen idee. Ik denk dat als dat zo is, dat het gewoon heel lang geleden is. Ik betaal keurig mijn premie elke maand, maar ik heb nauwelijks iets. Nee ik zou het gewoon echt niet weten. Ik denk dat je dan maar eens in mijn polis geschiedenis zou moeten kijken als je op de zaak bent, om te kijken hoe lang geleden het is dat ik een schade heb gemeld. Maar ik zou het echt niet weten. **Nee dat kan. Wat vindt u van het aantal contact momenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Ja ik heb er niet zoveel. **Dus u heeft er ook niet meer nodig?** Nee. Het is gewoon prima. **Even kijken. Hoe vindt u de communicatie via**

de email? Prima. Luid en duidelijk. Ja. Ik heb vragen gesteld aan Mandy, die heeft zij keurig doorgesluisd naar een van haar medewerkers en dezelfde dag of de dag daarna kreeg ik keurig per mail antwoord. Prima. **Dus de responstijd is ook redelijk snel?** Keurig. **Oké. En volgt u Independent Duinrand op social media, of dat niet?** [denkt na] Nee. **Nee? Dat kan. En chat u wel eens met een van de adviseurs via de chat op de website?** Nee. Nee, dat heb ik nog nooit gedaan. **En u zegt: 'ik maak gebruik van de polis-map en via de email', maar als u een medium zou mogen kiezen, via welk medium zou u dan het liefst benaderd willen worden?** E-mail. **E-mail?** Ja. **En waarom?** Nou Facebook dat vind ik, dat zou een privé bericht, een PB via Facebook zijn dan, misschien? Ja ik denk, dan ligt het ook vast. Dat vind ik ook belangrijk. **Oké. En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Nou een no-nonsens mentaliteit. **No-nonsens?** Ja geen poes pas gewoon recht door zee. **Oké en hebt u ooit direct contact gehad met een adviseur? Dat was Mandy denk ik?** Ja maar wij zijn ooit eens, een jaar of twee geleden, misschien wel langer geleden, misschien wel drie jaar geleden, toen liep er een verzekering af. Toen zijn wij daar naar kantoor gegaan. En toen heb ik trouwens ook Mandy weer ontmoet, na haar een heel aantal jaren niet gezien te hebben, dus dat was wel grappig. En dat ging over het aflopen van een levensverzekering van mijn echtgenoot, en daar hebben we wel een uur gezeten, want naderhand kwam Mandy boven en hebben we wat gedronken en gekletst. Toen zat er ook nog een jongen die stage liep, ik weet niet meer wie dat was. **Dat is denk ik Joey geweest. Dat is een jongen met een beetje stekeltjeshaar.** Een lange dunne jongen? Nou die zei iets. **Maar die liep toen stage? Maar die had u ook geadviseerd?** Nee, hij, er zat iemand bij. Er zat een mevrouw bij en haar specialiteit was pensioenen. En ik weet niet meer hoe die mevrouw heet, ik heb toen ooit nog wel een kaartje van haar gekregen. En toen zei ik van, 'Misschien heb ik u ooit nog wel eens nodig, als het zover is'. Want toen hadden we allebei nog niet zo'n haast met ons pensioen maar het zat er wel een beetje aan te komen. En nu denk ik dat ik misschien, dat is misschien een beetje brutaal, dat heeft misschien niets met dit te maken. Maar dat ik misschien wel weer contact ga opzoeken met die mevrouw, als ze er nog werkt. Want ik zou misschien wel wat dingen aan haar kunnen vragen over mijn pensioen. Want die gaat in september aflopen en daar heb ik een heleboel vragen bij en ik heb geen verstand van pensioenen. En daar moet wel wat geregeld worden. Nu kan ik iemand anders nemen, maar toen dacht ik, als jij nou toch komt dan ga ik dat gelijk aan jou vragen. **Maar u vond dus de service van die adviseur toen wel prettig?** Ja, die was helemaal prima! Hij werkte er nog niet zo lang, maar hij deed het helemaal keurig. **En wat vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt?** Nou ik heb er niet veel van gemerkt. Nou weet je, alle verzekeringen liepen en op het moment dat ik jullie nodig had heb ik Mandy gebeld en toen was alles eigenlijk al een feit. Tenminste, toen liep alles en toen liet ze nog allerlei dingen zien, hoe dat tegenwoordig gaat. Dus ik heb er eigenlijk geen last van gehad. **Dus Mandy heeft helemaal uitgelegd hoe de polismap werkt en alles, en dat ging gewoon goed?** Ja dat ging helemaal prima. En als ik nu vragen zou hebben dan zou ik altijd kunnen bellen, of kunnen chatten.

Oké, dit waren de vragen! Dat ging vlot. Ja nou graag gedaan.

Verbatim respondent 4

Korter/langer dan 5 jaar klant: Langer dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-face

Nou ik zal nog even het doel van dit interview uitleggen, ik wil namelijk met mijn scriptie in kaart brengen welk beeld de klanten van Independent Duinrand van het bedrijf hebben. Daarvoor doe ik een imago onderzoek, dus vandaar dit interview. Oké.

Nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u verteld aan familie of vrienden waar u verzekerd bent? Ja af en toe wel ja. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Nou als ze vragen waar ik verzekerd ben dan zeg ik bij Independent Duinrand, dat is onze tussenpersoon en ja daar hebben we goeie ervaringen mee. **Oké goeie ervaringen dus.** Ja ik ben er jaren klant. **Hoeveel jaar bent u al klant?** Nou ik denk al heel lang, eerst was het Fiducia en daarna is het Independent Duinrand geworden. Maar ik was al klant toen het nog Fiducia heette, dus al heel lang. **Ja dat is inderdaad al een tijdje.** Ja.

Oké dan heb ik hier twee lijsten met waarden. Dan geef ik u eerst de eerste lijst. Ja.**[legt lijst één voor]. Ik zal het even uitleggen, het is de bedoeling dat u eerst alle waarden even doorleest. Daarna mag u de waarde uitkiezen die u het meest bij het bedrijf vindt passen, die mag u met een zes of een zeven beoordelen. Vervolgens kiest u de waarde uit die u het meest tegenstaat, dus die u nooit zou meenemen in uw omschrijving van Independent Duinrand. Die waarde mag u een -1 geven. Als er nou geen waarde bijstaat die u tegenstaat dan mag u de minst belangrijke waarde met een nul of een één beoordelen. En daarna mag u de rest invullen. Dus eerst de belangrijkste ,dan de minst belangrijkste en dan de rest. En u mag daarbij hardop nadenken.** Oké. [leest lijst door] Even kijken, wereld in vrede vind ik heel belangrijk, en heel belangrijk was een zeven zei je hè? **Ja, maar het gaat er niet zozeer om welke waarden voor u belangrijk zijn maar welke waarden je bij het bedrijf vindt passen. Dus als je Independent Duinrand aan familie of vrienden omschrijft, welke waarden gebruik je dan?** Oh oké dan doe ik die weg, want ik vind vrede in de wereld persoonlijk wel belangrijk, maar het heeft natuurlijk niet zoveel met Duinrand te maken. **Nee u vindt van niet?** Nee. Dan denk ik innerlijke harmonie, die geef ik dan een zeven. **Oké en waarom die?** Ja ze zijn heel vriendelijk altijd. **Dus er heerst een goede harmonie?** Ja als wij een vraag hebben dan doen we dat via de computer eerst, en als we er dan niet uitkomen dan gaan we daar langs en dat is altijd gezellig. Dus ik neem aan dat het goed zit. **Oké dan mag u nu de waarde kiezen die u helemaal niet bij Duinrand vindt passen.** Oké [denkt na]. Nou die. **Even kijken hoor, volwassen liefde?** Ja daar heb ik helemaal niks mee, dat link ik niet aan het bedrijf. **Oké en dan mag u nu de rest van de waarden een cijfer geven volgens de schaal hierboven.** Oké dan doe ik dat. Geluk dat vindt ik een vijf. **Oké dus wel belangrijk?** Ja mijn geluk hangt er wel vanaf of ik goed verzekerd ben of niet. Kijk als mijn huis afbrand dan ben ik niet gelukkig als er dan niet uitgekeerd wordt. Dus dat. **Oké.** Ja zekerheid voor gezin, is op zich ook wel belangrijk maar ook weer niet zo belangrijk als innerlijke harmonie. Zelfrespect, ja ik vind dat je wel respect voor jezelf moet hebben, ook al bedrijf. [vult vijf in bij zelfrespect]. Vrijheid ook belangrijk, die krijgt een vijf. **En waarom?** Omdat ze je wel de vrijheid moeten geven om een product kiezen. Kijk zij adviseren jou iets maar daar moet je het natuurlijk zelf ook mee eens zijn. Dus dat vind ik wel heel belangrijk. Vriendschap, ja dat vind ik heel belangrijk. **En linkt u dat ook aan het bedrijf?** Ja heel erg, de sfeer is altijd gewoon goed als we daar zijn. Altijd heel gezellig. [vult een vijf in bij vriendschap]. [vult lijst verder in] **Plezier een zes?** O nee een vijf sorry [vult bij wijsheid een vijf in]. **En waarom vindt u wijsheid een vijf?** Omdat ze wel wijsheid nodig hebben om hun werk te doen. **En hebben ze dat ook?** Jawel dat hebben ze wel ja, vind ik. Oh ja plezier een zes ja. Acceptatie is ook heel belangrijk. **Op welke manier dan?** Ja dat je elkaar accepteert zoals je bent. Schoonheid, ja dat vind ik niet heel belangrijk, ik kijk altijd naar de binnenkant van mensen. **En in relatie tot Duinrand?** [denkt na] Ja dan is de uitstraling wel belangrijk, maar ook weer niet zo heel erg belangrijk dus die doe ik een

drie. Nationale veiligheid, ja dat is ook weer zoiets, ik heb er zelf niet zoveel mee te maken en voor zover ik weet het bedrijf ook niet echt. Maar het is in het algemeen wel belangrijk. **Oké. Even kijken hoor, u vindt comfortabel leven minder belangrijk dan een stimulerend leven, kunt u dat uitleggen?** Ja ze stimuleren je om dingen te doen en dat heeft eigenlijk niks te maken met comfortabel leven. **En waarom niet denkt u?** Nou comfortabel is iets anders, ze stimuleren je om goede dingen te doen. Maar comfortabel leven vind ik niet zo belangrijk. **Oké en waarom vindt u comfortabel leven niet zo belangrijk?** Ja ik hoef niet in een super groot huis te wonen met een jacht en weet ik wat. **Oké. En u heeft bij plezier en gelijkheid een zes gezet, dat vindt u dus ook belangrijk?** Ja. **En waarom?** Sinds mijn beroerte wil ik gewoon dat iedereen het naar zijn zin heeft en dat niemand ziek wordt, maar ja dat is niet zo. Maar dat vind ik dan wel belangrijk geworden. En gelijkheid, ja ik wil dat ze mij gelijk behandelen zoals iedereen. En dat doen ze ook wel. **Oké. En u vindt gevoel van prestatie ook heel erg belangrijk zie ik hier?** Ja ze moeten natuurlijk wel presteren, anders dan gaat het niet goed. **Hoe bedoelt u?** Ja ze moeten wel gewoon door blijven werken waar ze nu mee bezig zijn dat het bedrijf nog overeind blijft staan snap je? **Ja ik snap het. En vergeving is ook wel belangrijk?** Ja dat vind ik sowieso een hele belangrijke, je moet elkaar kunnen vergeven. Of je nou thuis of op kantoor zit. **Oké.**

Oké, dan heb ik hier nog een lijst. [legt lijst twee voor]. Dan mag u hier hetzelfde bij doen. Dus eerst de belangrijkste waarde eruit zoeken, dan de minst belangrijkste en daarna de rest+ En welke vindt u het minst belangrijk? Het minst belangrijk [denkt na] **Welke vindt u het minst bij Duinrand passen?** Nou ik vind ze allemaal wel passen eigenlijk. **Allemaal?** Ja. **Dus er staat geen een waarde op het lijstje waarvan u zegt nou die past helemaal niet bij Duinrand?** Nee. Mag ik die één en die nul dan overslaan? **Ja hoor dan mag u de rest gewoon beoordelen volgens de schaal hierboven weer.** Ja oké. Betrouwbaar en behulpzaam dat vind ik op elkaar lijken. **Dat vindt u op elkaar lijken?** Ja en dat zijn ze allebei ook, ik vind ze te vertrouwen want ze zeggen gewoon waar het op staat en draaien er niet omheen. En behulpzaam vind ik ze ook. De adviseur, Robert-Jan Top die ons geholpen heeft die legde alles heel goed uit, dat vond ik wel behulpzaam. **Oké.** Opgewekt vind ik belangrijk, omdat je een fijn gevoel krijgt als je opgewekt geholpen wordt. Dat merk ik altijd wel daar, ze zijn heel vriendelijk altijd dus. **Oké.** Liefhebbend daar heb ik niet zo veel mee, maar dat vind ik wel belangrijk. **Maar wel een vier?** Ja [denkt na] Ik denk dat ik die geef omdat ik het toch ook weer met die vriendelijkheid samen zie. Maar liefhebbend gaat misschien wat ver dus daarom een vier. **Oké.** En ze zijn wel onafhankelijk ja, Independent hè. [lacht hardop] **[lacht hardop]** Ja dus dat vind ik logisch die. **Oké vanwege de naam?** Ja. **En hoe merkt u dan dat ze onafhankelijk zijn bijvoorbeeld?** Ja ik weet daar niet het fijne van maar ze vergelijken in ieder geval veel verzekeringen van allemaal verzekeraars met elkaar, heel veel. **Oké.** [vult lijst verder in].**Allemaal vijven?** Ja het is allemaal wel belangrijk. **Oké en waarom vindt u ruimdenkend belangrijk?** Ja ze kijken wel verder dan hun neus lang is, ze kijken altijd naar alternatieven of dan bedenken ze een slimme oplossing voor iets. **Oké en beleefd?** Ja dat vind ik voor zich spreken, ze zijn er altijd beleefd. **Oké en vergevingsgezind?** Ja net als op die vorige lijst met vergeving, je moet elkaar sowieso kunnen vergeven. **Oké.** Beheerst, ja professioneel zijn ze altijd wel. **Dus u vindt ze wel beheerst?** Ja. Creatief vind ik ze ook wel met die nieuwe website, dat moet je wel allemaal kunnen bedenken. **Ja oké.** Zuiver, ja wat is nou zuiver. **Vindt u dat het bedrijf bijvoorbeeld zuiver handelt?** Ja op die manier is het wel belangrijk natuurlijk, want ze moeten niet lopen te sjoemelen met dingen. **Dus dan is het wel belangrijk?** Ja. Gehoorzaam, ja ze moeten wel naar de klant luisteren, dus die is heel belangrijk. [vult zes in bij competent]. **Competent een zes?** Ja. **Ja? En waarom vindt u dat belangrijker dan de rest van de waarden? Behalve eerlijk natuurlijk.** Ik weet zeker dat ze competent, want ik ken Marcel en Mandy. En ik weet dat die met van alles en nog wat bezig zijn en continue blijven vernieuwen, dus ze zijn zeker competent. En ambitieus zijn ze ook. [vult bij ambitieus een zes in] **En waarom vindt u ze ambitieus?** Nou vanwege die nieuwe dingen die ze allemaal bedenken. Dus ze blijven niet in het oude concept doorgaan maar gewoon vernieuwen en met de tijd meegaan. [geeft lijst terug]. **Even kijken [bekijkt ingevulde lijst].** Ja er zijn niet echt uitschieters alleen die zeven en zessen. **En de rest vindt u ook allemaal wel belangrijk?** Ja. **Want in welke zin vindt u ze moedig bijvoorbeeld?** Oh sorry ja in beslissingen nemen. Maar misschien is dat toch een viertje. [vult vier in plaats van vijf in

bij moedig]. Ja dat kan ik zo niet beoordelen of ze moedig zijn ja of de nee. **En waarom kan u dat niet zo beoordelen?** Nou omdat ik er meestal niet bij, dus ik weet niet wat ze voor moedige beslissingen nemen allemaal. **Oké. En bij intellectueel heeft u een vijf in ingevuld?** Ja omdat net als wijsheid, ze moeten er natuurlijk wel verstand van hebben allemaal. **Oké en logisch?** Ja [denkt na]. **Hoe heeft u die geïnterpreteerd?** [denkt na] Ja ik vind Duinrand gewoon logisch, logisch dat je daarvoor kiest. **Een logische keuze dus?** Ja. **En waarom?** Ja omdat wij al jaren klant zijn dus voor ons is dat altijd logisch geweest. **Oké op die manier.** Ja.

En als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kunt u dan een aantal concurrenten noemen? Nee. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nee ik kom daar echt niet op sorry. **En welke sfeer of cultuur vindt u dat er heerst bij Independent Duinrand?** Ja een leuke sfeer. **Ja?** Ja leuke sfeer daar. Cultuur, ja wat is nou cultuur. **U bent er wel eens binnen geweest neem ik aan?** Ja natuurlijk. **Wat voor gevoel krijgt u dan als u daar binnenstapt?** Nou een warm gevoel. **Een warm gevoel?** Ja ze zijn allemaal heel aardig. **Oké. En als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou het karakter dan omschrijven?** Ja dat is verschillend, wat de ene is de ander niet. Want Robert-Jan Tops, dat is weer een andere man als Marcel de Wit en Mandy is ook weer anders. **Ja oké maar dan heb ik het over het bedrijf als geheel, dus niet alleen de mensen die er werken. Maar als u nou van het bedrijf zelf een persoon in uw hoofd schetst, wat voor karaktereigenschappen heeft die dan?** Nou ja sowieso vriendelijk, behulpzaam, zeker competent, dat zijn ze zeker. En vooruitstrevend ook. **Oké. En welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Nou gewoon de behulpzaamheid. **De behulpzaamheid?** Ja dat is waar het allemaal om draait, ze verlenen service, dus dat moet dan wel in orde zijn. **Oké, en welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?** Nou weinig denk ik, daar kan ik niet echt op komen. **Dus u kunt niets noemen waarvan u het fijn zou vinden als het vandaag nog aangepast werd?** Misschien de snelheid, maar dat weet ik niet helemaal hoe dat zit. **Oh u heeft gemerkt dat de respons soms wat sneller kan?** Ja. Dat kan sneller inderdaad. **Op telefoontjes of op mailtjes, of hoe bedoelt u dat?** Ja allebei. Bijvoorbeeld, wij hebben nu met Robert-Jan Top nu wat verzekeringen doorgesproken, maar daar hebben wij nu nog geen reactie op. En dat is al een week geleden dus dat zou sneller kunnen eventueel. Hij heeft het wel vrijblijvend gedaan, dus wij komen onderop de stapel dat snap ik wel, maar je zou toch eigenlijk verwachten dat dat dan eerder gebeurt. **Ja oké dat snap ik. En als u een leeftijd zou mogen geven aan het bedrijf welke zou dat dan zijn?** Een leeftijd? **Ja een leeftijd.** [denkt na]. 26 denk ik. Tussen de 26 en de 30. **Ja.** Ja. **En waarom die leeftijd?** Nou gewoon omdat je dan meer ervaring in je leven hebt, dan weet je wat je wil. Dat denk ik. **Oké duidelijk.**

We hebben bij Independent Duinrand natuurlijk verschillende symbolische uitingen, die kent u vast al wel. Zo hebben we onze mascotte, het logo en onze website. En nu vraag ik iedereen die ik interview wat ze nou echt van die uitingen vinden. Dus als eerste de mascotte Leon de Kameleon [legt het kaartje met mascotte voor] En als u hier zo naar kijkt, wat komt er dan als eerste in u op, wat vindt u daar dan van? Wat als eerste in mij opkomt? Ja het is een beest, ik heb daar niet zoveel mee. Ik zo gewoon een kameleon die verandert van kleur. Maar ik kan het niet linken aan het bedrijf of zoiets. **Nee?** Nee. Dat vind ik moeilijk. **Oké en dan is dit het logo van Independent Duinrand [legt kaartje met logo voor]. Wat vindt u daar van?** Ik vind het welk leuk met die kleurtjes, de letters van Duinrand hadden dan misschien ook kleurtjes moeten hebben. Maar ik vind de kleurtjes van Independent wel leuk. **Dus de kleur spreekt aan?** Ja dat wel, maar dan zou inderdaad het woord Duinrand ook nog met kleuren moeten zijn. **Ja oké.** Dus dat is een beetje saai. **Oké duidelijk. En bent u wel eens op de website van Independent Duinrand geweest?** Ja daar zijn we wel eens op geweest ja. **Oké en wat vond u van de stijl van de website?** Ja je komt er wel makkelijk achter wat je moet hebben. **Ja?** Ja. **Dus u vindt de website wel gebruiksvriendelijk?** Ja. **En wat vindt u van de informatievoorziening op de website?** Ja daar staat genoeg informatie op. Je kunt allerlei polissen en verzekeringen met elkaar vergelijken. Dus als je er op klikt en je geeft aan wat je wilt dan krijg je een hele lijst. Dus dat is wel handig ja. **En wat vindt u van de locatie waarop Independent Duinrand gevestigd is?** [denkt na] Nou ik vind het een mooie locatie. Het is wel een

eindje weg van ons maar het is wel een mooie locatie. **En waarom vindt u het een mooie locatie?** Nou gewoon het zit in een hoekje, met ruim verkeer wat er altijd rijdt. Je kan er lopend komen, je kan er met de fiets komen, het is makkelijk bereikbaar. Dus ik vind het op zich wel goed ja. **En als u een perfecte locatie zou mogen kiezen voor Independent Duinrand, welke locatie zou u dan kiezen?** Nou misschien nog meer toegankelijk dan. **Nog meer toegankelijk?** Ja voor het algehele publiek wat toegankelijker. **Dus in een drukker gebied, bedoelt u dat?** Ja eigenlijk wel ja.

En wat is volgens u de doelgroep van Independent Duinrand? [denkt na] **Heeft u een idee op wie ze zich op richten?** Ja ik denk dat ze iedereen aan willen spreken die een hypotheek heeft of nodig heeft en die verzekeringen nodig heeft. Heel simpel. **Oké en wat is de belofte of boodschap die Independent Duinrand doet?** Nou dat ze je stimuleren om via de website je zaken te regelen en niet om continue te bellen. Er zit iemand achter de computer, en als je een vraag hebt, dan kun je die stellen. En ze komen er meestal wel achter maar als hij het niet weet dan bellen ze je terug. **Oké en dat vindt u wel fijn?** Ja dat is wel fijn ja. **Oké, en wat vindt u van de manier waarop er met u gecommuniceerd wordt?** Ja goed, ik krijg verschillende opties meestal. Het zou alleen wat sneller kunnen maar ik snap dat wij onderop komen. Maar het is duidelijk hoe ze communiceren en als je het niet helemaal snapt dan kun je met die persoon contact opnemen en die legt het je dan uit. En dat is prima, dan snap je het wel. Want wij hebben een beleggingshypotheek, en we hebben het aan een aantal verschillende mensen gevraagd. En nu beginnen we eindelijk te snappen hoe het werkt. **Oké dat is wel fijn.** Ja. **En u heeft ooit een of meerdere verzekeringen via ons afgesloten, hoe was toen die service, tijdens het vergelijken, het afsluiten en de daarna?** Daarna niet zo, maar ze kijken wel wat het voordeligst en het goedkoopst voor je is, dat doen ze dan wel allemaal. **Maar de nazorg dat was niet zo?** Nee nazorg eigenlijk niet, je sluit een hypotheek af en je krijgt een nummer voor mijn polismap en dan vragen ze niet of de verzekering of de service bevalt. **Oké dus dat zou beter kunnen?** Ja dat zou misschien beter kunnen ja. **Oké en heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ik denk dat ik een keertje, toen wij op vakantie waren geweest, dat ik een zonnebril of zoiets heb gedeclareerd maar ik kan me het niet meer goed herinneren. Ik denk dat ik ooit wat gedeclareerd heb, maar dat is niet bij Independent Duinrand geweest. **Oké.** Dat is volgens mij bij de ANWB geweest geloof ik. **Oké, en wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers? U zei net al dat de respons misschien wat langzaam is?** Ja ik heb wel genoeg contactmomenten, zeker. Ze houden je meestal wel op de hoogte, maar als ze niks te melden hebben, ja dan hoor je ook niks, dat is logisch. **En dat vindt u wel prima?** Ja dat vind ik ook prima. Ik wil niet iedere dag een mailtje van ze of zoiets, alleen als het voor mij belangrijk is. **Oké, en die mails, wat vindt u van de informatievoorziening van die mails?** Ja meestal staat alles in de mails wat je moet weten. Maar als je het niet helemaal begrijpt of zeker weet, dan kun je even contact opnemen met die persoon en die legt het je dan uit hoe het allemaal in precies in elkaar zit. En dan snap je het wel. Want vaak ik het zo dat het via de mail toch moeilijker te begrijpen is dan persoonlijk. **Dus u vindt de aanvullende informatie ook nog wel belangrijk?** Ja dat vind ik belangrijk, dat je gewoon die uitleg erbij krijgt, absoluut. **Oké en volgt u Independent Duinrand ook via social media?** Nee dat doe ik niet. Als ze wat te melden hebben dan zie ik dat wel op de mail. **En we hadden het net al even over die online polismap, daar maakt u dus gebruik van?** Ja dat heb ik een keer gedaan. **Oké een keer?** Ja, want je kijkt niet iedere dag in je polismap. Maar toen het pas afgesloten was, toen heb ik even de app geïnstalleerd op mijn telefoon en toen heb ik even gekeken hoe dat in elkaar zat. Maar verder heb ik eigenlijk nog niet gekeken ernaar. **Oké en toen u keek, wat vond u toen van de informatievoorziening?** Ja daar staat alles in, ik kon er makkelijk achter komen in principe. Zelfs ik [lacht hardop] **[lacht hardop]. Oké, en heeft u wel eens gechat met een van de adviseur op de website?** Ja dan leg ik eerst een verhaal uit, en dan krijg ik daarna een berichtje: 'halo, hoe is het met u?' Dat is dan een beetje raar. Dat ik eerst mijn verhaal doe en dat ze dan pas halo zeggen. Dus dan vind ik dat ze wel halo kunnen zeggen daarna, maar geef er dan ook gelijk antwoord erbij. **U vindt dat het iets persoonlijker kan misschien?** Ja precies. **Oké en in welke mate voorziet die chatfunctie in de hulp die u nodig heeft?** Ja gewoon goed. **Als u wat vraagt krijgt u wel altijd antwoord?** Ja meteen, ja. **Dus dat vindt u wel prettig?** Ja zeker. En als ze het niet weten dan zeggen ze dat een adviseur contact met mij op neemt. **Oké had u dan eerst de klantenservice op de chat?** Nee ik had

wel een adviseur op de chat maar ik had een specifieke vraag dus dat was weer van een andere afdeling. **Oh oké, dus die vraag was dan weer voor een andere adviseur?** Ja en die belt dan terug. **Oké.** Hij gaf wel antwoord maar niet op de vraag die ik wilde weten, want dat wist hij niet. **Oké en u zegt dat u mails krijgt van Duinrand en dat u kunt bellen, maar wat vindt u nou de fijnste manier om benaderd te worden?** Bellen. **En waarom vindt u dat het fijnst?** Ja nogmaals, als het via de computer gaat dan lees je het op jouw manier. En als je het uitgelegd krijgt dan bedoelen ze misschien iets anders dan wat er op papier staat of op de mail. **Ja precies oké. En zou u formeel of informeel benaderd willen worden?** Informeel gewoon. **Oké.**

En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven? We hebben wel een keer gebeld, en toen zij die telefoniste dat ik het allemaal via de website moest regelen. En dat vond ik nou weer jammer, want je belt niet voor niks. Je wilt een medewerker aan de lijn krijgen gewoon. **En dat kreeg u toen niet?** Nee die kreeg ik toen niet aan de lijn. We moesten het eerst via de website doen en dan werd het verder behandelt. Dus dat vind ik dan een beetje jammer. Wij zijn eigenlijk nog mensen die het liefst persoonlijk contact willen met iemand, dan via de website. **Ja dat snap ik. En u zei net ik heb met een adviseur toen gechat.** Ja klopt. **En wat vond u van het gedrag van die adviseur via de chat?** Heel positief, was heel netjes. **Oké wat vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt?** Hoe bedoelt u dat? **We zijn natuurlijk nu aan het digitaliseren, we sturen bijvoorbeeld geen post meer, de klant kan nu chatten en mailen en liever niet bellen, alleen bij spoed.** Ja van analoog naar digitaal ja. **Ja dus die verandering vindt nu plaats, maar wat vindt u van de manier waarop Independent Duinrand dat doet, hoe zij dat communiceren?** Ja prima wat dat hebben ze aangegeven via de nieuwsbrief geloof ik. **Ja en die heeft u gelezen?** Ja en dat begreep ik allemaal. Ja wij doen alles via de computer, en het is wel raar want ik heb dan een verzoek lopen bij het UWV en dat moet dan allemaal via de post terwijl alles digitaal gaat. En toen heb ik gebeld na twee weken, toen bleken ze niets gehad te hebben en toen kon ik het opeens wel via de mail sturen. Dus toen vroeg ik waarom dat niet gelijk via de mail ging en toen zeiden ze dat ze het per se schriftelijk wilden hebben. Toen dacht ik wat is dit nou voor onzin, je kunt het toch ook digitaal sturen? Dat is veel makkelijker. **Dus u vindt digitaal gewoon makkelijker?** Ja. Want dan weet je eigenlijk zeker, als je de mail met ontvangstbevestiging verstuurd, dat de mail aankomt. En dat is ook rechtsgeldig tegenwoordig. **En zou er nog iets beter kunnen in de communicatie over die verandering denkt u?** Ze hebben je op de hoogte gesteld en meer moet je niet doen denk ik. **Nee, dus u had die nieuwsbrief gelezen en toen heeft u het gewoon geaccepteerd?** Ja prima ja. **Oké.**

Dat waren de vragen, dat was het. Hartstikke bedankt! Ja graag gedaan.

Verbatim respondent 5

Korter/langer dan 5 jaar klant: Korter dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-face

Nou dan zullen we maar gelijk beginnen, kom het wel eens voor dat u vertelt aan familie of vrienden dat u bij Independent Duinrand verzekerd bent? Nee. **U vertelt het nooit, of er wordt nooit naar gevraagd?** Nou ik woon al veertien jaar in Breda en daarvoor was het een bekend beeld in de straat, gewoon van het Statenkwartier waar ik vaak was. En waarom ik bij Duinrand belande dat weet ik eigenlijk niet. Maar toen was het veel bekender in Den haag. **Toen was het bekender?** Nou omdat wij in Den Haag woonden, want in Den Haag wisten ze wel wie Duinrand was. Maar in Breda weet natuurlijk niemand dat. **Maar er wordt niet gevraagd, goh waar bent u nou verzekerd?** Nee. **Oké dat kan.**

Dan heb ik hier twee lijsten, hier eerst de eerste lijst. Het is een lijst met waarden en die waarden hebben betrekking op als u Duinrand zou moeten omschrijven, welke waarden neemt u dan mee in uw beschrijving dus welke waarden vindt u belangrijk voor het bedrijf. En de bedoeling is dat u eerst even de waarden doorleest en daarna de waarde die u het belangrijkst vindt met een zes of zeven beoordeelt, zoals de schaal hierboven. Vervolgens waardeert u de waarde die u het meeste tegenstaat met een -1, die u dus nooit zou meenemen in uw omschrijving van het bedrijf. Als er nou geen waarde bijstaat die u tegenstaat kunt u een nul of een invullen voor de waarden die u het minst belangrijk vindt. Daarna de rest. De eerst de belangrijkste, dan de minst belangrijkste en dan de rest. En u mag hardop er bij nadenken. Dit is een waarde onderzoek wat natuurlijk niet specifiek is voor het bedrijf. **Nee dat klopt deze lijst wordt vaker voor waardenonderzoeken gebruikt.** Oké dus dit is algemeen zeg maar. **Ja het is een lijst met algemene begrippen maar het gaat erom hoe u die waarden interpreteert en in welke mate u ze bij Duinrand vindt passen.** [leest lijst door] Ja want toen ik die brief van jullie kreeg stond er iets van Independent nog iets op die envelop. **Independent Duinrand stond erop ja.** Nou er stond niet op dat het Duinrand was. **Het is van naam veranderd, ik snap dat het erg verwarrend is ja.** Ik had echt het idee dat het in andere handen was overgegaan, dat idee had ik. **Het kwam op u over dat het een andere eigenaar had?** Ja zo kwam het wel op mij over. **En dat kwam door dat logo?** Ja daar kwam dat wel door ja. En toen had ik nog gebeld want ze hadden maar een verzekering van mij staan van de vier of de vijf en toen werd er ook nog verteld dat ze nog aan het procederen waren. En toen dacht ik huh procederen? Toen dacht ik al helemaal dat het in andere handen overgenomen was. **Oh en door wie werd dat gezegd, door een van onze adviseurs?** Ja alsof er een soort van uittreed gebeuren was wie er met de portefeuille er van door gaat. **Nee dat is niet aan de orde.** Nou dan beginnen we maar, welke waarden van belang zijn. Ja kijk voor een verzekeraar en ook voor een tussenpersoon is geluk, vind ik eigenlijk niet zo veel zeggen. **Waarom?** Waarom? Als je een verzekering af, dan sluit je een verzekering af tegen een onzekere toekomstige gebeurtenis, waarvan je hoopt dat het je nooit overkomt en als het je overkomt wil je de zekerheid dat je voldoende gedekt bent. Dus geluk vind ik eigenlijk helemaal niet belangrijk. Niet belangrijk is nul hè? **Ja.** [vult een nul in bij geluk]. En dan zekerheid staat juist heel hoog, dat is juist een zeven. **En waarom vindt u dat zekerheid zo hoog staat?** Omdat je je daarvoor verzekerd, je verzekerd je voor een onvoorzien noodlot. Dus je doet het voor de zekerheid. Wereld in vrede, maar dat heeft niks met Duinrand te maken, wereld in vrede. **Nee u vindt van niet?** Ja het is wel zo dat je in deze wereld je verzekerd om dat je in zo'n weldoorvoede een goede kant van de wereld zit. Dan ga je je verzekeren anders valt er niet veel te verzekeren. Dan is het eigenlijk wel belangrijk, maar waarom zou het speciaal voor Duinrand belangrijk zijn. Bij het omschrijven van Duinrand, het is eigenlijk een conditie. **Een voorwaarde?** Ja, een voorwaarde anders is het niet interessant. Een vijf. Zelfrespect, voor Duinrand? Nou die geldt ook voor iedereen. Je kunt er eigenlijk niks bij invullen. **U kunt er niks bij invullen?** Het heeft betrekking op het bedrijf en niet op een persoon. **Maar u kunt het misschien ook zo zien dat de mensen die er werken ook het bedrijf maken.** Ja maar die moeten respect voor elkaar hebben,

dat hoeven ze toch niet voor zichzelf te hebben? Als het met omgangsvormen te maken heeft dan wordt het wel belangrijk, dus dat krijgt ook een vijf. Vrijheid, ja wat moet je je daar nou weer bij voorstellen. Dat je in een vrij land leeft misschien. **Kan, u kunt het in elke context plaatsen die u wilt. Het is maar hoe u het interpreteert.** Het is te open, vrijheid. We leven natuurlijk wel een in vrije maatschappij, dus daarom krijgt deze ook een vijf. Vriendschap, wat moet je daar nou weer mee. Dan werk je beter, is uitgezocht, is onderzocht. Als je goede betrekkingen hebt en elkaar iets gunt, dan werk je beter dan als je elkaar een beetje dwarszit en als je elkaar niet mag. **Ja logisch eigenlijk.** Deze krijgt ook een vijf. Vijf is toch wel tegen heel belangrijk aan hè? **Ja, dat klopt.** Oké. Innerlijke harmonie, ja wat kan mij dat nou schelen als ze hun werk maar goed doen. Een beetje gaan zitten mediteren, [lacht hardop] **[lacht hardop].** Nou dat vind ik niet echt zo hoog, een twee. Ja innerlijke harmonie dat is [denkt na]. **U ziet dat voor zich als meditatie of innerlijke rust?** Ja innerlijke harmonie dat je zenuwpees bent die nodig yoga moet gaan doen, of je bent een zweeskees. Ja als je je alleen maar op innerlijke harmonie focust, dan ben je natuurlijk met iets anders bezig dan met je werk. **Dus met betrekking tot Duinrand vindt u dat niet zo belangrijk? Dat heeft meer met de persoon zelf te maken?** Ja als je bedoelt dat je dan meditatie cursussen gaat doen, dan werk je niet veel door [lacht hardop]. **[lacht hardop].** Dus die krijgt voor mij een twee. Plezier, ja dat is wel belangrijk, plezier in je werk. En in elkaar, anders doe je het ook niet, dus een vijf. Gelijkheid is ook heel belangrijk, dus dat is een vijf. **En wat verstaat u dan onder gelijkheid?** Ja ik heb natuurlijk een hele uitgesproken opvatting over gelijkheid, iedereen is gelijk voor de wet. En om mensenrechten en discriminatie zijn er nog heel wat slagen te halen. Er is nog zoveel te halen nog op gelijkheid, dat dat wel heel belangrijk is. Eigenlijk is het een zeven. **En hoe ziet u dat dan voor Duinrand? Waarom is het dan zo belangrijk voor Duinrand?** O ja dat ze niet allemaal van die rare opvattingen over mensen hebben, wie ze wel of wie ze niet willen helpen. **Dat ze gewoon iedereen gelijk behandelen?** Ja dat het er gewoon niet toe doet. Wijsheid, je maak het me wel moeilijk hoor. Lijkt wel een examen. [lacht hardop] **[lacht hardop].** Ik vind dat de meeste mensen niet wijs zijn. Maar of ze dan hun werk niet goed doen, en voor Duinrand dat weet ik dan niet. **Wat is voor u wijsheid?** Wijsheid dat je verder gaat dan de eerste beste voor de hand liggende oplossing. **Dat je verder denkt?** Ja dat je ook creatief het op een andere manier te zien waardoor je eventueel het beter oplost. Niet kortzichtig zijn. Maar wijsheid is natuurlijk in filosofische zin heel iets anders, dat gaat gewoon veel verder. **Vindt u Duinrand wijs?** Het doet er niet toe, nee waar moeten ze wijs in zijn? Het moet gewoon allemaal in orde zijn. Eigenlijk is het niet eens zo belangrijk, ik geef een hele lage, een twee. Acceptatie, dat is natuurlijk weer heel hoog. **En waarom is dat heel hoog?** Je hebt verschillende soorten acceptatie je hebt acceptatie van de verzekering en je hebt de acceptatie van de claim als je een claim legt. Dat je er niet een partij moeilijk over gaat zitten doen en kijken hoe je er vanaf moet zien te komen. Dus acceptatie is wel hoog, voor de betrouwbaarheid. Voor de betrouwbaarheid van je dienstverlener, dat hij jouw claim wel behandelt en serieus neemt. En niet denkt van kan mij het schelen, onder in de la en ik hoor wel of ze er nog om komen. Volwassen liefde, het wordt steeds gekker. [lacht hardop]. **[lacht hardop].** Wat heeft Independent Duinrand daar nou mee te maken? Ik weet niet wat ik er mee moet. **Als u er niks mee kunt, kunt u het altijd nog laag waarderen.** Eigenlijk niet belangrijk. [vult een één in bij volwassen liefde] Schoonheid, wat is dat nou weer. Er staat hier net een plantje. [lacht hardop]. Het is blijkbaar niet belangrijk. **Maar wat verstaat u onder schoonheid, meer de uitstraling van het bedrijf?** Ja schoonheid, die term gaat zo ver. Als je het nou hebt over reputatie of je hebt het over uitstraling naar buiten of je opvalt in het straatbeeld of zoiets. Maar wat is schoonheid op zichzelf? Het is eigenlijk helemaal niet zo belangrijk, die krijgt ook een één. Nationale veiligheid, die is wel belangrijk. **En waarom is die zo belangrijk voor Duinrand of met betrekking tot Duinrand?** Ja met betrekking tot Duinrand, eigenlijk meer voor de verzekeringen. Als je in een veilig land leeft gaat alles ook beter. Gaan mensen meer op reis, en gaan mensen meer dingen aan schaffen en noem maar op. Er is meer verkeer, en handelsverkeer ook niet alleen dat je elkaar opzoekt. Dan is er meer te doen in zo'n land. [vult een zes in bij nationale veiligheid] Comfortabel leven, maar waarom zou dat nou voor Duinrand belangrijk zijn? Heb je geen omschrijvingen van die waarden? **Nee want het gaat erom hoe de geïnterviewde de waarde interpreteert.** Comfortabel leven is voor mijzelf wel belangrijk, maar wat heeft dat in vredesnaam met Independent Duinrand te maken. Ja ik vind het eigenlijk niet belangrijk, en belangrijk is al een drie dus

dan geef ik een twee. Stimulerend leven, dat vind ik wel iets. Erg belangrijk ook niet, maar wel een vijf. **En waarom vindt u dat een vijf?** Stimulerend leven is wel dat je actief bent, dat je wel iets wil en eruit wil. Niet dat je passief bent, want dan gebeurt er gewoon niet veel. Niet alleen tussen bedrijven maar ook in je bovenkamer. Dus dan gebeurt er gewoon niet veel. Dat is wel belangrijk. [vult een vijf in bij stimulerend leven]. Gevoel van prestatie ook, je moet wel voldoening hebben van je werk. Dus gevoel van prestatie is ook belangrijk. [vult een vijf bij gevoel van prestatie in]. Dat je wel aan de slag bent. Vergeving, wat is dit nou weer. **Even kijken u had bij, o stimulerend leven hadden we al gehad, o nee gevoel van prestatie had u net gehad.** Ja stimulerend leven en gevoel van prestatie. Dat zit dicht tegen elkaar misschien. Wat is nou weer gevoel van prestatie, voldoening van je werk. Dat is wel belangrijk. **Daarom heeft u daar een vijf?** Ja dat je wel voldoening uit je baan haalt, dat je niet zo'n baan hebt waar je geen voldoening uit haalt want die zijn er namelijk ook heel veel. Vergeving, wat is nou in godsnaam vergeving, als ik mijn huis zelf in brand steek gaat Independent Duinrand mij echt niet vergeven. Waarom is vergeving nou zo belangrijk? Ik vind het wel erg religieus, vergiffenis. **Dus u ziet het meer in de zin van religieus te denken?** Ik zou niet weten waarom dat voor Independent Duinrand belangrijk is, hij gaat de laagte in hoor. **Ja.** Een één. **Oké.**

Dan heb ik hier nog een lijst met waarden, en daarbij mag u precies hetzelfde doen als net. [leest lijst door] Nou daar gaan we, ik zie nu al dat er een hele boel omhoog gaan. Eerlijk is belangrijk. **En waarom vindt u die belangrijk?** Omdat ik er vanop aan moet kunnen dat als ik ze nodig heb, dat je dan wel krijgt waar je recht op hebt. En dat er niet geprobeerd wordt eronder uit te komen. [vult een zes in bij eerlijk] Betrouwbaar is eigenlijk hetzelfde voor mij. [vult bij betrouwbaar een zes in] Behulpzaam ook, het is eigenlijk iets minder belangrijk maar wel belangrijk. [vult bij behulpzaam een vijf in] **En waarom is behulpzaam iets minder belangrijk dan eerlijk en betrouwbaar?** Als iemand zich niet zo behulpzaam toont naar mij in het klantencontact, terwijl hij wel de claim goed afhandelt. Dan is het op de juiste manier iets afhandelen belangrijker dan dat hij behulpzaam is. **Ja oké op die manier.** Dan kan ik wel denken, waarom neemt hij de telefoon niet op en waarom is hij zo kortaf maar het gedaan is, is het gedaan. Opgewekt, nou ze doen hun best maar. Dat moeten ze toch zelf weten. Opgewekt, nou soms is dat ook overdreven. [vult bij opgewekt een twee in]. **Een twee?** Ja mensen doen soms opgewekt en soms is dat zo fake. **Een beetje nep?** Ja dank denk ik ja dat heb je geleerd, dat moet je van de baas. Liefhebbend, nou dat vind ik ook overdreven. Ik heb overigens wel een ervaring gehad, dat bij de Apple store hier op de passage, van de manier waarop je benaderd wordt. Want iedereen groet je, er liepen ook heel veel mensen rond, en iedereen groet je en iedereen is aardig en opgewekt. En dat geeft een heel aparte sfeer, dat is heel gek. **Maar dat vindt u dan niet nep?** Nou dat is hartstikke Amerikaans, maar het rare is het werkt. Je gaat je er prettig onder voelen. Ze komen meteen op je af en je wordt meteen ontvangen, dus dat was heel goed. **Dus die benadering vond u wel prettig?** Ja maar daar heb je wel veel personeel voor nodig. Want bij de Vodafone moet je een nummertje trekken. Onafhankelijk, dat vind ik ook wel belangrijk, een vijf. **En waarom vindt u dat belangrijk? In welke zin bedoelt u dat?** Dat ze hun eigen koers varen en hun eigen beoordelingen maken en zich niet mee laten voeren door een andere partij die er net iets anders instaat. Dat je je bijvoorbeeld niet door een verzekeraar in een bepaalde richting laat zetten, hoe je het wel of niet moet doen. Ik vind dat wel belangrijk, want je moet zelf nadenken. Ruimdenkend, dat vind ik ook belangrijk. [vult een vijf in bij ruimdenkend] Dat correspondeert een beetje met die andere lijst. **Ja even kijken hoor bij wijsheid was dat?** Nee bij gelijkheid volgens mij. **Ja toen had u daar een zeven gezet.** Ja. **Omdat u vond dat Duinrand iedereen hetzelfde moest behandelen.** O ja ja. **U had ergens wel gezegd dat ze creatief zijn en dat ze verder denken dan hun neus lang is.** Ja. Beleefd, dat is natuurlijk heel belangrijk. [vult bij beleefd een zes in]. **En waarom vindt u dat belangrijk?** Ja dat is toch gewoon vanzelfsprekend? Dat ze beleefd zijn. Gewoon professioneel en beleefd. **En zijn ze dat ook?** Ja ik weet natuurlijk niet hoe dat hier zit, maar toen in het Statenkwartier waren ze dat wel ja. Vergevingsgezind, ja dat is eigenlijk ook wel belangrijk, maar erg belangrijk niet, een vijf. **En waarom vindt u dat zo belangrijk?** Vergevingsgezind? Omdat je niet met dingen die je dwarszitten of die je van een ander niet zo aardig vind, daar moet je niet wrokkig in worden. Dus je moet het kunnen zeggen en je moet je er overheen kunnen zetten. En je moet het niet voor je houden en koesteren. En daardoor negatieve sferen creëren. Dus

vergevingsgezindheid is wel gekoppeld aan openheid, je moet het niet binnen houden en vervolgens negatief gaan handelen. Dat heeft een hele slechte invloed op je handelen als je niet vergevingsgezind bent. Beheerst, is belangrijk. **In welke zin beheerst?** Ja dat je niet je eigen dingen uit gaat zitten kuren. Of met een slecht humeur binnen komt of als je iemand niet mag daar een negatieve sfeer bij creëren. Dus beheerst is ook dat je de juiste manier vind om met elkaar om te gaan, want dat straal je ook naar de klanten uit. Dat als je iemand niet zo aardig vind, of vooringenomen bent dat je je toch netjes gedraagt. Het is eigenlijk net als beleefd zijn. [vult een vijf in bij beheerst]. Moedig, ga je dan iemand uit een brandend huis redden of zoiets? **Vindt u Duinrand moedig?** Daar heb ik helemaal geen mening over. **En waarom heeft u daar geen mening over? Heeft u daar geen zicht op?** Nee daar heb ik geen zicht op nee. Nee dat is eigenlijk helemaal niet van belang, een twee. Creatief, ja dat is wel van belang. [vult bij creatief een drie in]. **En waarom is dat van belang?** Ja je moet wel creatief zijn in je vak. En bij verzekeringen denk ik dan dat je creatief moet zijn in het vinden van oplossingen. **Oké.** Zuiver, is dat dan zuiver op dezelfde graad als eerlijk? Zuiver, het is wel belangrijk. **U linkt zuiver dus met eerlijk?** Ja ik zou niet weten waarmee je het anders zou moeten associëren, dat je huis gestofzuigd is? **[lacht hardop]** [lacht hardop]. [vult bij zuiver een vijf in]. Gehoorzaam, nou dat vind ik niet zo heel erg belangrijk. Als je je werk maar goed doet. Want professionals, die hoeven niet te doen wat de baas zegt, die kunnen zichzelf organiseren door hun werk goed te doen. Dus die hoeven niet gehoorzaam te zijn in de zin van dat zij moeten doen wat de baas zegt. **Omdat je al zo professioneel bent dat je dat zelf wel redt?** Ja omdat je het toch zelf al wel goed doet. Daar koppel ik gehoorzaam, niet aan autoritaire verhoudingen, want dat slaat helemaal nergens op. [vult bij gehoorzaam een twee in]. Competent, dat moet je uiteraard zijn, dus die geef ik een zes. **Oké en vindt u Duinrand ook competent?** Ja uit mijn ervaringen wel. **Oké.** Ambitieus, ja dat kan mij niet zoveel schelen, als je je werk maar goed doet. **Vindt u Independent Duinrand ambitieus?** Weet ik niet. **U weet het niet?** Ik weet dat ze in het Statenkwartier zaten en ik weet niet eens of ze groeien en ik weet wel dat ze een groep willen vormen met dat Independent, naar de verzekeraars toe. Maar dat zit weer in een andere relatie dan naar mij als klant. En of dan daarmee de premie naar beneden gaat of de pakketten, de polis pakketten verbeterd worden, ik zou het niet weten. **Dat vindt u vooral belangrijk dat de premie omlaag gaat?** Ja. **Wat dat voor u betekent als klant?** Ja of de premie omlaag of de verzekerde som omhoog. Dat zijn consumentenbelang, dus of ze daar ambitieus in zijn tjsa, [denkt na]. Dan geef ik daar een vier. Intellectueel, wat is dat nou weer. Waarom Independent Duinrand nou intellectueel moeten zijn? Dat vind ik eerlijk gezegd niet, een één. **Wat verstaat u onder intellectueel?** Ja ik kan dat niet koppelen aan Independent Duinrand. Dan moet je ook uit hoofde van je werk intellectueel zijn, dan moet je docent zijn of je moet wetenschappelijk onderzoek doen of je met een creatief beroep hebben. Dan ben je intellectueel. Of filosoof, belezen. Maar waarom zou Independent Duinrand dat moeten zijn? **Oké duidelijk.** Logisch, logisch moeten ze wel zijn. **Wat verstaat u onder logisch? Het is natuurlijk een heel vaag begrip.** Nou ik had een hele studie moeten doen toen ik hier heen kwam. Logisch, dat is snappen waar ze mee bezig zijn. Stel dat ze iets niet onder de dekking kunnen brengen of iets afwijzen, dan moeten ze dat wel op een logische begrijpelijke manier naar de klant kunnen communiceren, zodat die klant het accepteert. Logisch in het klantencontact. Het moet logisch uitgelegd worden, de klant moet het kunnen begrijpen. Je moet dan geen verzekeringstermen gebruiken of een of ander verband leggen tussen bijzondere en algemene voorwaarden. Dat moet je logisch uit kunnen leggen. **Oké. Dat was die lijst.**

Dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Oké. **En als u concurrenten van Independent Duinrand zou moeten noemen, welke zouden dat dan zijn?** Een concurrent? Oh ja maar dan zit ik wel in Breda hè, dus heb je Meeus of Westenburg. Maar ja wat moet ik er van zeggen? Wat is de vraag? **Nou als u kijkt naar die concurrenten van vindt u dat Independent Duinrand dan beter doet?** Ik zou het niet weten. **U heeft daar geen zicht op?** Nee, ik hoop ook zo min mogelijk ooit iets te hebben dat ik gebruik moet maken van mijn verzekeraar of tussenpersoon dus daar houd ik mij totaal niet mee bezig. **En als u kijkt naar de cultuur of sfeer die er hier heerst?** Ja dat weet ik ook niet. **Nee? Toen u binnenstapte wat was uw eerste indruk?** Oh het ziet er wel leuk uit. Als je binnenkomt dan is het een verrassing ten opzichte van buiten. **Ja?** Ja, je ziet niet zoveel door die

ruiten. En dan heb je een gemiddeld beeld heb je dan, en dan valt het in positieve zin op als je binnenstapt, dat het er leuk uitziet vanbinnen. **En de sfeer toen u binnenkwam van het kantoor?** Ja maar ik zie alleen de receptioniste en die was heel aardig dus dat ging goed. Ik zie verder niemand. **U was hier hiervoor nog nooit geweest?** Nee, ik toen wel op kantoor geweest toen het nog in het Statenkwartier zat. **Oké.** En daar heb ik ooit wel iets met een inbraak moeten melden, maar dat ging allemaal prima. Dan heb ik het over meer dan veertien jaar geleden, dus eigenlijk is het beste als je er nooit iets mee te maken hebt. Maar je moet wel ieder jaar je premie betalen. **En als Independent Duinrand een persoon zou zijn, welke karaktereigenschappen zou die dan hebben?** De verwarring is dat ik het plaats in het Statenkwartier hè. **Ja maar dat is wel hoe u het bedrijf ziet.** Ja ik wist helemaal niet dat ze hier zaten, terwijl ik er iedere dag langs fiets ongeveer. **Oh echt?** Ja ik kreeg wel een brief ooit, dat ze verhuisd waren naar hier, maar het adres mij niks zei terwijl ik hier iedere keer fiets. Maar dat beeld wat ik heb ik zo oud, toen vond ik het wel een Haags bedrijf. Den Haag zijn nette heertjes. **Hagenaren?** Nou ja, Hagenaren kunnen wel arrogant zijn maar je hebt ook Haagse heertjes, die zijn niet onaardig maar wel typisch Haags, beetje netjes. **En welke karaktereigenschappen zouden passen bij het beeld dat uw hebt van het bedrijf?** Karaktereigenschap? Gewoon solide. **Solide?** Ja. **En waarom solide?** Nou toentertijd is het heel netjes afgehandeld, het werd gewoon allemaal prima gedaan. **Oké en welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Eerst moeten het hebben dan moeten ze het verliezen. **Nee niet verliezen, laat ik het dan zo stellen, het beeld dat u van Independent Duinrand heeft wat mag het bedrijf dan niet verliezen?** Betrouwbaarheid. **En waarom?** Omdat je daar een verzekering voor afsluit. Het is wel typisch branche eigen. Ik vraag geen creativiteit van ze, niet of ze een dansje doen en in de laatste Avant Garde mode verschijnen of zoiets. **En welke eigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Zichtbaarheid. **Want u fietste er elke dag langs en u wist niet dat het hier zat.** Nee ik wist niet dat het hier zat en ik herken het beeld ook niet van de borden, dat het Duinrand is. Ik zie het gewoon niet, als ik er langs fiets. **En wat zou Independent Duinrand vandaag de dag nog moeten veranderen?** Vandaag de dag? **Ja iets waarvan u zegt dat moet zo snel mogelijk opgelost, want daar irriteer ik mij aan of iets dergelijks.** Nou voor mij was het dus die mailing heel onduidelijk. De mailing dat ze voortaan elektronisch gaan en dat ze daarvoor mijn e-mail adres en mijn geboortedatum wilde hebben, telefonisch, terwijl ik helemaal niet kon zien dat het Duinrand. Er stond ook niks op de brief, dat was best wel raar. En verleden jaar moesten we al premie aan Voogd &Voogd betalen, en dat zijn dingen die ik niet snap. **Dat u niet weet dat het van Independent Duinrand is?** Ja, het was niet helemaal duidelijk. Dus wat ik onmiddellijk zou willen veranderen is de duidelijkheid. We ze zijn. [haalt brief tevoorschijn] Ik ben er toen gewoon achteraan gegaan, want er staat niet op dat het Duinrand is. Hier staat het wel in het onderwerp: 'Nieuwe werkwijze Independent Duinrand'. Er staat geen adres op, dus ik dacht dat Independent Duinrand een afsplitsing was van de Duinrand die ik kende. Geen huisadres, geen telefoonnummer. Ja gewoon onduidelijk. En dan denk je wie zijn dat? **Want u kende natuurlijk alleen dat oranje logo van vroeger nog?** Ja precies. En ik kreeg alleen een e-mail adres en dat was het. En dan gaan ze mijn gegevens vragen maar ik wilde eerst maar eens weten met wie ik te maken heb. En toen ben ik er naar gaan informeren. Ik had het trouwens opzij gelegd, en toen kreeg ik dat telefoontje en toen vroegen ze naar mijn gegevens. En ik zie nu die spotjes op de televisie over phising 'Weet u niet wie en hoe, leg neer'. En toen dacht ik als ze nou aan het splitsen zijn en ze hebben die gegevens niet, dan gaan ze er met de portefeuille vandoor of met een deel van de portefeuille. Toen dacht ik mijn gegevens krijgen ze niet aan de telefoon. **Oké en als u een leeftijd zou moeten geven aan Independent Duinrand?** Een leeftijd? Ja ik weet dat ze al heel lang bestaan. **Ja maar misschien los van hoelang ze al bestaan, meer voor de persoon Independent Duinrand.** Ja als het een persoon was, ja kijk voor een bedrijf is 25 jaar al een behoorlijk aantal jaren maar voor een persoon niet. Voor het de bedrijfsduur denk ik 25/30 jaar en de uitstraling hier is veel jonger. Dat is dan weer 25 als persoon. **25 jaar als persoon?** Ja. **Dus u zegt omdat het jong uitstraalt?** Ja, als je hier binnen komt in die nieuwe styling dan denk je het zijn hier jonge mensen die het voortaan hier doen. Het ouwe oubollige is er hier af, het Haags. **Oké dat is duidelijk.**

Wij hebben bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen zoals onze mascotte, ons logo en onze website. En daarvan wil ik van elke klant weten wat hij daar eerlijk van vindt. Ik heb de website niet bekeken hoor. **Nee dat geeft niet. Nou we hebben onze mascotte, Leon de Kameleon en als u daar nou op het eerste gezicht zo naar kijkt wat komt er dan in u op of wat denkt u dan?** Verschrikkelijk, lelijk. **U vindt het lelijk?** Ja. **En waarom vindt u het lelijk kunt u dat uitleggen?** Die bollige ogen en die kleuren. En de kleuren ten opzichte van de achtergrond en ik vind zo'n beestje ook helemaal niet leuk want die gaan zo heel erg snel met hun tong zo'n vlieg binnenhalen? [lacht hardop] Nee ik vind het niet prettig. **Dus u heeft er niets mee?** Nee het stoot mij af. **Het stoot u af?** Ik vind het helemaal geen aantrekkelijk beeld. **En dat komt omdat u de kleuren lelijk vindt en het beest niks vindt?** Ja ik vind dat hele beest vind ik sowieso al niet leuk als beeld ten opzichte van een hond of een poes of zoiets. En dan komen er nog van die lelijke kleuren overheen. **En als u nou zou moeten gokken waarom wij dit als mascotte hebben gekozen?** De kameleon? Nee dat je iedere keer van kleur verschiet. Maar je moet ook niet iedere keer van kleur verschieten, want dan verdwijn je in de omgeving als je de kleur van de omgeving aanneemt. En dit beeld is juist het tegenovergestelde van dat je de kleur van de omgeving aanneemt. Dus het is heel onnatuurlijk, artificieel. Maar heeft u dit logo al? **Ja dat gebruiken we al op de website.** Maar moet u dat nu voor 100.000 euro veranderen? **Nou dat hoop ik niet. Dit is ons logo [legt kaartje met logo voor], wat vindt u daar van?** Ja dat vind ik wel leuk. **En waarom vindt u het logo leuk?** Ja ik vind de kleuren leuk. **Het spreekt aan?** Ja. En hiermee benadruk je ook dat je Duinrand bent. En dan vraag ik mij af of je met dat 'Independent' wil aangeven dat je onderdeel bent van een groep. Dat andere assurantietussenpersonen dit ook boven hun pand gaan hangen. Op zich vind ik dit wel mooi en de kleuren ook. Dan vroeg ik mij alleen af of je nog ergens aan moet denken, aan de volgorde van de kleuren. Dat weet ik niet, het is geen regenboog hè? **Nee volgens mij zijn die kleuren willekeurig in die volgorde gezet. En u zei net dat u nog nooit op de website was geweest?** Nee. **Oké, nou dan kan ik daar geen vraag over stellen. En wat vindt u van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is?** Die vind ik wel aardig. De locatie is wel aardig, maar ik had dus in eerste instantie niet gezien dat het Independent Duinrand was. **En waarom vindt u de locatie wel aardig?** Je hebt winkels hier om de hoek, het pand heeft een leuke gevelpartij, deze gevel viel me altijd wel op als ik hier langs fietste. Het groen ervoor is ook leuk. **En als u nou een perfecte locatie zou moeten voor Independent Duinrand wat zou dat dan zijn?** Dat zou dan meer in de loop zijn, meer in de loop bij de winkelstraten daar, richting het museum.

Oké en wat is volgens u de doelgroep van Independent Duinrand? Wie willen zij aanspreken denkt u? Iedereen natuurlijk, iedereen moet toch bepaalde verzekeringen hebben. En we zitten in een lastige economische tijd, er worden weinig huizen verkocht, er is weinig doorstroming. Want wij hebben natuurlijk ook onze inboedel- en opstalverzekering, daar zit geen doorstroming meer in. Als het erop aankomt moet je natuurlijk de jongeren hebben want de ouderen heb je al. De jongeren moet je binnenhalen. **En waarom?** Omdat je de ouderen al hebt [lacht hardop] ik loop toch ook niet weg? **Nee oké.** Want die heb je ook van die weglopers, en dat heb je ook met energiemaatschappijen zo'n overstapservice. Ze willen je allemaal weghalen, maar de bereidheid van mensen om weg te gaan is helemaal niet zo hoog. Telefoonmaatschappijen willen je weghalen en energiemaatschappijen, overstappen maar. Ouderen mensen doen dat helemaal niet. **Ja die zijn vaak ook meer wat merk gebonden.** Ja. **En wat is volgens u de boodschap of de belofte die Independent Duinrand aan haar klanten doet?** Doen ze een belofte? **Ja een belofte of een boodschap.** Maar hoe is de vraag? **Wat is de belofte of de boodschap die Independent Duinrand aan haar klanten doet?** Die er toe doet? **Nee u bent klant en wat voor boodschap krijgt u van Duinrand?** Dat ze een goed kantoor zijn, dat je bij hen moet zijn en niet bij een ander. **Dat alleen?** Ja. **En wat vindt u van de tone of voice die Independent Duinrand gebruikt in haar communicatie?** De tone of voice? **Ja de tone of voice.** Ja want bij die vorige vraag denk ik dat ik bij Duinrand ben gekomen via een makelaar. Het gebeurt eigenlijk altijd als je een huis koopt, want dan moet je bepaalde verzekeringen afsluiten. Dan tipt de makelaar naar een tussenpersoon, in dit geval naar Duinrand. En dan ga je wel even links en rechts vragen en dan hoor je wat. Maar daarna doet het er niet meer toe. En nu de tone of the voice? **De tone of voice, dat is een mooi Engelse term, hoe zeg je dat [denkt na]. De manier waarop**

Independent Duinrand communiceert, is dat bijvoorbeeld informeel of formeel? Het is zo lang geleden. Maar ik wordt wel netjes en vriendelijk aangesproken. **Want u heeft laatst die brief gehad, toen zei u dat u wel even moest uitvogelen wie het waren, maar het taalgebruik in de brief, wat vond u daar van?** [haalt brief tevoorschijn en leest de brief door]. Ja het zegt me helemaal niks inderdaad die brief. Er staat dan wel in 'we zijn de afgelopen maanden druk bezig geweest met de digitalisering' maar hoe moet ik daar nou weer iets van merken? Dat gaat totaal buiten mijn waarneming om. En dan staat er, 'binnen ons bedrijf hebben grote veranderingen plaats gevonden', dat is eigenlijk iets waarvan ik mij ging afvragen wat er allemaal binnen het bedrijf verandert is, want daar was ik niet van op de hoogte. Ik dacht toen dat ze het bedrijf hadden verkocht of dat ze gesplitst waren. Ik was eigenlijk totaal niet ermee bezig, ik betaal gewoon keurig ieder jaar, iedere keer die premies waar de nota's van binnenkomen. En als je dan meedeelt dat ze als gevolg van de aangepaste wetgeving niet meer de juiste service konden geven, dan vraag ik me af waarom je dat mededeelt, wat ik heb er niet naar gevraagd. Dan denk ik gelijk dat het daar rommelt. Dus eigenlijk roep je bij de klant vragen op. **Omdat ze er vanuit gaan dat u dat weet maar dat wist u helemaal niet?** Ja precies. En dan is de oplossing dan dat het bedrijf het digitale tijdperk instapt, staat in die brief. Ja dan moet je weer wennen, want alles gaat digitaal. **Ja dat is voor heel veel mensen wennen inderdaad.** En dan moeten ze nog even mijn gegevens hebben, en die hebben ze voor een gedeelte al, dat staat hier al heel netjes. En dan denk ik waarom moet je zo benadrukken dat je het verbeterd, want dat was waarschijnlijk vorig jaar niet zo. En daar heb ik niks van gemerkt. En dan moet ik mijn polis digitaal doen. **Ja dat kan.** En dan staat hier in die brief dat ze ook wel snappen dat dat spannend is voor veel mensen, maar ja hier vraag ik niet om. En dan staat er nog dat ze de nieuwe werkwijze met mij door willen nemen en uit willen leggen. Dan denk ik waar is dat voor nodig? **Ja dat is meer bedoelt voor wat oudere mensen die heel erg moeite hebben met het digitalisering, die geen e-mail hebben of die dat eng vinden. En dan kunnen ze binnenlopen en dan laten wij zien hoe het allemaal precies werkt. Want wij hebben natuurlijk ook klanten van 80 jaar.** Ja maar die vind ik dat je dat niet aan kunt doen. **Ja mochten de klanten nou echt niet digitaal willen dan kunnen ze nog bij het oude Duinrand blijven.** Ja ik heb die brief gewoon weggelegd, want er staat in die brief dat ze mij willen helpen met het digitaliseren van mijn polissen. En toen dacht ik ja moet ik die allemaal zelf digitaliseren dan? Dat staat er. **Ja ze bedoelen die polismap, dus dan krijg je een mailtje met een inlogcode en dan kun je zelf inloggen. En dan kun je gewoon al je polissen op je pc zien of op je mobiel dat kan ook met de app.** Oh dus het digitaliseren van mijn polissen daar bedoelen ze dus eigenlijk het digitaal inzien van mijn polissen mee? **Ja.** Maar dat staat er niet, het staat er alsof ik iets moet doen. **Ja precies.** Dat was zo raar, dus ik vond de brief niet duidelijk. Die brief riep allerlei vragen op: 'Hoezo wat was er dan verleden jaar aan de hand?'. **U hebt dus in het verleden een verzekering afgesloten bij ons en hoe is toen die service verlopen? Tijdens het vergelijken en bij het afsluiten en de nazorg?** Ja dan heb ik het ook weer over heel lang geleden. We hadden alles versnipperd, want we waren al drie of twee keer verhuisd en we hadden in een andere woonplaats ook nog verzekeringen lopen. En toen hebben we bij Duinrand gevraagd of al die verzekeringen in een pakket konden worden gebundeld, en toen kregen we desondanks bij allerlei verschillende maatschappijen, verzekeringen. De ene verzekering liep bij Delta Lloyd en het andere liep bij FORTIS toen, en toen was het alsnog een versnipperde toestand omdat alle verzekeringen alsnog bij verschillende maatschappijen liepen. **Oké en u bedoelde dat u alles in een pakket wilde hebben en ook bij dezelfde maatschappij?** Ja precies, omdat als je dat doet ook vaak de premie omlaag gaat. Maar het is alsnog versnipperd omdat ze bij Duinrand toch zeiden dat deze manier het goedkoopste was, om bij verschillende maatschappijen mijn verzekeringen onder te brengen. Dus dat hebben ze expres wel goed bekeken voor de premies maar het bleef versnipperd. **En dat vond u niet zo fijn?** Nee dat was juist niet de bedoeling. **Maar u vond het wel fijn dat ze gekeken hadden naar de goedkoopste optie was?** Ja dat wel. **Maar u vond het dan weer vervelend dat uw verzekeringen alsnog versnipperd waren?** Ja je moet iedere keer weer kijken, wat heb ik nou bij welke maatschappij verzekerd snap je. **Oké en heeft u ooit schade gemeld? U zei dat u iets met een inbraak gemeld had?** Ja in Den Haag, dat is meer dan veertien jaar geleden, toen heb ik een inbraak gemeld ja. **En dat ging toen nog gewoon via een schadeformulier denk ik?** Ja. **En dat ging allemaal goed?** Ja dat ging prima. **Oké en wat vindt u**

van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand? Ja ik heb helemaal geen contactmomenten. **Maar als u ze nodig heeft, net als laatst met de polissen dat u dacht dat er polissen misten, dan krijgt u ze wel te pakken?** Ja toen stonden de polissen op twee namen, terwijl ik denk wij wonen toch in een huis, het is ooit samen binnen gekomen maar dat is toen door dat invoeren weer gesplitst geraakt op twee namen. Maar dat ging allemaal prima, dat heb ik gewoon opgegeven en dat was in orde. Maar het aantal contactmomenten is minimaal. **Maar wilt u er wel meer?** Nee ik heb geen behoefte aan meer contactmomenten. Nee, want onze situatie is gewoon bestendig dus dat hoeft niet. **En hoe vindt u de communicatie via de e-mail?** Daar heb ik geen ervaring mee. Nee want ik heb nog geen e-mail contact met hen gehad, ik heb pas laatst mijn e-mail aan ze doorgegeven. Dus ik heb nog niets gezien. **En volgt u Independent Duinrand ook op sociale media?** Nee. **U maakt geen gebruik van sociale media?** Nee, ik heb alleen Linkedin, maar dat is ook alles. **En maakt u gebruik van de online polismap?** Nee dat niet. **Maar u heeft als het goed is wel een uitnodiging daarvoor gehad?** Nee nog niet want ik heb pas laatst mijn e-mail doorgegeven natuurlijk. **Maar u zou wel een online polismap willen?** Ja dat vind ik prima. **En u zei ik heb nog nooit de website bezocht, dus dan ga ik er vanuit dat u ook niet gechat heeft via de website met een van onze adviseurs?** Chatten? Nee dat doe ik alleen met vrienden en familie via de Whatsapp. **Oké u heeft niet via de website met een adviseur contact gehad?** Nee. Ik zou niet weten waar ik over moet chatten. **Nou ja dat is voor mensen die een vraag hebben omdat mensen niet meer rechtstreeks kunnen bellen. Dus dan kan een klant bijvoorbeeld zijn polis nummer opvragen via de chat.** En dan kan je dus op de website van Independent Duinrand chatten? **Ja. Er komt dan zo'n venstertje naar boven, en als je klant bent moet je dan eerst je gegevens invullen. En dan kun je chatten.** Dus je hoeft niet op de Whatsapp. **Nee dat niet. En via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Welk medium? Het gaat nu van papier naar digitaal. **Ja dat klopt.** Moet ik nu zeggen dat ik het op papier wil houden. **Nou wat u wilt.** Oh oké. **Even los van dat we digitaal gaan, wat vindt u de fijnste manier om benaderd te worden door Independent Duinrand?** Dan gewoon op papier. **En waarom?** Omdat ik ouderwets ben. Omdat ze toch de laatste tijd aan het roepen zijn dat je toch alles moet uitprinten en alles op papier moet hebben, want daarna kan je er nooit meer achter komen dat dingen weg zijn. **Was dat bij ons?** Nee dat was niet bij u. Dat was volgens mij bij pensioentoezeggingen of zoiets. **Oh dat is veranderd in de wet?** Ja er was iets dat ze zeiden als het niet in de cloud zit en niet daar, dan ben je alles kwijt dan kan je het niet meer reconstrueren. En dan moet je toch bepaalde documenten waaraan je rechten kan ontlenen, afdrukken. **En waar had u dat gezien, op televisie?** Nee dat had ik ergens in de krant gelezen. **Ja dat is natuurlijk wel zo, dat als je geen back up maakt en alles staat in de cloud en het gaat mis met de cloud, dan ben je alles kwijt ja. Maar tegenwoordig zijn e-mails ook rechtsgeldig dat wel, dus dat je niet meer alleen aan papieren documenten rechten kunt ontlenen.** Ja oké. **En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven?** Ja hoe moet ik dat nou weten [lacht hardop]. Dat weet ik gewoon niet. Mentaliteit, je dan moet je het ook over het bedrijf zeggen niet alleen over personen. **Dus dat vindt u moeilijk om te omschrijven?** Ja dat zou ik echt niet weten. **Oké, en heeft u ooit direct contact gehad met een adviseur?** Nou ja dat is dus heel lang geleden. **Oké en wat vond u van het gedrag van die adviseur?** Ik ben verleden week teruggebeld, door een adviseur en dat ging prima. Maar toen zei die mevrouw beneden aan de desk dat zij het was. Maar dat is geen adviseur. Zij is toch geen adviseur? **Ja zij is wel adviseur.** Oh ze is wel adviseur? **Ja zij is gewoon gecertificeerd.** Zij heeft mij dus gebeld en dat gesprek verliep heel prettig. **Oké, en we hadden het net al even over die brief, want vindt u van de manier waarop de verandering van analoog naar digitaal plaatsvindt, in zijn algemeenheid?** Ja ik vond het onduidelijk, die brief was onduidelijk en die riep vragen op. Ik had het gewoon weggelegd, en ik dacht ik hoor het wel als ze bellen, dan zal ik wel nadere uitleg krijgen dat stond ook in de brief. **Dus u vond het onduidelijk?** Ja. **En wat zou er dan beter kunnen?** Ik kende heel die franchisehouder niet, dus het zei mij helemaal niks. En er staat in die brief dat alles digitaal moet, maar denk moet ik dus zelf alles uit gaan printen en dat ik alles zelf moest doen. Maar dat horen zij toch juist te doen, service te verlenen denk ik dan. Maar dat blijkt dus nu ook, dat zij het gewoon doen en dat ik het dan digitaal in kan zien. Ik ben wel van mening, dat er steeds meer aan de klant gevraagd wordt om zijn huiswerk te doen en als de klant zijn huiswerk dan niet doet dan komt hij er ook niet door. Dat vind ik geen

goede ontwikkeling. **U vindt gewoon dat wij dat op moeten lossen, en dat het niet uw taak is?** Ik weet precies waar het vandaan komt want het bedrijf waar ik werk doet het ook. Maar de klanten willen dat helemaal niet. Weet je welke klanten dat wel doen? De shoppers, de nieuwe die kijken of ze wel of niet bij zo'n bedrijf terecht willen komen. Die sluiten een contract af, elektronisch en die zeggen het daarna weer op. Dat zijn de snelste opzeggers, die ben je gelijk ook weer kwijt. **Nee dus daar heb je niet zoveel aan?** Nee, dat is niet de manier waar je klanten mee behoud. **Dus u zegt die zelfwerkzaamheid van de klant, dat kunnen ze wel willen maar dat werkt toch niet.** Nee daar bindt je ze niet mee, want die lopen het snelste weg. **Oké duidelijk.**

Dat waren de vragen. Nou graag gedaan. **Ja hartstikke bedankt voor uw tijd.**

Verbatim respondent 6

Korter/langer dan 5 jaar klant: Langer dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-Face

Oké, dan zal ik nog even het doel van het interview uitleggen, ik wil namelijk met mijn scriptie in kaart brengen welk beeld de klanten van het bedrijf hebben. Ja oké.
Oké nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u aan familie of vrienden vertelt waar u verzekerd bent? Ja natuurlijk. **Oké en hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Hoe ik dat omschrijf? **Ja.** Ja hoe moet ik dat omschrijven? [denkt na] **Wat zegt u tegen vrienden of familie als ze vragen waar u verzekerd bent?** Ja dat ik gewoon een hele tussenpersoon heb. En als je die nodig hebt, dat je die gewoon kunt bellen, als is het s 'nachts. Ze staan altijd voor je klaar. Dat is het eigenlijk. **Oké.** Niks is een probleem om het maar zo te zeggen. Ik denk dat ik de eerste klant ben. **Bij Independent Duinrand?** Ja eigenlijk daarvoor al, ik heb eigenlijk alles zo'n beetje wel meegemaakt hier. Niks is te gek eigenlijk. **Oké duidelijk.**

Dan heb ik hier twee lijsten, hier is de eerste lijst. [legt eerste lijst met waarden voor]. Op deze lijst staan dus allemaal waarden. Oh jeetje. **En het is de bedoeling dat u aangeeft welke waarden belangrijk zijn, of minder belangrijk zijn in uw omschrijving van Independent Duinrand. Dus welke waarden het beste bij het bedrijf passen. En dan is de bedoeling dat u eerst alle waarden even doorleest en dan de waarde uitkiest die u het belangrijkst vindt, die mag u met een zes of een zeven waarderen. Dan kijkt u naar de waarde die u het meest tegenstaat, dus die u nooit zou meenemen in uw omschrijving van Independent Duinrand. Die mag u een -1 geven, als er nou geen waarde bijstaat die u tegenstaat, dan mag u de minst belangrijke waarde een nul of een één geven. Dus eerst de belangrijkste waarde.** Dus eerst de belangrijkste oké. **Ja en daarna de minst belangrijke en daarna de rest. En daarbij mag u hardop nadenken.** Dat zijn er nogal wat. Wat vindt ik het belangrijkste? [leest lijst door]. Heb je die waarden zelf verzonnen? **Nee dat is een lijst met standaard waarden die veel voor onderzoeken wordt gebruikt. Maar het is de bedoeling dat u aangeeft welke waarden u bij het bedrijf vindt passen maar ook vooral hoe u de waarden interpreteert, want het zijn natuurlijk hele brede begrippen.** Wat voor mij natuurlijk heel belangrijk is, is de zekerheid voor mijn gezin. Die moet ik dan een één geven? **Nee.** Oh nee hier, van het grootste belang, moet ik die dan een zeven geven? **Als u dat heel belangrijk vindt dan wel.** Ja ik vindt het heel belangrijk [vult een zeven bij zekerheid voor gezin in]. Ja geluk, geluk wens ik voor iedereen. Jeetje [denkt na]. Nou geluk geef ik een drie, die vindt ik ook belangrijk. **En geluk in welke zin dan?** Ja geluk in het algemeen voor iedereen eigenlijk, voor jezelf en voor andere mensen. Ja wereld in vrede, ja dat vindt ik ook wel een zeven. **Oké en hoe interpreteert u dat dan met betrekking tot Duinrand?** Hoe zal ik dat eens uitleggen [denkt na]. Ik denk sowieso dat het voor iedereen beter is, en voor de bedrijven ook beter is. Ja als de wereld meer in vrede is, dan zijn mensen meer in harmonie en natuurlijk achteraf worden de premies dan ook lager, omdat het dan goed gaat met de economie. **Ja precies. Dus puur vanuit commercieel oogpunt gezien?** Ja eigenlijk wel. Zelfrespect, [denkt na] Zelfrespect met betrekking met Duinrand tsja. Ja het is ook wel belangrijk natuurlijk. **En waarom?** Dat ze mij ook accepteren zoals ik ben, en dat is heel belangrijk. Niet iedereen is hetzelfde, ik ben nogal apart in mijn manier. Ik zeg waar het op staat, ik draai er ook niet omheen. Dus het zelfrespect vindt ik ook wel belangrijk. Nou dan zat ik daar een drie neer. Vrijheid, vindt ik heel belangrijk omdat ik wil gaan en staan waar ik wil en niemand iets mij op kan leggen. Dus ook mijn tussenpersoon niet. Dus ik zal het een zes geven. Ja vriendschap is een

zeven. **Ja?** Ja. **Dat vindt u belangrijk bij een tussenpersoon?** Ja, je moet wel een klik met iemand hebben en daarom vindt ik ook dat je mensen iets moet gunnen. Het gaat natuurlijk eigenlijk niet alleen maar om jezelf maar ook om een ander. Innerlijke harmonie, wat moet ik daar nou mee. Mag ik hem overslaan? **Nou het is wel de bedoeling dat u alle waarden invult. Maar als u er niks mee heeft dan kunt u die ook laag waarderen.** [vult bij innerlijke harmonie een drie in] **Oh dus u vindt het toch wel belangrijk?** Ja dat wel. **En waar denkt u dan aan bij innerlijke harmonie?** [denkt na] Je ergens goed bij voelen denk ik. **Dus meer het gevoel?** Ja een goed gevoel hebben bij iets. **Oké.** En ook het gevoel hebben dat ze je begrijpen. Plezier, ja we hebben altijd plezier als we hier zijn dus ja. Nou dan geef ik die een zes. Gelijkheid, leg mij dat eens uit gelijkheid. **Het is helemaal wat u eronder verstaat. Als u aan Independent Duinrand denkt en u denkt aan gelijkheid, hoe linkt u dat dan?** Ja oké. [denkt na] Ik weet niet wat ik mij daarbij moet voorstellen. **Oké dat kan.** Maar ik moet wel een cijfer geven hè? **Ja en als u zich erbij voor kan stellen dan kunt u die laag waarderen.** Ik geef die gewoon een niet belangrijk, een nul. Wijsheid, ja dat is van het grootste belang. **En waarom is dat van het grootste belang?** Omdat ik verwacht dat zij meer kennis in huis hebben dan dat ik zelf heb. Anders doe ik het zelf wel. [vult bij wijsheid een zeven in]. Acceptatie, ja dat is ook erg belangrijk. **Acceptatie in welke zin?** Ja wat ik net al aangaf, het accepteren hoe iemand is. Dat we niet allemaal hetzelfde zijn. [vult bij acceptatie een zes in]. Volwassen liefde, tsja wat moet ik daar nou weer mee. Wat is nou volwassen liefde? Ja we zijn volwassen en we hebben liefde met elkaar [lacht hardop]. Ik geeft het een drie. Schoonheid, in wat voor zin? Nou ik heb daar niks mee. [vult een nul in bij schoonheid]. **En waarom heeft u daar niets mee?** Ja daar gaat het niet echt om hè schoonheid. **En hoe ziet u schoonheid dan?** Ja dat heeft met uitstraling en uiterlijk te maken, maar dat vind ik niet belangrijk bij een verzekeringskantoor. Als ik maar goed geholpen wordt. **Oké.** Nationale veiligheid, vindt ik ook belangrijk. **En in welke zin dan nationale veiligheid?** Ja veiligheid in zijn algemeenheid gewoon, voor de mens. Comfortabel leven, is voor mij erg belangrijk. **En waarom is dat voor u belangrijk?** In principe staat het er al, ik wil comfortabel leven. Ja en dat kan omdat ik hier mijn verzekeringen heb lopen. Stimulerend leven, vindt ik ook erg belangrijk. **Wat is dan volgens u het verschil tussen stimulerend leven en comfortabel leven want u vindt het allebei even belangrijk?** Ja ik vindt het allebei belangrijk. Ik vindt stimulerend leven belangrijk omdat je ook doelen moet houden om gestimuleerd te blijven, dat je alles maar niet zo laat als het is. Omdat er natuurlijk de afgelopen heel veel veranderd is. En ook ik merk, ik ben dan 41, dat er in een hele korte tijd gewoon heel veel veranderd is. En dan kun je twee dingen doen, je kunt blijven zoals het is, of je kunt je inzetten en meegaan in het geheel wat soms best lastig is. **En u vindt dat Duinrand dat wel doet?** Ja. En Duinrand zorgt er ook voor dat ik eigenlijk ook mee ga en mee leer in de nieuwe tijd. Gevoel van prestatie, [vult een zes in bij gevoel van prestatie]. **En hoe ziet u dat dan?** Gevoel van prestatie omdat ik Duinrand zie als mensen die vooruit kijken, willen blijven presteren om ons ook gewoon een zo goed mogelijk product te geven. Vergeving, is ook belangrijk. **En waarom is dat belangrijk?** Nou dat als je als klant zijnde ook wel eens een fout kunt maken. **En dat ze je dan vergeven?** Ja dat ze je dan vergeven. Het kan ook wel eens gebeuren dat je iets doet dat je achteraf denkt heb ik dat nou goed of niet goed gedaan. En vergeving van beide kanten vindt ik ook belangrijk. **Oké.** [vult een drie in bij vergeving]. **Oké.** Ik vond hem hartstikke mooi, maar wel moeilijk hoor. **Dat geeft niet.**

Nu heb ik nog een lijst, daar mag u weer hetzelfde bij doen als bij de eerste lijst. Oh jee. Eerlijkheid, vindt ik van het grootste belang. **Dat ze eerlijk zijn?** Ja dat ze eerlijk zijn. [vult bij eerlijk een zeven in]. Betrouwbaar, [vult een zeven in bij betrouwbaar] **Ook weer een zeven?** Ja, als verzekeringskantoor moet je wel betrouwbaar zijn want ze hebben je financiële gegevens. Maar dat zit hier helemaal goed hoor. **Oké.** Behulpzaam natuurlijk ook een zeven, zij geven advies dus dan

moeten ze behulpzaam zijn. Opgewekt, ja dat vindt ik wel belangrijk [vult bij opgewekt een drie in]. **En waarom vindt u dat belangrijk?** Nou ze zijn altijd heel vriendelijk en opgewekt als ik hier ben. Ja heel gezellig. Liefhebbend, ja voor mij is dat wel belangrijk, voor iemand anders misschien iets minder. Maar ik geef een zes. Onafhankelijk, ja daar gaat het allemaal om hè, independent. Ik geef het een zes. **U vindt het toch minder belangrijk dan eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam?** Ja, kijk omdat ze onafhankelijk zijn zoeken zij voor mij het beste product uit en dan ga ik er van uit dat zij daar ook hun best voor doen. Dus het mag ook wel een zeven, maar het is voor mij niet het allerbelangrijkste. **Oké.** Ruimdenkend, dat vindt ik wel belangrijk. **In welke zin dan ruimdenkend?** Nou dat ze meedenken met jouw ideeën die je ergens over hebt. En hoe jij vooruit kijkt. Dat vindt ik op zich wel belangrijk. [vult bij ruimdenkend een drie in]. Beleefd, ja dat is sowieso belangrijk, dat geldt voor iedereen denk ik. [vult bij beleefd een drie in]. Vergevingsgezind, hé die hebben we al gehad. **Ja goed opgelet.** Wat heb ik op dat andere formulier gegeven? **Een drie.** Oké dan vul ik hier ook een drie in want ik vindt die twee waarden hetzelfde. **Oké.** Beheerst, [denkt na]. **Is Duinrand beheerst?** Ik geef het een drie. Moedig, ja moedig zijn ze hier zeker. **En waarom vindt u ze moedig?** Omdat er een hele zware strijd wordt geleverd, die heel moeilijk is in deze tijd. Waardoor ik ze ook altijd trouw zal blijven. Dus die krijgt van mij een zeven. **Oké.** Als er een tien bij had gestaan, had ik er een tien achter gezet voor hun. Creatief, ja dat zijn ze zeker. **En waarom?** Nou omdat zij overal ergens een oplossing voor zien. En ik heb altijd het motto voor mijzelf, als er geen weg is dan maak ik de weg. En zij hebben dezelfde instelling. En dat zal waarschijnlijk onze klik ook wel zijn. Zuiver, ja zuiver zie ik eigenlijk een beetje hetzelfde als eerlijk en betrouwbaar. Dus die geef ik ook een zeven. **Oké.** Gehoorzaam, het is belangrijk naar ze luisteren. **Naar de klant?** Ja dat vindt ik heel belangrijk. Want het is misschien heel hard maar als wij er niet zijn en zij luisteren niet, hebben zij ook geen klanten. Het is heel simpel dus. Competent, ik weet niet wat dat betekent dus dat mag je mij uitleggen. **Competent betekent dat je de kwaliteiten hebt om iets te doen, dat je competenties hebt om iets te doen.** Oh oké ik snap het. Dan geef ik een zes. Ambitieus, [denkt na] Die krijgt ook een zes. **En waarom?** Omdat ze wel ambitieus bezig zijn vind ik. Met het pad dat ze nu aan het bewandelen zijn, ze willen vooruit. Intellectueel, ja dat vind ik wel dat ze dat zijn. **En waarom?** Ja omdat je toch wel slim moet zijn om alles van verzekeringen te weten. **Oké.** Logisch, ja Independent Duinrand is logisch ja. Dat moet straks allemaal nog blijken natuurlijk. Ja ik denk dat het wel belangrijk is. [vult bij logisch een zeven in]. Nou dat voor iemand die niet op school heeft gezeten.
Even kijken, als kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kunt u dan een paar concurrenten opnoemen? Ja onze hagedis natuurlijk. Hoe heet die? van HoyHoy, wat je op de televisie altijd ziet. Die schiet mij dan te binnen. Voor de rest zou ik het eigenlijk voor de rest niet eens weten. **Dus HoyHoy zegt u?** Ja die ja. **En als u kijkt naar HoyHoy, wat doet Independent Duinrand dan beter dan HoyHoy?** Ik zou het niet weten. **U zou het niet weten?** Ik zou het niet weten, ik heb met HoyHoy nog nooit zaken gedaan dus ik kan er ook niks over zeggen. **Oké.** Ik zie ze alleen veel op televisie, dus er wordt veel reclame voor gemaakt. **Oké, dus dat zou iets kunnen zijn?** Ja dat wel, maar voor de rest zou ik het niet weten of zij beter of slechter zijn. **Oké, u kunt niet echt concurrenten noemen maar als u moest noemen in welk opzicht Independent Duinrand beter is dan de rest, wat zou dan noemen?** Nou ik denk dat je hier op een hele persoonlijke manier geholpen wordt. En dat ga je niet bij iedereen vinden denk ik. **Oké dus echt die personalisatie?** Ja en die vindt ik ook heel belangrijk. En ik denk dat dat in deze tijd, in het digitale tijdperk, nog wel eens vergeten wordt. Dat mensen daar een beetje in doorslaan en het persoonlijke een beetje vergeten. **Oké, en welke cultuur of sfeer vindt u dat er heerst binnen Independent Duinrand?** Welke sfeer? Nou gezelligheid, een huiskamergevoel, ja. Het is hier altijd gezellig, ik kan hier altijd binnenlopen. Als ik langs rijdt denk ik nou ik ga even een kopje koffie doen daar. Zo doen we

dat. **Oké en als Independent Duinrand een persoon zou zijn, welke karaktereigenschappen zou het dan hebben?** Pittig **Pittig?** Ja pittig. **Oké en hoe bedoelt u dat precies?** Ze laten zich niet uit het veld slaan. Als iemand tegen hun zegt dat iets niet kan, dan zorgt Duinrand wel dat het wel kan. **Oké wat u al zei over dat motto van dan maak ik wel een weg?** Ja precies, ze maken wel een weg ook als het niet gaat. Ja voor alles is een oplossing. **En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Welke eigenschappen ze nog missen? **Ja.** [denkt na] Wat missen ze hier? Nou ik mis eigenlijk niks. **U mist niks?** Nee ik mis gewoon niks. **Dus er is niet iets waarvan u zegt dat kan vandaag de dag nog anders kunnen? Waar u zich misschien aan irriteert?** Nee, ik heb niet iets dat ik anders zou willen. **Nee?** Nee. Ik had misschien iets meer gewild dat er minder verloop in het personeel zou zijn. **Minder?** Verloop in het personeel. **Oké.** Ik denk wel dat mensen zich eraan kunnen ergeren dat als ze eenmaal een vertrouwenspersoon hebben waar je alles aan kan vertellen, dat die dan weer weggaat. En dat je dan weer opnieuw moet beginnen, weer met de volgende. **Dus dat zou dat persoonlijke in de weg staan?** Ja mij zit dat niet in de weg maar misschien dat andere mensen daar wel een probleem mee kunnen hebben. **Oké, en als u een leeftijd zou moeten geven aan Independent Duinrand, welke leeftijd zou dat dan zijn?** We gaan voor de nieuwe generatie, dus dan zeg ik achttien. **Achttien?** Ja. **En waarom achttien?** Ja gewoon jong, verfrissend, met de tijd mee, nieuwe dingen. Ik ben 42 en ik voel me eigenlijk soms een beetje een oude man, met al die nieuwe dingen die ze hier hebben, apps voor je polismap enzovoort. Dus daarom zeg ik achttien. **Oké.** Volwassen en klaar voor de strijd. **Oké duidelijk.**

We hebben natuurlijk verschillende symbolische uitingen bij Independent Duinrand, zo hebben we ons logo, de mascotte en de website. U kent ze vast al, maar ik vraag aan de klant wat zij nou eerlijk van die uitingen vinden. Dus we hebben natuurlijk Leon de Kameleon, onze mascotte, [legt kaartje met mascotte voor], en als u daar zo naar kijkt, wat vindt u daar nou eerlijk van? Of wat komt er in u op? Ja, grappig. **Grappig?** Ja grappig ik vindt het gewoon grappig. Ik vindt het alleen jammer dat hij niet naar mij lacht. Ik vindt het een grappig beestje.[geeft kaartje terug aan interviewer]. **Oké, en bent u wel eens op onze website geweest?** Ja natuurlijk. **En wat vindt u dan van de stijl en de look & feel van de website?** Die wordt als maar beter, het kinderachtige gaat er vanaf het wordt steeds professioneler. **En wat vond u dan kinderachtig?** Nou ik vond sommige stukjes tekst niet echt professioneel. En dat wordt nu alsmaar beter. **En waar komt dat door denkt u dat het niet professioneel op u overkwam?** De opbouw vond ik soms wat zwak, maar dat wordt nu steeds beter. En dat is nu al een stuk beter hoor. **Oké, en dat is puur qua tekst, en qua vormgeving?** Vind ik wel heel makkelijk, het is voor iedereen toegankelijk. Je moet natuurlijk uitkijken dat het niet te ingewikkeld wordt. Wat dat vindt ik wel heel belangrijk, want dit iedereen is van hetzelfde niveau. Dus het moet niet een heel ingewikkelde site worden waar je niet uit kan komen. **Nee oké, dus u kunt wel alles vinden op de site zegt u?** Ja ik kan wel alles vinden. **En wat vindt u van de informatievoorziening op de website?** Ja die is ook gewoon goed, er staat genoeg informatie op. **En dan het logo, [legt kaartje met logo voor], wat vindt u daar van?** Ja leuk, regenboog, mooi, strak, gewoon goed, gewoon houden. **Oké. En wat vindt u van de locatie waarop Independent Duinrand gevestigd is?** Ja top. **En waarom?** Ja die is gewoon top. Het is een gezellig, karakteristiek pand. De plaats en het pand vindt ik gewoon top. Voor iedereen is het te bereiken. Sfeervol omdat het ook in oud Rijswijk gevestigd is. Je kunt je auto in principe altijd kwijt, je kunt fiets kwijt, je brommer. Je kan ook lopend hier terecht. En als je hier geweest bent dan loop je naar de Herenstraat en kun je je boodschappen nog doen. Dus je loopt ook makkelijk naar binnen. En heel veel panden die op industrieterreinen zitten, daar heb ik ook niks mee. **Oké en als u nou een**

perfecte locatie zou moeten kiezen voor Independent Duinrand? Ja ik zou hier blijven. Om de redenen die ik net ook al noemde, het is gewoon een goede locatie en een mooi pand.

Oké, en wat is volgens u de doelgroep die Independent Duinrand wil aanspreken? Ja de doelgroep is natuurlijk heel breed, het hele segment van jong tot oud. Oud heeft soms wel een beetje problemen met de vernieuwingen. Dat is best heel lastig. **Hoe merkt u dat?** Nou dat hoor ik nu van oudere mensen die brieven thuis krijgen. En je kunt tegenwoordig eigenlijk niks meer zonder een computer. **Nee.** Maar voor iemand die 70 of 80 jaar is, gaat dat toch wel een probleem worden. **Ja.** En daardoor gaan er ook mensen weglopen. Dus je moet wel iets voor die mensen, die moet je wel helpen. En dan kan je wel heel simpel zeggen dat ze maar een computer moeten nemen. Maar zo werkt dat niet, die mensen ben je dan gewoon kwijt. En dat moeten ze wel even heel goed in hun achterhoofd houden, dat dat gaat gebeuren. Je kunt niet mensen zomaar dingen op gaan leggen, dat je dat moet gaan doen Want niet iedereen heeft een smartphone en niet iedereen heeft een e-mail adres. **Dus u zegt daar moeten ze wel even mee uit kijken?** Ja daar moeten ze echt mee oppassen. Want ik merk het om mij heen dat mensen daar problemen mee hebben. Kijk als je nog nooit een computer hebt, gehad dan is dat toch best wel lastig. En er blijven altijd mensen die je daarbij wel gaan helpen en dan moet je niet gaan roepen dat je een soort alleen recht hebt en dat de klant maar moet doen zoals Duinrand het wil. Want dat werkt niet. **Oké ik snap wat u bedoelt. Maar u zegt dus, de doelgroep is heel breed.** Ja ik denk het wel van een bromfietsverzekering tot noem het maar op. **En wat is volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** Ja dat ze echt onafhankelijk zijn. Dat je echt onafhankelijk advies krijgt, dat ze open, transparant en eerlijk zijn. **En hoe merkt u dat?** [denkt na] **Hoe is dat naar u gecommuniceerd?** Nou je kan in principe op de site zien welke maatschappijen ze vergelijken en wat ze kosten. En dan hoop je natuurlijk ook dat zij de goede maatschappij eruit hebben gehaald. Ik weet niet wat de een wel dekt en de ander niet. En ik wil niet alleen maar voor de beste prijs gaan. Ik wil gewoon voor het beste product gaan, kwaliteit staat voor mij voorop. Zelfs als ik boodschappen wil doen, ik kan de boodschappen bij de supermarkt doen maar ik kan ook gewoon naar de groenteboer of naar de slager gaan. En iedereen heeft dan zijn keus. **Oké en wat vindt u van de tone of voice die Independent Duinrand gebruikt in haar communicatie?** Ja wel grappig. Wel leuk. **Want u zei die teksten op de website die waren misschien nog een beetje kinderachtig?** Ja dat was een beetje kinderachtig. **Was dat bijvoorbeeld ook zo via de mail of via een ander medium?** Nee dat was wel anders. **En op welke manier anders?** Ja dat was wel iets professioneler, vond ik zelf. **Oké dus er zat wel een verschil in?** Ja daar zat wel een verschil in. **Maar nu is dat gat wel gedicht?** Ja nu is dat gat wel gedicht. Het is wel uit de kinderschoenen, laat ik het zo zeggen. **Oké en u heeft in het verleden een of meerdere polissen via ons afgesloten.** Ja klopt. **En wat vond u toen van de service tijdens het vergelijken, afsluiten en de nazorg?** Ja top, gewoon top. **Er ging niks mis?** Nee. Want als dat zo is dan hoor je dat wel van mij. **Ja oké. En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** [denkt na] Heb ik ooit schade gemeld? O ja pas nog. Mijn vader heeft schade gemeld. **En hoe heeft u dat toen gedaan, via de polismap of heeft u toen gebeld of gemaild?** Ja ik heb het aan Mandy gegeven, en Mandy heeft het verder afgehandeld. Dat ging gewoon hartstikke persoonlijk, dat gaat gewoon goed. **En wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** [denkt na] Ja contactmomenten. **Ja dan heb ik het over de mail, telefoon, persoonlijke communicatie.** Ja ik denk dat gewoon goed is, ik krijg regelmatig mails binnen en die lees ik vaak ook. Want ik vindt het ook wel heel erg leuk om een beetje op de hoogte te blijven. Ja ik denk gewoon dat het goed is, en ik krijg in principe voldoende informatie om op de hoogte te blijven. **Oké dus u vindt het aantal**

contactmomenten wel genoeg zo? Ja, nee dat hoeft voor mij echt niet meer of minder. Ik krijg regelmatig een nieuwsbrief dat je dan even doorleest en waardoor je op de hoogte wordt gehouden. Ja ik vindt het prima. **Oké en wat vindt u van de communicatie via de e-mail?** Ja gewoon goed. **Wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening van de e-mail?** Ja alles staat er gewoon in wat ik moet weten, en zo niet dan bel ik. Maar vaak staat wel alles er in. **Oké en de responstijd op de e-mails wat vindt u daarvan?** Jij bedoelt het terug reageren op e-mails? **Ja.** Ja die is gewoon goed hoor. Het duurt niet te lang of zoiets, nee. **Nee?** Maar sommige mensen willen gelijk antwoord als ze een mail sturen, ja dat moet je natuurlijk ook wel een klein beetje aan het bedrijf denken. Ik vindt zelf, als je binnen één of twee werkdagen gewoon reageert dan vindt ik dat netjes. **En dat gebeurt gewoon nu?** Ja dat gebeurt gewoon zo nu en dat is prima. **En volgt u Independent Duinrand ook via sociale media?** Ja niet zozeer. Want als je een telefoon hebt dan wordt je helemaal volgegooid met mails en gedoe en af en toe denk ik wel eens, ik vindt het wel goed zo eigenlijk. **Dus vanuit dat oogpunt denkt u ik volg ze niet want dan krijg nog meer meldingen binnen?** Ja ligt eraan, soms heb ik daar zin in en soms heb ik daar geen zin in, want er moet ook gewerkt worden natuurlijk. **Ja precies. En heeft u een digitale polismap bij ons?** Ja die heb ik. **En wat vindt u van de polismap op de website?** Ja goed en simpel. **Simpel?** Ja gebruiksvriendelijk. **En wat vindt u van de informatievoorziening van de polismap?** Ja die is wel goed denk ik. Ik denk wel dat daar genoeg informatie op staat. Want ik denk ook niet dat je die polismap helemaal vol moet zetten met informatie. Dat je niks meer hoeft te vragen. Ik denk dat je neer moet zetten wat van belang is en dat is voldoende. En ik hoef geen totale polisvoorwaarden erbij te hebben want die lees ik niet, want dat is mijn werk niet want daar heb ik mijn tussenpersoon voor. **Precies, dus u vindt dat er voldoende informatie moet staan wat voor de klant van belang is en de rest kan de klant gewoon vragen aan de tussenpersoon?** Ja inderdaad, ja kan je vragen. Ik ben geen tussenpersoon, een tussenpersoon moet uitzoeken wat belangrijk is voor mij, want die kent mij. Die weet wat mijn wensen zijn. **En vindt u de polismap op de website even gebruiksvriendelijk als op u mobiel?** Ja dat wel, ik kan er mee spelen dus ja. **Oké en heeft u wel eens gechat via de website met een van de adviseurs?** Nee. **Nee nog nooit?** Nee nog nooit. **Oké en via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Ja gewoon via mijn e-mail. **Gewoon via de e-mail?** Ja via mijn e-mail, dat vindt ik het makkelijkste. Omdat eigenlijk mijn e-mail vindt ik belangrijker dan dingen via Facebook of iets anders. Want als ik s'ochtends mijn Facebook aanzet en ik krijg 300 berichten voor me, dat kan ik gewoon niet bijhouden. **Nee precies.** Dan kan ik daar niet de belangrijkste uit halen, maar mijn e-mails lees ik allemaal want die vindt ik belangrijk.

Oké, en hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven? Een vechtersmentaliteit. **Een vechtersmentaliteit.** Ja. **En waarom?** Ja dat ze altijd doorgaan hoe zwaar het ook is, ze geven niet op. **Beetje ook dat moedige wat u eerder al noemde?** Ja precies dat moedige. **Oké en heeft u ooit direct contact gehad met een adviseur bij Independent Duinrand?** Hoe bedoel je dat? **Nou of u een keer direct met een adviseur contact heeft gehad over uw polismap of over een schade bijvoorbeeld?** O ja hoor. **En wat vond u toen van het gedrag van de adviseur?** Ja gewoon goed. **Oké en de service die de adviseur verleende?** Ja dat was ook gewoon goed. Ja heel simpel als ik wat wil weten dan krijg ik daar gewoon antwoord op. En dat is voor mij belangrijk. **En we hadden het net al even over die oudere doelgroep van Independent Duinrand, toen zei u dat ze daar mee op moeten letten dat ze die doelgroep niet allemaal dingen op gaan leggen, want dan zijn ze die ouderen kwijt. En wat vindt u dan van die manier waarop de verandering plaatsvindt van analoog naar digitaal?** Ja in principe het verloopt

wel goed, ze houden eigenlijk een klein beetje je handje vast om je er doorheen te loodsen en je te leren. In het begin vond ik het ook allemaal eng, ik snapte het ook allemaal niet. En door hulp kom je er toch uit en is het ook leuk, wordt je nieuwsgierig. En wil je toch mee met de tijd. Maar voor de rest gaat dat allemaal goed, want als je eenmaal weet hoe het werkt dan is het eigenlijk hartstikke makkelijk. Ik hoef geen briefje meer te schrijven en naar de brievenbus te lopen dus ja. **En wat kan er in de communicatie over die verandering nog verbeterd worden?** Ja ik denk dat je de klanten eerst persoonlijk moet benaderen en geen brieven sturen, want dat helpt niet. **Hoe bedoelt u persoonlijk benaderen?** Nou het is misschien een idee om die mensen, van wie je verwacht dat die er problemen mee hebben, om die te bellen, op kantoor uit te nodigen en het goed uit te leggen. Brieven sturen heeft vaak geen zin, die mensen lezen dat en die verscheuren de brief en gooien die weg. En die krijgen eigenlijk een beetje een naar gevoel daarvan. **En waarom denkt u dat ze daar een naar gevoel van krijgen?** Omdat die oudere generatie niet snapt wat er aan de hand is. En die hebben dan het idee dat ze niet meer welkom zijn, en daar heb ik voorbeeld van, van mensen van wie ik dat gehoord heb. **En wat zeggen die mensen dan?** Omdat die mensen het niet snappen. **Omdat die mensen het niet snappen?** Ja, nou moet ik in een keer een computer kopen en een e-mail adres hebben, ik moet helemaal niks. **Die willen dat niet?** Nee precies die willen dat helemaal niet. En die mensen willen ook niet speciaal de laagste premie, die mensen willen er ook wat extra's voor betalen. **Ja, dus die zitten ook meer op product dan prijs?** Ja die zitten meer op het product want die zeggen van waar praat je over? Ik snap dat de prijs in de massa wel heel erg belangrijk is, maar die doelgroep moet je toch koesteren. Want die hebben ons eigenlijk ook groot gemaakt. **Ja, dus u heeft gemerkt dat als ouderen die brief lezen dat ze dan voelen alsof ze iets opgelegd krijgen?** Ja precies, en die mensen kunnen natuurlijk ook heel makkelijk naar een andere toe gaan. Want er zijn natuurlijk nog steeds wel andere tussenpersonen die wel dat soort mensen aannemen. Je kan natuurlijk niet alles maar over één kam gaan scheren. Je moet er ook een beetje gevoel bij hebben. En dat proberen ze ook hoor, daar niet van. Maar ze moeten er wel voor waken. **Dus u stelt voor om ze hier uit te nodigen en het ze uit te leggen?** Ja leg het goed uit. **En dan denkt u dat ze daar wel meer begrip voor hebben?** Ja ik denk dat ze er dan wel meer begrip voor hebben. Ik heb datzelfde met mijn schoonouders, die hebben geen computer, is geen probleem. Toen heb ik tegen Duinrand gezegd dat ze de correspondentie via mijn e-mail kunnen doen, dan zorg ik wel dat het bij hun terecht komt. En dan neem ik wel mijn laptop of telefoon mee en dan kan je zien wat er gestuurd wordt. En dan leg ik ze ook uit dat je geen papierwerk meer hoeft te versturen, wat beter voor het milieu is en wat minder geld kost. En dat het tenslotte bij jou in je premie scheelt. En dan hebben ze daar al een stukje begrip voor en dan gaan ze het snappen. Je kan mensen die die leeftijd hebben niet zomaar even omdraaien en we gaan het nu zo doen. Dat zijn mensen die je niet zomaar de les kan gaan lezen. Daar moet je echt voor waken. **Oké duidelijk.**

Dan waren dat mijn vragen. Oké leuk. **Hartstikke bedankt voor uw tijd en medewerking.** Ja graag gedaan.

Verbatim respondent 7

Korter/langer dan 5 jaar klant: Korter dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-face

Nou oké laten we dan maar beginnen. Nou brand maar los. **Ik zal nog even het doel van dit onderzoek uitleggen. Ik wil met mijn scriptie in kaart brengen welk beeld de klanten van Independent Duinrand van het bedrijf hebben. Ik doe namelijk een imago onderzoek, dus vandaar dit interview.** Oké, wat voor studie doe je precies? **Communicatie.** Oké leuk! **Ja zeker.**

Nou gelijk dan maar de eerste vraag, komt het wel eens voor dat je aan je familie of vrienden vertelt waar je verzekerd bent? Ja dat komt wel eens voor, niet dat ik het uitgebreid vertel, maar als mensen er naar vragen dan zal ik het gewoon zeggen. **Oké en hoe omschrijf je Independent Duinrand dan?** Ik moet zeggen dat ik nog maar sinds kort via jullie mijn verzekeringen heb afgesloten, via mijn adviseur heb ik jullie naam doorgekregen. Dus ik zit nog maar sinds kort bij jullie. **Ja klopt, maar om het totaal beeld van de klanten in kaart te brengen wil ik ook mensen interviewen die korter dan 5 jaar klant zijn, vandaar.** Oh oké, ik snap het. En wat was je vraag ook al weer precies? **Hoe je Independent Duinrand omschrijft als mensen je vragen waar je verzekerd bent.** Het is nog niet voorgekomen moet ik zeggen. **Nee?** Nee, ik heb sinds drie weken een nieuw huis die het is ook echt heel pril nog. **Oh oké.** Ja en hoe zou het ik omschrijven, ja gewoon als goed. Ik heb goede ervaringen tot nu toe dus dat is allemaal prima. **Oké.**

Dan heb ik hier twee lijsten met waarden, eerst krijgt u van mij lijst één. [legt lijst één voor]. En het is de bedoeling dat je eerst even alle waarden goed doorleest. Dan kies je de waarde die je het meest bij het bedrijf vindt passen, die geef je dan een zes of een zeven volgens de schaal op de lijst. Vervolgens kies je de waarde die je het meest tegenstaat, dus die je nooit mee zou nemen in je omschrijving van Independent Duinrand. Die waarde geef je dan een -1. Is er geen waarde die je tegenstaat dan kun je de minst belangrijke waarde waarderen met een nul of een één. Oké. **Dus eerst de belangrijkste, dan de minst belangrijkste en de rest.** Oké dus er moet wel overal wat komen te staan? **Ja.** Oké. **En je mag hardop nadenken erbij.** Oké, dit zijn gewoon allemaal algemene waarden die gelden voor Independent Duinrand? **Het zijn standaard onderzoekswaarden.** Oh oké. **Het gaat er helemaal om hoe jij de waarden interpreteert, er is geen goed of fout, het is maar net welke waarden je bij het bedrijf vindt passen en in welke context je ze plaatst.** Het gaat er dus om wat ik bij het bedrijf vind passen? **Ja.** Oké. Wat vind ik van het grootste belang [leest lijst door en denkt na]. Zelfrespect, denk ik, die ga ik een zeven geven. **Oké en waarom?** Ik vind zelfrespect sowieso een heel belangrijk iets. Dat je sowieso respect voor jezelf hebt en respect kan geven of kan krijgen. En ik vind als je niet tevreden bent met jezelf dan is het een heel slecht begin van wat er nog moet komen. Dus dat vind ik wel heel belangrijk. **En waarom vindt je dat dan bij het bedrijf passen?** Nou ik denk dat elk bedrijf zichzelf moet respecteren, dat is een beetje moeilijk uitleggen denk ik. Ik denk toch dat zelfrespect in het algemeen ook de basis is van alles. Dus gewoon in het leven, maar ook als bedrijf zijnde als persoon, als sport team, dat is gewoon heel belangrijk. Erg belangrijk, het zijn wel mooie waarden allemaal. [leest lijst verder door en denkt na]. Goh dit is nog best lastig. **Ja het gaat er niet zozeer om welke waarden in jouw leven belangrijk zijn, maar meer welke waarden je bij het bedrijf vindt passen.** Ja oké ik snap het. Dan ga ik voor wijsheid, die geef ik een zes. **En in welke zin wijsheid?** Je zegt ik moet invullen wat ik bij het bedrijf vind passen. En als ik kijk naar een verzekeraar of naar jullie nu, dan denk ik dat wijsheid heel belangrijk is, ook om de klant goed te helpen en goed advies te geven. En nu moet ik min één doen hè? De minst belangrijke. **Ja klopt.** Jeetje. Ik vind het lastig om te waarderen, bijvoorbeeld als ik zekerheid voor gezin zie, hoe moet ik dat dan zien in relatie tot het bedrijf? **Zekerheid voor gezin?** Ja. **Ik mag natuurlijk niet echt sturen in het interview.** Nee dat snap ik, zekerheid voor gezin wat moet ik daar in godsnaam onder verstaan. **Nou sommige mensen zeggen, omdat ik dan verzekerd ben bij jullie heb ik op die manier zekerheid voor mijn gezin, zeg maar.** Ja oké op die manier. Volwassen liefde, dan maar. **Daar heeft u niks mee?** Ja in relatie tot het bedrijf is dat helemaal niet belangrijk natuurlijk. Dan vind ik zelfrespect, wijsheid en kundigheid en dat soort dingen, veel belangrijker. Zekerheid voor je gezin, heeft ook niet per se met dit bedrijf te maken. Want of je nou hier zit of bij een andere tussenpersoon, alle dingen zullen wel goed zijn waarom kies je dan speciaal voor dit bedrijf. Ja niet omdat dit bedrijf je zekerheid voor het gezin geeft, dat doen ze allemaal wel. Zo zie ik het. **Oké.** Geluk, een twee, het bedrijf zorgt niet echt voor je geluk. Maar ik denk dat je toch wel gelukkig kan zijn als je je nergens zorgen over hoeft te maken en je weet dat je verzekeringen

allemaal goed geregeld zijn. **Oké.** Zekerheid voor je gezin, een drie. Wereld in vrede een nul. **Een nul?** Ja in relatie tot het bedrijf wel ja. **Daar kunt u niks bij verzinnen?** Nee, ja je mag niet sturen dat weet ik. **Nee klopt.** Vrijheid, [denkt na]. Nou nog best lastig dit moet ik zeggen. [vult een drie in bij vrijheid]. **En hoe ziet u vrijheid dan?** Nou dat het bedrijf wel vrij is in de keuzes die ze maken, natuurlijk zijn ze nooit helemaal vrij. Maar dat ze geen dingen opgelegd krijgen van andere partijen. **Andere partijen?** Ja van verzekeraars natuurlijk wel, maar met andere zakenpartners of zoiets, dat ze doen wat ze zelf willen. En ik ben nog maar drie weken klant natuurlijk, maar ik heb wel zo het vermoeden dat dat zo is. **Dat ze doen wat ze zelf willen?** Ja, ik kan het ook fout hebben hoor maar dat vermoeden heb ik wel. **Oké.** Vriendschap, ja ik vind vriendschap in mijn eigen leven heel belangrijk, daar zou ik een zes of een zeven voor geven. Maar zakelijk, zijn vrienden niet belangrijk. Het is wel van belang om een goede relatie te hebben maar vriendschap niet. Dus ik zet die op een drie. Innerlijke harmonie, een vijf. **Dus die is wel belangrijk?** Ja toch wel belangrijk ja. **En in welke zin zie je dat dan, innerlijke harmonie?** Nou dat je een soort van rust hebt als je dingen goed geregeld hebt. **Oké ja, dus als je goed verzekerd bent dan geeft dat je een soort van rust?** Nou dan heb je een soort van rust inderdaad en dan hoef je je er geen zorgen om te maken ook. Als dat goed geregeld is, dan is dat goed voor je innerlijke harmonie. **Oké.** Plezier, ja een beetje hetzelfde als vriendschap, in mijn privé leven vind ik dat erg belangrijk maar op zakelijk vlak een stuk minder. Dus die krijgt een twee. Gelijkheid, een vier. **En waarom een vier?** Ja ik vind dat wel belangrijk. Ik zie het dan vanuit de klant meer. **Oké.** Dat ze de klanten wel allemaal gelijk behandelen want iedereen heeft tenslotte een verzekering nodig, welke portemonnee je ook hebt. **Oké.** Acceptatie, [denkt na] ja dat kun je vanuit verschillende punten bekijken natuurlijk. Een drie. **En vanuit welk punt heeft u het nu geïnterpreteerd?** De acceptatie tussen het bedrijf en de klant. Je wordt natuurlijk geaccepteerd als klant en als persoon, dus dat. **Oké.** Schoonheid, ja ook hetzelfde als geluk en plezier is niet erg van belang dus die krijgt een twee. Nationale veiligheid, mag ik ook nog een nul geven? **Ja u mag meerdere keren hetzelfde cijfer geven.** Oké dan doe ik een nul, want nationale veiligheid heeft niet direct veel met het bedrijf te maken. Comfortabel leven, hetzelfde als innerlijke harmonie. **Ja?** Ja. **Kunt u dat uitleggen?** Ja ook door goed verzekerd te zijn, kun je comfortabel leven. Je weet waarvoor je verzekerd bent, je weet wat je elke maand kwijt bent, dat sluit je af omdat je het kan betalen. Doordat alles goed geregeld is, heb je meer innerlijke rust en heb je een beter leven. Stimulerend leven, wat bedoel je daarmee? **Het is heel erg subjectief natuurlijk hè.** Ja. **[denkt na] Je kan comfortabel leven, maar stimulerend leven is dat je misschien meer gestimuleerd wordt om avontuurlijk te leven of om meer uit je leven haalt zo iets?** Daar kan ik weinig mee, tenminste ik heb daar weinig feeling bij zeg maar. Een beetje al nationale veiligheid, ik kan hier ook niks mee dus die zet ik op een nul. Gevoel van prestatie, ja wat moet je daar nou mee. **Vindt je dat het bedrijf een gevoel van prestatie heeft?** Ja het bedrijf moet natuurlijk wel presteren om in leven te blijven. Het is belangrijk dat het bedrijf presteert dat is ook voor mij belangrijk, dat ik dus verzekerd blijf. Dus ik zet die op drie, belangrijk. Vergeving, dat als ik niet betaal dat ik dat gewoon verzekerd blijf? [lacht hardop] **[lacht hardop]** Nee grapje natuurlijk. Net zoals een plezier en geluk, daar zet ik ook een twee neer. Het is wel belangrijk maar in deze zakelijke context niet. **Oké duidelijk.**

Dan heb ik nog een tweede lijst met waarden. Oh nee, is die makkelijker of niet? **Veel mensen vinden van wel.** Oh oké. **Het is weer dezelfde soort methode, dus eerst alles doorlezen, dan de meest belangrijke, de minst belangrijke en dan de rest.** Oké, deze is makkelijker ja. Dit is gewoon hoe jullie werkwijze is en hoe jullie de klanten behandelen enzovoort? **Nou dit is van dezelfde auteur en methode.** Oh oké, ja dit leeft wat meer zeg maar. Oké wat vind ik van het grootste belang? Eerlijkheid. **Eerlijkheid?** Ja. **En waarom?** Nou om een voorbeeld te geven, ik had toen gebeld hierheen en ik wist eigenlijk niet wat ik wilde hebben. En toen ben ik eerlijk en oprecht door de medewerker geholpen, die vertelde mij dat het misschien niet de goedkoopste optie was, maar dat het wel meer bij mijn situatie paste qua dekking. En dat vind ik belangrijk, niet dat mij het duurste pakket wordt aangesmeerd waar ik niets aan heb. Dus dat waardeer ik heel erg, als ik eerlijk geholpen wordt. [vult bij eerlijk een zeven in] En competent is ook belangrijk. Ik denk dat ik die een zes ga geven. Want je moet weten waarover je het hebt. **En dat hangt dan ook weer een beetje samen met die wijsheid in de vorige lijst?** Ja precies. Min één, moet ik gaan geven. [denkt na]. Dan zet ik die bij liefhebbend, dat vind ik niet belangrijk bij een bedrijf. All right, betrouwbaar, die geef ik ook gewoon een zes. Spreekt voor zich denk ik. **En waarom spreekt dat voor zich?** Ja als zij een advies geven mag ik wel hopen dat dat een betrouwbaar advies is. **Oké.** Behulpzaam, is ook erg belangrijk. Als ik een probleem heb of als er iets niet duidelijk is, dat ik dan kan bellen of kan mailen en dat ik dan gewoon geholpen wordt. Dus die geef ik ook een zes. Opgewekt, is belangrijk maar niet zo belangrijk dat als iemand niet helemaal opgewekt is, dat kan dat heeft iedereen wel eens. Dus ik zet daar een één neer. Onafhankelijk, dat vind ik wel belangrijk. Dat het bedrijf onafhankelijk is? **Ja.** Ik zet een drie

neer, onafhankelijk of niet, als ze het werk gewoon goed gedaan doen dan vind ik het prima. **Want u zei bij eerlijk dat u het wel belangrijk vindt dat ze u niet gelijk het duurste pakket aansmeren, dus dan zou je dat in zekere zin ook als onafhankelijk kunnen zien dat ze geen banden hebben met verzekeraars dat ze onafhankelijk advies kunnen leveren.** Oh op die manier, ja nu je het zegt. **Want Independent Duinrand is natuurlijk een tussenpersoon, die de distributie verzorgt van verzekeringen die door de verzekeraar aangeleverd worden.** Ja inderdaad. Nee ik zat meer te denken aan dat het bedrijf wordt overgenomen door een moederbedrijf of zoiets, dat ze dan afhankelijk zijn. Maar goed, ik laat die op drie staan. **Oké.** Ruimdenkend, zet ik een vijf neer. **En waarom?** Nou hetzelfde als behulpzaam een beetje. Ik heb iets in mijn hoofd en wil een pakket afsluiten en dan wordt er meegedacht. En dat heeft met behulpzaam te maken maar ook met ruimdenkend. Beleefd, dat vind ik sowieso, is naast in het zakelijke leven ook belangrijk in mijn privé leven. Dus die geef ik een zes. Als je beleefd te woord gestaan wordt dan geeft dan een prettiger gevoel dan als je afgekapt wordt of iets dergelijks. Vergevingsgezind, dat vind ik niet echt aan de orde, daar zet ik een één neer. Ik denk niet dat het veel voor zal komen. Beheerst, [denkt na] beleefd. **U koppelt dat aan elkaar beheerst en beleefd?** Ja ik denk dan bijvoorbeeld aan de telefoon, dat je de klant niet afkapt dat je beheerst iemand te woord staat en iemand niet opjaagt. Maar dat je de tijd neemt voor een klant. Dus dat vind ik wel belangrijk, ik zet daar een vijf neer. Moedig, hetzelfde als vergevingsgezind. **U vindt het bedrijf niet moedig, of kunt u daar geen oordeel over geven?** Ja ik weet het niet, wanneer is een bedrijf moedig? Ik kan mij daar even geen voorstellen van maken. **Oké dat kan.** [vult bij moedig een één in]. Creatief, creativiteit bij een verzekeraar. [denkt na]. Ik denk dat het bedrijf wel enigszins creatief moet zijn om voor het voortbestaan. En hoe dat dan gebeurt, dat weet ik ook niet precies. Maar ik denk wel dat daar een vorm van creativiteit moet zijn bij een bedrijf om te voorkomen dat je in een bepaalde sleur terecht komt. En dat is natuurlijk ook alleen maar weer voordelig voor de klanten. Dus die geef ik een drie. Zuiver, ja eerlijk, zuiver, betrouwbaar dat heeft allemaal wel met elkaar te maken. Zuiver zie ik ook als gezond. **Dat het bedrijf financieel gezond is?** Ja precies. Dus geef ik een zes. Gehoorzaam, ik denk dat je altijd als bedrijf naar de klant moet luisteren. Dus als de klant echt iets wil, dan kan je daar niet onderuit maar dat heeft dan ook weer in combinatie van behulpzaam te maken. En het heeft ook te maken met ruim denken en beleefd blijven. Ik zet er een vier neer, het is toch wel belangrijk maar ook weer niet het belangrijkst. **Ja oké.** Je kan wel gehoorzaam willen zijn maar als je ruimdenkend wil zijn en behulpzaam, dan kan je misschien toch wel de klant tegenspreken. Ambitieus, ik denk wel dat het bedrijf ambitieus moet zijn voor het voortbestaan. **Hetzelfde een beetje als creatief?** Ja inderdaad een beetje hetzelfde als creatief. En even keken die had ik een drie gegeven [denkt na]. Dan geef ik ambitieus een vijf. **En waarom is ambitieus dan belangrijker dan creatief?** Ja het begint bij het ambitieus zijn, als je niet ambitieus bent dan kan je ook niet creatief worden, denk ik. Als je niet verder wel of je niet andere dingen wilt ontplooien, als je dat al niet hebt, dan kan je ook creativiteit niet kwijt. **Ja.** Intellectueel, ook belangrijk. Ik twijfel tussen een zes en een zeven. Intellectueel geef ik een zes, dat vind ik een beetje hetzelfde als competent denk ik. Als je verstand hebt dan ben je competent. Logisch, logisch is in de zin van dat het niet te moeilijk is? Dat het niet te ingewikkeld allemaal is? **Ja dat kan.** Zo zie ik dat. **Oké.** Ja want op de site is het heel logisch, en begrijpelijk. Als je dat wil kun je dat aanklikken. Ja ik vind dit meer passen met betrekking tot hoe de website is opgebouwd of hoe het bedrijf is opgebouwd. Nou als ik denk aan de website vond ik het wel belangrijk, want toen ik die opende vond ik meteen dat het allemaal duidelijk en helder was neergezet. Dus die geef ik een zes, want dat vind ik heel belangrijk. **En dan heb je het meer over de logische opbouw van de website?** Ja de logische opbouw van de website en het bedrijf, ja dat wordt gewoon netjes allemaal neergezet. **Oké. Nou dat was lijst twee.** Oké [geeft lijst terug].

Dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Als je kijkt naar de concurrentie van het bedrijf, zou u dan een paar concurrenten kunnen opnoemen? Ja alleen Independer. **Oké en waarom Independer?** Omdat je daar mee doodgegooid wordt. Want ik heb toen bij mijn hypotheekadviseur advies gevraagd over woonverzekeringen, want toen zat ik even op Independer te kijken en ik vroeg mij af wat mijn adviseur dan zou adviseren. En toen zei mijn adviseur dat ik even op Independent Duinrand moest kijken, op jullie website. Ik had er nog nooit van gehoord, maar door mond-tot-mond reclame ben ik nu via jullie verzekerd. **Oké dus zodoende.** Ja zodoende ja. **Oké en als je kijkt naar Independer wat doet Independent Duinrand dan beter?** Ik vond de site heel erg helder. **Oké en bij Independer minder?** Ja ik had eigenlijk maar een vluchtige blik op de website van Independer geworpen en daarna ben ik meteen naar jullie site gegaan op aanraden van mijn adviseur en heb ik het eigenlijk meteen afgesloten. Dus ik kan nou niet echt iets noemen wat er beter is. **U kunt het niet echt vergelijken?** Nee die vergelijking heb ik niet echt gemaakt ook. **Oké. En misschien even voor de concurrentie in het algemeen dan, wat zou Independent Duinrand kunnen leren van de**

concurrentie? [denkt na] Tsja, misschien meer naamsbekendheid. **Meer naamsbekendheid?** Ja ik denk het wel. **Want u wist bijvoorbeeld niet dat wij bestonden?** Nee dat wist ik dan niet, en ja Independer zie je dan op de reclames en in bladen en dat hoor je dan van collega's. Dus ik denk dat het daarom goed is om wat meer naamsbekendheid te hebben zodat Independent ook wat meer gevonden wordt. Misschien dat dat een verbetering zou kunnen zijn. **En welke cultuur of sfeer vindt je dat er binnen het bedrijf heerst?** [denkt na] Jeetje **Als u bijvoorbeeld op de website kijkt of hier binnenloopt?** Ja gewoon een informele, goede sfeer en dat vind ik belangrijk. Niet te zakelijk, gewoon informeel en amicaal. Dat formele gedoe hoeft voor mij helemaal niet. Dan heb je ook het gevoel als je met iemand praat dat je met iemand op één lijn zit, dan heb je een fijn gesprek. En als je een fijn gesprek hebt gehad en diegene is behulpzaam en beleefd, dan ben je gewoon eerder geneigd om voor jullie te kiezen. Zo werkt het een beetje. En dat gun je dan ook op een gegeven moment, een bepaalde gun factor die dan mee gaat spelen. **Oké en als het bedrijf een persoon zou zijn, hoe zou je het karakter dan omschrijven?** [lacht hardop] **Wat voor eigenschappen vind je dat Duinrand heeft?** Het zijn hele moeilijke vragen, omdat ik alleen één keer een kwartiertje aan de telefoon heb gehangen met jullie, en voor de rest weet ik eigenlijk heel weinig nog van het bedrijf. Dus wat voor karakter? **Ja, je hebt vast wel een soort van beeld in je hoofd van het bedrijf, nu je ook hier binnen bent geweest.** [denkt na] Jeetje, wat voor soort persoon? Eerlijk, behulpzaam, ja wat ik belangrijk vind. Inderdaad wat je zegt je komt eigenlijk hier binnen en je komt blanco hierheen. En je kan ook een kantoor verwachten met echt een formele kantoor uitstraling, maar dat is meer een soort woonhuis in. En er heerst hier een gezellige sfeer, dus ik denk ook wel een gezellig persoon. **Oké. En welke karaktertrekken mag het bedrijf niet verliezen?** En dat gaat om de waarden die ik ingevuld heb? **Ja dat kan ook.** Nou in ieder geval het ambitieuze, vooral met de concurrentie je moet ambitie blijven tonen. Ze moeten vooral eerlijk blijven, eerlijk en oprecht. En behulpzaamheid is ook belangrijk. En het zelfrespect, jezelf respecteren en beleefd zijn tegen klanten dan krijg je altijd beleefdheid en respect terug. En dat zie je dan in de klanten die je erbij krijgt en ook via de mond-tot-mond reclame. **En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** [denkt na] Ja dat zou ik moeilijk kunnen zeggen. **Dus je kunt niet iets noemen dat je vandaag de dag nog zou willen veranderen aan het bedrijf?** Nee ik heb eigenlijk alleen maar goede ervaringen met het bedrijf tot nu toe. **Ja het is natuurlijk maar kortdag.** Ja als je over een jaar of drie of vier hetzelfde vraagt heb ik daar misschien wel een andere mening over, dat weet ik niet. Nee, moeilijk te zeggen, hier kan ik geen goed antwoord op geven. **Oké. En als je een leeftijd zou moeten geven aan het bedrijf?** Een leeftijd [denkt na]. **Dus niet zozeer hoelang het bedrijf al bestaat maar meer de leeftijd van de persoon Independent Duinrand.** Oh oké. Ja 30 denk ik. **Oké en waarom dertig?** Ja niet te jong, niet te oud, vol ambitie. Vol in het leven, ja je hebt toch wel al wat meegemaakt op je dertigste, je hebt wat levenservaring. Maar je bent ook niet meer helemaal afgeschreven. Je staat midden in het leven. **En dat staat het bedrijf ook vindt je?** Ja dat vind ik wel, ja. **Oké.**

We hebben bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen. Zo hebben we de mascotte, het logo en onze website. Dat zijn de drie belangrijksten. En nu vraag ik bij elk interview wat de klanten van die uitingen vinden. Je hebt ze vast al voorbij zien komen. Nou hebben we bijvoorbeeld onze mascotte, Leon de Kameleon, [legt kaartje met mascotte voor], en als je er zo naar kijkt wat vind je daar dan van? [denkt na] Wat ik van de mascotte vind? **Ja.** Nou de eerste ingeving is, vaag. **Vaag?** Ja vaag. **Oké en waarom vaag?** Ja. Ik kan het niet helemaal plaatsen. Een kameleon is toch een beest met verschillende hoedanigheden enzovoort? **Ja ze passen hun kleur aan, aan de omgeving.** Oké. Wat ik hier van vind? Tsja, vaag. Ik kan het niet helemaal plaatsen. **Dus je kunt niet de link leggen met de kameleon en het bedrijf?** Nee, in de eerste instantie niet. Nu je het zo zegt zou je er wat bij kunnen verzinnen, maar ik had uit mijzelf niet helemaal die link kunnen leggen. **En qua vormgeving? Puur visueel?** Ja daar heb ik ook verder niks mee. Het heeft kleurtjes, tjsa. **Oké dus het is een ding met kleurtjes en het is vaag?** [lacht hardop] Ja eigenlijk wel. **Oké.** Ik weet ook eigenlijk niet waarom ze überhaupt een mascotte hebben. **En we hebben ook nog het logo van ons bedrijf, [legt kaartje met logo voor], wat vind je daar van?** Ja een mooi logo, het valt op, het is helder je hoeft niet er niet twee keer naar te kijken om te begrijpen wat er staat. Je ziet het meteen. Dus ik vind het ook sterk logo. **En je zei dat je wel al een keer de website had bezocht?** Ja. **En wat vond je van de stijl en vormgeving van de website?** Ja heel goed. Mooi, helder en overzichtelijk. Je kon gelijk de verzekering aanklikken die je wilde en dan je gegevens invullen en starten met vergelijken. Dat was heel helder. **En wat vind je van de locatie waar we gevestigd zijn?** Ja apart. **Apart?** Ja. **En waarom apart?** Ja bij de winkels, het is eigenlijk een soort woonhuis. Het heeft ook wel iets, het heeft een huiskamer sfeer. Ik weet niet hoe het met de parkeerplaats zit, nu heb ik hier een plekje voor de deur weten te vinden. **Ja hierachter is een parkeerplaats.** Oh oké, ja ik denk dat het wel een redelijk goede, centrale locatie is ja. Tenzij je heel

veel klanten over de vloer hebt dan is het misschien anders. Maar ik weet niet of het met het openbaar vervoer te doen is? **Ja er zitten hier overal bus en tramhaltes in ieder geval.** Oh ja kijk dat is natuurlijk alleen maar voordelig. **En als je nou de perfecte locatie zou mogen kiezen voor het bedrijf?** Nou in deze hoedanigheid, deze beginperiode, denk ik wel dat dit de goede locatie is. Je moet niet of een of ander bedrijven terrein gaan zitten of zoiets. **Nee?** Nee dat moet je niet doen. **En waarom niet?** Ja dan wordt het weer zo formeel van. En je wilt eigenlijk wat informeler en persoonlijker de klant benaderen. Dat contact is denk ik belangrijker dan dat formele, niet alles hoeft heel strak.

En wat is volgens jou de doelgroep van het bedrijf, wie willen ze aanspreken? Ja aangezien jullie alles wel aanbieden qua verzekeringen denk ik zo vanaf twintig tot zestig. Eigenlijk heel breed, van huizenbezitters tot scooters en personenauto's. Ik denk dat dat de grootste doelgroep is en als je het eenmaal specificeert, dan denk ik dat je tussen de 25 en 35 zit. **En waarom?** Nou vooral voor de woonhuis verzekeringen. En ik denk dat de meeste mensen rond die leeftijd de huizenmarkt gaan betreden. **Oké en wat is de belofte of de boodschap die Independent Duinrand haar klanten doet?** [denkt na] **Als je de communicatie nu zo ervaren hebt, welke belofte hebben ze dan gedaan?** Dat er gewoon een goede verzekering is afgesloten en dat er ook gekeken wordt of alles nog naar wens is of het goedkoopste is. En dat sprak mij ook erg aan moet ik zeggen. **Oké en hoe heb je dat gemerkt?** Dat is mij verteld door de medewerker aan de telefoon hier en van mijn adviseur toen. Hij zei dat jullie heel transparant waren en dat jullie elk jaar kijken of mijn verzekeringen nog steeds het goedkoopst zijn, dus dat sprak mij wel erg aan. Dat je niet te veel betaalt. Dat heeft ook weer te maken met een stukje mee denken, ruim denken en behulpzaamheid te maken. **Oké en wat vind je van de tone of voice van de communicatie van het bedrijf?** Leg eens uit. **De manier waarop er gecommuniceerd wordt, is die bijvoorbeeld formeel of informeel?** Die is informeel en dat is goed vind ik. **En waarom?** Ja dat is gewoon heel persoonlijk, zo ben ik zelf ook dus dan vind ik dat het prettigst. **En je zei net dat je de service zo goed vond?** Ja. **En welke service was dat dan specifiek, was dat tijdens het vergelijken, afsluiten of tijdens de nazorg?** Tijdens het afsluiten eigenlijk. Ik had een bel verzoek ingediend, en toen werd ik binnen een half uur gebeld. En die persoon die had eigenlijk meegekeken op mijn scherm via de computer. En toen zijn we stap voor stap langsgegaan wat voor mij het belangrijkst is. **En dat was via dat schermdelen of niet?** Nee hingen allebei gewoon aan de telefoon en hadden allebei ons scherm open. **Oh oké.** Of nou ja het zou wel kunnen dat het wel schermdelen is geweest. Maar goed, de service was echt heel erg fijn. Want er waren gewoon dingen die ik niet snapte en ik wist niet welke opties ik moest kiezen. En als je die vragen hebt, dan kun je het ook niet meteen afsluiten dus als je dan met iemand aan de lijn hangt die met je meekijkt en alles uitlegt dan is dat heel fijn. **Dus u heeft het uiteindelijk online zelf gedaan maar met behulp van een adviseur?** Ja klopt. **En wat vind je van het aantal contact momenten met de medewerkers van Independent Duinrand tot nu toe?** Ja gewoon goed. Ja wat ik net zei, ik diende een terugbel verzoek in en ik werd gelijk binnen een half uur gebeld. En daarna heb ik nog een mail gestuurd om meer informatie, en toen kreeg ik een mail terug en dat was prima. Dus via de mail of telefonisch dat ging allebei gewoon goed. **Oké en via de mail werd er ook snel op gereageerd?** Ja zeker. **En wat vond u van de informatievoorziening via de mail?** Ja was allemaal prima. En de app vind ik trouwens ook erg goed. **Oh de polismap app bedoel je?** Ja de polismap. **En waarom?** Ja super handig, soms vraag je je af wat je ook al weer kwijt bent aan je verzekeringen en dan kun je snel even kijken. En schade melden zal er ook wel instaan? **Ja je kunt ook schade melden via je mobiel.** Oké gelukkig heb ik dat nog niet gedaan en heb ik er geen ervaring mee maar het is wel heel handig. Dat je gewoon ziet wat je bedragen zijn en waar je verzekerd voor bent en dat is wel fijn. Ik heb nu ook een rechtsbijstandverzekering via jullie afgesloten onlangs en die stond er ook binnen een kwartier op. Ja prima. **En je hebt die app op je mobiel maar bekijk je de polismap ook via de website?** Ja ik heb die app nu op mijn mobiel staan dus ik heb verder niet meer op de website gekeken. **En volg je Independent Duinrand ook op social media?** Nee dat niet. **En zit je zelf wel op social media?** Ja ik heb wel Facebook en dat soort dingen. Maar ik heb Duinrand nog niet zelf gevolg, misschien dat ik de pagina heb geliked op Facebook maar dat zou kunnen. Niet bewust in ieder geval. **Oké en heb je ooit gechat via de website?** Nee. **Oké en als je mocht kiezen, via welk medium zou je dan het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Via de e-mail. **En waarom?** Omdat ik dan altijd bewijs heb van contact en dat ik altijd kan terugkijken, dat is wel belangrijk. Ook op mijn huidige werk. Ik doe alles via de e-mail ook als iets telefonisch wordt bevestigd, dan vraag ik altijd om een e-mailbevestiging omdat ik dan alles kan terugzoeken. En als er dan problemen zijn of discussie dat je het altijd zwart op wit hebt.

Oké en we hadden het net al even over de leeftijd van het bedrijf en de karaktereigenschappen. Ja klopt. **En hoe zou je de mentaliteit van het bedrijf omschrijven?** [denkt na] Goede mentaliteit, ja ik heb daar niet echt een referentiekader voor of zoiets. Maar het lijkt mij wel dat de mentaliteit goed is. Dat het gewoon een ambitieus bedrijf is wat aan de weg aan het timmeren is volgens mij. Die gewoon stappen wil maken, dus met de mentaliteit zal het wel goed zitten denk ik. **Oké en je zei dat je ook direct contact gehad hebt met een adviseur?** Ja. **En wat vond je van het gedrag van die adviseur?** Ja perfect. **Ja?** Ja ik kan het niet anders zeggen. **En wat bedoelt u dan met perfect?** Nou gewoon beleefd, aardig, netjes, dacht mee, al die dingen die ik net op noemde die waren eigenlijk gerefereerd aan dat telefoongesprek. Want dat is eigenlijk het enige contact wat ik had. En dat heb ik als heel fijn en heel goed ervaren. Alles werd goed uitgelegd, kundig. En daardoor wilde ik die verzekering ook gelijk afsluiten. Dus dat heeft wel meegewerkt, als ik onbeleefd te woord werd gestaan of als diegene niet behulpzaam was, dan sluit is ook niets af. Als de adviseur het al niet weet, dan heb ik er weinig vertrouwen in. **Oké en ik weet niet of je het gemerkt hebt maar we zitten nu in een transitieperiode van analoog naar digitaal. We hebben natuurlijk de nieuwe website, de chatfunctie de digitale polismap noem maar op. Heb je iets gemerkt van die verandering?** Nee eigenlijk niet. **Oké nou dan kan ik daar verder niet veel meer over vragen. [lacht hardop]** [lacht hardop] Nee sorry. Ik zit even te denken wanneer ik nou contact had met jullie, maar volgens mij is dat alleen 12 en 13 april geweest. En daarna heb ik alles op mijn eigen houtje verder geregeld via de website. Toen heb ik trouwens nog wel een e-mail gestuurd naar Peter met een vraag en daar kreeg ik netjes antwoord op. En toen wist ik het verschil en toen heb ik de verzekering zelf online afgesloten. Dus er werd snel gereageerd op de e-mail, ik kreeg binnen een kwartier of een half uur een antwoord. Dus toen kon ik ook meteen weer schakelen om af te sluiten. Dus dat was erg positief.
Oké dan waren dat de vragen, dan zijn we er doorheen. Nou oké top. **Hartstikke bedankt voor je tijd.** Ja graag gedaan en succes nog met je onderzoek.

Verbatim respondent 8

Korter/langer dan 5 jaar klant: Korter dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-face

Ik zal nog even het doel uitleggen van het interview, ik wil met mijn scriptie namelijk in kaart brengen welk beeld de klant heeft van Independent Duinrand. Want ik doe een imago onderzoek dus dat heeft er heel veel mee te maken.

Eerste vraag, komt het wel eens voor dat u verteld aan familie of vrienden waar u verzekerd bent? Ja. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** [denkt na] Ja als een overzichtelijk bedrijf. Ze brengen heel duidelijk de kosten in kaart en ook welke vergoeding je kunt verwachten van de verzekeraar in dat geval. Dus wel een bedrijf waar je duidelijkheid krijgt van wat je als totaal plaatje hebt. **Oké dus overzichtelijk en duidelijk?** Ja precies. Dat is toch wel belangrijk, zeker als het over verzekeringen voor je huis gaat. **Oké dat is duidelijk.**

Dan heb ik hier twee lijsten met waarden, geef ik u eerst de eerste. En nu is de bedoeling, dat zal ik even uitleggen, er staan allemaal waarden op en het is de bedoeling dat u de lijst eerst even helemaal door leest. Daarna geeft u aan volgens de schaal daarboven [wijst naar schaalverdeling op de waardenlijst] welke waarde u het belangrijkst vindt of het meest bij Independent Duinrand vindt passen, dat mag u aangeven met een zes of een zeven. Daarna de waarde die u het meest tegenstaat met een min een, als er nou geen waarde is die u tegenstaat dan kunt u ook nog de waarde kiezen die u het minst belangrijk vindt en dan kunt u die een nul of een één, geven. Dus eerst de belangrijkste, dan de minst belangrijkste en dan mag u de rest invullen. Dus eerst wil je de zeven weten, wat het belangrijkst is uit het lijstje. **Ja precies, en het gaat er niet zozeer om wat u belangrijk vindt maar meer welke waarden u bij het bedrijf vindt passen of welke waarden u mee zou nemen in uw omschrijving van Independent Duinrand.** Dan geef ik nummer 15 een zeven, comfortabel leven. **Ja en waarom?** Omdat Duinrand er natuurlijk voor zorgt, doordat ze alles aanbieden niet alleen hypotheken maar ook schadeverzekeringen, dat je dus via een contactpersoon eigenlijk heel comfortabel in kan stappen dat je alles geregeld hebt en weet waar je aan toe bent. Dan ben je gewoon klaar om te gaan wonen om gewoon de plek te betreden. Dus daarom geef ik comfortabel leven een zeven. En dan wilde je nu de zes weten? **Ja er als nog een andere belangrijke waarde voor u tussen zit mag u dat doen, maar u mag ook de waarde aangeven die u het meest tegenstaat.** De zekerheid voor het gezin zou ik dan een zes geven, omdat je dan gewoon, wat ik net ook al zei, je hebt gewoon de duidelijkheid en de zekerheid dat als er wat gebeurt dat je dan via een contactpersoon dan kan aankloppen. En dat ze dan hier uitzoeken of dat onder je inboedelverzekering valt of onder een andere. Dan wordt dat opgelost. Dus dan heb je wel een stukje zekerheid. En dan wil je nog weten wat voor mij het minst belangrijkst is hè? **Ja meer welke waarde je niet zou meenemen in je omschrijving van Independent Duinrand.** Wat ik echt niet zou gebruiken is vergeving zeg maar, ik vind vergeving niet bedrijfsgericht. **Oké en waarom niet?** Het woord vergeving is wat je als persoon tegen over elkaar kan zeggen: 'Joh dat vergeef ik je'. Stel dat die aardige dame hier beneden zegt: 'Potverdikke ik heb wat fout ingevoerd', dat ik dan zeg joh dat is geen probleem vergeef ik je los het op en klaar. Maar als je het over een bedrijf hebt, vind ik het niet bij een bedrijf passen. Omdat je niet tegen een bedrijf kan zeggen: 'Oh je hebt de verkeerde verzekering gedaan nu krijg ik niks uitgekeerd, dat vergeef ik je'. Want zo werkt het niet. Dus die zou mij dan het meest tegenspreken in het rijtje, omdat het niet communicatief in een bedrijf past. **Oké.** Moet ik de rest dan ook nog invullen? **Ja.** Oké en dan moet ik kiezen tussen de nul en de vijf. **Ja of als u er nog een tegenkomt die u heel belangrijk vindt kunt u die ook een zes of een zeven geven.** Ja precies. Kijk, ze zorgen natuurlijk als bedrijf voor je geluk, want als jij goed verzekerd bent en er komt iets op je pad en je kunt het zelf niet dragen dan is het natuurlijk voor jou geluk dat je verzekerd. Dus dat is natuurlijk wel belangrijk maar niet van het grootste belang. Dus dat zou ik dan een vier geven. **Oké.** Ja de wereld in vrede, ja daar helpt het niet aan mee denk ik. Dus die geef ik even een nulletje. [denkt na] Nu moet je mij even uitleggen wat je met punt vier, zelfrespect, bedoelt. Bedoel je dan het zelfrespect eigenlijk alleen het eigen respect van het bedrijf of bedoel je het respect onderling tussen het bedrijf en de klant? Want zelfrespect kun je in deze wijze op twee manieren interpreteren. **Ja klopt maar het zijn hele brede begrippen en het is de bedoeling dat u de waarde waardeert hoe u de waarde opvat zeg maar. Dus er is niet echt goed of fout, dus het is maar welke van de twee interpretaties u het meest vindt passen bij het bedrijf.** Zoals ze communiceren is respectvol, alleen is het dan niet zelfrespect. Maar wel respectvol zoals ze naar de

klant toe staan en dat vind ik wel heel belangrijk. Terwijl het zelfrespect, of die dame die de telefoon opneemt nu zegt: 'Ik heb echt respect voor mijzelf'. Dat maakt mij niet zoveel uit. Dus als het om respect gaat richting de klanten dan vind ik wel belangrijk, dan zou ik het zeker een vijf geven. Dus die schrijf ik dan op. Maar wel met de kanttekening dat als het om zelfrespect van de medewerkers gaat ik het dus niet zo belangrijk vind. **Oké duidelijk.** Nou de vrijheid is wel belangrijk, dus die geef ik een drie. En dan zal ik je ook nog even vertellen waarom want dat wil je natuurlijk graag weten. **Ja.** Verzekeringen geven natuurlijk een zekere mate van vrijheid omdat je nergens meer aan hoeft te denken. Door wat ze communiceren omdat ze natuurlijk verschillende dingen aanbiedt, verschillende verzekeringen aanbiedt. Zorgen ze natuurlijk dat je dat stukje vrijheid hebt, dat als brand ontstaat dat je niet in zak en as hoeft te gaan zitten, letterlijk en figuurlijk. Maar dat je gewoon weet dat er wat wordt geregeld. En natuurlijk heb je dan je spullen niet terug, maar dan wordt er in ieder geval wel geregeld dat je door kunt en dat je dus die vrijheid hebt en niet gelijk aan de grond zit. Vriendschap, dat is een beetje als het zelfrespect in dat opzicht. Je merkt altijd in een bedrijf als je binnenkomt hoe mensen met elkaar omgaan. En net als dan die heer beneden die dan een lollige opmerking plaatst van: 'Zo gaan jullie helemaal naar boven'. Dan merk je dat er hier in vriendschap en gewoon met plezier en met veel interesse naar elkaar en met elkaar gewerkt wordt. En dat ervaart een klant. Dus wat dat betreft, dat heeft ook te maken met plezier. **Dus die waarden associeer je met elkaar, vriendschap en plezier?** Die associeer ik wel met elkaar ja, omdat je dus als je plezier en vriendschap niet in een bedrijf zou hebben, dan krijg je een bedompte, bedrukte sfeer in een bedrijf. En dan merken klanten gewoon dat ze daar liever niet zijn. Dat ze toch liever zoiets hebben van ik ga wel weer weg en ik regel het wel ergens anders. Dus dat is zeker wel heel belangrijk dat je dat als klant ook zo ervaart. Dus die geef ik allebei een vijf. De innerlijke harmonie, die pak ik dan even zoals ik hem lees, op het persoonlijke aspect. **Ja.** De innerlijke zorg per persoon zal mij een zorg wezen. Terwijl je samen met die innerlijke harmonie wel je uitstraling meegeeft. Dus afwegende geef ik een twee, omdat het niet heel belangrijk is. Maar wel weer heel belangrijk is om je plezier, vriendschap en openheid uit te stralen richting je klant die binnenkomt en die je te woord gaat staan. Dus daar is het wel weer van belang. Nou gelijkheid dat zit hier ook wel goed, of je nu klant bent of student of werknemer, ik heb ondertussen al aardig wat collega's hier gezien en dat gaat allemaal erg goed. Mag ik die nog een zes geven of niet? **Ja natuurlijk.** Omdat je elkaar wel met dezelfde waarden moet en kan behandelen en dan ook op dezelfde voet gelijk kan staan. En dat je niet het gevoel hebt dat je meer naar een persoon moet luisteren dan dat er naar jou geluisterd wordt omdat hij of zij er meer vanaf weet. Dat gevoel zeg maar. **Ja ik snap het.** De wijsheid, is belangrijk daar jullie de wijsheid dienen te hebben over de verzekeringen en de hypotheken. Dus die geef ik een drie, omdat jullie wijsheid natuurlijk wel het gene is waar het bedrijf op zal varen en moet varen. Anderzijds is het voor mij een drie waard, omdat het niet heel belangrijk is omdat je als klant ervan uitgaat dat die wijsheid er gewoon is. **Dat het gewoon vanzelfsprekend is?** Ja precies, dus het is niet zo heel belangrijk, want ik neem aan dat als een werkgever hier iemand aan neemt die wel die wijsheid heeft. Terwijl er natuurlijk ook bedrijven zijn waarvan we ondertussen weten dat de wijsheid er niet is maar dat ze wel pretenderen dat de wijsheid er wel is. Maar ik ga er vanuit dat als je dus een bedrijf binnen loopt en er een goed gevoel bij hebt, dat die wijsheid er dan ook wel is. Acceptatie die is ook belangrijk maar die geef ik een drie, want daar hebben we het een stukje terug al over gehad, dat je moet accepteren hoe iemand is en het ook op dat niveau verwoorden. Want je kunt met hele woorden naar iemand gooien die iets minder opgeleid is maar dat heeft helemaal geen zin. De volwassen liefde geef ik een nulletje, want die vind ik niet belangrijk. Schoonheid is altijd een discutabel dingetje. Qua schoonheid is de verzorging van het personeel maar ook de schoonheid van de tafels en de omgeving waar je zit voor een klant leidend. **Dus u betrekt het meer op de hygiëne en de netheid van het bedrijf?** Daar betrek ik het meer op ja en dat is wel heel belangrijk dus dan geef ik de schoonheid een vier. Want hoe het papier eruit ziet en hoe de tekstopbouw is dat is ook een soort schoonheid natuurlijk, maar dat is minder van belang als het maar gewoon duidelijk is. Nationale veiligheid, daar heeft een hypothekeer niet zo veel mee van doen, hooguit dat ze een verzekering voor derden afsluiten, een aansprakelijkheidsverzekering. Maar dan is het nog niet de nationale veiligheid. Dus die geef ik een nulletje. Stimulerend leven, ik denk wel dat je als verzekeringsmaatschappij wel degelijk een stimulerend leven kan bevorderen. Als je mensen goed adviseert en netjes onder elkaar zet waar ze aan toe zijn. Dat je niet mensen in zak en as kan zetten als ze bijvoorbeeld de gemeente belasting op de stoep krijgen, omdat ze daar op dat moment geen geld meer voor hebben. Dus ik denk dat je wel degelijk, als zijnde een verzekeraar en een hypotheek verkoper, dat je stimulerend leven wel echt in de hand kan hebben. Want als je iemand een hypotheek aansmeert, om het maar even oneerbiedig te zeggen, die eigenlijk de top vraagt van wat de klant kan, dan druk je iemand de grond in en kan iemand helemaal niet meer leven. Dus dat vind ik een vijf. Omdat je kan iemand helemaal de klote in kan helpen zeg maar. Denk maar even aan de hypotheken, die hypotheken, waar ze dus ik aan

verdient hebben. **Die woekerpolissen ja.** Ja precies. Nou ja daar hebben we van gezien dat je daarmee stimulerend leven kan inslaan. Gevoel van prestatie, ik denk dat dat meer voor de werknemers geldt hier. Want natuurlijk moet je verzekeringen verkopen maar niet tot het opdringerige. En ik denk dat het de mooiste waardering is, dat als een medewerker een hypotheek of een verzekering verkoopt en hij blijft niet aandringen, maar je laat de keuze bij de klant, en die klant zegt dan: 'Oké, ik vind dit wel een hele mooie deal'. Dan heb je als medewerker wel een gevoel van prestatie bereikt. Voor jezelf als zijnde een verkoper. Als een medewerker een klant heel erg pusht omdat hij zijn target moet halen, en dan de verzekering verkoopt. Dan denk ik niet dat een medewerker daar een gevoel van prestatie bij mag hebben. Want dan heb je meer opgelegd en opgedrongen dan dat iemand daadwerkelijk zelf kiest voor die verzekering. **Oké, dus dan staat het belang van de klant niet voorop volgens u?** Ja vind ik wel. Natuurlijk, de medewerkers hier zijn verkopers in de zin van het woord, maar verkopen betekent ook dat je de klant een keuze laten maken en de klant de vrijheid geeft om ja of nee te kunnen zeggen. Dus vandaar dat ik gevoel van prestatie een drie geef, omdat je gevoel van prestatie natuurlijk ook op een hele andere manier kan interpreteren. **Oké, ja duidelijk.**

Dan heb ik hier nog een lijstje met andere waarden. Dan mag u weer hetzelfde doen, dus weer even al de waarden doorlezen, eerst de belangrijkste waarde waarderen, daarna de minst belangrijkste en daarna de rest. Oké doe ik dat. Jij wel eerst weer de zeven weten hè? **Ja of een zes, of in ieder geval de belangrijkste waarde.** Ja precies. Ik denk zelf dat de betrouwbaarheid het belangrijkst is om ergens binnen te komen. **Oké en waarom?** Omdat als je een gevoel hebt van betrouwbaarheid dan kom je ook een stukje bij eerlijk terecht die dan dadelijk ook een zes krijgt. Maar zodra je vertrouwen kan hebben in een persoon tegenover je en in een product, dat is denk ik de 100% van wat je aan het doen bent. En is een product niet betrouwbaar, dan moet je ten eerste het product niet in je assortiment opnemen. Want dat zeggen ze hier ook: 'We hebben nog wel lagere rentes, maar die hebben we niet in het assortiment opgenomen want daar zitten gewoon te veel risico's aan. Op dat moment schep je de betrouwbaarheid omdat je weet dat er goed gekeken wordt naar het product en dat er voor jou als klant objectief gekeken wordt naar wat er handig, wijs en slim om te doen. En op dat moment is betrouwbaarheid de overliggende koepel van eigenlijk al deze waarden die er op het lijstje staan. Omdat het hele totaalpakket maakt dat het bedrijf betrouwbaar is. Nou eerlijk krijgt dan een zes zoals ik net al zei. Behulpzaam krijgt van mij een vijf. Want behulpzaamheid is het meedenken en het proberen te sturen van iemand die minder kennis heeft en er minder over weet, om hem toch de juiste kant op te sturen door alles onder elkaar te zetten en te adviseren en natuurlijk de uitleg geven die daarbij hoort. Opgewekt vind ik minder belangrijk, als iemand opgewekt is, is dat natuurlijk heel leuk het kan heel enthousiast overkomen, maar het heeft geen toegevoegde waarde tot het verkopen van een product. Je kan ook een schijn opwerpen met een lieve glimlach dan dat je daadwerkelijk opgewekt bent. Dus die geef ik een twee. Liefhebbend, vind ik niet zo belangrijk. Want of je elkaar lief hebt zal een ieder die een verkoper is een rotzorg zijn. Onafhankelijk, dan kun je de onafhankelijkheid van het bedrijf of de eigen onafhankelijkheid pakken. Als ik hem even zie vanuit het bedrijf. Dan is onafhankelijkheid wel heel belangrijk, maar is in verzekeringen en hypotheken nooit voor elkaar te krijgen want je blijft afhankelijk van een derde partij want je bent een tussenpersoon. Dus op dat moment is onafhankelijkheid helemaal niet belangrijk. **Nee?** Nee, want het gaat toch om wat die derden doen en dan kun je wel hoog en laag springen, maar als een verzekeraar nee zegt en de tussenpersoon zegt dat ze toch wat willen doen. Dan kan de verzekeraar zeggen: 'Oké ik kom je 10% tegemoet'. Maar meer gaat er dan ook niet gebeuren. Dus onafhankelijkheid is dan niet belangrijk. Als je kijkt naar het de kant dat je onafhankelijk bent en meerdere bedrijven aan kan prijzen, meerdere verzekeringen met elkaar kan vergelijken en daar dus de mooiste uit kan kiezen, dan is onafhankelijkheid wel weer heel belangrijk. Want op dat moment maak je een keuze wat je de klant gaat adviseren en dan is onafhankelijkheid wel heel belangrijk. Dus dan ga ik toch voor een vier. Maar geen vijf, want als je te onafhankelijk gaat denken, je opties gaat afsluiten voor klanten die ze wel willen weten en willen hebben. En dat is ook niet de bedoeling, dus in dat opzicht een vier. **Oké.** Nou ruimdenkend hebben we het eigenlijk al over gehad, dat is gewoon erg belangrijk dat je ruim blijft denken. Dus dat je ruim meedenkt met de klant maar ook meedenkt in de producten en in de marges die er in die producten zitten. Dus die krijgt een zes. Beleefd is natuurlijk een vijf, want als je een klant afsnauwt of je gaat zitten gapen tijdens een gesprek dan ben je heel snel klaar. Vergevingsgezind is eigenlijk net als in het vorige lijstje helemaal niet belangrijk, want het zal iedereen een rotzorg wezen. Heel lullig maar dat gaat dan weer op het aspect van je bent een klant en je bent een bedrijf en als een klant wat wil en een bedrijf gaat daar echt vol tegenin, dan jaag je die klant weg. En het is geen keuze, er zit geen vergevingsgezind tussen eigenlijk want je als je als bedrijf iets gaat doen omdat je bang bent je klanten kwijt te raken dan maar je beleid is je beleid.

Beheerst is wel weer een vier, want je moet wel netjes blijven tegen een klant. Moedig vind ik een twee. **En waarom?** Omdat je moedig tegenover sommige klanten moet gaan staan, omdat je anders niet doorkomt en niet bereikt wat je kan bereiken. In de keuze van de producten is het niet zozeer moedig maar is het meer uitzoeken welke producten het beste bij welke situatie passen. Daar is geen moed voor nodig dat is kennis. Daarom valt moed daartegen weer weg zeg maar omdat je dus op dat moment moedig en kennis niet met elkaar kunt vergelijken. Want kennis is wel heel belangrijk maar de moed niet. Die geef ik daarom een twee. Creatief geef ik ook een twee. **U vindt het bedrijf niet creatief of u vindt het niet van belang?** Ik vind het niet van belang. Het bedrijf is wel creatief want ze hebben de afgelopen jaren wel laten zien dat ze naast hypotheken ook verzekeringen goed kunnen en willen regelen. En ze zijn er ook creatief in om te proberen alles online te krijgen etc. Dat vind ik heel creatief, ik vind het alleen niet heel belangrijk. Ik vind het namelijk belangrijker dat ze naast de creativiteit ook echt richten op de klanten. Dat ze blijven pretenderen dat ze er voor de mensen zijn die al klant zijn en dan is de creativiteit van minder belang. Ik vergelijk het dan even met autoverzekeringen. Er zijn onwijs veel autoverzekeringen waar je online alles kunt regelen. Maar ik zit nog bij een autoverzekering waar je dus gewoon nog een formulier op moet sturen en even moet bellen omdat die autoverzekering er daadwerkelijk is voor de klanten. Terwijl degenen waar je alles online moet regelen, die vergeten de klant. Voor hun is de klant een getal en is de klant geld. En is het niet meer de klant die de klant moet zijn, waar je dus contact mee hebt en af en toe even terugkoppelt of alles naar wens verloopt. Zeker in het begin vind ik dat belangrijker dan de creativiteit. **Dus bij het online afsluiten dat het minder persoonlijk is?** Ik vind online afsluiten op zich prima, het geen dat je alleen krijgt als alles online gaat, dat ze vergeten dat er een klant achter zit. Ze vergeten het klantenaspect. Kijk maar ASR, die was altijd heel netjes in de terugkoppeling via brieven etc. ASR is natuurlijk doorgegaan naar een onderdeel van ABN en de ABN die is laks. En ik heb al afgelopen drie jaar tien keer gebeld met een klacht omdat ik dus extra wil aflossen etc. Maar voor hun ben ik een nummertje je wordt dus niet teruggebeld. Ze hebben zo iets van 'laat maar zitten'. En daar ben ik ook boos om geworden richting de ABN, omdat het voor mij om een hele hoop geld gaat, voor hun is het misschien een appel en een ei. Maar ik vind het belangrijk dat er gekeken wordt naar wat het voor die klant op dat moment betekent en niet dat het voor de verzekeraar maar €10.000 van de miljarden die ze verdienen. Dat persoonlijke dat vind ik veel belangrijker dan een stukje creativiteit in een bedrijf waarmee ze het wel makkelijker kunnen voor de klanten, maar met creativiteit zeker in deze huidige economie, vergeten ze te snel en te makkelijk die klant die erachter hangt. En daarom vind ik de creativiteit niet zo belangrijk omdat ik het belangrijker vind dat de klant de klant blijft. **Oké duidelijk.** Zuiver, vind ik daarentegen wel weer heel belangrijk, want zuiver kan je vergelijken met een stukje duidelijkheid met een stukje inzicht. En dan kom ik weer terug op dat stukje van dat eerste lijstje, dat het belangrijk is dat ze de uitleg geven die er achter formulieren zitten. Dus dat ze daarin zuiver zijn. Dat ze duidelijk aangeven wat ze doen, wat de klant ervoor krijgt en welk bedrag daar aan vast hangt en dat je dat per maand betaalt. Dat is een stukje zuiverheid, eerlijkheid waar je dus duidelijk schept richting je klant. Dat de klant weet waar hij aan toe is. Gehoorzaam vind ik niet zo belangrijk, want ik vind het ook wel belangrijk dat een bedrijf tegengas mag, kan en durft te geven. **Aan een klant?** Ja aan een klant. Want een klant heeft niet altijd gelijk, hij kan wel denken dat hij gelijk heeft maar op dat moment is het belangrijk dat je dus weer zuiver bent en dus duidelijk aangeeft wat er op formulieren staat en transparant bent. Dan ben je niet gehoorzaam, helemaal niet. Want je vertelt en de klant hoe het in de papieren staat maar dan geef je wel weer dat stukje duidelijkheid. Ben je namelijk gehoorzaam, dan kan een klant alles en dan zou het betekenen dat als je echt continue gehoorzaam bent, dat je de hypotheken gratis weggeeft, dat gaat niet lukken. Gehoorzaam vind ik dus niet zo belangrijk. Bekijk je gehoorzaam van een andere kant dat je dus luistert naar de klanten, als je dat op gehoorzaam interpreteert dan is het wel heel belangrijk dat je luistert naar de klant. Dus die geef ik een twee. Competent, daar heb ik altijd een beetje moeite mee met dat soort woorden. **Ja? En waarom?** Omdat competent afgeleid is van competitie en in hoeverre is een verzekering verkopen een competitie? **Maar als u het meer ziet in de trant van de bevoegdheid hebben om iets te doen of dat je meer de kwaliteiten in je hebt om een bepaalde taak te verrichten, los van dat wedstrijdelement?** Jij bedoelt competent meer in de zin van de competentie van de collega's die hier beneden zitten dat ze competent zijn om het juiste advies te geven. **Ja precies.** Dan is het heel belangrijk, want ze moeten het wel goed weten maar dat stralen ze dan ook uit. Dus als we het op die manier neerzetten dan geef ik het een zes. Ambitieus, vind ik daarentegen dan wat minder belangrijk als je het op dezelfde manier interpreteert als competent. Want dan zou de ambitie kunnen gaan worden dat je zoveel mogelijk verzekeringen en hypotheken wil gaan verkopen en dan gaat het weer meer richting het opdringerige. Het is natuurlijk wel belangrijk om ambitieus te blijven in je vak dus daarom geef ik een vier. Om te blijven zoeken naar de mooiste opties en mogelijkheden. Intellectueel, [denkt na] wat zullen we daar nou eens van zeggen. Intellectueel in de richting van kennis is

belangrijk, want dat gaat een beetje dezelfde kant op als de ambities. Dus dat zou dan ook een vier krijgen. Logisch krijgt van mij een vijf omdat het wel logisch moet zijn wat iemand vertelt aan een klant en dat het begrijpelijk moet zijn voor een klant. **Oké.**

Dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Als u kijkt naar de concurrenten van Independent Duinrand, kunt u er dan een paar opnoemen? Ja, Independent heeft natuurlijk als concurrent de hypotheekshop waar ze natuurlijk deels mee samenwerken maar dat is ook nog steeds wel een concurrent. Wat voor de rest ook een grote concurrent is denk ik is internet. Want alles op internet kan goedkoper, dat is natuurlijk ook de situatie waar we naartoe gaan want dezelfde verzekeringen die jullie hebben zijn via internet nou eenmaal goedkoper. Alleen mis je dan wel de persoonlijke controle dat het daadwerkelijk klopt. En dan is een foutje zelf snel gemaakt en zit je eigenlijk aan een probleem vast. Dus dat zijn denk ik de concurrenten die het meeste inspelen. Want de losse banken zijn voor een prijs vergelijkend bedrijf zoals Independent geen concurrent, want zij vergelijken niks zij hebben alleen hun eigen product. Dus dat zijn niet daadwerkelijk de concurrenten. **Dus echt de vergelijkers op internet?** Ja. **En u zei net, online heb je die persoonlijke controle niet.** Online heb je wel die persoonlijke controle want er zit iemand achter die website al die dingen te controleren. Het enige probleem is dus dat als jij hem zelf invult en je vult iets verkeerd in, dat je dan 9 van de 10 keer ook best wel aan een groot probleem vast zit. Want op dat moment zit je met iets opgezadeld en dat kan komen doordat je een kommaatje of een nulletje verkeerd hebt gezet. Maar op dat moment zit je wel met een probleem. En dan kan iemand achter de website wel zitten controleren, maar hij kan dan denken dat je in plaats van een huis, een zwembad wil kopen of iets dergelijks en dan heb jij opeens een heel andere hypotheek dan je in gedachten had. **Oké, en als u kijkt naar die concurrenten, wat doet Independent Duinrand dan beter dan de concurrentie?** Het adviseren en het klantencontact. **Oké.** Ik denk dat de meeste mensen het leuk vinden om via het internet een uitstapje te maken om eens te kijken hoe het werkt, maar ze komen altijd terug naar de winkels omdat ze het persoonlijke contact, de service, die missen ze. En zolang Duinrand dat blijft houden win je het van internet. **Ja, dus dat persoonlijke advies, dat de klant nog gewoon kan binnenlopen zeg maar?** Ja, waar je gewoon blind op kan varen. Want als je via internet kijkt dan krijg je een hypotheekwaarde en je weet niet waarop dat gebaseerd is want je vult drie bedragen in. Maar hier wordt overal naar gekeken, of het rendabel is en wat je maximaal kunt uitgeven aan een verzekering. **En in welke opzichten zou Independent Duinrand nog van de concurrentie kunnen leren? Wat doet de concurrentie beter dan Independent Duinrand?** Ik denk dat ze ervan kunnen leren om meer als prijsvechter in de markt te staan. Er zijn namelijk een heleboel verzekeraars die een bepaalde korting meegeven als je meerdere verzekeringen bij hun afsluit. Dat mis ik bij Independent Duinrand. En op dat moment heb je natuurlijk wel een stukje extra klantenbinding, wat als je die korting aanbiedt zijn klanten veel minder geneigd om op internet te kijken voor een goedkopere verzekering. Want op dat moment, zijn de prijzen minder vergelijkbaar. Want bij Ohra krijg je bijvoorbeeld bij je tweede verzekering twee procent extra korting, bij je derde verzekering drie procent korting enzovoort, maar je ziet alleen maar een totaal prijs, je ziet niet wat je voor welke verzekering betaalt. En dat maakt Ohra minder vergelijkbaar met andere verzekeraars. En ik denk dat Duinrand daar nog wel wat van kan leren, dat ze voor de klantbinding en het aantrekken van klanten ook iets mee doen. En dat ze heel tactisch net als Ohra de verzekering steeds een stapje duurder maken om die korting te kunnen geven. Maar op dat moment ben je niet vergelijkbaar en dat zijn ze nu wel. Want nu is iedere verzekering een losse verzekering en weet je direct wat je voor elke verzekering betaalt en wat je terugkrijgt in geval van schade. Want als je alles bij Ohra invult kom je op minder uit dan wat je bij Duinrand betaalt. **Precies ja.** En dan is het dus heel vergelijkbaar en makkelijker voor een klant om over te stappen. En dan verlies je dus van het internet. **Dus eigenlijk zeg je, je moet het product niet vergelijkbaar meer maken met de rest zodat de klant ook niet overstapt?** Ja precies, want je kunt wel een totaal prijs vergelijken maar dan heb je de overweging wil ik persoonlijk contact en wil ik weten dat als ik iets heb dat het geregeld wordt of wil ik de laagste prijs bij een internetbedrijf en dan hopen dat als er brand uitbreekt en ik bel ze dat er wat gebeurd? En dan kiezen mensen weer voor het persoonlijk contact, want dan is het persoonlijk contact maar drie of vier euro duurder bij dezelfde verzekering. En dan maak je jezelf vergelijkbaar en geef je jezelf een voet in de markt. **En welke cultuur of sfeer vindt u dat er heerst binnen het bedrijf? Binnen Independent Duinrand?** Een hele rustige, warme sfeer, gewoon ons kent ons. Alsof je bij elkaar op visite komt eens in de zoveel tijd. **Oké en als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou je het karakter dan omschrijven? In welke eigenschappen?** Ja, [denkt na] ik denk dat het een warm, vriendelijk maar betrokken persoon is. Omdat hij is er als je hem nodig hebt, hij probeert ook op de juiste manier je te informeren. Dus dat is zeg maar de betrokkenheid die je verwacht echt het adviserende als een soort vaderrol. **En welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Dat

warme gevoel mogen ze niet verliezen. Want als ze gaan vergeten om de klant te contacteren en de klanten te benaderen en af en toe een mail eruit te sturen van we zijn er nog en we hebben een nieuw product. Als ze daarmee stoppen, dan kan een klant beter naar het internet. Want dan is het wij-gevoel weg. En dan is het alleen nog maar het ik-gevoel. En het het ik-gevoel heb ik ook op internet, want dan vul ik het in en dan is ik klaar. [lacht hardop] **[lacht hardop]. En welke karaktertrekken mist Independent Duinrand nog?** Het strijdvaardige, om daadwerkelijk verzekeringen aan te bieden die misschien wel drie of vier euro in een pakket van vier à vijf verzekeringen duurder zijn dan bij een Ohra, maar wel een soort gelijk klantbindingskorting geven zoals die andere internetbedrijven ook doen, maar dan een vergelijking met een pand waar licht aan moet en waar mensen zitten ten opzichte van een internetbedrijf is altijd iets duurder. En dat is ook goed, maar op dat moment heb je als klant wel het gevoel dat zo'n kantoor jou als klant wil behouden. Kijk naar de ANWB, als je een jaar lid bent krijg je een zilveren pas, als je twee jaar lid bent krijg je een bronzen pas. Dat soort kleine dingetjes, daarmee kan Duinrand zich strijdvaardig op gaan stellen en klanten binden. En dan ook zo binden dat die klanten ook tegen andere mensen kunnen en gaan vertellen dat het wel wat duurder is maar dat je bij Duinrand wat krijg wat je nergens anders krijgt. En dat is wat ze moeten doen, vind ik, denk ik. **En welke karaktertrekken moet Independent Duinrand vandaag de dag nog veranderen?** Dat wat ik net zei, dat strijdvaardiger maken van het bedrijf. Daar moeten ze eigenlijk gewoon mee beginnen. Daar kunnen ze ook echt winst uit behalen. **En als u de persoon Independent Duinrand een leeftijd zou moeten geven, welke zou dat dan zijn?** Ja dan zal hij rond de 45/46 zitten ongeveer. **En waarom?** Het is een wat wijzer persoon die zijn ervaring uitdraagt en dat lukt niet als je twintig of 21 bent. Die de kennis heeft om klanten te contacteren en te binden. **Dus het is dan meer op ervaring gebaseerd die leeftijd?** Ja. Want Duinrand bestaat al wat langer dan vandaag en maakt ook gebruik van zijn ervaringen en van de kennis en de kunde die ze hebben. En ik vind niet dat ze dat mogen verliezen. En als ik een lagere leeftijd zou zeggen hebben ze niet die kennis, kunde en ervaring denk ik.

We hebben natuurlijk bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen, zo hebben we onze mascotte, het logo en de website natuurlijk. Dat zijn een beetje onze drie paradepaardjes om het zo te zeggen. Dus nu heb ik hier kaartjes, u heeft deze al vast een keer gezien [legt kaartje met mascotte voor] maar ik vraag aan alle klanten wat vind je hier nu eerlijk van? Als u hier nou naar kijkt, wat zijn dan uw eerste ingevingen? Wat ik leuk vind is dat ze een kameleon gebruiken in het logo omdat ze zich als kameleon door de markt heen proberen te manoeuvreren door steeds wel mee te gaan met verschillende situaties en die situaties ook te laten zien aan de klant. Nou en een kameleon gaat natuurlijk onzichtbaar te werk door het zoeken van de info maar laat zich daarna natuurlijk wel zien om te presenteren wat hij heeft gevonden en waar hij een prijsvechter in wil en kan zijn. Dus dat vind ik leuk dat ze dat dus op die manier visualiseren. **En dan heb ik natuurlijk nog het logo [legt kaartje met logo voor] wat vindt u daar van?** Ik vind het een leuk logo, het trekt de aandacht zeg maar, dat wel. Ik vind het voor de rest een beetje weinigzeggend. **Weinigzeggend?** Als ik namelijk nu Independent Duinrand zou zie staan dan, en je kijkt op het internet dan kom je dit soort ideeën heel veel tegen. Wat ik mis is dat ze bijvoorbeeld iets specifieks hadden gedaan met een van de n'en, waardoor je eruit springt. Bijvoorbeeld een bladzijde van een boek die je daarin verwerkt, in noem maar iets, in zo'n n bijvoorbeeld van wij vergelijken de handel. Dat is wel wat ze doen maar dat springt hier niet uit. Het is wel een vrolijk opvallend logo, maar ik mis de boodschap in het logo dat ze vergelijken. **Oké duidelijk. En wat vindt u van de look & feel van de website?** Daar ben ik nog niet geweest, want ik kom gewoon gezellig hier naartoe. Dus ik heb zelf niet gekeken. Ik heb wel op internet gezocht naar informatie over verzekeringen of hypotheken maar daarna kom ik hier naartoe. Dan neem ik gewoon contact op met dit kantoor, en dan heb je heel die website niet nodig. Want een website is leuk, kan informatie geven maar de informatie die ik nodig heb, het telefoonnummer enzovoort, dat weet ik al. Dus dan heb ik de website niet meer nodig. **Dus u heeft de verzekeringen niet online afgesloten?** Nee telefonisch en via de e-mail. **Oké, en wat vindt u van de locatie waar Independent Duinrand gevestigd is?** De locatie is goed, het enige waar ze voor op moeten passen is dacht ik de afgelopen vijf jaar drie keer van locatie heb moeten wisselen, qua verhuizing van het bedrijf. Dat ze een andere positie krijgen, van Den Haag naar een andere plek in Den Haag en nu naar Rijswijk. En ik denk dat ze daar voor op moeten passen dat ze niet te vaak gaan verhuizen. Qua wisseling van het personeel kun je daar weinig aan doen, want ik heb al ondertussen van zestien mensen in vijf jaar een kaartje. En dat vind ik veel. Daarmee verlies je dat de klant de klant is. En het nadeel is dus dat er vanuit jullie steeds gebeld moet worden dat jullie verhuisd zijn en dat jullie willen kennismaken. Op dat moment wordt je als klant op een soort van afstand gezet omdat ze niet van te voren aangeven dat ze gaan verhuizen maar dat gebeurd achteraf. En dan geef je eigenlijk aan: 'Sorry klanten we hadden jullie eerder moeten informeren maar

dat hebben we niet gedaan dus we lossen het nu op'. En ik denk dat ze voor op moeten passen want ik denk dat ze daar klanten op verliezen. Omdat je op dat moment, hetzelfde als internet, je bent niet meer bereikbaar en er is niemand en je rekent wel af. **Want hoelang bent u al klant?** Sinds 2007. **Oh oké. En toen zijn ze zoveel verhuisd?** Eerst zaten ze in Den Haag bij de rotonde in Wateringen. En daarna zaten ze ergens ik weet niet waar dat was ik had gelukkig navigatie. Daar heb ik een heel gezellig gesprek gehad toen hebben we het ook nog gehad over de omzet van ASR polis, want die polis is veranderd als ik mij niet vergis in 2010. Naar aanleiding van de woekerpolissen was dat. Dat heb ik toen in een ander filiaal gehad. En nu zit ik weer hier. En als ik dan iemand probeer te mailen die dat in 2010 voor mij geregeld heeft, dan krijg ik een mail terug dat ze er niet meer zijn, dan krijg ik een out of office reply. Maar daar houdt het dan ook op en dat is niet wat je verwacht. **Nee precies.** Je verwacht als klant dat je mee verhuisd, en jullie verwachten dat als klanten verhuizen ze een verhuisberichtje sturen zodat je de gegevens bij kan werken. Anderzijds verwacht een klant ook dat als jij verhuisd ze ook een verhuisberichtje krijgen. En dat is er niet. Want ik heb drie keer geen verhuisbericht gehad. En dat is wel jammer want ik heb wel drie keer een telefoontje gehad dat jullie op een nieuwe locatie zitten en dat jullie weer opnieuw kennis wilden maken omdat er ook ander personeel was. En dat vind ik dan wel weer leuk, maar je mist het bericht vooraf. **Ja ik snap het. En als u een perfecte locatie zou mogen kiezen voor Independent Duinrand?** Dan denk ik dat je lekker moet blijven zitten waar je nu zit en niet weer moet gaan verhuizen. En zorgen dat mensen je weten te vinden. **Dus dat het pand er blijft en dat mensen over 5 jaar nog weten..** Ja van daar zitten ze, of ze sturen een kaartje over een jaar over drie dat je verhuist bent. Ik zou niet komend jaar gaan verhuizen, want dan weten mensen je weer niet te vinden. En dat zou gewoon heel zonde zijn. Want ik denk dat mensen die dus bij een kantoor aankomen waar niemand meer zit en ze weten daar niks vanaf, dat die wel iets anders gaan zoeken. En dan is internet een winnaar, want die gaan niet weg. **Nee precies.**

En wat zijn of wat is volgens u de doelgroep of doelgroepen van Independent Duinrand? Waar richten ze zich op? De hoofddoelgroep is hypotheek, een bijkomende doelgroep waar ze mee willen starten, of althans waar ze startend mee zijn is verzekeringen. Ik denk zelf dat ze verzekeringen grootser aan kunnen pakken. **Ja?** Ja. **Nu is het wel zo dat de hypotheken worden gedaan door De Hypotheekshop en dat bedrijf zit er een beetje aan vast dat is dus niet Independent Duinrand. En wat wij doen is alleen maar schadeverzekeringen.** Klopt, klopt. Maar ik denk doordat het bij elkaar zit dat je daar ook wel gebruik van kan maken. **Hoe bedoelt u?** Ik denk dat je qua data bestand, dat als iemand een hypotheekgesprek heeft dat je dan best aan kunt halen, of die klant kunt doorverwijzen naar de schadeverzekeringen. **Ja dat De Hypotheekshop ook wel hoor.** Nou dat hebben ze de vorige keer bij mij niet gedaan. **Oh niet?** Nee, dus dat vind ik dan een gemiste kans. **Ja.** Want ik heb hier nu mijn schadeverzekeringen voor mijn woning nu, maar wat zou er in veranderen als ik een ander huis koop? Het zijn maar kleine dingen waarvan ik denk dat je daar grootser in, daar kan je meer in uitpakken. En op dat moment is het net een winkel, dan kun je bij verkopen. Je kunt een verzekering erbij verkopen, en dan in combinatie met die pakket korting, nou dan heb je het gedaan dan heb je de klant binnen hoor. En dan loopt het, en dat is het geen starter meer met verzekeringen dan is het gewoon een lopende business. Voor jullie ook leuk, voor de klant ook leuk. **En wat is volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** De belofte is dat ze secuur en ook nauwkeurig omgaan met de dingen die ze aan jou verkocht hebben. En daar bedoel ik mee dat ik als klant er vanuit ga, dat als ze een verzekeringspakket hebben gevonden dat bij mij past en dat aan mij verkopen dat ze dan ook steeds blijven kijken of een ander pakket misschien nog wel beter bij mij past. En dat ze dan aan de bel trekken. Dat is de belofte die zij gemaakt hebben. En waarvan dan wel de vraag is of ze het waar gaan maken, maar waarvan ik wel verwacht dat het gebeurt. Omdat ik het belangrijk vind dat ik straks niet te veel betaal. Want wij hebben bijvoorbeeld al 25 jaar internet op de zaak en we betaalden eigenlijk drie keer meer dan als we nu datzelfde internet opnieuw zouden afsluiten. Op dat moment vind ik dus dat ze het in de gaten moeten houden, en dat is ook de belofte die ze maken. **Oké, en op welke manier heeft u dat gemerkt of is dat naar u gecommuniceerd die belofte?** Dat is een beetje een gevoel dat ze hier scheppen. Dat ze ervoor zorgen dat je van een goede verzekering gebruik kan maken. En op dat moment geven ze ook het gevoel dat ze het in de gaten houden en dat als er wat verandert of er komt wat bij, dat ze mij dan informeren. Dat wordt ook zo gezegd aan de telefoon en dat moeten ze waar maken. **Oké.** En dat is ook goed want dan zeg je tegen een klant: 'Je loopt nooit achter de feiten aan als er wat veranderd, dan weet u dat. **Oké, en wat vindt u van de tone of voice die Independent Duinrand gebruikt in haar communicatie?** De brieven zijn soms wat aan de klassieke kant. **Ja?** Ja. Ze zijn duidelijk, behalve dat je het idee hebt dat er een overkoepelend bedrijf met je communiceert in de brieven. **Hoe bedoelt u dat?** Het is meer dat de brieven meer wat afstandelijk zijn en is niet zo

zoals je normaal het contact hebt via de mail of de telefoon. In de mails schrijven ze: 'Beste meneer Boot' en in de brief wordt dat al gelijk: 'Geachte heer'. **Dat vindt u een beetje raar?** Ja dan denk ik jongens dat was uit de prehistorie. Dan probeer je een persoonlijk bedrijf te zijn, probeer dat dan ook mee te nemen in de mailings of de dingen die je daarmee aansluitend probeert op te pakken. Dat je daadwerkelijk ook de voornaam van een klant gebruikt in de communicatie. Dat als een klant dan binnenkomt hier dat je hem dan bij zijn voornaam aan kan spreken. Doe dat dan ook in die brief denk ik dan, want op dat moment voel je wel dat ze je nog kennen. En als ze zeggen: 'Geachte heer Boot', dan denk ik je wie heeft die brief geschreven? **Dus u vindt wel dat er een groot verschil zit in de communicatie via de brieven en de mails en telefoontjes?** Ja want natuurlijk zijn er heel veel mensen die 85/86 zijn en die graag aangesproken willen worden met 'Geachte heer'. Dat snap ik ook heel goed. Maar ik denk dat je in de tegenwoordige tijd zoals dat nu kan dat je in mailing programma's kan selecteren op leeftijd, voornaam. En dan zorg je dat je die voornaam ook in de brief gebruikt. Dat ik een brief krijg met 'Beste Ronald, we hebben een nieuw product' in plaats van 'Geachte heer Boot'. Ja dan hoor ik gelijk al die afstand in die brief. **En wanneer kreeg u die brief?** Een hele tijd geleden al. Maar die heb ik toen weg gedaan. Want ik denk je als ik wat wil weten bel maar of mail maar dan hoor ik het ook wel. Of ik stuur zelf een mailtje waarin ik vraag naar dat nieuwe product. En dan hoor ik het ook wel, maar wel op de informele manier. **Precies, en dat vindt u fijner?** Ja, want die mails worden ook allemaal opgeslagen hoor. En ik vind dat als je hier binnen loopt dat is de begroeting informeel en dan gaan ze opeens in een brief formeel doen, dan heb ik echt het idee dat er een overkoepelend orgaan iets aan het sturen is. **Dus ze moeten wel eenduidig zijn?** Ja. **En wat vindt u van de service van Independent Duinrand? Want u heeft natuurlijk een verzekering ooit vergeleken als het goed is, afgesloten, prolongatie, hoe ging dat allemaal?** Ja dat ging erg goed. Ik heb dat allemaal netjes per mail en telefoon gedaan. De eerste zet was vanuit hier, dat Astrid heeft ze volgens mij of niet? **[denkt na] Ja Desiree denk ik?** Ja want die zit nu ook beneden of niet? **Ja.** Oké dan zal Desiree toen gebeld hebben, die heeft mij toen gebeld. Astrid was waarschijnlijk de vervangster toen zij met haar studie bezig was. **Ah oké.** Maar zij heeft toen gebeld met de boodschap dat ze ook verzekeringen deden. Toen heb ik daar informatie over opgevraagd en toen heb ik dat vergeleken. En toen heb ik ook gezien, want toen zat ik ook bij Ohra die dus wel vier à vijf procent korting geeft. En ik vind het ook niet erg om hier wat meer te betalen want ik weet ook wat ik er hier voor krijg. Maar op dat moment werd er gezegd dat het goedkoper zou zijn dan mijn eigen verzekeringen terwijl ik nu 3 euro meer betaal. Nu maakt mij die drie euro niet zoveel uit maar daar ging al een koppeling fout, want ze waren die korting van de Ohra vergeten mee te rekenen in de vergelijking. Dat is dan jammer want dan moet je eigenlijk als Duinrand aangeven dat je die korting niet biedt maar wel een kantoor hebt en dat het daardoor wat duurder is. Maar voor de rest heb ik alles netjes via de mail gekregen, alle statussen van wat er maximaal gedeclareerd kan worden en wat waar bij hoort. Dus wat dat betreft gewoon een heel compleet pakket. En toen was er vergeten om bij een verzekering er iemand bij te zetten. Maar toen heb ik even een mailtje gestuurd daarover, en twee uur later lag het goede document gewoon in mijn mailbox. **Dus de responstijd was wel goed?** Ja dat gaat gewoon echt goed, dat gaat super. En daar kunnen jullie gebruik van maken want mensen willen daarvoor betalen als ze weten wat er gebeurt. Maar ze willen er niet voor betalen als ze het niet weten, want dan kiezen ze voor de goedkoopste optie en dat is dan niet Duinrand. **Heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Nee. **Nee? Oké. Dan kunnen we die overslaan. U zei net al het contact via de mail ging best wel snel en ik ben altijd goed geholpen en wat vindt u dan van het aantal contactmomenten met de medewerkers?** Ik vind het belangrijk dat ze jaarlijks wat van zich laten horen, zeker in de trant van de verzekeringen. Bij de hypotheken heb ik alleen contact als ik zelf contact opneem. Maar ik denk dat het belangrijk is zeker met betrekking tot de verzekeringen dat er jaarlijks even een briefje uitgaat. Zodat mensen van je blijven horen. Want mensen die hebben een verzekering lopen, die betalen maandelijks die zien maandelijks dat het bedrag wordt afgeschreven. Maar ze zien op den duur niet meer bij wie het wordt afgeschreven, ze zien alleen bijvoorbeeld die €21,50 die wordt afgeschreven. Op dat moment gaan ze dan toch weer naar het internet omdat ze de binding met het bedrijf kwijt zijn en alleen maar op prijs gaan zitten. **Maar dat mist u zelf ook als klant? Dat u een keer geen brief had gekregen dat u een jaar niks hoorde?** Nou ja ik heb een paar keer een mail gestuurd vanwege een hypotheek en ik krijg een no reply omdat die medewerker er niet meer was. En dan denk ik ook waar zitten ze nou? Dat is zonde. En ik heb nu denk ik een half jaar die verzekeringen lopen dus ik weet niet hoe dat met die verzekeringen gaat. Maar het zou wel mooi zijn als ze dat inpakken nu in die verzekeringen. Dat ze eind januari of eind december, net als met de zorgverzekeraars die ook allemaal een brief sturen, even laten weten dat ze een nieuw product hebben of dat ze er in ieder geval nog voor je zijn. **Wat we wel altijd doen, want u heeft natuurlijk net die verzekering bij ons afgesloten, dus u heeft daar nog niets van gemerkt. Maar elk jaar vergelijken al de adviseurs beneden altijd even alle**

verzekeringen in de markt en kijken ze of het elk jaar nog goedkoper kan. Dus dat is wel die prolongatiecheck die wij elk jaar doen. Ja precies, maar laat ook horen aan de klant dat dat gebeurt. Want als Duinrand zegt dat ze dat doen maar die klant die hoort daar niks van. Dan weet die klant ook niet of ze daar iets mee gedaan hebben. Stuur bijvoorbeeld een sms'je voor negen cent, dat kan tegenwoordig via internet. Op dat moment laat je wel van jezelf horen en heeft de klant het idee dat je er ook mee bezig bent. Dat is waar je het verschil kunt maken tussen een echt bedrijf en een internetbedrijf. **Volgt u Independent Duinrand ook via sociale media?** Nee. **Oké dan slaan we die ook over. Ik neem aan dat u gebruik maakt van onze online polismap?** Ja mijn polissen staan erin, maar ik heb ze nog niet bekeken. Want ik heb ze via de mail allemaal gekregen. **Maar u heeft die polismap wel geactiveerd?** Ja ik heb de mail gekregen ik heb me aangemeld. En ik weet dat ik daar mijn polissen in terug kan zien. Maar ik was alleen zo slim om ze op mijn werk gelijk uit te printen, dus ik heb zoiets van ik heb ze al. **Dus u heeft daar niet echt naar gekeken?** Nee. **En u zei dat u nog nooit op de website was geweest toch?** Nee. Moet ik wel binnenkort een keer gaan doen geloof ik. **En via welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand als u mocht kiezen wat vindt u dan het prettigst?** Dan kies ik voor de mail. **De mail, waarom?** Omdat het vaak dan weer niet goed uitkomt als ze bellen, en dan heb je een oproep gemist en dan moet je weer terugbellen en dan is degene die jou heeft geprobeerd te contacteren weer niet aanwezig. En dan blijft het heen en weer schuiven. Als ze een kaartje sturen, nou dan kunnen we net zo goed terug gaan wonen in de prehistorie. Dus dat zou ik ook niet doen. Je kunt wel af en toe als je een hoop informatie kwijt wilt een mooie brief eruit sturen. Dat is hartstikke leuk natuurlijk. Voor mijn part sturen ze iedereen een kaartje op zijn verjaardag. Maar een mail kun je openen een het moment dat het jou uitkomt, komt de mail even niet gelegen uit, dan weet je ook dat je die nog hebt open staan. Dan kun je de mail ook doorschuiven tot een later tijdstip. Dat kun je natuurlijk met een sms ook doen, maar dan druk je een keer op de verkeerde knop en dan is het sms'je weg dus dat is ook niks. Dus daarom zou ik zelf kiezen voor mail, omdat dat een hele stabiele communicator is waarvan je zeker weet dat iedereen die kan openen op een moment dat het hun uitkomt in plaats van dat je jezelf opdringerig neerzet door bijvoorbeeld te bellen. En natuurlijk kan je via de mail terug koppelen dat mensen een terugbel afspraak kunnen maken. Maar dan heb je de contact mogelijkheden zodat het voor de klant uitkomt maar niet zodat het voor het bedrijf uitkomt.

Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven? Ik denk dat de mentaliteit oprecht en strijdvaardig is. **Oké.** Oprecht in wat ze doen, met de netheid en secuurheid die daarbij hoort. Het strijdvaardige om zich toch apart te zetten en te onderscheiden van het stukje internet waar ik het over had. En dat wel te willen maar af en toe nog niet helemaal te weten hoe ze dat goed moeten doen. Als ze daar stappen in maken dan weet ik zeker dat ze daar ook op snelle wijze in kunnen groeien. Mensen moeten het verschil gaan zien tussen een internetbedrijf waar je dan wel drie euro minder betaalt en tussen een echt bedrijf waar je dus binnen kunt lopen, aan kunt kloppen en die ook persoonlijk advies geven. Mijn collega bijvoorbeeld die is verzekerd bij een internetbedrijf en die is op vakantie haar zonnebril verloren. En dan zegt het internetbedrijf dat ze via de reisverzekering aan moet laten tonen dat ze haar bril kwijt is. Ja en zij had dus geen reisverzekering en was zelf op reis gegaan, ja daar ga je dan krijg je je bril dus niet vergoed. Je krijgt geen advies hoor verder, dat is het enige wat ze zeggen. Wat kreeg ze als laatste terugkoppeling? Ja vult u maar het formulier via internet in en dan kijken we wel. Oftewel u krijgt u bril niet vergoed maar dat durfde ze niet zo letterlijk te zeggen aan de telefoon. Maar dat is wel waar het op neer komt. En daar kan Duinrand zich in onderscheiden. **Oké duidelijk. En ik weet niet of u het gemerkt heeft maar wij zitten nu in een transitieperiode van analoog naar digitaal. We hebben bijvoorbeeld de laatste brieven eruit gestuurd met die nieuwe werkwijze van Independent Duinrand. Wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ik vind het een goede manier. Maar wat ik al zei, ze moeten ze niet gaan verliezen in het stukje wat ze groot moet en kan maken door persoonlijk te blijven. Want natuurlijk kan je een aantal dingen via internet doen. En ik vind het ook hartstikke goed dat al die verzekeringspapieren nu digitaal op mijn pc staan. Want als ik dan op vakantie ben en er gebeurt wat met mijn auto dan kan ik snel even kijken wat ik moet doen. Ik zou bellen hoor daar niet van. Maar dan kan ik in ieder geval daar ook vinden wat ik kan doen. En dat is goed want op dat moment ben je altijd voor iedereen overal bereikbaar. Verlies niet dat je dus alle klanten onder een nummertje in een computer database hebt zitten. **Oké duidelijk, dat waren de vragen.**
Hartstikke bedankt voor uw medewerking en uw uitgebreide antwoorden. Ja graag gedaan.

Verbatim respondent 9

Korter of langer dan 5 jaar klant: Langer dan 5 jaar klant
Digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-Face

Ik zal eerst nog even het doel van het interview uitleggen, voor mijn scriptie wil ik in kaart brengen welk beeld de klant heeft van Independent Duinrand, dus vandaar.

Nou eerste vraag. komt het wel eens voor dat u aan familie/vrienden vertelt waar u verzekert bent? Ja dat komt voor ja. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Makkelijk om mee te werken. Ja weet je ik heb er zo weinig mee te maken, ik ben verzekerd en als het niet goed is dan bel ik. En is het goed dan horen ze niks. Heel simpel.

Dan heb ik hier twee lijsten met waarden erop. Ik zal het eerst even uitleggen, de bedoeling is dat u eerst even alle waarden doorleest, en daarna de waarde aangeeft met een zes of een zeven aangeeft volgens de schaal, die u het belangrijkste vindt in de omschrijving van het bedrijf. Dus welke waarde u het meest bij het bedrijf vindt passen. Daarna de waarden die u het minst bij het bedrijf vindt passen, die u helemaal tegenstaat, die u nooit mee zou nemen in uw omschrijving. Als die waarde er niet tussen staat dan kunt u de minst belangrijke met een nul of een één waarderen. En daarna de rest, dus eerst de belangrijkste, daarna de minst belangrijkste en daarna mag u de rest invullen. En u mag hardop nadenken. [Neemt lijst door] Even kijken, geluk, zekerheid. Nou een gezin heb ik niet, dus dat schiet lekker op. En met het oog op Duinrand? **Ja dus welke waarden vindt u het belangrijkst, of vindt u het meest bij het bedrijf passen, laat ik het zo zeggen.** [denkt na] Ik denk dat ik dan bij geluk op een zes uitkom. **Ja, en waarom heeft u bij geluk een zes?** Nou geluk en verzekeren ja dat heeft toch wel veel met elkaar te maken denk ik. **En waarom denkt u dat?** Omdat als je niet goed verzekerd bent dan heb je toch meer kopzorgen en dat staat dan je geluk in de weg. Zekerheid voor gezin, nou, 'van het grootste belang' vind ik wel heel erg overdreven, wel als je bijvoorbeeld als je kinderen hebt of zo, echt een gezin dan vind ik dat wel belangrijk, maar dat heb ik natuurlijk niet dus dan kan ik daar ook niet over spreken.[vult bij zekerheid voor gezin een zes in] **Oké.** [leest, schrijft, denkt na] [vult bij wereld in vrede een zeven in]. **Wereld in vrede waarom is dat belangrijker dan geluk en zekerheid voor gezin voor u?** Nou dat vind ik toch wel, gezien de situatie op dit moment, dan is toch wel heel belangrijk dat er een keertje iets gedaan wordt. Want anders gaat het niet goed. **Wat bedoelt u daar precies mee?** Met alles, met Rusland, met alles. De bootvluchtelingen, ook verschrikkelijk als je dat ziet. [leest, schrijft, denkt na]. Nationale veiligheid, ja dat moet ik natuurlijk wel belangrijk vinden omdat ik op het bureau werk. **In dit geval wel ja, het zou wel gek zijn als daar een één kwam.** Ja dat gaat 'm niet worden.[vult bij nationale veiligheid een zeven in]. Comfortabel leven, dat vind ik ook wel belangrijk. [vult lijst verder in] **Allemaal zesjes en zevens, dus niets is niet belangrijk?** Ja het is wel allemaal belangrijk. In het leven. **En bijvoorbeeld, [kijkt naar lijst], wereld in vrede…. Acceptatie. Hoe ziet u dat dan?** Acceptatie van respect en acceptatie van mensen. Dat vind ik wel belangrijk. Met name ook in mijn werk. Nationale veiligheid vind ik heel belangrijk dat komt een beetje overeen met die wereld en vrede, van mijn beeld. En vergeving sowieso. Je moet mensen kunnen vergeven, hoe moeilijk het ook is.

Oké. Dan heb ik nog een lijst. Dan mag u daarbij hetzelfde doen. En daarbij ook, wat u belangrijk vindt, maar ook wat u het meest bij het bedrijf vindt passen zeg maar, welke waarden. Nou als we het bij het bedrijf doen, dan moeten ze eerlijk zijn en dan moeten ze betrouwbaar zijn, en ze moeten behulpzaam zijn, heel belangrijk. [vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zeven in].Opgewekt, dat hoeft niet altijd. Kan ik dan ook de drie invullen? **Ja elk cijfer boven van de schaal.** Oké. Liefhebben, nou ja, dat ligt eraan bij welk onderwerp je zit natuurlijk. **Vindt u het bedrijf liefhebbend, zeg maar zo?** Nee dat vind ik niet echt belangrijk. [vult bij liefhebbend een nul in] Onafhankelijk vind ik wel belangrijk.[vult een drie in bij onafhankelijk]. Ruimdenkend, breed denkend bedoel je? Ruim, breed? **Als u daar breed denkend onder verstaat. Het is maar hoe u de waarden interpreteert.** Breed denkend, dat vind ik wel heel belangrijk. Maar dan moeten ze wel doen, meedenken met de klant. Beleefd ja moeten ze ook zijn, en zijn ze ook dus die krijgt een zes. Vergevingsgezind, komt een beetje overeen met vergeving uit lijst één, maar, zes/zeven, maar dat had ik dan meer vanuit mijzelf en dit heb ik dan meer vanuit het bedrijf. [denkt na, leest, vult lijst verder in] Beheerst, ja net als beleefd dat zijn ze ook. [vult bij beheerst een drie in] Moedig, ja ik vind ze wel moedig in de zin dat ze met al die nieuwe dingen bezig zijn. **En wat bedoelt**

u dan met nieuwe dingen? Nou die nieuwe website en alles helemaal van deze tijd, dat vind ik wel moedig. **Oké.** [vult een drie in bij moedig]. Creatief, ja dat zijn ze ook wel in de zin dat ze altijd een oplossing voor je zoeken. [vult bij creatief een zes in] Zuiver, ja dat link ik dan weer met eerlijk en dat zijn ze ook hartstikke. [vult bij zuiver een zes in]. Gehoorzaam, nou ze luisteren wel altijd naar wat ik wil dus die krijgt een drie. **Toch niet zo super belangrijk?** Ja nou dat doen ze altijd, en ik vind het eigenlijk niet meer dan normaal dat er naar je geluisterd wordt. **Oké.** Competent, ja ze zijn wel goed in wat ze doen. [vult een zes in bij competent].[vult bij ambitieus een drie in] **Toch maar een drie? U vindt het bedrijf niet zo ambitieus?** Vanaf hun naar de klanten toe bedoel ik. Dus de andere kant op. Weet je wel, ik vind het wel belangrijk dat ze dat uitstralen, maar ze moeten het niet overdrijven. Snap je, in die zin. **Oké.** Intellectueel, ja dat moet je wel zijn denk ik in de verzekeringswereld, want ik snap er niks van dus zij moeten wel de kennis hebben om mij dat allemaal uit te leggen, snap je? **Ja duidelijk.** Logisch, ja wat is logisch? [denkt na] [vult bij logisch een zes in] **En hoe ziet u dat dan logisch?** Nou alles is wel logisch opgebouwd, je komt hier met een vraagstuk over verzekeringen en dat lossen ze dan op, het gaat allemaal heel logisch hier. **Oké op die manier.**

Als u naar de concurrenten van Independent Duinrand kijkt, zou u er dan een paar kunnen opnoemen? Nee. Geen idee. Ik ben hier al zolang bij, ik heb me er ook nooit in verdiept. Echt niet, ik heb altijd zoiets van, als iets goed gaat dan ja is het prima. En mijn vriend heeft nog wel eens dat hij voor zijn verzekeringen gaat kijken wat de goedkopere is, maar ik heb zoiets van 'nou dan zou ik een paar euro meer betalen'. Ik zit er al zolang en ik weet dat ik ze kan bellen dus ja. **Het is meer die relatie waar door u niet ergens anders gaat kijken?** Nou nee niet eens hoor, maar ik bedoel als het een keertje fout gaat dan ben ik ook gelijk weg. **Oké dat dan weer wel?** Dat dan weer wel. Het is wel een keer fout gegaan al, maar dat kon ik hun niet verwijten. Dus dan heb je dat vergevingsgezinde weer. **En welke cultuur of sfeer vindt u dat er binnen het bedrijf heerst, als u hier zo binnenloopt of?** Ja daar heb ik ook zo weinig ervaring mee, ik kom hier niet vaak. Maar ja wat kan ik zeggen, het is hier altijd gezellig. **En als het bedrijf een persoon zou zijn, hoe zou u het karakter dan omschrijven. Welke karaktereigenschappen zou het bedrijf dan hebben?** Ik denk wel innemend, en ook wel, prettig. Prettig persoon, kennis van zaken, prettig om mee te lopen, mee te gaan en mee te staan. **Oké. En welke karaktereigenschappen heeft het bedrijf die die niet mag verliezen?** Openheid, een beetje ambitieus zijn ze natuurlijk ook wel, met vergelijkingen en dat soort dingen. Dat vind ik we belangrijk gewoon klantvriendelijkheid. **En welke karaktereigenschappen mis Independent Duinrand nog?** Nou dat weet ik niet, want daar heb ik er te weinig kennis van. **Er is niet iets wat u irriteert of waarvan u denkt, dat moet vandaag de dag nog anders?** Nee. Dat het niet zo warm moet zijn hier [lacht hardop] **[lacht hardop]. En als u een leeftijd zou moeten geven aan het bedrijf, ongeacht hoelang het bedrijf bestaat, maar meer als persoon, welke leeftijd zou die dan hebben?** Ik zou zeggen een veertiger. Van alles op de hoogte, maar ook nog ruimte om verder uit te breiden of kennis te verleggen. Maar ook wel het nodige in huis hebben, levenservaring hebben.

We hebben bij het bedrijf natuurlijk verschillende symbolische kenmerken. We hebben het logo, we hebben de website, we hebben onze mascotte. Ik weet niet of u die alle drie kent? Nee, de mascotte ken ik niet. **Dit is onze mascotte: Leon de Kameleon. [legt kaartje met mascotte voor]** [lacht hardop] **[lacht hardop]** Oh die heb ik wel gezien ja, ja toch wel. **En als u hier nou op het eerste gezicht naar kijkt, wat is dan uw eerste ingeving?** Geweldig. Ik ben op vakantie geweest, in Curaçao en toen heb ik ze natuurlijk in het echt gezien en ik ben een beetje verliefd op die dingen. En ze zijn lekker, je kunt er heerlijke soep van maken. Smaakt naar kip. **Maar als mascotte voor het bedrijf?** Ja dat vind ik leuk. Een beetje kleurrijk en een beetje prehistorisch. Geeft toch iets van overwinnen omdat ze al zo lang leven. Je kunt er van alles bij denken natuurlijk, maar dat komt bij mij op. [lacht] wat een leuk ding. **Even kijken, hebben we natuurlijk nog het logo van Independent Duinrand.** Kleurrijk. Past precies bij de kameleon. Ja vind ik wel leuk. Independent. Duinrand. Ja. Ik vind het altijd wel leuk als ik dat autootje zie rijden. **Autootje?** Ja zo'n autootje van Duinrand, rijdt wel eens rond. **Is dat zo? Dat wist ik niet eens. Ook met dit logo of niet?** Nou alleen Duinrand er nog op geloof ik. Volgens mij nog niet met het logo, maar daar heb ik ook nog niet goed op gelet, maar ik zie ze af en toe wel eens rijden. **Grappig, dat wist ik niet. Bent u wel eens op de website geweest van ons?** Ja, maar wel een tijd geleden, niet met mijn nieuwe stukken er allemaal op. **U heeft de vernieuwde website nog niet echt gezien?** Nee, ja, globaal. Even erdoorheen geracet. **En kunt u nog herinneren wat u toen dacht of wat uw ervaringen waren?** Nou ja, dat het duidelijk was. Dat vond ik wel, het was goed overzichtelijk, maar ik had me er nog niet in verdiept. Nee. Ik heb het nog niet nodig gehad. **En wat vindt u van de locatie?** Ja prima, want ik woon hier in de buurt. En het is makkelijk te bereiken, je kunt redelijk makkelijk parkeren over het algemeen. Niet in het weekend

natuurlijk, maar dan heb je ze niet nodig ook. Dan kun je bellen. Ja hoor en ik ben verliefd op oud-Rijswijk. **Als u een perfecte locatie zou moeten kiezen voor Independent Duinrand, zou u dan hier blijven of ergens anders gaan zitten?** Nee, ik zou wel in oud-Rijswijk blijven. **En waarom?** Omdat ik daar verliefd op ben. Dat is puur persoonlijk. Dat is puur privé. Ik woon er zelf niet, ik woon zelf bij de Boogaart, maar ik vind het hier heel erg leuk. Ik vind het een mooie locatie dit.

En wat is volgens u de doelgroep of doelgroepen van Independent Duinrand, wie willen zij aanspreken denkt u? Ik denk een heel breed scala, alles wat met verzekeren te maken heeft. Van jongetjes van zestien met hun scootertje tot mensen van 85 die binnenkwamen net, met de verzekering voor hun auto. Alles, alles wat er tussen zit. Zo breed mogelijk houden, niet gaan concentreren op één groep. Misschien dat er meer aan te verdienen valt, maar dat zou ik niet zo waarderen. **En wat is volgens u de belofte of de boodschap die het bedrijf naar haar klanten doet?** [denkt na]. Ze komen bij mij wel heel duidelijk over, ze geven wel een vertrouwd gevoel. Je kunt een vraag stellen en ze komen erop terug, ze zijn altijd vriendelijk. **En hoe wordt dat naar u gecommuniceerd, hoe merkt u dat?** Nou als ik een keertje wat had, dan terugbellen en ja ik heb wel een paar keer een ongeluk gehad en toen kwam alles niet zo heel duidelijk meer over. Dus drie keer bellen en drie keer met heel veel geduld uitleggen wat er moest gebeuren weet je. **Dat was wat minder?** Nee, dat was omdat ik moest bellen. Ik begreep het gewoon niet. Ik was het gewoon weer kwijt. Ik wist dat ik gebeld had, maar ik wist het antwoord niet meer. **En toen hebben ze u gewoon duidelijk geholpen?** Ja hoor. **Oké. En wat vindt u van de 'tone of voice' van de communicatie die Independent Duinrand gebruikt?** Ja dat vind ik wel prima. Ik heb daar natuurlijk niet zo gek veel zicht op of mee te maken. Maar wat ik aan de mail overkomt, niet zo heel formeel en dat vind ik wel lekker. Een beetje informeel. Dat vind ik wel leuk. **En we hadden het er net al even over, u heeft een ongeluk gehad, wat vindt u dan van de service van Independent Duinrand. Met het vergelijken, het afsluiten?** Ja prima, geen klachten over, ja ze zijn gelijk overal achteraan gegaan. **Maar er was wel eens iets misgegaan, zei u aan het begin?** Ja nou, dat was met een schade in een kelder. Met het overlopen van water. De kelder stond blank en dat was dan zogenaamd in mijn kelder gebeurd maar het was gewoon stadsleiding die lek was. Nou en iedereen kreeg geld uitbetaald en bij mij kwam er niets los. Dus daar hadden ze van mij wel wat harder tegen mogen vechten, daarvoor. Ik heb het zelf ook wel een beetje laten versloffen hoor, want ik was toen makkelijk. Zo van 'nou dan krijg ik het toch niet'. Maar het ging wel om een paar duizend gulden toen, kun je nagaan. Maar dat hoorde ik pas later dat die anderen alles gekregen hadden en toen was ik te laat om het alsnog te claimen. Daar had ik achteraan moeten gaan, maar dat is ook een beetje mijn eigen schuld. **En wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Ja prima. Wat ik net zeg. Als ze het niet weten dan bellen ze terug, dan zoeken ze het uit. Ik had op een gegeven moment zoveel spullen van verzekeringen laten liggen in mijn mappen en niets verschoond, weet je wel. Dus ik met mijn mappen hier naartoe, alles uitgelegd, alles uitgezocht, nog even vergeleken of andere verzekeringen van andere verzekeringsmaatschappijen goedkoper waren met hetzelfde aanbod. Ja, goed, prima. Erg vriendelijk. **Even kijken hoor. We hadden het net al over de communicatie via de e-mail. Wat vond u van de responstijd in mails?** Ja ik heb daar eigenlijk niet zo gek veel mee te maken, want ik bel eigenlijk altijd. **Oh u belt altijd?** Ja het nummer staat gewoon in mijn telefoon en dat gaat heel snel. Af en toe geven ze een reactie, of de stukken via de e-mail, dat wordt natuurlijk opgestuurd, nou daar kijk ik niet eens naar, dat gooi ik gelijk in mijn dossier daar. Dat gooi ik in mijn digitale dossier en als ik het nodig heb dan kijk ik er wel een keer naar. Ik ben heel slordig hoor met mijn administratie thuis, niet op de zaak, maar wel thuis. **Het digitale dossier, bedoelt u daarmee uw polis-map?** Ja de digitale polis-map. **Oké, die gebruikt u wel?** Ja die wordt wel gevuld ja. **Oké. En volgt u Independent Duinrand ook op sociale media?** Nee. **En wat vindt u van de online polis-map en de gebruiksvriendelijkheid en informatievoorziening?** Ja makkelijk. **Alles staat erop wat u nodig heeft?** Ja. Het is gewoon je polis, het is gewoon standaard wat daarin staat. Maar ik vind het wel makkelijk dat het digitaal is. **En heeft u ooit gechat met een van onze adviseurs, via de website?** Nee dat niet. **Alleen via telefonisch contact alleen?** Ja ik heb maar zo weinig nodig, ik hoop dat het zo blijft. **En als u nou een medium zou mogen kiezen, door welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Ja dat is dan misschien,[denkt na]. Telefonisch ben je niet altijd even bereikbaar. Ik bedoel, zij natuurlijk wel altijd voor mij, maar ik niet altijd voor hun. Als ik op de zaak ben dan neem ik liever geen telefoon op privé, dus dan is het via de mail makkelijker om mij te bereiken. Want ze hebben natuurlijk zowel mijn privé als mijn zakelijke mail. Maar van mij uit, gaat de telefoon lekker snel en makkelijker. **En u zei al dat via de mail dat ze u gewoon lekker informeel benaderen?** Ja hoor dat vind ik prima. **Oké.**

Nog een paar vragen over het gedrag. Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven? Informeel. **De mentaliteit?** Ja, ik vind het wel informeel ja, gezellig. Wel prima. **Oké. En even kijken hoor. Ik weet niet of u er iets van gemerkt heeft, maar wij zijn nu bezig met een transitie periode van analoog naar digitaal, met de polis-map en alles. Wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ja duidelijk. Duidelijk naar de klanten toe, aangeven waarom en hoe ze het doen en wat ze doen. En zoals van de week dat je weer een mail krijgt met 'We hebben je autoverzekeringen gecontroleerd bij andere verzekeringsmaatschappijen en je zit nog steeds bij de goedkoopste'. Dat vind ik fijn. Dat is een stukje meer service dan waar je eigenlijk op rekent. **Oké, en wat kan er nog beter in die communicatie over die verandering?** Nou ik vind het prima zo. **Oké.**
Dan waren dat mijn vragen, we zijn er doorheen. Oké. **Harstikke bedankt.** Ja graag gedaan.

Verbatim respondent 10

Langer of korter dan 5 jaar klant: Langer
Digitale polismap: Uitgenodigd, niet geactiveerd
Methode: Face-to-face

Ik zal eerst nog even voor alle duidelijkheid het doel uitleggen van dit interview. Ik had het al een beetje aan de telefoon uitgelegd, maar ik wil met mijn scriptie in kaart brengen welk beeld de klanten van het bedrijf hebben. Dus vandaar dit interview. Oké.

Nou eerste vraag, komt het wel eens voor dat u vertelt aan familie en vrienden waar u verzekert bent? Ja soms. **En hoe omschrijft u Independent Duinrand dan aan vrienden of familie?** Ja als goed, ik word goed geholpen en ik zeg altijd wel, dat is zo voor mij. Omdat ik misschien een andere relatie heb dan iemand anders, want ik ben al heel lang klant en daardoor ken ik Marcel en Mandy ook wat beter dan de gemiddelde klant misschien. Zo vertel ik dat.

Oké, dan heb ik hier twee lijsten met waarden erop en die mag u invullen straks. Ik zal even uitleggen wat de bedoeling is. Het is de bedoeling dat u eerst even alle waarden doorleest, en daarna is het de bedoeling dat u de waarden gaat waarderen volgens de schaal hierboven, in welke mate u ze belangrijk vindt als u Independent Duinrand, het bedrijf, omschrijft. Dus welke waarden u het meest bij het bedrijf vindt passen. Dan mag u eerst alle waarden even doorlezen, daarna de waarde waarderen met een zes of een zeven die u het meest bij het bedrijf vindt passen. Daarna de waarden met een min één die u het meest tegenstaat of die u het minst bij het bedrijf vindt passen en daarna mag u de rest volgens de schaal hierboven invullen. Nu gelijk? **Ja. En u mag daarbij hardop nadenken**. [leest lijst door] Geluk, ja dat is wel belangrijk**. En waarom vindt u dat belangrijk bij het bedrijf?** Nou ik vind het sowieso belangrijk in het leven, ik gun het iedereen om gelukkig te zijn. En voor het bedrijf ja, als je gewoon je verzekeringszaakjes goed geregeld hebt, dan ben je wel gelukkig denk ik. Of dan kan je gelukkig zijn laat ik het zo zeggen. [vult bij geluk een zes in]. Zekerheid voor gezin, ja dat is een beetje hetzelfde als geluk, omdat je goed verzekerd bent heb je ook zekerheid voor je gezin, daar verzeker je je voor. [vult bij zekerheid voor gezin een zes in]. [vult bij wereld in vrede een drie in] **Wereldvrede vindt u minder belangrijk?** Wat zegt u? **Wereld in vrede vindt u minder belangrijk dan geluk en zekerheid voor gezin?** Nee ik ben geen wereldverbeteraar. Dan had ik in de politiek gemoeten. Ja zelfrespect, dat is sowieso voor ieder mens belangrijk. Je moet wel respect voor jezelf hebben anders kom je nergens. [vult bij zelfrespect een zes in]. Vrijheid ja ook belangrijk. **En waarom vindt u vrijheid belangrijk, hoe ziet u dat?** Nou ik zie vrijheid dat je kan gaan en staan waar je wilt en kan zeggen wat je wilt, we leven in een vrij land dus ja. Vriendschap, ja dat vind ik ook wel belangrijk. Wat ik net al zei, ik ben hier al zo lang klant dat ik Mandy en Marcel wel goed ken onderhand. [vult bij vriendschap een drie in]. Innerlijke harmonie, ja is ook belangrijk, beetje hetzelfde als zelfrespect ook. **Oké dus ook dat weer van 'anders kom je nergens' zei u?** Ja precies. [vult bij innerlijke harmonie een zes in]. Plezier, ja ik ook wel belangrijk. [vult bij plezier een zes in]. **Alles is wel belangrijk**? **U vindt al die waarden wel bij het bedrijf passen ook?** Ja. **En waarom heeft u plezier een zes gegeven?** Nou omdat ik dat belangrijk vindt dus. En waarom? Omdat je moet gewoon plezier hebben in het leven, heel simpel. Plezier in het leven, plezier in je werk. Ja dat dus. Oké. [vult bij gelijkheid, wijsheid en acceptatie een zes in]. **En waarom vind u die waarden zo belangrijk?** Nou gelijkheid dat je gewoon gelijk behandeld wordt door iedereen dus ook wel door het bedrijf. En dat doen ze ook wel, zo zie ik het. En wijsheid ja ze moeten natuurlijk wel weten dat als ze mij adviseren dat dat voor mij dan de beste optie is. **Dus meer de kennis van hun eigen producten?** Ja daar ga ik wel vanuit dat ze dat hebben ja. En acceptatie, valt weer samen met die gelijkheid, dat je iedereen accepteert en dus gelijk behandelt. Volwassen liefde, tsja. Wat moet ik daar nou mee? **Als u er niets mee heeft kunt u het natuurlijk een nul of een één geven. Gewoon laag waarderen.** Oké dan doe ik dat. [vult bij volwassen liefde een nul in]. Oké. Schoonheid, [denkt na]. Tsja, dat vind ik nooit zo belangrijk, een drie. Nationale veiligheid, ja wel fijn als het land veilig is. [vult een zes in bij nationale veiligheid]. [vult bij comfortabel leven een zes in en bij stimulerend leven een drie in]. **Waarom is stimulerend leven belangrijker dan comfortabel leven?** Comfortabel leven is dat je denk ik, zoals ik dat zie, gewoon hoe je nu leeft, dus je eten, je dingen, je elektriciteit, ik denk dat dat best wel belangrijk is. En stimulerend leven, ik snap niet precies wat ze ermee bedoelen dus dan denk ik van dan is dat voor mij ook niet zo belangrijk. **Met stimulerend leven daar kunt u niks bij verzinnen?** Nee daar heb ik niet zoveel mee. [vult bij stimulerend leven een drie in]. Oké. [vult bij gevoel van prestatie een drie in en bij

vergeving een nul in]. **U vindt niet dat het bedrijf een vorm van prestatie heeft?** Ja maar ik kijk bij deze lijst naar mijzelf, of moet ik dat nou voor het bedrijf doen? **Voor het bedrijf ja.** Nee, ik kijk hem dus gewoon naar mijzelf uit. **Oh, oké. Zou dan nog iets veranderen als u kijkt naar de waarden en ze voor het bedrijf moet beoordelen?** Ja ik denk het wel. Dan zou ik daar een zes doen [verandert waardering schoonheid en gevoel van prestatie in een zes]. **Wat verstaat u dan onder schoonheid?** Ja de aankleding van het gebouw. Dus hoe het plantsoentje eruit ziet, hoe de ramen eruit zien, of daar geen asbakken staan. **Meer netheid?** Ja ook. **En waarom heeft u nu gevoel van prestatie hoger gewaardeerd?** Omdat ik dat niet zo belangrijk vindt in mijn eigen leven maar ik vindt wel dat het bedrijf een gevoel van prestatie heeft. **Oké en waarom vindt u dat?** Ja omdat ze toch altijd door willen en nieuwe dingen oppakken**. Oké.** Nou dat was 'm wel**. Oké.** En vergeving ja dat vind ik niet bij het bedrijf passen, en daar heb ik in het dagelijks leven ook niet elke dag mee te maken dus. **Nou dan heb ik hier nog een lijst.** Oh jemig. **Daar mag u weer hetzelfde bij doen. En dan echt zeg maar, met betrekking tot het bedrijf. Niet zozeer persoonlijk, maar met betrekking tot het bedrijf.** [leest lijst door]. [vult bij eerlijk, betrouwbaar en behulpzaam een zes in]. **Waarom vindt u die drie waarden zo belangrijk?** Ja dat zijn ze gewoon. Ze zijn eerlijk en ook betrouwbaar en ze helpen mij gewoon altijd goed. Anders zat ik wel bij een andere tussenpersoon. [vult lijst verder in] **U vindt onafhankelijkheid minder belangrijk dan eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam?** Hoe bedoel je? **U heeft bij onafhankelijkheid een 3 ingevuld, dus dat vindt u wel belangrijk, maar minder belangrijk dan bijvoorbeeld eerlijk, betrouwbaar, behulpzaam.** Ja dat vind ik iets minder belangrijk ja. **En hoe ziet u dan onafhankelijkheid bij het bedrijf?** Onafhankelijkheid dan denk ik van, dat ze bij meerdere bedrijven kunnen aankloppen of wat dan ook. **Ja oké, dat ze niet afhankelijk zijn van één bedrijf bedoelt u?** En dat is dan belangrijk. En dat is niet heel erg want ze hebben het al. Maar ik vind het belangrijker dat ze gewoon eerlijk zijn en betrouwbaar zijn en behulpzaam. **En even kijken, u heeft bij opgewekt een vijf ingevuld?** Ja dat vind ik ook wel, ze zijn hier altijd heel vriendelijk en opgewekt, zo wordt ik ontvangen. Liefhebbend, nou daar heb ik niks mee dus die heb ik ook een nul gegeven. **En waarom heeft u daar niks mee?** Nou omdat ik dat niet bij het bedrijf vindt passen, liefhebbend, nee. **Oké.** Ruimdenkend moeten ze wel zijn. **En zijn ze dat ook?** Ja dat zijn ze wel, ze denken altijd met mij mee als ik een idee heb of iets wil. **Oké.** Beleefd ja dat zijn ze ook, gewoon heel simpel. **Ja?** Ja in al die jaren dat ik klant ben zijn ze altijd beleefd tegen mij geweest. En ook wel wat amicaal maar dat komt omdat ik ze al langer ken. Maar over het algemeen zijn ze wel beleefd ja. **Oké.** Vergevingsgezind, tsja in mijn eigen leven vind ik dat belangrijk want je moet elkaar wel kunnen vergeven maar ik kan dat niet aan Duinrand koppelen. [vult een nul in bij vergevingsgezind]. Beheerst, ja dat is ook wel. Net als beleefd eigenlijk. [vult bij beheerst een drie in]. Moedig, ja dat zijn ze wel, ook een drie. **En waarom vindt u ze moedig?** Nou omdat ze best lef hebben om zoiets op te zetten laat ik het zo zeggen. **Oké en daarmee bedoelt u de formule?** Ja en het digitale enzovoort. **Oké.** Creatief, [denkt na]. Een drie. **En waarom een drie?** Ja omdat ze wel creatief zijn met die nieuwe site etc. maar verder kan ik niet zo snel iets bedenken. [vult bij zuiver een zes en in en bij gehoorzaam een drie]. **Kunt u uitleggen waarom u bij zuiver een zes heeft neergezet?** Ja heel simpel, net al eerlijk eigenlijk, en dat zijn ze. **Oké en bij gehoorzaam een drie?** Ja ze moeten wel naar de klant luisteren. **Oké.** Even kijken, competent, hoe ze het doen of wat dan ook? **Ja competent in de zin van, hebben ze de skills om hun werk uit te oefenen zeg maar.** Oh oké dan geef ik die een zes want dat hebben ze zeker. En ambitieus zijn ze ook met die hele nieuwe site en dat ze proberen die formule op te zetten. **Oké.** Intellectueel, ja ik vind ze wel slim bezig. **Oké in welk opzicht?** Nou dat heeft ook met wijsheid te maken en ook met competent dat ze goed hun werk doen. Logisch, die snap ik niet. **Je kunt het natuurlijk op verschillende manieren opvatten. Sommige mensen zeggen logisch, in de zin dat iets heel gestructureerd is, dat het bedrijf gestructureerd is of het is logisch dat je voor Independent Duinrand kiest, dan zijn een beetje de verschillende betekenissen die je er aan kunt geven.** Nou dan heb je me nog niet verder geholpen hoor. **Nou als u er niets mee heeft dan kunt het gewoon laag scoren.** Oké doe ik dat. [vult een nul in bij

logisch]. **Oké.**

Als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, zou u dan een paar concurrenten kunnen noemen? Wat ziet u als concurrentie voor het bedrijf? Ik denk gewoon de ouderwetse verzekeringen. Tussenpersonen. Assurantiekantoren. Op televisie reclames, gewoon HoyHoy. En All Secure of wat dan ook. **En als u naar die concurrenten kijkt, wat doet Independent Duinrand dan beter volgens u, dan de concurrentie?** Ik denk dat de eerlijkheid gewoon toch wel het belangrijkste is, wat ze nu doen. De eerlijkheid, openheid, dus laten zien wat ze verdienen en noem maar op, dat dat wel aanslaat. **En in welk opzicht zou Independent Duinrand nog wat van de concurrentie kunnen leren? Doet de concurrentie het beter?** Meer reclames. **Dus een stukje marketing misschien?** Ja. **Oké. En welke cultuur of sfeer vindt u dat er binnen het bedrijf heerst?** Familie. **Familiesfeer?** Ja. **Hoe merkt u dat?** Gewoon ja aan van alles, snel contact, gewoon de openheid van het praten met elkaar. Gewoon de manier waarop je met elkaar omgaat. **Een beetje informele sfeer dus?** Ja dat ja. **Oké. En als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou u het karakter dan omschrijven? Wat voor karaktereigenschappen zou Independent Duinrand hebben?** Het ligt eraan. [denkt na] Ik denk toch wel iemand met eerlijkheid en een persoon die best wel, ja hoe moet je dat zeggen, best wel op zijn puntjes staat. **Hoe bedoelt u dat?** Nou die best wel van zijn afspraken is, op tijd en dat soort dingen. Wat er gezegd wordt, dat dat ook gedaan wordt. Zo'n soort persoon. **En welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Ik denk de eerlijkheid, dat dat het belangrijkste is. **Oké, die moeten ze vasthouden. En welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** [denkt na] Ik denk het snel beslissingen kunnen nemen. **Snel knopen doorhakken, dat kan beter?** Ja dat denk ik wel. Dat dat nog moet groeien. **Oké en waarom vindt u dat? Zit daar een achterliggend verhaal achter of?** Nee, nee, helemaal niet. Maar ik denk gewoon dat daar nu nog teveel verleden in het bedrijf zit, en tot ze daarvan afscheid moeten nemen, tot ze door kunnen groeien en enkel naar de toekomst kunnen kijken en niet meer naar het verleden. **Oké. En welke karaktereigenschappen moet Independent Duinrand vandaag de dag nog veranderen?** Kijk, nogmaals, ik ben geen wereldverbeteraar. Dus dat 'vandaag moeten veranderen' dat ligt mij niet. **Nee precies, maar misschien iets wat iets urgenter is van wat u net noemde? Of iets waaraan u zich irriteert?** Nee, ik denk gewoon meer marketing. **En als u een leeftijd zou moeten geven aan de persoon Independent Duinrand. Even losstaand van hoe lang het bedrijf al bestaat, welke leeftijd zou dat dan zijn?** Dan zou je denk ik een leeftijd van tussen 20 en 25 jaar. **Waarom?** Omdat het nog groeiend is. Een jong iemand. **Een jong iemand, groeiend. Oké.**

We hebben natuurlijk verschillende symbolische uitingen van het bedrijf, we hebben onze mascotte, we hebben de website en het logo. U kent ze natuurlijk al, maar ik leg ze toch even voor. Dit is onze mascotte natuurlijk: Leon de Kameleon. [legt kaartje met mascotte voor] Wat zijn uw eerste ingevingen als u de mascotte ziet? Wat vindt u daar nou eerlijk van? Hij is groot ten opzichte van de rest. **Hoe bedoelt u dat?** Qua grootte. De kameleon is groot ten opzichte van de rest. Nou gewoon, als je hier een boompje ziet, kijk hoe groot dat beest is. **Ja qua vormgeving bedoelt u dan meer?** Ja dat bedoel ik. **En qua mascotte zelf? Vindt u het bijvoorbeeld goed gekozen? Een logische keus van Independent Duinrand of? Snapt u waarom ze voor deze mascotte hebben gekozen?** Als ik zeg nee, mag jij mij vertellen waarom wel. **Hoe bedoelt u?** Als ik zeg dat ik niet snap dat ze voor deze mascotte hebben gekozen, dan weet jij wel waarom zeker? **Ja ik weet wel waarom.** Oké dan mag je dat mij uitleggen want ik snap het niet. **Oké. Nou het verhaal erachter, is een beetje, Leon de Kameleon kleurt natuurlijk met zijn omgeving mee. De**

gedachte daarachter is dat wij ook met de klant meedenken en wij de verzekering aanpassen meer op de klant dan dat de klant moet kiezen uit een pakket dat al vastgesteld is. En hij kan 360 graden om zich heen kijken, een kameleon. En wij vergelijken de hele markt, met alle verzekeraars, met alle verzekeringen. Dus dat zijn een beetje de twee belangrijkste dingen waarom er voor de Kameleon is gekozen. En natuurlijk die Independent kleurtjes. Dat is een beetje waarom. Oh oké. Ja daar was ik niet op gekomen. **En dan hebben we natuurlijk nog het logo, wat vindt u daarvan** Ja dat vind ik mooi. Zo al die kleuren ja. **De kleuren spreken u aan?** Ja. [geeft kaartje met logo terug]. **Dan hebben we ook nog de website, wat vindt u dan meer van de stijl, de vormgeving van de website?** De website wordt steeds beter, ja. **Wordt steeds beter, dus die is nog niet optimaal?** Nou ja, ze zijn wel steeds meer aan het vernieuwen. **En wat vindt u dan, ik weet niet of u vaak op de website bent van ons, wat vindt u van bijvoorbeeld het gebruikersgemak daarvan?** Het is makkelijk, ik heb de app ervan nog niet op mijn telefoon staan, maar het is allemaal makkelijk en overzichtelijk. **Oké, en wat vindt u van de informatievoorziening?** Ja die is goed. **Ja? U mist niets erop waarvan u denkt nou dat kan ik nog bij?** Nee hoor, ik niet. **Oké, en wat vindt u van de locatie van dit pand, van Independent Duinrand? Is dat de juiste locatie?** Ja die is goed. Ik denk het wel. Ik ken het niet zeggen, maar het pand ziet er gewoon mooi uit en het is goed, waarom niet. **En als u de perfecte locatie voor Independent Duinrand zou mogen kiezen, zou u dan ergens anders heen verhuizen of zou u dan hier blijven?** Ligt eraan wat je wilt doen. Ja in de natuur of wat dan ook is er altijd wel iets moois, maar het moet wel allemaal betaalbaar zijn en dat soort dingen. Dus ik zou zeggen, blijf waar je bent, je hebt de ruimte, dan is het goed.

En wat zijn, de doelgroep of de doelgroepen van Independent Duinrand, wie willen ze aanspreken? Ik denk de jongeren, maar over het algemeen is het gewoon voor iedereen natuurlijk. **Ja. Maar u denkt meer de jongeren?** Ja. **En waarom?** Ja omdat daar gewoon veel nieuwe technieken zitten wat jongeren sneller onder de knie hebben als ouderen. **Oké. En wat is volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** Wat je net al zei, van dat zijn toch wel verzekeringen, alles willen uitzoeken, ze willen gewoon kijken, het voordeligst mogelijk voor je uitzoeken. Ja dat dat gewoon belangrijk voor hun is. **En hoe merkt u dat? Of hoe is dat naar u gecommuniceerd?** Dat is op, zeg maar de vergelijker gecommuniceerd en advies gekregen ook toentertijd. **Oké en wat vindt u van de 'tone of voice' in de communicatie die Independent Duinrand gebruikt?** Die heb ik nog niet gehad. **U heeft geen communicatie met een adviseur gehad?** Nou ik heb gewoon met Marcel gesproken. **Dat is alles, u heeft niet met een andere adviseur gesproken?** Ja en met Mandy en dat soort dingen. **En wat vindt u van de service van het bedrijf tijdens het vergelijken en afsluiten en de nazorg?** Ja die is goed. **Kunt u beschrijven hoe dat ging?** Nou ja, ze hebben mij netjes geholpen met verzekeringen, nieuwe polissen af te sluiten en de oude op te zeggen. Allemaal netjes geholpen. **Oké. En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Nog gelukkig niet. **Oké. Wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers? U heeft vooral Marcel en Mandy gesproken, maar dat ging gewoon goed?** Ja. **Oké, en hoe verloopt de communicatie via de email, of maakt u daar geen gebruik van, belt u liever?** Soms email, maar over het algemeen is het even telefonisch. **Oké, en als u dan via de email communiceert wat vindt u dan van de informatievoorziening via de email?** Ja die is goed. Er wordt gereageerd op mijn vraag en dat is in feite toch het belangrijkste. **En ook snel vindt u?** Ja dat is allemaal prima ook. **Oké**. **En volgt u Independent Duinrand via sociale media?** Nee. **Oké. En u zei 'ik heb nog geen online polismap app op mijn mobiel, maar gebruikt u hem wel via de website?** Ik kan wel inloggen, want ik heb wel de codes gekregen. **Maar hij is nog**

niet geactiveerd? Wel geactiveerd, maar ik heb zeg maar de app nog niet gedownload. **Oh oké op die manier. En heeft u wel op de website in de digitale polismap gekeken al?** Ja natuurlijk, ik ben daar wel al geweest. **En wat vond u daarvan?** Ja gewoon goed, hartstikke handig. **Oké. Heeft u ooit gechat via de website?** Nee. **Oké. Dan kunnen we die ook overslaan. En als u zou kunnen kiezen, door welk medium zou u het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Dat is gewoon, ik denk e-mails. **En waarom e-mails, want u zegt 'bellen doe ik wat vaker'?** Dan kun je zelf, een e-mail of een bericht of wat dan ook, dan kun je zelf bepalen of je 'm kunt lezen of het uitkomt of wat dan ook. En dan kun je zelf daarop telefoneren of wat dan ook. **Ja oké, en daarna telefoon.** Een afspraak maken of een dingetje, het komt niet altijd uit hè, als iemand gelijk altijd belt.
Hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven? Als een eerlijk, behulpzaam [denkt na]. Ja eerlijkheid. Behulpzaam. **U merkt het denk ik wel, we zijn natuurlijk bezig met een transitieperiode van analoog naar digitaal, we hebben geloof ik twee weken geleden de laatste brieven eruit gestuurd, dat doen we nu niet meer, alles gaat via e-mail en de chat-functie op de website natuurlijk. Wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt van analoog naar digitaal?** Het gaat met de tijd mee en je kiest daarvoor. **Als bedrijf kies je daarvoor?** Ja en dat is dan gewoon ja logisch ook wel een beetje. Je wordt er op de hoogte van alles gehouden en het gebeurt tegenwoordig overal hè? Als je wilt doorgroeien en in deze tijd, dan moet dat allemaal wel. **Dus u vindt dat er op een goede manier gecommuniceerd wordt?** Ja. **Is er nog iets dat misschien beter kan in die communicatie?** Ja, dat zou ik niet weten zo weten één, twee, drie. **Nee?** Nee ik kan echt niets bedenken. **Niet waaraan u zich irriteert dat u denkt dat gaat me te snel of dat hebben ze mij niet verteld?** Nee hoor. **Oké.**
Dan waren dat de vragen. Nou kijk. **Hartstikke bedankt voor uw medewerking.** Ja graag gedaan hoor.

Interview respondent 11

Korter/langer dan 5 jaar klant: Langer dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Via de webcam

Nou laten we dan gelijk maar beginnen met de eerste vraag, komt het wel eens voor dat u vertelt aan familie of vrienden waar u verzekerd bent? Dat komt voor, ja. **Oké, hoe omschrijft u Independent Duinrand dan?** Als onafhankelijk, omdat de naam dat ook zo mooi zegt. **Oké, dus dat is hoe u het beschrijft aan familie en vrienden, als onafhankelijk?** Ja en deskundig en ze werken best snel. **Oké.**

Voor het tweede gedeelte wil ik even een document met u delen, dat kan volgens mij vrij gemakkelijk. Normaal dan leg ik de respondent voor met waarden, maar die kan ik nu op deze manier ook aan u laten zien. Ja. O ja ik zie het. **En wat ik dus normaal doe is dat ik deze lijsten aan mijn respondent voor leg, en normaal moeten ze die invullen. Maar wat nu even het handigst is, is denk ik dat ik hem voor u even invul, want ik heb de lijsten hier voor mij liggen. Dan zegt u bij welke waarde u welk cijfer zou geven, en dan vul ik dat voor u in.** Oké. **En het is de bedoeling zoals u al kunt lezen, dat u eerst de waarden allemaal doorleest en daarna de waarde die u het meest bij het bedrijf vindt passen, een zes of een zeven geeft. En daarna de waarde die u het minst bij het bedrijf vindt passen een -1 geeft en als die er niet is dat u dan een nul of een één geeft. En daarna dat u de rest van de waarden. Dus eerst de belangrijkste, dan de minst belangrijkste en dan de rest.** Ik lees nog even de tekst rustig door, moment. **Dat is prima.** Oké dus per item, een, twee, drie, vier, vijf enzovoorts moet ik aangeven welke waardering ik geef. **Ja het gaat er niet om welke waarden u zelf belangrijk vindt, maar het gaat erom welke waarden u bij het bedrijf vindt passen.** Ja oké. **Nou het welke vindt u het belangrijkst van dit lijstje?** Geluk is dan een zeven. **En waarom vindt u geluk een zeven?** Zekerheid voor gezin, dat is natuurlijk ook maar relatief, je hebt natuurlijk nooit honderd procent zekerheid. **Nee precies.** Dus het is ook een beetje afhankelijk van hoe duur het wordt om een risico af te dekken, maar in zijn algemeenheid een zes. Wereld in vrede, is ook heel belangrijk. Maar hoe belangrijk [denkt na] Ik denk een zeven wel. Zelfrespect, dat wordt wat lastiger om vanuit het bedrijf te bekijken, [denkt na] een vijf. Vrijheid, een zes. Vriendschap ook een zes. Innerlijke harmonie, een zeven. **Dat is erg belangrijk vindt u?** Ja. Plezier, een zes. Gelijkheid, vijf. Wijsheid, vier. Acceptatie, ik vraag me wel af wat je eronder verstaat maar is zijn algemeenheid een vijf. Volwassen liefde, een zes. Schoonheid, een vijf. Nationale veiligheid, toch wel heel fijn als dat het geval is dus een zeven. Comfortabel leven een vijf. Stimulerend leven een zes. Gevoel van prestatie een zes. Vergeving, een zeven. **Oké.**

Dan heb ik nog een lijst met waarden, als u helemaal naar onder scrolt, dan ziet u de tweede lijst als het goed is. Even kijken hoor, de lijst met eerlijk, betrouwbaar enzovoorts? **Ja die ja.** En nu gaat het dus over Independent als ik het goed begrijp? **Ja het gaat nog steeds gewoon over het bedrijf, u mag hetzelfde doen als met de vorige lijst, het zijn alleen andere waarden.** Ja oké. Eerlijk is een zes. Betrouwbaar ook wel een zes. Behulpzaam een zeven. Opgewekt, een vijf. Liefhebbend, daar zou ik zo geen waardering voor kunnen geven. **Nee?** Nee. **Ja dan kan ik voor u een nul invoeren of een min één van helemaal niet belangrijk.** Dus wat verstaan we eronder en heb ik dat dan ervaren? Nou nee niet echt, dus we houden het even op een nul. Onafhankelijk, een zeven. Ruimdenkend, een zes. Beleefd ook een zes. Vergevingsgezind, tsja als ik dat zo in naar het bedrijf vertaal, vergevingsgezind, tsja het zou best kunnen. Ik heb het nog niet ervaren in ieder geval. Dus dat zou dan ook een nul zijn. Beheerst een zes. Moedig een zeven. Creatief een zes. Zuiver, [denkt na] dat is toch wel een zeven. Gehoorzaam, nou in hun onafhankelijkheid denk ik dat ze niet zo gehoorzaam zijn, dus een twee. Competent een zes. Ambitieus een zeven. Intellectueel, een zes. Logisch, dat is de laatste hè? **Ja klopt.** Logisch een zes. **Oké dat waren de waarden.**

Dan gaan we nu verder op de rest van de vragen. Oké. **Als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, kunt u dan een paar concurrenten opnoemen?** [denkt na] Ja ik vindt dat moeilijk vergelijkbaar want concurreer je nou echt met elkaar dat weet ik niet. Maar ik weet dat Voogd & Voogd actief is op de markt, ik weet dat Univé actief is op de markt. En ja de grotere verzekeringsmaatschappijen als Achmea en dergelijke, maar daar heb ik niet echt ervaring mee dus dat zou ik zo niet weten. **Maar zou u wel op kunnen noemen wat de concurrentie beter doet dan Independent Duinrand volgens u?** [denkt na] Nee, ik heb mij niet als consument de afgelopen tijd met allerlei verzekeringsmaatschappijen in verbinding gesteld. **Oké dus daar kunt u niet echt een**

uitspraak over doen? Dan zou het een beetje gissen worden. En daar heb je denk ik weinig aan. **Oké, en welke cultuur of sfeer vindt u dat er binnen het bedrijf heerst? Of wat het bedrijf uitstraalt?** Ja, ze steken in ieder geval hun nek uit door met Independent een ander soort platform neer te zetten, ik denk dat ze daarbij best innovatief zijn. Dus ja in die zijn vindt ik het ook wel moedig, om in die markt dat toch maar te durven. Je kan natuurlijk kiezen voor de zekerheid van oké dit is het pakket en dat doen we en meer niet en wel een stuk breder en daardoor inzichtelijker van wat is er aan mogelijkheden en daar adviseren ze over. **Ja. Oké.** En dat waardeer ik wel. **En als Independent Duinrand een persoon zou zijn, welke karaktereigenschappen zou het dan hebben volgens u?** Nou dan denk ik in de eerste instantie toch aan trots. **Trots, oké.** Ze zijn namelijk trots op hun innovatieve product, ze zijn trots op de plek die ze in de markt hebben. En ze zijn denk ik ook wel trots op de klanten die ze daardoor trekken. **Oké, en welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Communicatie, ik vindt op zich Duinrand communicatief wel sterk alleen het zou wat persoonlijker kunnen. Toen ik drie, vier maanden geleden toen ik met Duinrand bepaalde producten aan het uitzoeken was, toen heb ik regelmatig gebeld. En toen zat er vaak nog een persoon tussen voordat ik een adviseur aan de lijn kreeg en dan duurde het best lang voordat er überhaupt weer contact was. **Oké.** Dus of je het allemaal via de website moet regelen dan wel via zo'n persoon die er nog tussen staat aan de telefoon, dan vindt ik het wel onpersoonlijk worden. **Dus u had wel contact met een adviseur, maar die had veel later pas weer contact met u opgenomen?** Nou de op het moment dat de telefoon niet wordt opgenomen, dan wordt je doorgeschakeld naar zo'n antwoordcentrale. En die nemen dan de boodschap aan en die zetten dat door of ze zeggen dat je via de website contact op moet nemen. En daar zit de vertraging in en dat vond ik niet prettig. **Oké duidelijk. En welke karaktereigenschappen heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Deskundigheid, maar dat is bijna een open deur in dit vakgebied. Transparantie, want daarin onderscheid je jezelf in je onafhankelijkheid. En dat onafhankelijke wat ze er nu echt bovenop zitten, dat moet je wel koesteren en dat moet je ook laten blijken. Ja ik denk dat die waarden het belangrijkste zijn. **Oké en als u een leeftijd zou moeten geven aan de persoon Independent Duinrand, dus even los van hoelang het bedrijf al bestaat, welke leeftijd zou u dan geven?** [denkt na] Wat een leuke vraag, kom ik niet vaak in enquêtes of interviews tegen maar toch wel 40/45. Het gaat over producten waarbij je toch wel een stuk levenservaring nodig hebt, om daarover te kunnen adviseren. Dus in dat opzicht zou ik het niet met een heel jonge adviseur associëren. **Oké, dus 40/45.** Ja. **Oké.**

En we hebben van Independent Duinrand natuurlijk verschillende symbolische uitingen, we hebben het logo, onze mascotte en we hebben natuurlijk onze website. En normaal heb ik showcards en laat ik die aan respondenten zien maar ik kan nu gewoon heel gemakkelijk naar de website toe, zodat u die ook ziet. Ja oké prima. **[laat afbeelding van mascotte zien] Dit is onze mascotte, Leon de Kameleon, en wat vindt u daar van op het eerste gezicht, wat zijn uw eerste ingevingen?** Nou ik zou het er niet mee associëren, Duinrand moet niet in allerlei kleuren verschieten. **Dus u vindt het niet bij het bedrijf passen?** Nee ik vindt het een beetje een rare keuze. Dan zouden ze iets met een logo of een ander soort presentatie moeten doen. Het maakt hij voor mij persoonlijk iets minder betrouwbaar. **Oké en waardoor komt dat het iets minder betrouwbaar overkomt?** Nu heeft het logo een bepaalde rust, het maakt het ook persoonlijk door meerdere personen die erop voorkomen. En het is het ook wel overzichtelijk door die rubrieken die er heel duidelijk boven staan. En je toch redelijk snel je weg erin kan vinden. **En dan heeft u het over de website?** Ja over de website. **U bedoelt de website Independent.nl?** Ja nee dat was de website van Independent, ik bedoelde Duinrand. **Ja dat is de oude website, Independent.nl is de nieuwe website van Independent Duinrand.** Ja. **Maar u vindt de mascotte dus niet echt bij het bedrijf passen en aan de betrouwbaarheid af doen?** Ja dat is mijn idee en eerste indruk zo erbij. Ik zou het niet doen. **Oké dan kan ik nog even het logo laten zien, wat vindt u van het logo [laat het logo zien]** Ik ben er niet kapot van. **U bent er niet kapot van?** Nee, misschien omdat het nu zo groot op het scherm staat. **Oké dan kan ik het logo op de website wel even laten zien, dan ziet u ook gelijk hoe wij het gebruiken.** Oké. **In de linker bovenhoek ziet u het logo van Independent Duinrand.** Ja oké ik zie het. Op deze manier in een bovenhoek zo gebruikt dan vindt ik dat op zich wel goed. **Oké en waarom?** Op het moment dat het heel groot is vindt ik het te aanwezig. Nu het zo linksboven staat en ook op de briefpapier gebruikt wordt, staat het er wel fris. **Wel fris?** Ja. **Oké en wat vindt u van de website?** Overzichtelijk en klantvriendelijk. **En wat vindt u van de vormgeving?** Ja strak, mooi. **En vindt u dan ook alle informatie die u nodig heeft op de website?** Ja ik kan alles altijd wel goed vinden. Ik vindt de site beter dan wat Duinrand hiervoor had. De indeling is rustig en overzichtelijk en de inhoud heb ik nog niet overal even concreet bekeken. Maar ik vindt wel dat alles op dezelfde manier is ingevuld en het is leesbaar. Met name qua inhoud is het belangrijk dat de

leesbaarheid goed bekeken wordt, dat het behapbaar is voor een consument omdat die anders al heel snel afhaakt. **En bent u ooit bij ons op kantoor geweest in Rijswijk?** Ja ik ben een paar keer in Rijswijk op kantoor geweest. **En wat vindt u van de locatie van het kantoor?** De locatie is op zich prima, ik heb altijd wel een beetje verwarring als ik binnenloop. **En waarom?** Het komt meer als huiskamer over dan als kantoor, maar dat is heel persoonlijk **En dat vindt u prettig?** Ja het werkt wel drempelverlagend, dat vindt ik wel prettig. Het hoeft wat mij betreft geen uitstraling te hebben van kijk ons eens en hoe stoer wij zijn. Dat de drempel hoger ligt omdat het zo zakelijk overkomt, dat zou ik niet prettig vinden. **Oké en als u een perfecte locatie voor Independent Duinrand zou mogen kiezen, zou u dan verhuizen of het zo laten?** Ik ben in het verleden ook wel eens in Hofwijck geweest, daar heb je van die kantoor verzamelgebouwen en dat was toen de afdeling, ik weet niet precies welke, gevestigd. Dat kwam een stuk zakelijker en strakker over en dat zou voor bedrijven en voor ondernemers goed zijn maar voor de gemiddelde consument zou dat eerder afschrikken denk ik. Dus laat het gewoon dichtbij zijn en laagdrempelig.

En wat is volgens u, of wat zijn, de doelgroep of doelgroepen van Independent Duinrand, wie willen zij aanspreken denkt u? Ja, de belangrijkste groepen zullen bedrijven en consumenten zijn. De overheid heeft denk ik zo zijn eigen kanalen voor verzekeringen en dergelijke. Maar secundaire overheid, onderwijs en gezondheid zou best wel eens een goede doelgroep voor ze kunnen zijn. Ik kan dat niet zo goed beoordelen verder. **En waarom dat onderwijs en gezondheid goede doelgroepen zouden kunnen zijn voor Independent Duinrand?** Nou ik denk dat dat doelgroepen zijn die best geïnteresseerd zouden zijn in adviezen over verzekeringen, ze zijn vaak door vakverenigingen gekoppeld aan bepaalde verzekeraars. En als je als onafhankelijke adviseur je geluid daar laat horen kan het zomaar zijn zomaar overstappen. **Oké interessant die had ik nog niet voorbij horen komen. En wat is dan volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten communiceert?** Voor mij, ergens op papier of kun je daar een voorbeeld van noemen? **In de algemeen, wat voor boodschap hebben ze naar u gecommuniceerd, of wat voor belofte hebben ze u gedaan ooit? En hoe heeft u dat gemerkt?** Ja oké. De boodschap over de producten daar was de boodschap onafhankelijk, omdat ze offertes van meerdere verzekeraars met elkaar kunnen vergelijken. En dat ze daar dan de goedkoopste of het meest gunstige advies over geven. Dat wil niet zeggen dat het altijd de goedkoopste is maar de gunstigste. **En op welke manier is dat naar u gecommuniceerd of hoe heeft u dat gemerkt?** Mondeling, in de gesprekken die ik op kantoor gevoerd heb. **Oké en wat vindt u van de manier waarop er gecommuniceerd wordt naar u toe?** Ik vindt dat het een beetje tussen formeel en informeel inhangt. En dat is op zich wel prettig, de inhoud is in de regel heel begrijpelijk niet te technisch. Het is meer prikkelend, en als je meer wilt weten dat je dan contact met het kantoor op moet nemen. **Oké, en wat vindt u van de service van Independent Duinrand? Want u heeft ooit een verzekering vergeleken en afgesloten, hoe ging dat toen en hoe ging dat toen met de nazorg? Kunt u dat beschrijven hoe dat ging?** Uiteindelijk gaat het denk ik om een product dat extra goed bij je past. En het is toen allemaal op een nette manier gedaan en ik ben goed geïnformeerd en er is adequaat gehandeld. **Oké.** Dus daar ben ik tevreden over. **In het begin zei dat u door een klantenservice of een antwoordnummer werd doorverwezen naar de website en toen duurde het heel lang voordat er terug werd gebeld, dat vond u dan minder prettig?** Als ik het goed begrijp ging het om een situatie dat er vertraging in de communicatie zat? **Nou u gaf aan het begin van het interview aan dat u een paar maanden geleden door werd verwezen naar de website, en dat het wat persoonlijker kon zei u.** Ja. **Dat ging toen wel even fout dus?** Nou dat maakt het wat minder persoonlijk als je als bedrijf uitstraalt onafhankelijk te zijn en deskundig en dergelijke. En om dan klanten te benaderen met de mededeling dat het allemaal op de site staat en dat ze het moeten lezen en dan horen we u wel, dat vindt ik minder. Je kan ook zeggen als bedrijf, goh we hebben iets dat u mogelijk interesseert maar laten we vooral een afspraak maken om face-to-face dit te bespreken. Dat maakt het persoonlijk, daarmee wek je vertrouwen en daarmee trek je dus bestaande en nieuwe klanten. **En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ja heb ik gedaan. **En hoe ging dat?** Goed en niet goed. In die periode zaten ze nog in de overgang naar de nieuwe website en was de toegang nog niet helemaal soepel. **Oké dus u wilde toen via de website het schadeformulier invullen waarschijnlijk?** Precies. Toen heb ik in het weekend gemerkt dat het niet allemaal zo soepel liep, toen maandag opnieuw gebeld, en toen is er keurig netjes een online formulier toegestuurd en is het verder keurig netjes afgehandeld. **Oké, dus via de site ging het toen niet zo soepel maar dat kwam meer omdat de site nog niet helemaal klaar was?** Ja. Dat is toen een keer voorgekomen en daarna is het allemaal wel soepel verlopen. **Oké en hoe vindt u de communicatie via de e-mail?** Ja wel prima. **Wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening via de e-mail?** Is denk ik twee of drie keer voorgekomen dat ik mailcontact

heb gehad. Maar dat was verder allemaal naar behoren, niet heel afwijkend. Gewoon zoals je gewent bent. **En wat vindt u van de responstijd via de e-mail?** Nou niet echt opvallend anders dan wat ik eigenlijk gewent bent. **Oké dus u vindt het wel prima zo?** Ja ik zou zelf niet direct iets kunnen noemen waarvan ik zeg dat moeten ze veranderen. **Oké en volgt u het bedrijf op sociale media?** Nee dat niet. **Oké en heeft u een online polismap?** Ja. **En bekijkt u die dan via de site of heeft u die ook op uw mobiel?** Via de site. **En u heeft geen app ervan op uw mobiel?** Ik weet dat die bestaat maar ik heb het nog niet gedownload. **Oké en wat vindt u van de online polismap op de website?** Ja handig. **Wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening en de gebruiksvriendelijkheid daarvan?** Nou de paar keer dat ik het geraadpleegd heb was dat in ieder geval gebruiksvriendelijk en ook de vindbaarheid van de onderwerpen ging dat allemaal goed. **En qua informatievoorziening ook? Kon u alle informatie vinden die u nodig had?** Ja dat ging ook goed. **En heeft u ooit via de website gechat met een van onze adviseurs?** Nee dat niet. **Oké dan kunnen we die ook overslaan. En als u nou zou mogen kiezen, via welk medium zou u dan het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** En waar kan ik dan tussen kiezen? **Nou als u uit elk medium zou mogen kiezen, wat zou u dan kiezen?** Het zou wel een beetje afhankelijk zijn van mijn vraag. Als ik puur een stukje informatie wil dan zal ik dat via de website zoeken. Maar gaat het over welke alternatieven er zijn, dan maak ik liever gewoon een afspraak op kantoor en leg ik mijn vraag voor, waar dan gelijk al een antwoord op kan komen of gedeeltelijk, en dat vergelijken. **Oké dus dan heeft u liever persoonlijk advies?** Ja.

En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand omschrijven? Ze laten zich niet de grond in trappen, ze gaan juist tegen de stroom in door andere manieren te zoeken die ze minder kwetsbaar maken. Ik vindt dat wel stoer, ze hebben wel lef. **Oké duidelijk, en wat vindt u van de manier waarop de verandering plaatsvindt van analoog naar digitaal?** [denkt na] Nou daar heb ik niet zo'n uitgesproken mening over. **Nee?** Ik heb zoiets van ja het klopt wel. **Dus wat er nu u toe gecommuniceerd is als klant over die verandering, dat vindt u wel voldoende?** Ja. **Oké en zou u daar nog iets aan verbeteren?** Nee ik zou nou zo snel niet iets weten wat ze moeten veranderen, nee. **Oké.**

Nou dan zijn we er toch uitgekomen. **Ja, hartstikke bedankt voor uw tijd.** Ja graag gedaan en veel succes en mochten er nog wat resultaten te delen zijn dan houd ik mij aanbevolen. **Oké dus u wilt de resultaten zien?** Ja dat zou ik wel leuk vinden. **Ja oké dan houd ik dat in mijn achterhoofd.** Oké nogmaals veel succes en fijne middag verder. **U ook, tot ziens.** Oké tot ziens, dag.

Interview respondent 12

Korter/langer dan 5 jaar klant: Korter dan 5 jaar klant
In het bezit van digitale polismap: Ja
Methode: Face-to-face

Nou laten we dan maar beginnen met de eerste vraag, komt het wel eens voor dat u aan familie of vrienden waar u verzekerd bent? Nee. **Nee?** Nee. **En waarom vertelt u dat niet, komt dat niet ter sprake?** Nee. precies. **Oké.**

Dan heb ik hier om mee te beginnen twee lijsten met waarden. En de bedoeling is dat u deze waarden eerst allemaal even goed doorleest, en daarna mag u aangeven welke waarde het meest bij het bedrijf vindt passen daar mag u een zes of een zeven aan geven. En daarna mag u de waarde kiezen die u het minst bij het bedrijf vindt passen, de waarde die u het meeste tegenstaat. Die mag u beoordelen met een -1, als er geen waarde bijstaat die u tegenstaat mag u ook de minst belangrijkste pakken en die een nul of een één geven. En daarna mag u de rest met een cijfer waarderen. Dus eerst de belangrijkste, dan de minst belangrijke en dan de rest. Ja, maar het is niet zo dat ik een vast aantal cijfers krijg? Zo van je krijgt er tien en als je ergens een negen geeft dan mag je die niet meer geven? **Nee, u mag meerdere keren een zeven of een zes geven. En dan mag u daarbij hardop nadenken.** Oké. Ja weet je ik heb wel al dit soort connotaties met verzekeringen, maar of ik ze nou per se met Duinrand heb dat weet ik niet. **Ja dat is natuurlijk de vraag.** Ik neem aan dat het nu over het kantoor gaat in Rijswijk? **Ja.** Hiervoor zat ik bij een kantoor, ook van Duinrand. **Oh? Het is wel verschillende keren verhuisd, maar niet zo vaak hoor naar mijn weten.** Het zat toen in de van Alkemaarderlaan en daar zou ik er een heel ander lijstje er voor bij halen. **Oké.** En tsja ik ben daar maar twee of drie keer geweest, maar goed. **Het gaat er niet zozeer om welke waarden u belangrijk vindt maar meer welke waarden u bij het bedrijf vindt passen.** Ja dat begrijp ik. [leest lijst door] De waarde waar ik naar op zoek was en dacht hier te vinden is professionaliteit en die staat hier niet bij. **Nee.** Dat is jammer. Is dit een bestaande lijst? **Ja dit zijn de waarden van Rokeach van de Rokeach Value Survey, ik weet niet of u die kent toevallig?** Nee ken ik niet. [leest lijst verder door] Ik vind het vreselijk lastig, het is een bedrijf voor financiële raadgeving, en waarden als vergeving, schoonheid of volwassen liefde die vind ik er niet bij passen. Ik vind eigenlijk geen enkele waarde op deze lijst bij Duinrand passen. **Nee?** Nee. **En waarom niet?** Nou ik heb bij Duinrand, dat is een kantoor wat aan financiële dienstverlening doet, zorgt dat ik gemak heb bij het uitkiezen van verzekeringen, ook bij kapitaalverzekeringen. En daar moest iets mee gebeuren en daar heb ik advies over gevraagd en dat hebben ze gegeven maar daar heb ik geen enkele associatie mee met innerlijke harmonie of wereld in vrede of comfortabel leven, stimulerend leven. **Nee?** Nee. **Dus een waarde zoals zekerheid voor het gezin ook niet?** Nee. Nou ja dat zou het enige zijn waar ik vaag in de verte iets mee heb. **Ja het is natuurlijk maar hoe je de waarden interpreteert.** Ja de rest van de waarden daar heb ik niks mee, geluk, wereld in vrede, vrijheid, plezier. **Het is natuurlijk maar hoe u de waarden interpreteert hè.** Ja maar ik kan echt niet aan Duinrand denken bij de waarde volwassen liefde. Dat lukt me niet, ook niet bij nationale veiligheid, schoonheid, echt niet. **Dus u kunt de lijst niet zo invullen?** Nee. **U zou dan eigenlijk overal een nul bijzetten?** Ik vrees dat ik deze lijst niet zo van toepassing vind. **Oké. Nou ja, ik weet waarom dus dan laten we die leeg, dan neem ik dat mee in mijn onderzoek.**

Dan heb ik nog een lijst. Kijk eens aan, ja hier zie ik al woorden bijstaan waar ik wat aan heb. En dit is een lijst van iemand anders? **Nee van dezelfde.** Dezelfde auteur? **Ja, alleen het zijn verschillende soorten waarden.** Oh oké. Kijk deze hebben ook iets meer met professionaliteit te maken. [leest lijst door] [vult bij competent een zeven in] **Competent dat komt voor u in de buurt met professioneel?** Ja. [vult bij betrouwbaar, behulpzaam en eerlijk een zes in] Ja ik vind ze allemaal een zes want deze waarden herken ik in meer dan voldoende mate bij Duinrand. **Oké.** En ja, jeetje dat mensen opgewekt zijn en dat ik koffie kreeg dat staat daar niet. Die andere waarden zoals vergevingsgezind, ruimdenkend, intellectueel, dat zijn voor mij geen begrippen die ik met Duinrand associeer. **Nee? Dan mag u daar een nul invullen of -1.** Oké. **Is het zo dat u vindt dat die waarden allemaal niet bij Duinrand passen of dat u er niks over kan zeggen?** Nee ik vind dit geen begrippen die bij Duinrand passen. Net zoals dat andere rijtje vind ik ook het begrip gehoorzaam of intellectueel of logisch niet passen bij Duinrand. **En waarom niet? Als u een paar voorbeelden kunt noemen?** [denkt na] Het begrip intellectueel heeft voor mij iets te maken dat [wijst naar boekenkast], met boeken, met theorieën, met nadenken. En Duinrand is heel bekwaam en heeft kennis van zaken maar dat is voor mij geen connotatie met intellectueel. **Oké.** De mensen die er werken kunnen heel

intellectueel zijn, maar dat zijn ze dan buiten hun uren dat ze op kantoor zitten. Wat gebeurt er bij Duinrand, je bent er je gaat achter een computerscherm zitten en er wordt wat ingetikt en er verschijnt wat. Dat heeft voor mij niets met intellect te maken. **Oké.** En laat staan met intellectueel. En daarom is het misschien ook een beetje verkeerd dat ik nu allemaal nulletjes invoer, want ik heb daar geen enkele associatie mee. Ik vind Duinrand niet liefhebbend maar ik vind dat ook niet iets dat je bij een kantoor voor financiële dienstverlening kan hebben die connotatie. En bij onafhankelijk heb ik een grote vraag, want eigenlijk denk ik dat die enige nul die past die van onafhankelijk is. Van die andere waarden vind ik eigenlijk dat dat blanco had moeten zijn. Ik denk niet dat Duinrand onafhankelijk is. **Nee?** Nee. **En waarom denkt u dat?** Ik vind dat niet, ik denk dat financiële adviseurs, het is misschien een idefix, maar ik denk dat financiële adviseurs belangen hebben. **Dat het nooit helemaal zuivere koffie is?** Nou wel zuivere koffie, [denkt na] misschien is dat ook weer niet waar. Misschien zit ik een beetje in een oudere fase te denken. Kijk je betaalt een uurtarief en ze zeggen dat dat uurtarief hun enige inkomsten zijn. Maar de vraag is of daarnaast nog provisie wordt gerekend. **Ja dat is er, maar dat zetten ze, of althans Duinrand, tegenwoordig gewoon op het polisblad, wat ze eraan aan verdienen, dat wel. Maar ja als u daar niet zo over denkt.** Nee zo denk ik daar niet over. Maar dat is voor mij geen waarde oordeel, omdat ik denk dat geen enkele financiële adviseur onafhankelijk is. Tenzij je er eentje zelf inhuurt. Dus eigenlijk vul ik hier niets in en de enige nul die ik invul is daar [vult bij onafhankelijk een nul in]. **Dat kunt u niet beoordelen?** Nee, vergevingsgezind en dat soort waarden, nee. **Oké, ja duidelijk.** Ja beheerst, er heeft niemand staan schreeuwen toen ik er was dus ja. [lacht hardop] **[lacht hardop] Nou gelukkig niet.** Ik denk wel dat er een zekere mate van ambitie aanwezig [vult bij ambitie een vijf in] is en misschien ook nog wel enige mate van creativiteit. [vult bij creatief een vier in] Beleefd, ja natuurlijk zijn ze beleefd.[vult bij beleefd een zeven in] **En waarom vindt u dat ze beleefd zijn?** Nou waarom, omdat ze mij beleefd te woord stonden en toen ik op kantoor was waren ze ook beleefd. **Oké. En waarom denkt u dat er enige vorm van ambitie aanwezig is, hoe merkt u dat?** [denkt na] Ik heb iemand gesproken die over verzekeringen ging en ik sprak iemand die over financiële producten ging. **En wanneer hebben die gesprekken plaatsgevonden?** Dat was in februari en maart. **Oké.** En ik merkte dat ze alle twee wel ambitie hadden, maar met name de meneer van de financiële producten die maakte op mij de indruk ambitieus te zijn. Waar leidt ik dat vanaf? De vele cursussen de hij ze die hij gelopen had en had moeten lopen van de nieuwe wet. Ja dus dat. **Dus het was meer de persoon?** Ja, nee met het kantoor heb ik verder niet zoveel. Laat ik het zo zeggen, als ik het voor het vorige kantoor had moeten antwoorden, dan had ik daar een min vijf gegeven. Want die waren en slecht en ook niet beleefd. Goed, [geeft lijst terug aan interviewer].

Oké, dan gaan we nu over op de rest van de vragen. Als u kijkt naar de concurrentie van Independent Duinrand, zou u dan een paar concurrenten kunnen noemen? Nee. **Nee? helemaal niet?** Nee, ik zou naar een bank kunnen gaan maar ja. **Ook niet andere tussenpersonen waarvan u denkt dat het concurrenten kunnen zijn?** Nee, want het is iets wat mij zeer matig interesseert, om eerlijk te zeggen, eigenlijk helemaal niet interesseert. **Oké, duidelijk.** We zijn ooit bij Duinrand gekomen, heel erg lang geleden toen we een huis kochten. En toen zei de makelaar dan heb je daar een financiële adviseur. En toen zijn we daar naartoe gegaan en altijd blijven hangen. **Dus u heeft eigenlijk niet meer om u heen gekeken, u bent alleen bij Duinrand gebleven?** Nee. **Oké, en welke sfeer vindt u dat er heerst binnen het bedrijf?** Een professionele, ter zake, kundig. **Oké en als Independent Duinrand een persoon was, hoe zou u het karakter dan omschrijven?** Hetzelfde, serieus, professioneel. **En welke karaktertrekken heeft Independent Duinrand die het niet mag verliezen?** Nou die. [lacht hardop] **[lacht hardop] Oké, dus professioneel en kundig?** Ja dat is wat voor mij een dienstverlener moet hebben. Ik koop een brood bij een bakker die brood kan bakken, niet bij eentje die heel goed kan glimlachen. **Dus het gaat voor u echt om de professionaliteit en de kundigheid?** Ja precies. **Oké, en welke karaktereigenschappen mist Independent Duinrand nog?** Nou voor de weinige diensten die ik van ze wil hebben, geen. **Nee? Er is niet iets waarvan u denkt dat moet vandaag de dag nog anders of daar irriteer ik mij aan?** Nee. **Nee?** Nee. **Oké, en als u een leeftijd zou moeten geven aan het bedrijf, of aan de persoon Independent Duinrand, welke zou dat dan zijn?** Oh een leeftijd? **Ja.** O jee. **Afgezien van hoelang het bedrijf al bestaat.** Ja [denkt na] 38. **38, en waarom 38?** Ja redelijk jong, eager om iets te doen, op de hoogte van allerlei nieuwe veranderingen in allerlei financiële stelsels en de wetgeving en dat bijhouden. Dat vind ik wat mensen van die leeftijd doen. **Oké duidelijk.**

We hebben bij Independent Duinrand verschillende symbolische uitingen, die bent u misschien al tegengekomen. We hebben mascotte, het logo en de website als belangrijkste uitingen. Dit is onze mascotte, Leon de Kameleon, [legt kaartje met mascotte voor], wat vindt u daarvan, als u

het zo naar kijkt wat komt er dan in u op? Veel kleuren, pastel, balanceren, arcadisch. **Oké, en vindt u de mascotte bij het bedrijf passen?** Nee. **En waarom niet?** Mijn eerste associatie als ik een pastel kleurige kameleon zie is niet: 'hé financiële dienstverlening'. **Nee, dus u snapt eigenlijk niet zo goed waarom ze hiervoor gekozen hebben?** Nee, ik begrijp ze niet. **Oké en dan hebben we natuurlijk het logo nog [legt kaartje met logo voor], wat vindt u daar van?** Aardig. **Aardig?** Ja. Vrolijke kleurtjes, veel kleurtjes, helder, duidelijke naam, schreefloze letter. **Oké, en bent u wel eens op onze website geweest?** Ja daar ben ik wel eens op geweest toen ik een formulier moest vinden. **En wat vond u van de vormgeving of van de stijl van de website?** Ja dat staat mij echt niet meer bij, ik ben razendsnel doorgeklikt naar het formulier wat ik moest hebben. **En dat kon u wel makkelijk vinden?** Ja ik geloof het wel, maar daar was toen van alles mee. Maar dat kwam ook omdat ze mij volgens mij de verkeerde versie hadden gestuurd. **Oh oké wat vervelend. En wat vindt u van de locatie waarop het kantoor is gevestigd?** Daar heb ik geen mening over. **Daar heeft u geen mening over?** Nee, het is prima. **Prima?** Ja. **Oké en als u een perfecte locatie zou mogen kiezen?** Ja, ik zou ze dan naar hier tegenover verhuizen, dan kan ik gelijk uit mijn werk binnen wippen. Ja of je nou naar de Bogaard gaat of nog drie minuten doorfietst, dat maakt mij niet uit. Als het nou iets is waar ik elke week kwam, maar dat doe ik niet. Ik ben er toen in februari en maart twee of drie keer geweest en de keer daarvoor was waarschijnlijk twintig jaar terug.

En wat zijn volgens u, of wat is volgens u de doelgroep die Independent Duinrand aan wil spreken? Ik vermoed,[denkt na], gezinnen dus ouders, met wat jongere kinderen dan de mijne. **Waarom denkt u dat?** Ja als ik de leeftijd van het bedrijf op 38 schat dan denk ik dat ze aantrekkelijk zijn of willen zijn voor mensen zo rond de 30. Mensen die misschien al een of meerdere kinderen hebben en denken goh ik moet toch eens wat dingen regelen. Die willen dan hun hypotheek en al hun verzekeringen op orde hebben. En dan denk ik dat dit zoiets is als de buurtsuper, de financiële adviseur bij u in het dorp en niet Nautadutilh of een of ander groot kantoor. **En dat vindt u zelf wel prettig? Dat het juist zo kleinschalig is?** Het maakt voor mij niet zoveel uit, als die makelaar ons bijna 30 jaar geleden naar iemand anders doorverwezen had dan had ik nou bij iemand anders gezeten. En voor mijn gevoel is dit ook iemand anders dan waar ik toentertijd op de van Alkemadelaan terecht gekomen ben. **Oké, en wat is volgens u de belofte of de boodschap die Independent Duinrand naar haar klanten doet?** [denkt na] **Wat hebben ze u gezegd of beloofd toen u binnenkwam?** 30 jaar geleden zou ik niet meer weten. **Maar in maart of februari?** De belofte die ze maken, niet letterlijk zo, wij zorgen voor u, maakt u zich geen zorgen. **En hoe heeft u dat gemerkt?** Nou de laatste keer dat ik daar was in maart toen was het advies dat ik kreeg was helder, kwam redelijk snel, ik kon het begrijpen en dat zegt ook al wat, ik werd meteen bij het financiële advies ook gewezen op de mogelijkheid tot verzekeringsadvies. Toen zij Robert-Jan dat Peter dat kon regelen, en dat deed hij toen ook. Dus dat was allemaal, netjes, bekwaam en goed. **Oké, en wat vindt u van de tone of voice in de communicatie die Independent Duinrand gebruikt?** Tijdens die ontmoetingen daar, heel prima. Daarna werd ik een tijdje achtervolgd door mails omdat ik een app moest gebruiken. En toen dacht ik waarom moet ik nou weer een app gebruiken. Ik heb een verzekering bij jullie, meer dan een. En die loopt gewoon, daar hoef ik geen app voor te hebben. Ik hoef niet dagelijks te kijken of ik nog een verzekering heb. Dat heb ik ook keurig genegeerd, dat was misschien wat opdringerig. **Omdat u steeds die mails kreeg?** Ja en dat paste niet helemaal bij de diensten die ik van hen had afgenomen. **Oké dus de communicatie toen via de mail en face-to-face, daar zat een verschil tussen?** Ja, ik denk dat ze hadden moeten weten dat ik niet op de mailinglijst had hoeven te staan voor de app. **Want daar bent u niet geïnteresseerd in?** Nee, maar ik heb ook geen wekelijkse informatie nodig. Ik heb geen beleggingsportefeuille die ik via hun laat regelen. Dus ik heb wekelijks helemaal geen nieuws nodig. Dus ik hoef ook niet via mijn mobieltje informatie te krijgen. **Nou die polismap app is meer bedoelt dat je in je polissen kan kijken, niet dat je allemaal informatie toegestuurd krijgt.** Dat kan dan wel zo zijn, en dat zal dan wel aan mij liggen en mijn leeftijd, maar als ik in mijn polissen wil kijken dan doe ik dat wel via de desktop of laptop. Dan ga ik niet op mijn mobieltje zitten te turen naar polisvoorwaarden. **Dus die polismap heeft u wel op de website bekeken?** Ja. **Oké dat vindt u prettiger dan via uw mobiel?** Ja precies ja. **Oké duidelijk. En u zei dat het enige wat u vervelend vond in die hele algemene service, is dat u steeds e-mails kreeg over die polismap of was er nog wat anders?** Ja nee alleen dat vond ik vervelend, de rest was uitstekend. **En heeft u ooit schade gemeld bij Independent Duinrand?** Ja. **En hoe ging dat?** Nou daarvoor ben ik dus doorverwezen naar die Peter en dat zijn we aan het afhandelen. **Oh daar bent u dus nog steeds mee bezig?** Ja dat ligt niet aan hun dat ligt aan mij, ik moet nog wat doen. Een aannemer die moet nog wat doen en dat duurt bij mij altijd heel lang. **Maar die schade heeft u toen face-to-face gemeld bij Peter of heeft u dat via de website gedaan?** Nee dat hebben we daar ter plekke allemaal geregeld. Heel lang verhaal maar er is een waterleiding bij mij

in de muur gebarsten al twee jaar geleden en dat hebben ze gemaakt, althans gerepareerd. [lacht hardop] **[lacht hardop]** Maar het moet nog worden afgemaakt, nog worden gestuct en ik kom er steeds niet aan toe om een aannemer aan te roepen daarvoor. En dus ligt het hele schade afhandel proces nu even stil. Als ik dat wel doe dan kan ik de schade afhandeling in orde maken. **Oké ik begrijp het.** Maar dat ligt niet aan Duinrand dat ligt allemaal aan mij. **Oké, en wat vindt u van het aantal contactmomenten met de medewerkers van Independent Duinrand?** Prima. **Prima?** Ja, ik krijg alle informatie die ik nodig heb. **Dus u wil niet meer of minder benaderd worden?** Nee hoor zo is het goed. **Oké duidelijk. En hoe vindt u de communicatie via de e-mail, wat vindt u bijvoorbeeld van de informatievoorziening via de e-mail?** Goed, ja blijkbaar heb je er al vaker van gehoord maar er was op een geven moment gedoe met formulieren die ik moest invullen. **Wat voor formulieren waren dat?** Ja voor de verzekering, ik heb dat financiële toen afgehandeld en toen zou ik een nieuw verzekeringspakket krijgen en daar moest ik een formulier voor invullen. **Om een nieuwe verzekering af te sluiten?** Ja en het formulier weigerde. **Online?** Ja het online formulier deed het niet. **En dat was in maart?** Ja of februari ergens. **Ja dat kan best kloppen.** En toen heb ik de prachtige chat functie er bij aangehad en toen werkte die nog niet en toen heb ik op een gegeven moment later nog wel iets ingevuld. Maar ik dacht wel toen het gebeurde god wat duurt dit allemaal lang en wat is dit omslachtig. Maar ja je hebt van die bugs in iets en dat zal nu wel weer verholpen zijn. **Ja er was toen inderdaad toen was de nieuwe site net live dus dat kan kloppen. En wat vond u van de responstijd via de e-mail?** Oh nee die is prima. Ja nee dat gaat allemaal heel snel. Sterker nog zij moesten mij een paar keer er aan herinneren dat ik moest antwoorden. **Oké en u zei net al toen heb ik via zo'n mooie chatfunctie heb ik even gechat over dat formulier dat het niet deed, en hoe verliep dat chatten?** Ja prima. **Ja?** Ja ging prima. **En vond u het persoonlijk of juist niet via de chat?** Nee ik vind dat niet persoonlijk. **Niet persoonlijk en waarom?** Nee ik vind dat heel helpdesk-achtig. **Helpdesk achtig?** Ja want een helpdesk is heel anoniem. En dan zegt zo iemand wel mijn naam is Peter maar toch krijg ik er geen persoonlijk gevoel van. **Heeft u een beetje idee dat u met een computer aan het praten bent dan?** Nee ik weet wel dat er dan iemand achter zit, dus het is niet zo dat ik vind dat ik automatische antwoorden krijg van hen, dat is niet zo. Maar het maakt op mij niet de indruk dat dit Duinrand in Rijswijk is. Ik heb het idee dat dat de helpdesk van Nederland is. **Een klantenservice die ergens anders is gevestigd?** Ja een klantenservice van de overkoepelende organisatie waar Duinrand bij is aangesloten. Ook als je belt, en niet rechtstreeks het nummer hebt opgeschreven van Robert-Jan, dan krijg je eerst iemand anders aan de lijn die weet ik waar zitten. Maar niet in Rijswijk. Ja ik heb dus de indruk dat Duinrand is aangesloten bij een vereniging van kantoren en die maken gebruik van een soort gezamenlijke service. En dus je eerste telefonisch contact, als je geen rechtstreeks nummer hebt, is met een helpdesk en dit soort chat dingen. **Dus het mag wel wat persoonlijker?** Ja ik weet niet of dat kan, maar ik had toen niet de indruk dat ik met iemand van Duinrand aan het overleggen was. **Dus dan zou u nog wel willen chatten maar u zou dus wel echt het idee willen hebben dat u met iemand van Duinrand praat?** Nou, kijk ik weet ook wel dat ik voor het invullen van een formulier ik niet per se iemand van Duinrand nodig heb. Dan moet ik iemand hebben die dat formulier kent en de techniek erachter en die weet dat ik dat vakje niet aan moet vinken en dat vakje wel. En dat hoeft niet voor mij niet dezelfde meneer te zijn waar ik de dag ervoor mee gesproken heb. Dus ik snap het ook wel dat dat op die manier werkt. Maar dat maakt het onpersoonlijk. **Oké, en volgt u Independent Duinrand op sociale media?** Nee. **En als u nou mocht kiezen via welk medium zou u dan het liefst benaderd willen worden door Independent Duinrand?** Via een e-mail. **Via een e-mail, en waarom de e-mail?** Daar doe ik alles mee, ze kunnen wel een foldertje in de bus gooien maar dat is heel erg oud. **Ja dat doen we ook niet meer hoor.** En social media en andere dingen die gebruik in nauwelijks alleen voor mijn dochters en mijn vrouw, verder niet. **Oké, en zou u dan formeel of informeel benaderd willen worden?** Ach dat maakt niet zoveel uit. De IKEA manier om alles met je en jij te doen of met u en hoogedel dat maakt mij niet uit. Zowel door het een als door het ander kijk ik heen. **Oké.**

En hoe zou u de mentaliteit van Independent Duinrand beschrijven? Professioneel, kundig, terug weer diezelfde woorden. Ik heb daar geen andere connotaties bij, bij die dienstverlening. **En ik weet niet of u het gemerkt heeft maar we zitten nu in een transitieperiode van analoog naar de digitale werkwijze, wij sturen bijvoorbeeld geen brieven meer. Wat vindt u van de manier waarop die verandering plaatsvindt?** Ja zo is het leven. **Zo is het leven?** Ja. **Dus u vindt het wel logisch?** Ja en daar heb ik ook geen problemen mee ik zal er ook geen problemen mee gehad hebben als ze wel papieren waren blijven sturen. **Dat maakt u niets uit?** Nee, ze zijn niet de enige die overstappen naar een digitale werkwijze. **Oké en vindt u dat er nog iets beter kan in de communicatie over die verandering naar de klant?** Nou ik kan zo snel even niks bedenken, ik vind

het zo wel prima geloof ik. Ik stop alles netjes in een digitaal mapje en als ik het weer nodig heb dan haal ik het er uit. Nee ik vind het prima. **Oké.**
Oké dan weet ik genoeg, hartstikke bedankt. Geen dank.

XV. Logboek

Datum	Onderdeel	Betrokkenen	Afspraken & besluitenlijst
23-12-2014	-	Laura van der Lugt & Joey van Maanen	Sollicitatiegesprek → imagoprobleem
06-01-2015	-	Laura van der Lugt & Joey van Maanen	2e afspraak → Positioneringsprobleem → aanvraagformulier ingevuld
08-01	Probleemformulering	Laura van der Lugt	Voorlopige probleemformulering opgesteld
11-01	-	Laura van der Lugt	Aanvraag afstudeerbegeleiding ingediend
14-01	-	Martien Schriemer	Aanvraag goedgekeurd →Probleemformulering verder uitwerken
15-01	1e Afstudeersessie	Laura van der Lugt & Martien Schriemer	Verzekeringsmarkt & probleemformulering verder uitwerken
20-01	-	Laura van der Lugt & Joey van Maanen	Contract getekend → 3 dagen scriptie, 2 dagen meewerken
2-02	-	Laura van der Lugt	1e werkdag stage
4-02	Voortgang	Laura van der Lugt & Martien Schriemer	Afstudeersessie → toch imagoprobleem → theorie Birkigt & Stadler gekozen
5-02	Probleemformulering	Laura van der Lugt	Probleemformulering aangepast → model Birkigt & Stadler uitgewerkt
9-02 t/m 13-02	Pva	Laura van der Lugt	Opzet plan van aanpak gemaakt
16-02 t/m 18-02	Pva	Laura van der Lugt	Verder gewerkt aan plan van aanpak
19-02	Voortgang	Laura van der Lugt & Martien Schriemer	Afstudeersessie → stappen onderzoek uitgewerkt
20-02	Pva	Laura van der Lugt	Plan van aanpak afgemaakt
24-02	Pva	Laura van der Lugt	Plan van aanpak ingeleverd op stage
26-02	Theoretisch kader	Laura van der Lugt	Theoretisch kader → relevante publicaties en kritische review geschreven
27-02	Hypothesen	Laura van der Lugt	Hypothesen opgesteld
	Pva	Laura van der Lugt & Joey van Maanen	Plan van aanpak besproken → situatieschets scherper, methodologie scherper, spelfouten eruit halen
28-02 t/m 1-03	Theoretisch kader	Laura van der Lugt	Theoretisch kader afgemaakt → uploaden in Ephorus

5-03	Voortgang	Laura van der Lugt	Afstudeersessie → klanten via chat interviewen kan → inlezen in CMC.
6-03 t/m 6-03	Methodologie	Laura van der Lugt	Ingelezen in CMC.
17-03	Theoretisch kader	Piet Hein Coebergh	Feedback theoretisch kader ontvangen → goedgekeurd mits hypothesen en methodologie aanpassen
18-03	Theoretisch kader	Laura van der Lugt	Feedback theoretisch kader verwerkt
19-03	Deelvragen	Laura van der Lugt	1e deelvraag uitgewerkt → wat is de huidige identiteit van het bedrijf?
20-03	Methodologie	Laura van der Lugt	Opzet topic guide medewerkers gemaakt
21-03	Methodologie	Laura van der Lugt	Methodologie aangepast a.d.h.v. feedback op theoretisch kader
26-03	Voortgang	Laura van der Lugt & Martien Schriemer	Afstudeersessie → interviews face-to-face of via chat? → face-to-face gekozen
28-03	Theoretisch kader	Laura van der Lugt	2e versie theoretisch kader afgemaakt
1-04	-	Laura van der Lugt	Gantt Chart scriptieplanning gemaakt
4-04	Concurrentieonderzoek & deelvragen	Laura van der Lugt	Opzet concurrentieonderzoek gemaakt, deelvraag 1 huidige identiteit verder uitgewerkt
4-04 t/m 8-04	Methodologie	Laura van der Lugt	Topic guides medewerkers en klanten gemaakt
9-04	Voortgang	Laura van der Lugt & Martien Schriemer	Afstudeersessie, theoretisch kader gepresenteerd, topic guides voorgelegd → volgorde onderwerpen veranderd → inkijken waarden onderzoek Jeppe
10-04	-	Laura van der Lugt	Klantenbestand geordend, klanten selecteren uit klantenbestand
14-04	Respondentenwerving	Laura van der Lugt	Klanten gebeld → 1e afspraak voor interview gemaakt
15-04	Interviewen & verbatims	Laura van der Lugt	Interview 1e medewerker afgenomen, interviews uitgetypt
16-04	Interviewen & verbatims	Laura van der Lugt	2e en 3e medewerker

			interview afgenomen, interviews uitgetyped
17-04	Verbatims & interviewen	Laura van der Lugt	Interview medewerkers uitgetypt, interview 1e klant afgenomen
18-04	Verbatims	Laura van der Lugt	Interviews medewerkers uitgetypt
20-04	Voortgang	Laura van der Lugt	Afstudeersessie → klanten zonder digitale polismap ook in onderzoek betrekken? → vooronderzoek doen a.d.h.v. streekproef van der Zee.
21-04	Respondentenwerving	Laura van der Lugt	Klanten gebeld → 2e afspraak gemaakt
22-04	Respondentenwerving	Laura van der Lugt	Klanten gebeld → 3e en 4e afspraak gemaakt
23-04	Respondentenwerving	Laura van der Lugt	Klanten gebeld → zonder resultaat
24-04	Klanten gebeld	Laura van der Lugt	Klanten gebeld → 5e en 6e afspraak gemaakt
28-04	Interviewen	Laura van der Lugt	Interview respondent 2 afgenomen
29-04	Interviewen	Laura van der Lugt	Interview respondent 3 en 4 afgenomen
30-04	Voortgang & interviewen	Laura van der Lugt & Martien Schriemer	Afstudeersessie → Manager wil ook interview via webcam, mag dit? → mag. Interviewen respondent 5
1-05	Interviewen	Laura van der Lugt	Interviewen respondent 6
4-05	Respondentenwerving	Laura van der Lugt	Klanten bellen → afspraak 7e interview gemaakt
6-05	Verbatims	Laura van der Lugt	Interviews klanten uitgetypt
7-05	Respondentenwerving & verbatims	Laura van der Lugt	Klanten gebeld → 8e afspraak gemaakt. Interviews klanten verder uitgetypt
8-05	Verbatims	Laura van der Lugt	Interviews klanten verder uitgetypt
12-05	Interviewen	Laura van der Lugt	Interview respondent 7 afgenomen
13-05	Interviewen & Voortgang	Laura van der Lugt	Interview respondent 8 afgenomen, afstudeersessie → hoe analyseschema's van waarden Rokeach maken? → per waarde analyseschema.
14-05 t/m 15-05	Verbatims	Laura van der Lugt	Interviews klanten uittypen
18-05	Respondentenverwering	Laura van der Lugt	Klanten gebeld → 9e, 10e, 11e en 12e

			afspraak gemaakt
19-05	Theoretisch kader	Laura van der Lugt	Presentatie theoretisch kader maken voor in afstudeersessie
20-05	Voortgang & interviewen	Laura van der Lugt & Martien Schrimer	Afstudeersessie → presentatie theoretisch kader gegeven, alles prima. Interview respondent 9 afgenomen
21-05	Interviewen	Laura van der Lugt	Interview respondent 10 en 11 afgenomen
22-05	Interviewen & verbatims	Laura van der Lugt	Interviews klanten uitgetypt, interview respondent 12 afgenomen (laatste interview)
25-05 t/m 6-06	Verbatims	Laura van der Lugt	Verbatims klanten verder afgemaakt
8-06 t/m 11-06	Resultaten verwerken	Laura van der Lugt	Begonnen maken analyseschema's medewerkers
11-06	Voortgang	Laura van de Lugt & Martien Schriemer	Voortgangsgesprek → analyseschema's besproken→ conclusies trekken onder elk schema zetten. Hypothesen → verantwoording Birkigt & Stadler toevoegen. Discussie toevoegen, uitleg situatieschets. Concurrentieanalyse → schrappen
12-06	Resultaten verwerken	Laura van der Lugt	Analyseschema's medewerkers afgemaakt
15-06 t/m 26-06	Resultaten verwerken	Laura van der Lugt	Analyseschema's klanten gemaakt
29-06 t/m 3-07	Resultaten verwerken	Laura van der Lugt	Resultaten medewerkers geschreven
6-07 t/m 10-07	Resultaten verwerken	Laura van der Lugt	Resultaten klanten geschreven
10-07	Voortgang	Laura van der Lugt & Martien Schriemer	Laatste voortgangsgesprek → deelvraag 1 huidige identiteit schrappen en in bijlagen en situatieschets.
13-07 t/m 17-07	Situatieschets	Laura van der Lugt	Situatieschets schrijven
20-07 t/m 22-07	Resultaten verwerken	Laura van der Lugt	Huidige identiteit geschreven en in bijlagen gezet
27-07 t/m 31-07	Conclusies	Laura van der Lugt	Conclusies geschreven
3-08 t/m 5-08	Aanbevelingen	Laura van der Lugt	Aanbevelingen geschreven
6-08	Discussie	Laura van der Lugt	Discussie geschreven
7-08	Methodologie	Laura van der Lugt	Verantwoording bijgevoegd in topic

			guide
10-08 t/m 12-08	Implementatie	Laura van der Lugt	Implementatie en corporate story geschreven
13-08	Samenvatting & check	Laura van der Lugt	Samenvatting geschreven en puntjes op de i
14-08	Check, printen, inbinden	Laura van der Lugt	Laatste check, geprint en ingebonden
15-08 t/m 16-08	Reflectie	Laura van der Lugt	Reflectieverslag geschreven
16-08	Beoordeling opdrachtgever	Laura van der Lugt	Beoordeling opdrachtgever ontvangen
17-08	Inleveren	Laura van der Lugt	Scriptie ingeleverd