

Personalisatie in Finance & Insurance: Zo creëer je loyale klanten

25.09.2025

100procent depl25yteq™

Van segment naar emotionele connectie



Zwitserleven

David de Jong
Head of Customer Experience

Onze B2C transformatie

De reis naar emotionele connectie.

David de Jong

Head of Customer Experience

Zwitserleven (Athora Netherlands)

Zwitserleven



Het Zwitserleven gevoel.

Een gevoel dat we delen.

Zwitserleven



We kijken **Terug**



We kijken

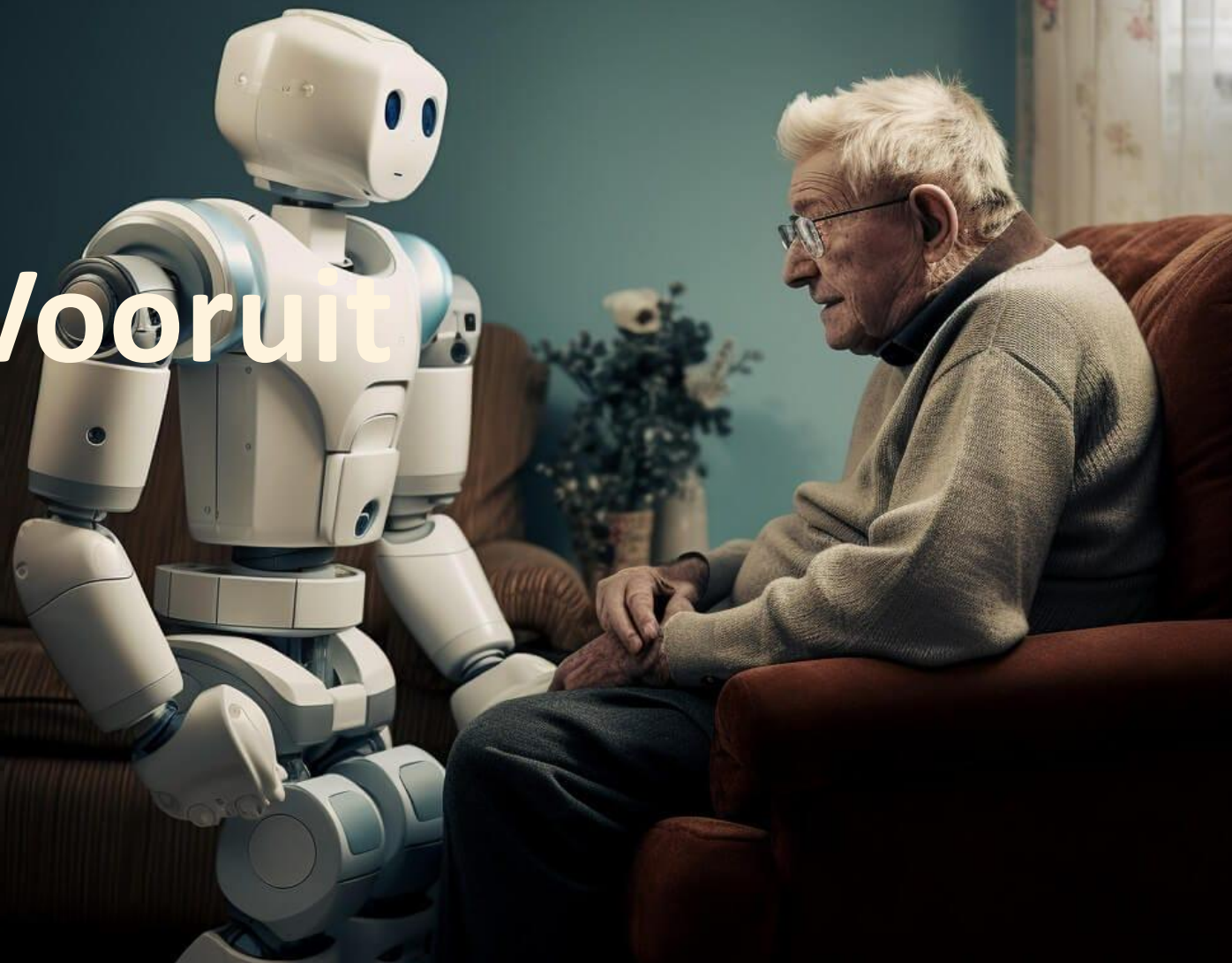
Terug

Maar ook

Vooruit

Maar ook

Vooruit



Vandaag.

Ambities

Platform

Foundation

Resultaten

De oorsprong van Zwitserleven is B2B georiënteerd.

Toevoegen B2C propositie

We hebben een directe B2C-propositie toegevoegd. Daarmee willen we pensioenen begrijpelijk en toegankelijk maken voor iedereen, zonder concessies te doen aan ons sterke B2B-fundament.

Ambitie

We willen verder gaan dan pionieren. Zwitserleven streeft ernaar het voorkeursmerk te worden voor consumenten op het gebied van pensioen.



Uitdagingen.

Lage betrokkenheid

Pensioenen worden vaak als complex en ver-van-mijn-bed ervaren. Voor veel klanten komt het onderwerp pas tot leven bij pensionering, waardoor engagement laag blijft.

Legacy operating model

Onze B2B-cultuur was niet ingericht op snelle validatie met klanten, e-commerce-achtige acquisitie of iteratieve productontwikkeling. Dit maakte het lastig om snel in te spelen op veranderende klantbehoeften.

Regelgeving

Strengere regulering en risicomanagement vereisen gefaseerde validatie en uitgebreide documentatie. Dit is essentieel om zowel toezichthouders als interne riskfuncties vertrouwen te geven in onze aanpak.

Tooling en Data

De bestaande marketingtechnologie was niet ontworpen of ingericht voor gepersonaliseerde, datagedreven klantinteracties en beperkte onze wendbaarheid.

Doelstellingen van de transformatie

Lanceren van een consumentenplatform

Een platform dat keuzes en pensioenplanning eenvoudig en begrijpelijk maakt voor de klant inclusief de daarbij horende MarTech ecosysteem.

Opbouwen van een schaalbare acquisitiemachine

Niet alleen via werkgevers, maar ook rechtstreeks richting consumenten, met herhaalbare en meetbare acquisitieflows.

Organisatiecultuur verschuiven naar klantgericht en experiment gedreven

Werken vanuit de klantbehoefte, met ruimte voor experimenteren en leren, maar altijd binnen de kaders van risicobereidheid en regelgeving.

BizzDevOps teams per doelgroep

- Bijna met Pensioengenieters
- Pensioenbouwers

Lancering.

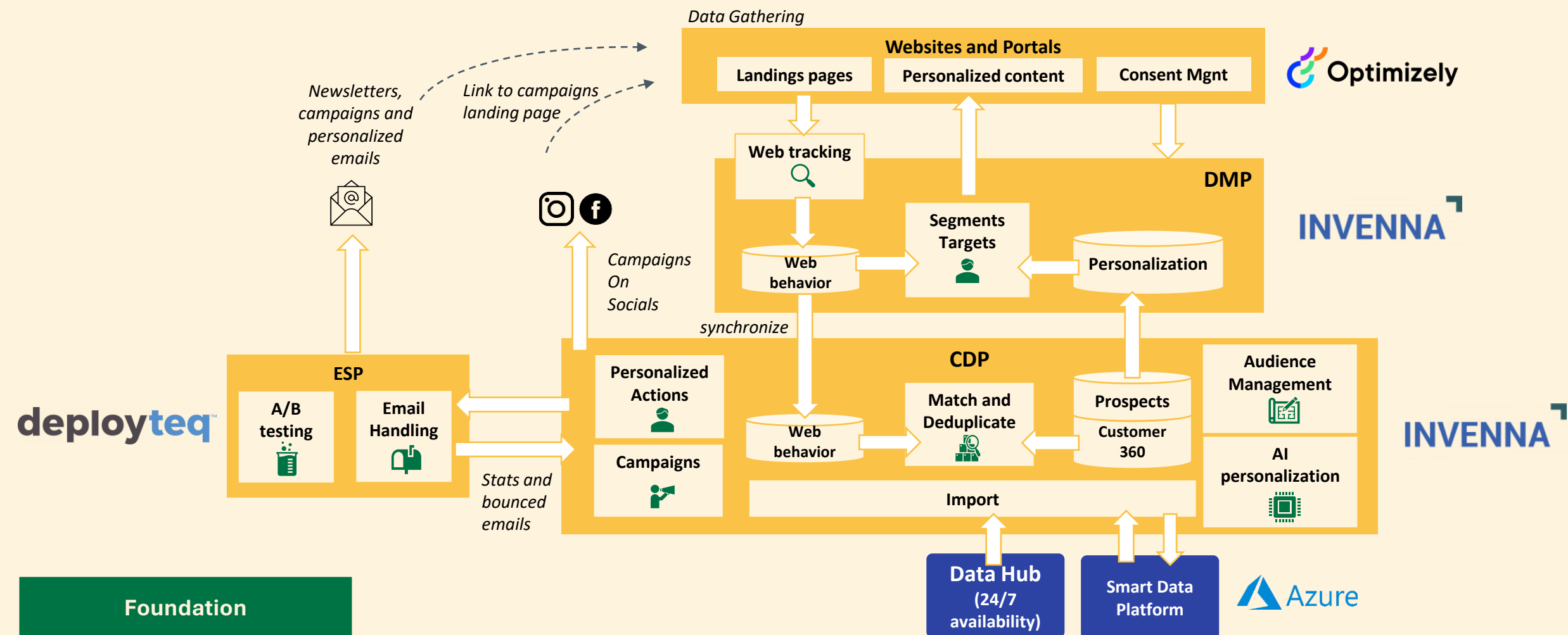


Zwitsersleven

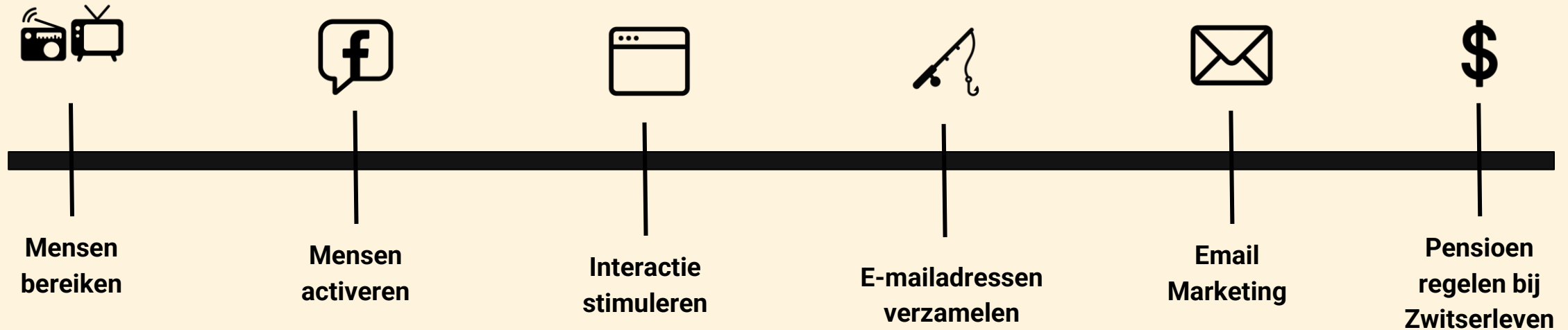
We hebben dit vooral gebouwd vanuit onze
eigenkracht met ondersteuning van:

Maker 

Inclusief Foundation.



Hoe zorgen we voor een conversie-gedreven campagne?

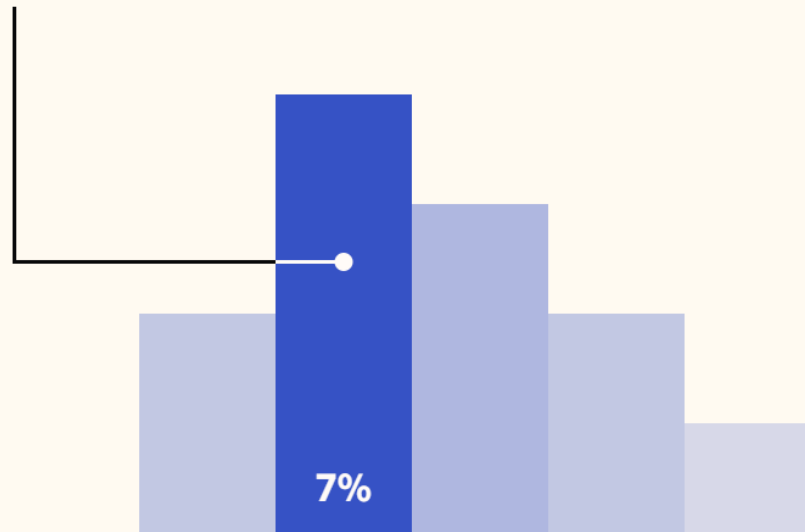


Data Gathering.

Jouw pensioenambitie

7% kiest voor het ontdekken van een nieuwe hobby

Hoe ziet jouw pensioen eruit? Heb je grootse plannen, of kan je niet wachten tot je even op adem kunt komen? Laat het hieronder weten. Wie weet inspireer je een ander met jouw pensioenambitie! Na het stemmen kan je zien wat anderen gaan doen met hun pensioentijd.



Wat is jouw grootste pensioenambitie?

- ☐ Genieten van de rust
- ☐ Vrijwilligerswerk doen
- ☐ Nog iets bijverdienen
- ☐ Een reis maken
- ☐ Een nieuwe hobby beginnen
- ☐ Mijn huis verbouwen
- ☐ Naar het buitenland verhuizen
- ☐ Tijd doorbrengen met de kleinkinderen
- ☐ Iets anders, namelijk

Stem om de resultaten te bekijken

Campagne - Resultaten 25-08 t/m 08-09

Pensioenambities, de campagne met conversiefocus.

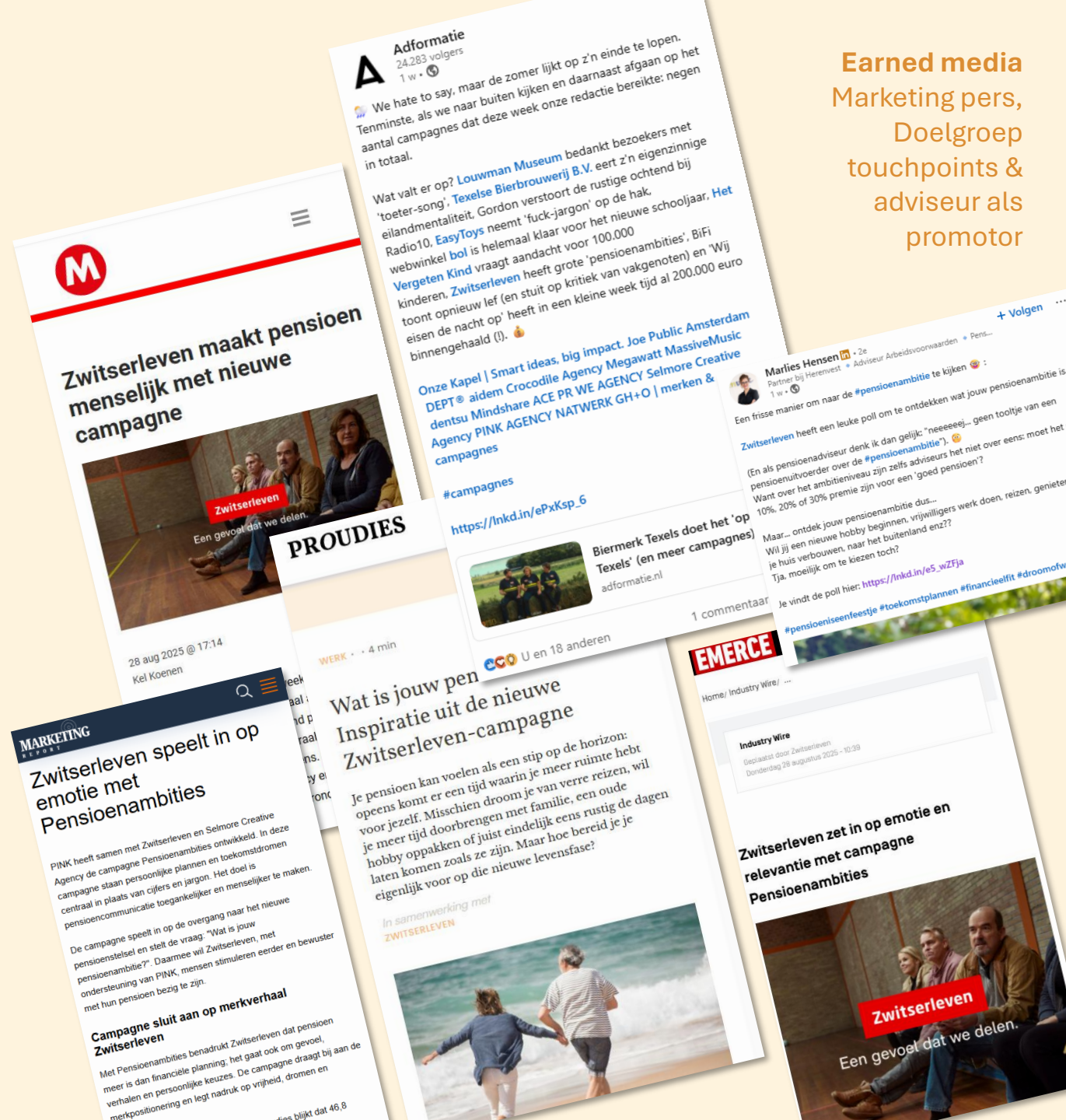
Een veelbelovend begin

De campagne 'Pensioenambities' is twee weken geleden gelanceerd en laat in deze vroege fase al positieve signalen zien. Zowel intern als extern wordt de campagne goed ontvangen, en er ontstaat merkbare tractie, onder andere zichtbaar via diverse mediapublicaties en zichtbaar (verhoging van zoekverkeer op Zwitserleven via Google).

Deze presentatie biedt per kanaal een overzicht van de eerste resultaten en inzichten, met aandacht voor optimalisatiemogelijkheden en vervolgstappen.

Resultaten

Earned media
Marketing pers,
Doelgroep
touchpoints &
adviseur als
promotor



Resultaten in het kort.

8.6

Miljoen impressies en
27.000 clicks

820

Keer de Pensioen-
Coach gebruikt

63%

Van de doelgroep
is bereikt via TV

8%

Click through rate
vanuit e-mail

14.500

Paginabezoeken
Landingspagina

700

Downloads van
het PensioenBoek