

De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en
AI op de toekomst van de verzekeringssector

E-book by **Claritalk**

Auteur: Iza Verschueren
Opdrachtgever: Thomas Neiryndck



claritalk®

De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector

De drijvende kracht achter 'De toekomst verzekeren'	1-2
Inleiding	2
Verzekeringsprofessionals en technologie: wat is de huidige status?	3-6
Hoe groot is de interesse in technologie en AI?	4
Hoe tevreden is men over de huidige werking?	4
Waar is optimalisatie mogelijk?	5
Reden van noodzakelijke optimalisatie	5-6
Tools in actie: het gebruik en de impact van heden	7-11
Toolgebruik in verzekeringen	8
Conversational intelligence	8
Effectiviteit tooling	8-9
Tool optimalisatie	9
Uitdagingen	10
Tooleigenschappen	10-11
Toolrelevantie	11

De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector

Van data naar inzicht: de kracht van rapportage en administratie	12-15
Belang van rapportering	13
Communicatiemiddelen	13
Notitiemethodes	14
Extra personeel bij het notuleren	14
Administratietijd	14
Blijvende indrukken: waarom optimalisatie essentieel is	15
De verborgen gevaren van administratieve fouten in de verzekeringssector	15
De slimme verzekeringsprofessional: AI in actie	16-21
Houding tegenover AI	17
Behoefte binnen AI tools	17
Visualisatie door AI	18
Ervaringen met AI	18
Zorgen binnen AI-implementatie	19
Eigen score AI kennis	19
AI-tools bij verzekeringsprofessionals	20
Hoe zeker van AI in de toekomst?	20-21
Voorziene budgetten	21
Vooruitblikken: klaar voor de toekomst?	22-24

1

De drijvende kracht achter
'Insuring the future'



De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector

Inleiding

De verzekeringssector staat op een keerpunt. Digitalisering en kunstmatige intelligentie (AI) transformeren de manier waarop verzekeringsprofessionals opereren, risico's inschatten en klanten bedienen. Innovaties zoals geautomatiseerde claimafhandeling, voorspellende analyses en chatbots zorgen voor een efficiëntere, klantgerichtere en datagestuurde aanpak. Maar deze vooruitgang brengt ook uitdagingen met zich mee, zoals ethische vraagstukken, regelgeving en de noodzaak om traditionele bedrijfsmodellen te herzien.

In 'De toekomst verzekeren': Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI op de toekomst van de verzekeringssector duiken we diep in deze transformatie. We onderzoeken hoe technologie de sector vormgeeft, welke kansen en bedreigingen dit met zich meebrengt en hoe verzekeringsprofessionals zich kunnen voorbereiden op de toekomst.

Dit e-book is bedoeld voor professionals in de verzekeringsbranche, technologielifhebbers en beleidsmakers die willen begrijpen hoe AI en digitalisering niet alleen het heden, maar ook de toekomst van verzekeringen zullen bepalen. Of je nu een innovator, strategisch beslisser of nieuwsgierige lezer bent, dit e-book biedt waardevolle inzichten en praktische handvatten.

Laten we samen de toekomst van de verzekeringsindustrie verkennen.

2

Verzekeringsprofessionals en technologie:
wat is de huidige status?

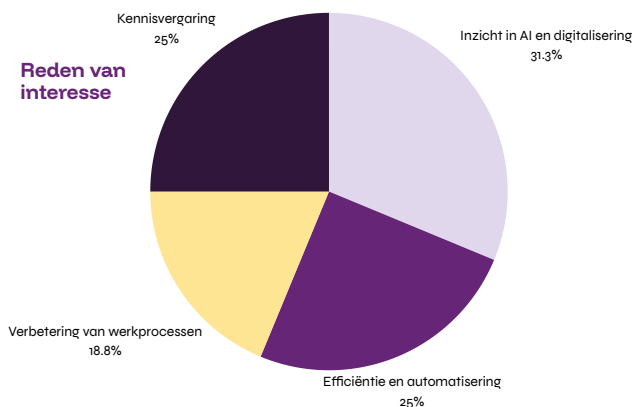


De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector

Hoe groot is de interesse in technologie en AI?

Uit het onderzoek blijkt dat de interesse in AI en digitalisering binnen de verzekeringssector voortkomt uit verschillende drijfveren. Een aanzienlijk aantal medewerkers, zo'n **25%**, is vooral geïnteresseerd in het verkrijgen van inzicht in hoe AI en digitalisering hun werk en de sector als geheel kunnen beïnvloeden. Deze medewerkers willen begrijpen hoe technologie hen kan helpen om hun werkzaamheden te verbeteren en efficiënter te maken.



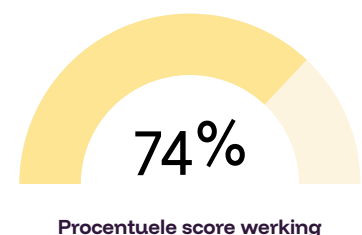
Daarnaast komt de interesse van ongeveer **25%** voort uit de wens om AI te gebruiken voor het automatiseren van administratieve taken. Dit biedt hen de mogelijkheid om meer tijd te besteden aan klantgerichte activiteiten, zoals het onderhouden van relaties en het bieden van gepersonaliseerde service. Deze motivatie om werkprocessen te verbeteren en repetitieve taken te vereenvoudigen sluit aan bij een andere groep van **19%** van de medewerkers, die specifiek geïnteresseerd zijn in het verbeteren van interne werkprocessen door middel van AI.

Ongeveer **56,3%** van de medewerkers is geïnteresseerd in het vergroten van hun kennis over de toepassingen van AI binnen de verzekeringssector. Voor deze groep is AI vooral een kans om meer te leren over de technologie, zelfs als er geen directe voordelen worden verwacht. Ze zijn nieuwsgierig naar hoe AI de sector beïnvloedt en willen op de hoogte blijven van de laatste ontwikkelingen.

Kortom, de interesse in AI en digitalisering binnen de verzekeringssector komt voort uit een mix van nieuwsgierigheid naar technologische ontwikkelingen, de wens om werkprocessen te verbeteren, en het streven naar efficiënter werken. Deelnemers willen bovendien hun kennis vergroten en bijdragen aan de verdere ontwikkeling van AI binnen de sector. Verder kunnen we hier ook uit afleiden dat wel **44%** hun interesse voortkomt uit kansen tot verbetering en efficiëntie van de werkprocessen die ze in AI en digitalisering zien.

Hoe tevreden is men over de huidige werking?

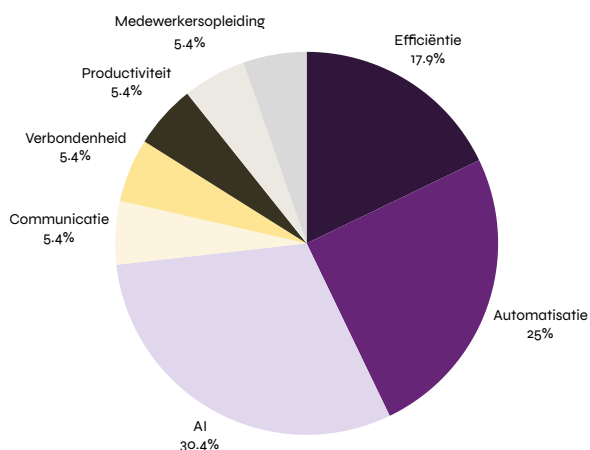
De gemiddelde score van **7,43 op 10**, gegeven door verzekeringsprofessionals, wijst op een redelijke tevredenheid over hun huidige situatie en werking. Dit suggereert dat zij hun prestaties als goed beschouwen, maar ook erkennen dat er ruimte is voor verbetering. De aanwezigheid van zowel hogere als lagere scores duidt erop dat er een bewustzijn is van de uitdagingen die digitalisering en AI met zich meebrengen en een bereidheid om deze aan te pakken.



Deze score reflecteert een balans tussen vooruitgang en behoud van traditionele methoden. verzekeringsprofessionals lijken bereid om nieuwe technologieën, zoals AI, te verkennen, maar zijn tegelijkertijd voorzichtig en evalueren zorgvuldig hoe deze kunnen bijdragen aan de efficiëntie en effectiviteit van hun processen. Het geeft aan dat ze de waarde van innovatie erkennen, maar ook de noodzaak om gefaseerd en doordacht te werk te gaan.

Kortom, de score geeft aan dat verzekeringsprofessionals redelijk tevreden zijn met hun huidige werkwijze, maar zich tegelijkertijd bewust zijn van de noodzaak om zich verder te ontwikkelen en de mogelijkheden van digitalisering en AI optimaal te benutten.

Procentueel gegeven van
mogelijke toepassing



Waar is optimalisatie mogelijk?

Uit de statistieken blijkt dat de verzekeringssector kansen ziet in AI, waarbij 30,4% van de respondenten het als een belangrijke pijler voor toekomstige groei beschouwt. AI wordt gezien als een middel om werkprocessen te optimaliseren en tijd te besparen.

Daarnaast ziet 25% van de respondenten potentieel in automatisering om administratieve taken te versnellen, klantinteracties te verbeteren en schadebehandelingsprocessen te stroomlijnen. Dit zou repetitieve werkzaamheden verminderen en medewerkers ruimte geven voor strategische taken.

Efficiëntie is een andere focus, met 18% die kansen ziet om werkstructuren beter in te richten voor snellere besluitvorming en minder vertragingen. Hoewel medewerkersopleiding, productiviteit en communicatie minder prioriteit krijgen (minder dan 6%), ligt de nadruk binnen de sector momenteel sterk op technologiegedreven oplossingen zoals AI en automatisering voor directe voordelen en concurrentievoordeel.

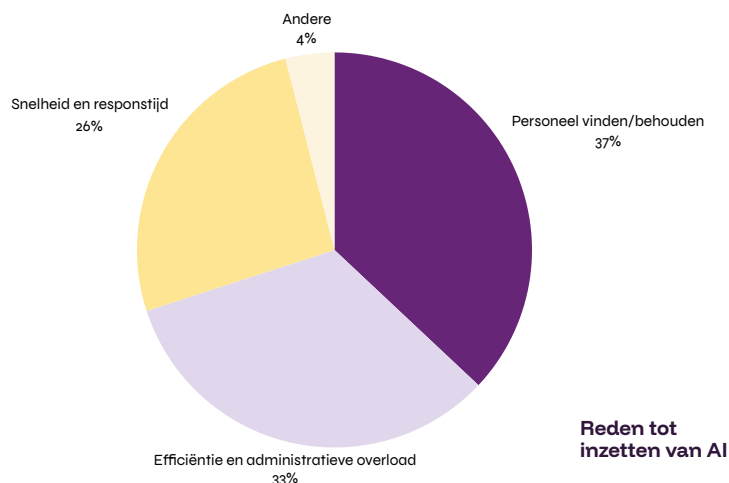
Reden van noodzakelijke optimalisatie

De drie grootste uitdagingen voor verzekeringsprofessionals: het vinden en behouden van personeel, administratieve efficiëntie en snelheid van responstijd, geven belangrijke inzichten in de huidige staat van de sector.

Ten eerste wijst de nadruk op personeel en medewerkers vinden/behouden op een groeiende afhankelijkheid van goed opgeleid en gemotiveerd personeel.

De verzekeringssector heeft duidelijk moeite met het aantrekken en behouden van talent, wat deels te maken heeft met de hoge werkdruk en de gespecialiseerde kennis die vereist is. Dit benadrukt de noodzaak voor bedrijven om niet alleen te investeren in training en ontwikkeling, maar ook in het creëren van een gezonde werkcultuur die stress vermindert en flexibiliteit biedt. Het behouden van personeel wordt steeds belangrijker, vooral in een sector waar continuïteit en ervaring van vitaal belang zijn.

Daarnaast is efficiëntie en administratieve overload een terugkerend thema. De complexiteit van regelgeving en het volume aan administratieve taken zorgen voor een enorme druk op verzekeringsprofessionals. Het proces kan veel tijd in beslag nemen, wat leidt tot frustratie bij medewerkers en vertragingen in klantprocessen. Dit benadrukt de dringende behoefte aan automatisering en digitalisering, waarbij technologie zoals AI en robotische procesautomatisering kunnen helpen de werklast te verlichten en de administratieve lasten te verlagen. Door deze processen te stroomlijnen, kan meer tijd worden besteed aan de klantrelatie en het verbeteren van de klanttevredenheid.



Reden tot
inzetten van AI

Tot slot is er de uitdaging van **snelheid en responstijd**, die steeds crucialer wordt in een concurrerende markt. Klanten verwachten niet alleen snelle service, maar ook dat hun vragen en problemen snel worden opgelost. Verzekeringsprofessionals moeten daarom investeren in technologieën die snellere reacties mogelijk maken, zoals **digitale kanalen en chatbots**. In een tijd waar insurtech bedrijven steeds meer marktaandeel winnen door hun snelheid en klantgerichte benadering, moeten traditionele verzekeringsprofessionals zich aanpassen om niet achter te blijven. Dit betekent dat verzekeringsprofessionals sneller moeten reageren op veranderingen in de markt, nieuwe technologieën moeten omarmen en een proactieve rol moeten spelen in het beheren van klantdossiers.

Samenvattend kan worden geconcludeerd dat verzekeringsprofessionals zich in een **cruciale transformatie** bevinden. Het succes in de toekomst zal afhangen van hun vermogen om te digitaliseren, efficiëntie te verbeteren, en talent te behouden terwijl ze tegelijkertijd inspelen op de steeds hogere verwachtingen van klanten. Het vermogen om snel en flexibel te opereren, ondersteund door technologie, zal de sleutel zijn tot concurrentievoordeel in de sector.

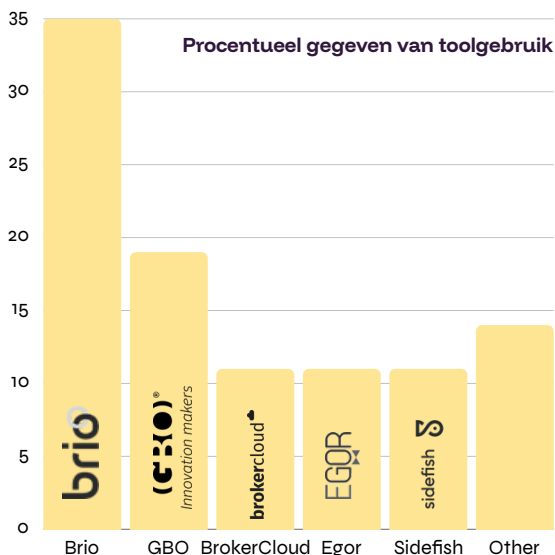
3

Tools in actie: het gebruik
en de impact van heden



De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector



Toolgebruik in verzekeringen

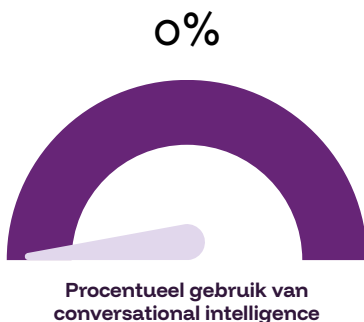
De meest gebruikte tools binnen de verzekeringssector geven een duidelijk beeld van de huidige trends en uitdagingen waarmee verzekeringsprofessionals zich geconfronteerd zien.

Het feit dat **Brio** de meest gebruikte tool is, met maar liefst 35% van de vermeldingen, suggereert dat het een **essentieel platform** is voor veel verzekeringsprofessionals. Brio lijkt de spil te zijn in hun dagelijkse operaties, mogelijk vanwege de **robuustheid en veelzijdigheid** die het biedt in het beheer van polissen, klantrelaties en backoffice-functies.

Dit benadrukt de cruciale rol van **één centrale applicatie** die verschillende bedrijfsprocessen ondersteunt.

Daarnaast blijkt uit de frequentie van GBO, BrokerCloud, Egor en Sidefish dat verzekeringsprofessionals veel waarde hechten aan platforms die **cloudgebaseerd** zijn en die flexibiliteit en schaalbaarheid bieden. Deze tools zijn waarschijnlijk van groot belang voor het beheer van **klantrelaties, data-analyse en offertes en claims**, wat de toegenomen focus op digitale transformatie binnen de sector weerspiegelt. De sector lijkt dan ook steeds meer **afhankelijk van automatisering en digitale integratie**, die helpen de efficiëntie te verhogen, de werkdruk te verlagen en de snelheid van klantgerichte processen te verbeteren.

Bovendien wijzen de diverse tools die in de lijst voorkomen op een **veelzijdige benadering van technologie**. Verzekering professionals gebruiken verschillende gespecialiseerde applicaties om specifieke behoeften te vervullen, van enterprise software zoals Futura (Microsoft Dynamics) tot documentbeheer met tools als Paperbox. Deze variëteit suggereert dat verzekeringsprofessionals niet enkel vertrouwen op één oplossing, maar op een ecosysteem van technologieën die samenwerken om de bedrijfsvoering te optimaliseren.



Conversational intelligence

Het feit dat 0% van de verzekeringsprofessionals een conversational intelligence tool gebruikt, wijst erop dat de sector nog **terughoudend** is in het toepassen van AI voor klantinteractie. Verzekering professionals lijken te focussen op traditionele communicatiekanalen zoals telefoongesprekken en e-mail, mogelijk vanwege de complexiteit van hun producten en de noodzaak voor persoonlijk advies.

Dit kan ook duiden op een vroege fase van digitale transformatie, waarbij de **nadruk** ligt op **efficiëntie en compliance** in plaats van geavanceerde klantinteracties via AI.

Effectiviteit tooling

Procentueel gegeven score op effectiviteit van huidige tooling.



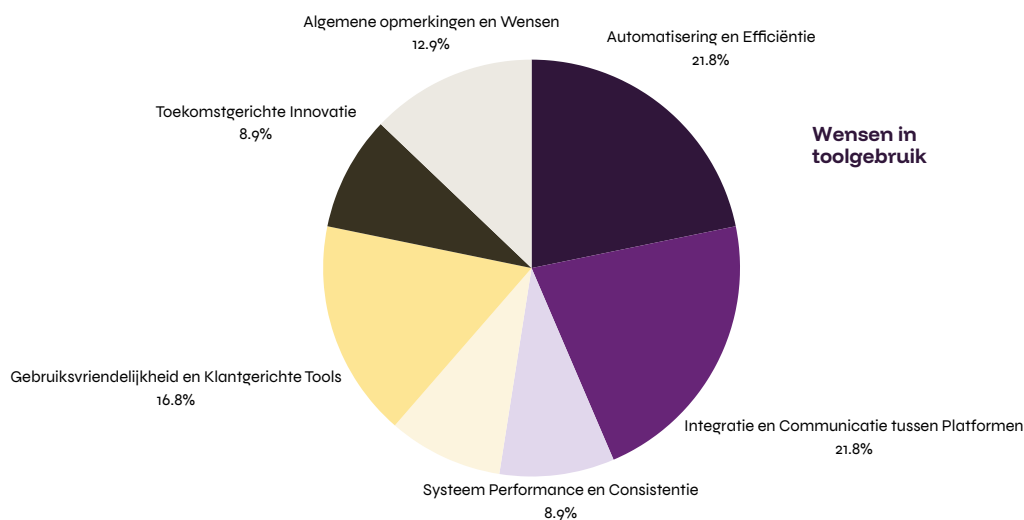
Een score van 7,54 op 10 voor de effectiviteit van de huidige tooling geeft aan dat verzekeringsprofessionals over het algemeen tevreden zijn met de tools die ze gebruiken, maar dat er nog ruimte is voor verbetering. De score ligt boven de 7, wat betekent dat de tools goed voldoen aan de basisbehoeften, maar niet op het hoogste niveau presteren.

Er kunnen mogelijks enkele problemen of onvolledige functionaliteiten zijn die de algehele effectiviteit beperken. Dit wijst erop dat er kansen zijn om de tooling verder te **optimaliseren**, bijvoorbeeld door gebruiksvriendelijkheid te verbeteren, nieuwe functionaliteiten toe te voegen of door de technologie **beter af te stemmen op de veranderende behoeften van de organisatie**.

De score suggereert ook een goede basis, maar een potentieel voor **further enhancement**. Verzekeringsprofessionals kunnen overwegen om te **investeren in upgrades** of nieuwe technologieën die de efficiëntie verhogen en de prestaties verbeteren. Kortom, de tools doen hun werk, maar er is ruimte om ze naar een hoger niveau te tillen, wat kan bijdragen aan verbeterde efficiëntie en een betere klantbeleving.

Tool optimalisatie

De huidige tools in de verzekeringssector tonen dat er al een **aanzienlijke digitale transformatie** aan de gang is, maar er is nog veel ruimte voor innovatie. De trend wijst op de behoefte aan specialistische technologieën die efficiënt kunnen worden geïntegreerd in een AI-gedreven ecosystemen. Verzekeringsprofessionals zullen moeten investeren in digitale oplossingen die zowel schaalbaar als flexibel zijn, met een sterke nadruk op AI en automatisering om zowel de **klantbeleving** als de **operationele efficiëntie** in de toekomst te verbeteren.



De belangrijkste wensen zijn **automatisering (22%)** en **betere integratie tussen tools (22%)**, wat erop wijst dat gebruikers op zoek zijn naar een gestroomlijnde, efficiënte werkomgeving. Daarnaast is er ook aandacht voor **gebruiksvriendelijkheid en klantgerichte functionaliteiten (17%)** om een betere ervaring voor zowel interne gebruikers als klanten te creëren. **Systeemperformance en rapportage** blijven ook belangrijke aandachtspunten, maar krijgen minder prioriteit in vergelijking met de andere factoren.

De feedback suggereert dat de tool in de toekomst **beter moet communiceren met andere systemen**, meer geautomatiseerde processen moet ondersteunen en slimmere technologieën zoals AI kan gebruiken om aan de groeiende behoeften van de gebruikers te voldoen.

Uitdagingen in het takenpakket van de verzekeringsprofessionals

Instant data tonen tijdens (telefonische) gesprekken
16.7%

Opmaken/aanpassen schadegevallen
14.1%

Opmaken/aanpassen polissen
28.2%

Verslaggeving gesprekken
21.8%

Opmaak offerte
19.2%

Uitdagingen

De top 5 terugkerende zaken voor een verzekeringsprofessional wijzen op enkele belangrijke uitdagingen in hun dagelijks werk. Het opmaken en aanpassen van polissen en het opstellen van offertes zijn tijdrovende taken die vaak afwijken van standaardprocessen, wat wijst op inefficiëntie.

Daarnaast komt verslaggeving van gesprekken regelmatig voor, wat aangeeft dat gedetailleerde documentatie noodzakelijk is, maar ook veel tijd in beslag neemt. Het tonen van instant data tijdens gesprekken toont de dringende behoefte aan snelle toegang tot klantinformatie, wat cruciaal is voor efficiënte communicatie.

Tot slot, het aanpassen van schadegevallen wijst op de complexiteit van schadebehandeling, die vaak traag en omslachtig is. Al deze uitdagingen kunnen aanzienlijk worden verbeterd door de implementatie van technologie en automatisering, wat de werkdruk verlaagt en de klanttevredenheid verhoogt.

Tooleigenschappen

Verkozen volgorde op relevantie in tooleigenschappen

Gebruiksgemak

>

Insurance compliant

>

Veiligheid

>

Kostenbesparing

Uit de frequentieanalyse van de volgorde van de factoren 'Gebruiksgemak', 'Insurance compliant', 'Veiligheid' en 'Kostenbesparing' kunnen we enkele belangrijke conclusies trekken over de prioriteiten en behoeften van verzekeringsprofessionals en organisaties:

Gebruiksgemak is de belangrijkste prioriteit: De meeste volgordes beginnen met 'Gebruiksgemak', wat suggereert dat het de topprioriteit is. Dit wijst erop dat verzekeringsprofessionals en klanten de voorkeur geven aan systemen en processen die eenvoudig, snel en intuïtief zijn. Dit kan duiden op de noodzaak voor gebruiksvriendelijke software en interfaces die de dagelijkse werkzaamheden vergemakkelijken.

'Compliance' is cruciaal, maar volgt op gebruiksgemak: Het feit dat 'Insurance compliant' vaak op de tweede plaats komt, geeft aan dat naleving van regelgeving een belangrijke, maar secundaire focus is. Dit is niet verrassend, gezien de strikte regelgeving waaraan de verzekeringssector onderworpen is. Het benadrukt dat hoewel 'compliance' essentieel is, het belangrijk is om dit op een manier te integreren die niet ten koste gaat van de gebruikservaring.

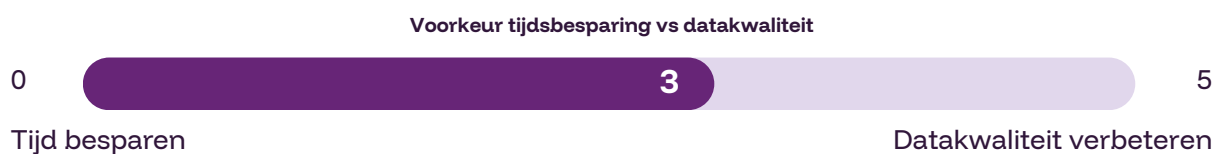
'Veiligheid' komt vaak na 'gebruiksgemak' en 'compliance': veiligheid is een fundamentele zorg in de verzekeringssector, maar het lijkt vaak niet de eerste prioriteit te zijn in de volgorde van deze factoren. Dit suggereert dat hoewel het cruciaal is om gegevens te beschermen en veilige systemen te hebben, de gebruiksvriendelijkheid en compliance vaak meer urgent worden beschouwd voor verzekeringsprofessionals.

Kostenbesparing wordt vaak als laatste genoemd: De constante aanwezigheid van ‘Kostenbesparing’ aan het einde van de meeste volgordes geeft aan dat hoewel kostenbesparing belangrijk is, het **niet de hoogste prioriteit** heeft bij het nemen van beslissingen. Dit kan betekenen dat professionals in de sector liever investeren in efficiënte, gebruiksvriendelijke en compliant systemen, zelfs als dat op korte termijn hogere kosten met zich meebrengt.

Samenvattend:

De belangrijkste afleiding is dat verzekeringsprofessionals de nadruk leggen op gebruiksgemak en compliance, waarbij veiligheid een belangrijke, maar secundaire overweging is. Kostenbesparing komt vaak als laatste, wat suggereert dat professionals bereid zijn om iets meer te investeren in systemen die voldoen aan de eisen van gebruiksgemak en regelgeving. Dit wijst op een **voorkeur voor kwaliteit en functionaliteit** bovenop directe kostenbesparingen, waarbij de algehele klanttevredenheid en efficiëntie centraal staan

Toolrelevantie



Uit de gegeven scores blijkt dat verzekeringsprofessionals een **lichte voorkeur** hebben voor het verbeteren van de datakwaliteit, met een score van 3 op 5, wat eerder de kant van datakwaliteit toewijst. Dit suggereert dat zij het belang van **betrouwbare en nauwkeurige gegevens erkennen**, maar zonder dat dit een overweldigende prioriteit heeft. Het verbeteren van de datakwaliteit wordt gezien als een belangrijke factor voor **goed onderbouwde besluitvorming en risicobeheer**.

De score om gelijk te staan met tijdsbesparing ligt slechts 0,5 punt lager, wat aangeeft dat efficiëntie eveneens een rol speelt. Dit duidt erop dat verzekeringsprofessionals **een evenwicht zoeken tussen zorgvuldigheid en snelheid**. Hoewel datakwaliteit net iets meer nadruk krijgt, is er **geen groot contrast** tussen beide aspecten. Dit wijst op een werkwijze waarin zowel nauwkeurigheid als efficiëntie wordt gewaardeerd, zonder dat het ene ten koste gaat van het andere.

Kortom, verzekeringsprofessionals hebben een lichte voorkeur voor het verbeteren van de datakwaliteit, maar zien tijdsbesparing ook als een belangrijke factor. Dit laat zien dat ze **streven naar een balans tussen precisie en efficiëntie in hun werkzaamheden**.

4

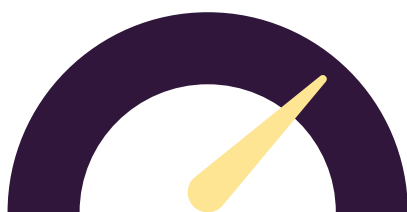
Van data naar inzicht:
de kracht van rapportage
en administratie



De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector

Belang van rapportering



Belang van rapportering: 7/10

Of de verzekeringsprofessional nu een voorkeur heeft voor tijdsbesparing of kwaliteit, rapporteren dient alsnog te gebeuren. Wanneer we de verzekeringsprofessionals bevragen naar het belang van de rapportage voor hen, krijgen we **een score van 7,32 op 10**.

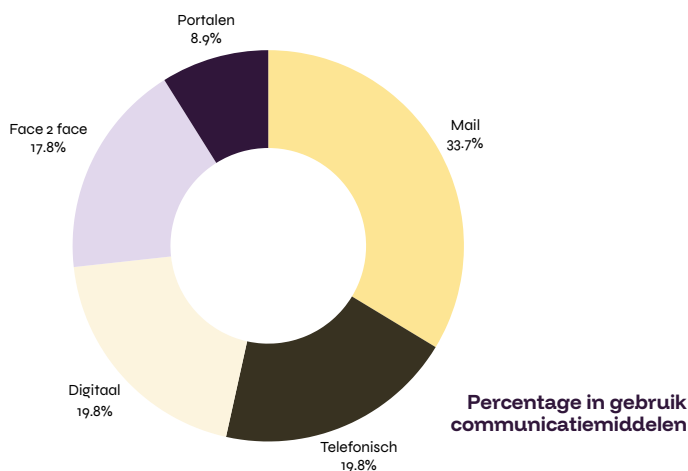
Deze score geeft aan dat rapportering in de verzekeringssector als **belangrijk wordt beschouwd, maar niet absoluut cruciaal**.

De relatief hoge frequentie van scores zoals 8, 9 en 10 wijst op een breed gedragen overtuiging dat rapportering een essentieel onderdeel is van de sector, noodzakelijk voor transparantie, compliance en besluitvorming.

Echter, de aanwezigheid van lage scores zoals 2, 3 en 5 suggereert dat er **een verschil in perceptie is**. Voor sommige belanghebbenden kan de waarde van rapportering minder duidelijk zijn, mogelijk door **inefficiëntie, overbodige processen of een gebrek aan directe meerwaarde** in hun specifieke context. Dit wijst erop dat er ruimte is voor verbetering, zowel in de manier waarop rapportering wordt gepresenteerd als in de manier waarop het bijdraagt aan de algehele bedrijfsvoering.

De verzekeringssector kan profiteren van optimalisatie en standaardisatie van rapportagesystemen. Door deze te **stroomlijnen en beter af te stemmen op de behoeften van alle betrokkenen**, kan de effectiviteit en relevantie van rapportering verder worden vergroot. Hierdoor wordt de waarde van rapportering niet alleen erkend, maar ook **optimaal benut**, wat de algehele prestaties en het vertrouwen in de sector ten goede zal komen.

Kortom, rapportering is van belang, maar er is nog werk te doen om het volledig te integreren als een waardevolle, efficiënte en strategische functie binnen de verzekeringssector.



Communicatiemiddelen

Hoe de verzekeringsprofessional dan precies communiceert, zien we aan de hand van de grafiek waarbij er een **duidelijke voorkeur is voor e-mail (34%)**, wat wijst op de efficiëntie en het gemak van schriftelijke communicatie.

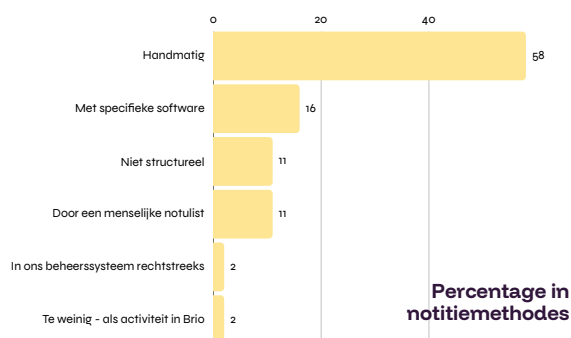
Telefonie volgt op 20%, wat het belang van persoonlijk contact en directe interactie benadrukt. Digitale kanalen, met 20%, groeien in populariteit, wat aangeeft dat verzekeringsagenten zich **aanpassen aan de vraag naar snelle en toegankelijke communicatie**.

Face-to-face gesprekken blijven belangrijk met 18%, vooral voor complexe kwesties en het opbouwen van klantrelaties. Portalen, met 9%, worden momenteel minder gebruikt, maar bieden potentieel voor de toekomst.

Samenvattend, de verzekeringssector gebruikt **een mix van traditionele en digitale communicatiemiddelen**, waarbij e-mail en telefonie nog steeds domineren, maar digitale kanalen steeds relevanter worden.

Notitiemethodes

Uit de gegevens over notulatiemogelijkheden binnen de verzekeringssector blijkt dat **handmatige notulering** nog steeds de **dominante methode is (58%)**, wat wijst op een sterke afhankelijkheid van traditionele werkwijzen.



Tegelijkertijd is er een **groeïende acceptatie van technologie**, met 16% van de professionals die specifieke software gebruiken, en 11% die **nog steeds vertrouwen op menselijke notulisten** voor nauwkeurigheid en context. Er wordt ook een aanzienlijk percentage (11%) op een niet-gestructureerde manier genoteerd, wat wijst op een mogelijkheid voor verbetering in efficiëntie en organisatie.

Hoewel geavanceerde systemen slechts in beperkte mate worden ingezet (2%), biedt de trend richting technologie potentieel om de digitalisering in de sector verder te versnellen, wat kan bijdragen aan een efficiëntere en gestandaardiseerde verslaglegging.

Heeft geen extra personeel voor notulatie

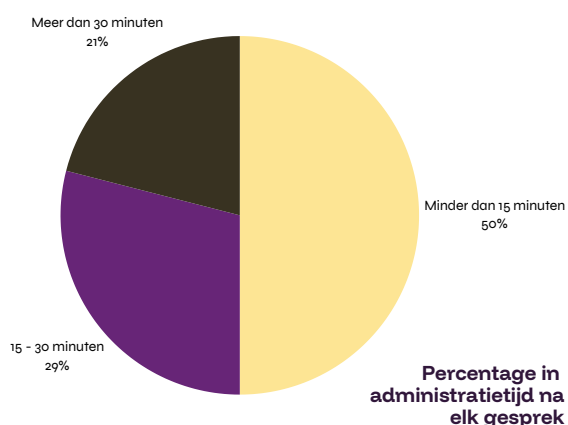


Extra personeel bij het notuleren

Op basis van de percentages (14,29% voor "ja" en 85,71% voor "nee") kan worden afgeleid dat het merendeel van de verzekeringsprofessionals **zelf verantwoordelijk** is voor het vastleggen van notulen tijdens klantgesprekken.

Slechts een **klein percentage (14,29%)** maakt gebruik van een **andere medewerker** om dit te doen. Dit wijst erop dat notulering binnen de sector meestal een persoonlijke taak is die door de verzekeringsagent zelf wordt uitgevoerd, mogelijk vanwege de behoefte aan directe betrokkenheid en controle over de vastgelegde informatie.

Het zou kunnen betekenen dat er nog **weinig gebruik** wordt gemaakt van **ondersteuning bij het notuleren**, wat tijdrovend kan zijn. Dit biedt kansen voor verbetering door bijvoorbeeld geautomatiseerde tools of gedelegeerde taken, wat de efficiëntie zou kunnen verhogen.



Administratietijd

Uit de statistiek blijkt dat **de helft (50%)** van de medewerkers in de verzekeringssector **minder dan 15 minuten** nodig heeft voor administratieve verwerking na elk gesprek. Alsnog heeft een **aanzienlijk deel (29%)** tussen de 15 en 30 minuten nodig en 21% besteedt meer dan een half uur aan administratie. Dit wijst op een **aanzienlijke tijdsinvestering** na klantgesprekken, wat kansen biedt voor efficiëntere processen en digitale automatisering om de werklust te verlagen.

Blijvende indrukken: waarom optimalisatie essentieel is



Frequentie van zaken die in het hoofd blijven hangen

Wat ook niet onbelangrijk is, is de frequentie van zaken die in het hoofd blijven hangen. Een score van 5,42 op 10 suggereert dat er ruimte is voor verbetering. Dit wijst erop dat de **huidige aanpak of ervaring niet optimaal** is en dat er knelpunten zijn die aandacht verdienen. Hoewel de score niet extreem laag is, geeft het aan dat er nog werk aan de winkel is om processen te stroomlijnen, klanttevredenheid te verhogen of efficiëntie te verbeteren. Dit kan een signaal zijn voor de verzekeringssector om te investeren in betere tools, training of automatisering.

De verborgen gevaren van administratieve fouten in de verzekeringssector

Daarnaast kan dit het risico op vergeten in dit geval verhogen. Kleine administratieve vergissing lijkt op het eerste gezicht misschien onschuldig, maar de **gevolgen kunnen groot zijn**.

Stel je voor dat bij **5 op de 10 klanten cruciale gegevens ontbreken of verkeerd worden verwerkt**. Dit kan leiden tot vertragingen in schadeclaims, onjuiste polisvoorwaarden of zelfs juridisch ingewikkelde situaties.

Voor een verzekeringsprofessional betekent dit niet alleen een **verhoogde werklust om fouten te herstellen**, maar ook een groeiend risico op boetes en juridische complicaties. Klanten die herhaaldelijk hinder ondervinden door administratieve onzorgvuldigheid verliezen het vertrouwen en zoeken hun toevlucht bij een concurrent die wel vlekkeloze service biedt.

Daarnaast komt de **interne efficiëntie** onder druk te staan. Medewerkers besteden kostbare tijd aan het corrigeren van fouten in plaats van zich te richten op **waardevolle klantinteractie**. Dit zet niet alleen de klanttevredenheid onder druk, maar kan ook de reputatie van de verzekeringsprofessional ernstig schaden.

Om deze valkuilen te vermijden, is het essentieel te investeren in digitale automatisering, slimme workflows en training van medewerkers. Alleen zo kan de verzekeringsprofessional garanderen dat elk klantcontact wordt omgezet in een vlekkeloze en betrouwbare dienstverlening.

5

De slimme verzekeringsprofessional:
AI in actie



De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector

Houding tegenover AI

De verklaring voor de gemiddelde score van 5,71/10 op de houding tegenover het gebruik van AI-tools voor klantgesprekken weerspiegelt een gematigd positieve maar voorzichtige benadering van verzekeringsprofessionals. De uiteenlopende reacties die gegeven zijn, wijzen op zowel interesse als bezorgdheid over het gebruik van AI in dit domein.



Aan de ene kant wordt er erkend dat AI de efficiëntie kan verhogen, bijvoorbeeld door **automatische verslaglegging en samenvattingen van gesprekken, wat tijdswinst oplevert**. Verschillende respondenten benadrukken het gemak van snellere verwerking van klantafspraken, wat zou bijdragen aan een betere workflow. Er wordt zelfs gesteld dat AI de mogelijkheid biedt om gesprekken te loggen, samenvattingen te genereren, en belangrijke gegevens te extraheren, wat vooral handig is bij het bijhouden van klantinteracties.

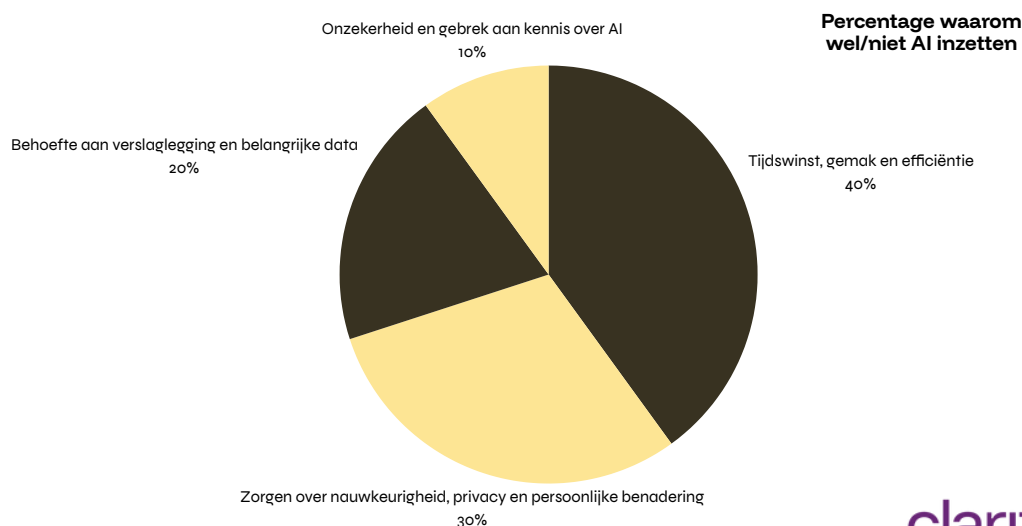
Aan de andere kant is er **enige onzekerheid en terughoudendheid**. Er wordt aangegeven dat AI-systemen wellicht niet altijd accuraat genoeg zijn om volledig te vertrouwen op de verslagen, met name als het gaat om subjectieve interpretaties van klantgesprekken. Er is bezorgdheid dat AI te veel ruimte laat voor interpretatie en dat de technologie niet altijd correct genoeg zou kunnen zijn om de persoonlijke benadering van de klant te behouden. De privacykwesties spelen ook een belangrijke rol in de overwegingen, waarbij sommige professionals aangeven dat klanten zich **ongemakkelijk** kunnen voelen bij het idee dat hun **gesprekken volledig door AI worden gevolgd en geanalyseerd**.

Er is daarnaast de mening dat persoonlijke benadering en het gevoel van verbinding met de klant belangrijk blijven, wat suggereert dat er **een balans moet worden gevonden tussen automatisering en het behoud van de persoonlijke touch in klantinteracties**.

Kortom, de gemengde reacties wijzen op **een balans tussen enthousiasme voor de voordelen van AI (zoals tijdswinst en automatisering) en zorgen over de juiste toepassing en beheersing van risico's**, met name op het gebied van privacy, betrouwbaarheid en de impact op de persoonlijke klantrelatie. Dit benadrukt de noodzaak voor **verdere evaluatie** en praktische ervaring met AI-tools in de context van klantgesprekken, voordat een definitieve beslissing wordt genomen over de inzet ervan.

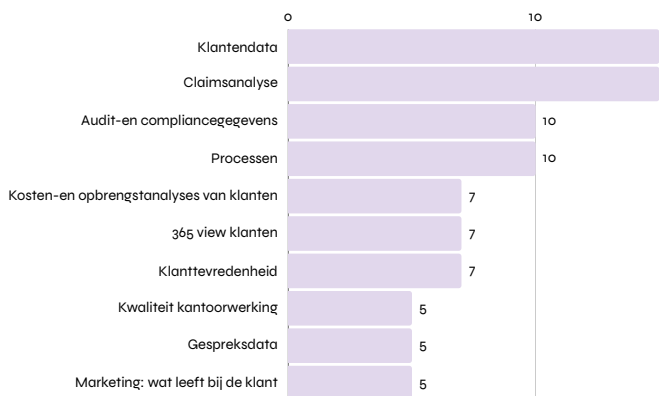
Behoefte binnen AI tools

Deze verdeling geeft een goed overzicht van de huidige houding van verzekeringsprofessionals tegenover het gebruik van AI-tools voor klantgesprekken. De meeste professionals zijn op zoek naar efficiëntievoordelen, maar tegelijkertijd is er bezorgdheid over nauwkeurigheid en de impact op privacy en de persoonlijke klantrelatie. De onzekerheid rondom de technologie toont aan dat er meer voorlichting en ervaring nodig is voordat een definitief oordeel kan worden gevormd. Wél kunnen we stellen dat 60% voordeel aanwezig is en slechts 40% oordeel.



Visualisatie door AI

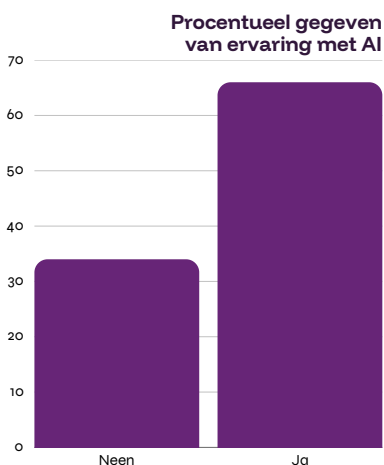
Procentuele weergave van gewenste visualisatie met AI



Op basis van de geanalyseerde gegevens kan geconcludeerd worden dat AI een cruciale rol kan spelen in het verbeteren van verschillende aspecten binnen de verzekeringssector. Uit de frequenties van de gegevens blijkt dat bepaalde categorieën, zoals **klantendata (15%)**, **claimsanalyse (15%)** en **audit- en compliancegegevens (10%)**, voor verzekeringsprofessionals van essentieel belang zijn. Dit geeft aan dat de verzekeringssector steeds meer afhankelijk is van **gedetailleerde data-analyse**, vooral met betrekking tot klantgedrag en claimverwerking.

AI biedt enorme kansen om deze processen te optimaliseren. Zo kan klantendata door middel van AI-gestuurde voorspellende modellen efficiënter geanalyseerd worden, wat verzekeringsprofessionals in staat stelt klantbehoeften te identificeren, risicoprofielen te creëren en gepersonaliseerde aanbiedingen te doen. Het automatiseren van de claimverwerking met behulp van AI kan niet alleen de snelheid en nauwkeurigheid van de verwerking verbeteren, maar ook helpen bij fraude-detectie, door patronen te herkennen die door mensen moeilijk te zien zijn.

Daarnaast toont de hoge frequentie van audit- en compliancegegevens aan dat naleving van regelgeving en transparantie van groot belang blijven voor de sector. AI kan hier eveneens een sleutelrol spelen door automatische compliancechecks en doorlopende audits te faciliteren, waarmee de sector het risico op fouten en boetes vermindert.



Ervaringen met AI

Uit de resultaten blijkt een veelbelovende, maar ook een uitdagende situatie voor de digitalisering en de toepassing van AI in de verzekeringssector. Maar liefst **66% van de respondenten heeft al ervaring met AI**, wat duidt op een breed erkende waarde van digitale technologieën binnen de sector.

Dit wijst op een **sterke bereidheid** om de voordelen van AI te omarmen, zoals efficiëntie, verbeterde datakwaliteit en versnelde besluitvorming. De sector is duidelijk in beweging en toont een oprechte interesse in innovaties die kunnen bijdragen aan het verbeteren van bedrijfsprocessen en klantbeleving.

Tegelijkertijd is er een groep van **34% die nog geen ervaring heeft met AI**. Dit geeft aan dat de adoptie van AI nog niet universeel is en dat er ruimte is voor groei. De terughoudendheid van deze groep kan voortkomen uit verschillende factoren, zoals gebrek aan kennis, angst voor verandering, of onzekerheid over de effectiviteit van AI in hun dagelijkse werkzaamheden.

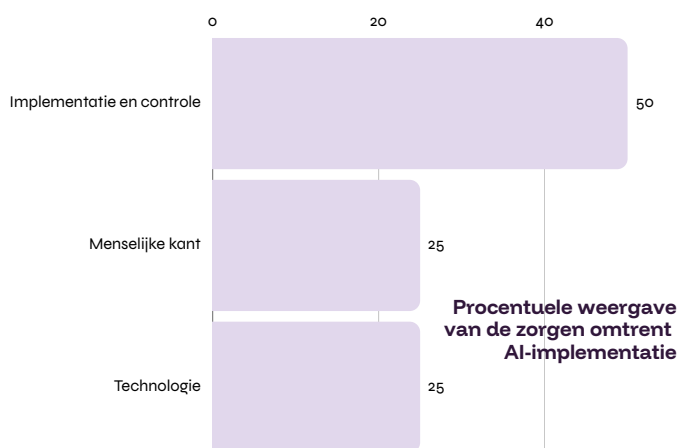
Om de volledige potentie van digitalisering en AI te benutten, zal de sector zich moeten richten op het **wegnemen van barrières** voor de 34%. Dit kan door middel van gerichte training, bewustwordingscampagnes en het delen van succesvolle implementaties, zodat ook zij de voordelen van AI gaan inzien en zich comfortabeler voelen met de technologie.

AI met al biedt deze situatie zowel kansen als uitdagingen. De verzekeringssector staat aan de vooravond van een digitale transformatie, en met de juiste ondersteuning en middelen kan deze overgang verder versnellen, zodat AI en digitalisering een **integraal onderdeel** worden van de bedrijfsvoering.

Zorgen binnen AI-implementatie

Gezien de lage percentages omtrent AI-implementatie, is het belangrijk te kijken naar de zorgen die hierbij gepaard gaan.

De grootste zorgen die momenteel kenbaar werden, zijn **implementatie en controle**, **zorgen over de menselijke kant** en **zorgen over de technologie zelf**. Deze schatting weerspiegelt de belangrijkste zorgen die de verzekeringssector heeft over AI, waarbij zowel de **menselijke factor** als de **technologische uitdagingen** een rol spelen in de perceptie van de impact van AI.



De resultaten laten zien dat AI aanzienlijke voordelen kan bieden voor de verzekeringssector, maar dat er ook duidelijke zorgen bestaan over de implementatie, ethiek, databeveiliging, en de impact op menselijke banen.

Het is van cruciaal belang om **AI als een hulpmiddel** te beschouwen dat de efficiëntie verhoogt, maar tegelijkertijd **menselijke expertise** en persoonlijk contact behoudt.

Bedrijven moeten zich richten op transparantie, veilige data-behandeling, en het zorgvuldig trainen van AI om te zorgen dat de technologie op een verantwoorde en effectieve manier wordt ingezet.

Dit biedt niet alleen waardevolle inzichten voor de toekomst van AI in de verzekeringssector, maar benadrukt ook dat AI niet als een vervanger, maar als een **krachtige aanvulling op de menselijke capaciteit** moet worden gezien.

Eigen score AI kennis

Procentueel gegeven het gemiddelde van eigen score aan AI kennis

Onvoldoende

49%

Zeer goed

Het feit dat medewerkers in de verzekeringssector hun eigen kennis op kantoor met 49% beoordelen, geeft aan dat er **ruimte is voor verbetering in hun zelfvertrouwen en vakkennis**. Deze score suggereert dat medewerkers zich bewust zijn van hun sterke punten, maar ook erkennen dat er gebieden zijn waar ze nog verder kunnen groeien. Het wijst op een **matige zelfbeoordeling**, waarbij ze mogelijk het gevoel hebben dat ze de helft van de benodigde kennis bezitten, maar niet volledig voorbereid zijn op alle uitdagingen die hun functie met zich meebrengt.

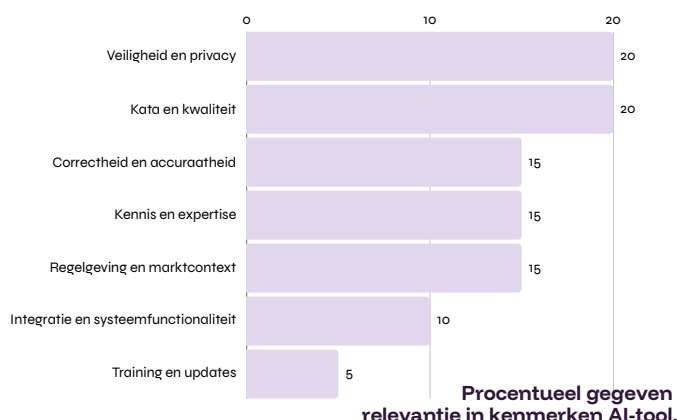
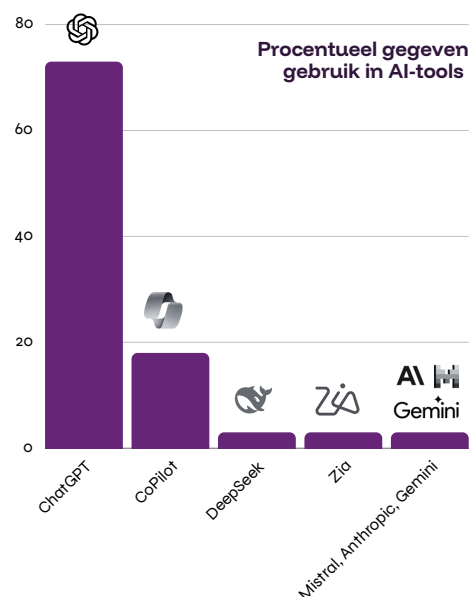
Dit kan een signaal zijn van een **behoefte aan meer gerichte training en bijscholing**, om ervoor te zorgen dat medewerkers niet alleen hun dagelijkse taken efficiënt kunnen uitvoeren, maar ook in staat zijn om **met vertrouwen en expertise te handelen in complexe situaties**. Het benadrukt de noodzaak voor organisaties om continue leer- en ontwikkelingsmogelijkheden te bieden, zodat medewerkers zich zowel professioneel als persoonlijk verder kunnen ontwikkelen. In een dynamische sector als de verzekeringen is het belangrijk dat medewerkers zich ondersteund voelen in hun groei, zodat zij hun kennis en vaardigheden op peil kunnen houden en optimaal kunnen bijdragen aan de organisatie en klanttevredenheid.

AI-tools bij verzekeringsprofessionals

Uit de cijfers blijkt dat **ChatGPT** veruit de meest gebruikte AI-tool is, met een overweldigende meerderheid van **73%**. Dit suggereert dat verzekeringsprofessionals deze tool als de meest effectieve, toegankelijke of veelzijdige optie beschouwen voor hun werkzaamheden.

Daarachter volgt **CoPilot**, met een aanzienlijk lagere maar nog steeds noemenswaardige score van **18%**. Dit geeft aan dat er enige interesse is in **alternatieve AI-oplossingen**, zij het op veel kleinere schaal.

DeepSeek wordt aanzienlijk minder ingezet, met slechts 3% vermeldingen. Nog minder gebruikt zijn **Zia**, **Mistral**, **Anthropic** en **Gemini**, die gezamenlijk ook op 3% vermeldingen uitkomen. Dit suggereert dat deze tools **nauwelijks voet aan de grond krijgen** binnen deze groep gebruikers, mogelijk vanwege beperkte bekendheid, minder functionaliteit of een minder goede aansluiting op hun behoeften.



Als het dan gaat over een AI-tool lopen de vereiste kwaliteiten een beetje anders te liggen dan bij de gewone tools.

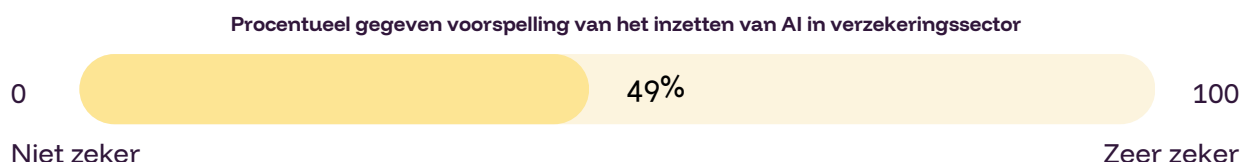
Uit de vereisten voor een insurance-proof AI-tool blijkt dat **veiligheid en privacy de hoogste prioriteit** hebben, gezien de vertrouwelijke klantinformatie die verwerkt wordt.

De tool moet voldoen aan **GDPR en bescherming** bieden tegen cyberdreigingen.

Daarnaast is data en kwaliteit van cruciaal belang. De tool moet betrouwbare, degelijke data kunnen verwerken en fouten minimaliseren. Kennis van de sector is eveneens belangrijk; de AI moet begrijpen welke wetgeving en producten relevant zijn voor de verzekeringsmarkt.

Verder is **correctheid en accuraatheid** essentieel, aangezien de sector vaak maatwerk vereist. De AI-tool moet in staat zijn zich **aan te passen aan de marktcontext en regelgeving**.

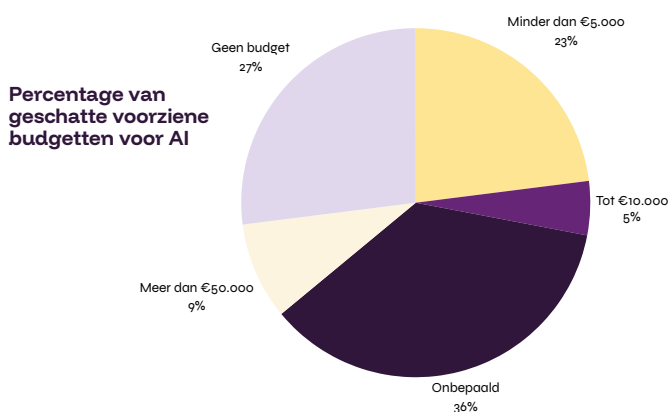
Hoe zeker van AI in de toekomst?



Uit de resultaten blijkt dat de verwachting voor de inzet van AI in de verzekeringssector in 2025 momenteel met een **gematigd niveau van onzekerheid omgeven** is, met een gemiddelde score van 4,82 op 10. Deze score, die ligt tussen de uitersten van 0 (niet zeker) en 10 (zeer zeker), geeft aan dat er binnen de sector nog **aanzienlijke twijfels en bezorgdheden** bestaan over de **volledige integratie van AI-technologie**.

Dit wijst erop dat de sector nog niet volledig overtuigd is van de **effectiviteit en betrouwbaarheid** van AI-tools, met zorgen over zaken zoals **privacy, veiligheid, en de impact op werkgelegenheid**. De relatief lage score suggereert dat er **meer bewustwording, training en educatie** nodig zijn om verzekeringsprofessionals volledig gerust te stellen over de voordelen van AI.

Bovendien kan het gematigde gemiddelde ook duiden op een **geleidelijke acceptatie van AI in de sector**, waarbij de implementatie mogelijk trager zal verlopen dan verwacht, met een langzame, maar zekere toename in het gebruik van AI-technologie over de komende jaren. Samengevat, de verzekeringssector bevindt zich nog in een afwachtende fase, waarbij de **adoptie van AI als een proces van zorgvuldige overweging en aanpassing wordt gezien**.



Voorziene budgetten

De inzet van AI binnen de verzekeringssector lijkt nog in de vroege adoptiefase te zitten. Uit de beschikbare budgetgegevens blijkt dat veel verzekeringsprofessionals **nog geen duidelijke financiële toewijzing** hebben voor AI-oplossingen.

Maar liefst 36,4% geeft aan dat het budget "niet bepaald" is, wat suggereert dat AI nog vaak wordt gezien als een **experimentele technologie** in plaats van een **vast onderdeel van de bedrijfsstrategie**.

Daarnaast investeert een aanzienlijk deel van de verzekeringsprofessionals slechts beperkte middelen in AI. Met 22,7% van de bedrijven die minder dan €5.000 uittrekken en slechts 4,5% die tot €10.000 investeert, lijkt AI vooral **ingezet te worden voor kleinschalige automatiseringen**, zoals **chatbots of basisdata-analyse**.

Tegenover deze bescheiden budgetten staat een **kleine groep koplopers**: slechts 9,1% van de bedrijven trekt **meer dan €50.000 uit voor AI-toepassingen**. Dit duidt erop dat slechts een select aantal verzekeringsprofessionals AI echt strategisch inzet, bijvoorbeeld voor **fraudedetectie, risicomodellering of geavanceerde klantinteracties**.

Wat opvalt, is dat een groot deel van de verzekeringssector AI nog geen prioriteit lijkt te geven. 27,3% van de bedrijven heeft helemaal **geen budget** voorzien, wat kan wijzen op **terughoudendheid, onbekendheid met de mogelijkheden of andere strategische IT-prioriteiten**.

Wat we dus kunnen beconcluderen is dat hoewel AI steeds vaker **een sleutelrol speelt in efficiëntere processen en betere klantinteracties**, deze verdeling laat zien dat de verzekeringssector zich nog grotendeels in een verkennende fase bevindt. Waar sommige bedrijven **voorzichtig experimenteren met beperkte budgetten**, zetten slechts enkelen AI **grootschalig en strategisch** in.

De vraag is: wanneer wordt AI geen experiment meer, maar een noodzakelijke gamechanger in de branche?

6

Vooruitblikken:
klaar voor de toekomst?



De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector

Conclusie

Uit de bevroagde data blijkt dat organisaties het potentieel van artificiële intelligentie (AI) wel degelijk erkennen, maar dat de praktische implementatie voorlopig achterblijft. Zo geeft 43,8% aan AI voornamelijk te willen inzetten voor de automatisering van administratieve taken en interne werkprocessen. Daarnaast ziet bijna een derde van de respondenten nog optimalisatiekansen binnen hun bestaande AI-toepassingen. Het gebruik van AI blijft vandaag echter grotendeels beperkt tot tooling rond geautomatiseerde processen. Andere toepassingen zoals voorspellende analyses, geavanceerde optimalisaties of automatisaties in klantrelaties worden momenteel amper benut.

Opvallend is dat 66% van de bevroagden ervaring heeft met AI, waarbij 73% specifiek ChatGPT noemt als hun voornaamste referentiepunt. Dit wijst erop dat hun ervaring zich vooral situeert rond tekstgeneratie en begrijpende toepassingen, eerder dan rond datagedreven analyses of meer complexe bedrijfsoptimalisaties. Die beperkte ervaring vertaalt zich ook in hun strategische plannen: slechts de helft van de respondenten overweegt om dit jaar effectief AI te integreren. Bovendien geeft 63% aan geen budget of een onbepaald budget voor AI voorzien te hebben.

Wat echter opvalt, is dat de bevroagden er nochtans duidelijk baat bij zouden hebben. Zo blijkt dat 86% van hen vandaag nog zelf notuleert tijdens gesprekken en dat 50% aangeeft hiervoor minstens 15 minuten verwerkingstijd nodig te hebben, oplopend tot meer dan 30 minuten per gesprek. Met een eenvoudige rekensom wordt snel duidelijk hoeveel manuren hier verloren gaan aan manueel werk – tijd die met behulp van AI-tools moeiteloos geautomatiseerd kan worden. Zeker als men weet dat de effectiviteitsscore van hun huidige tooling al op 75% ligt, is er alle reden om meer vertrouwen te hebben in wat AI hen vandaag al kan bieden.

Samengevat blijkt uit deze bevindingen dat organisaties de mogelijkheden van AI wel zien, maar dat een gebrek aan diepgaande kennis, concrete gebruikerservaringen en financiële middelen hen voorlopig afremt om hier actief mee aan de slag te gaan. Nochtans toont de data duidelijk aan dat net bij administratieve ondersteuning en procesverwerking de grootste tijdswinst te boeken valt. Er is dus een sterke opportuniteit om via praktische toepassingen snel toegevoegde waarde te creëren en de eerste stap naar verdere digitalisering te zetten.

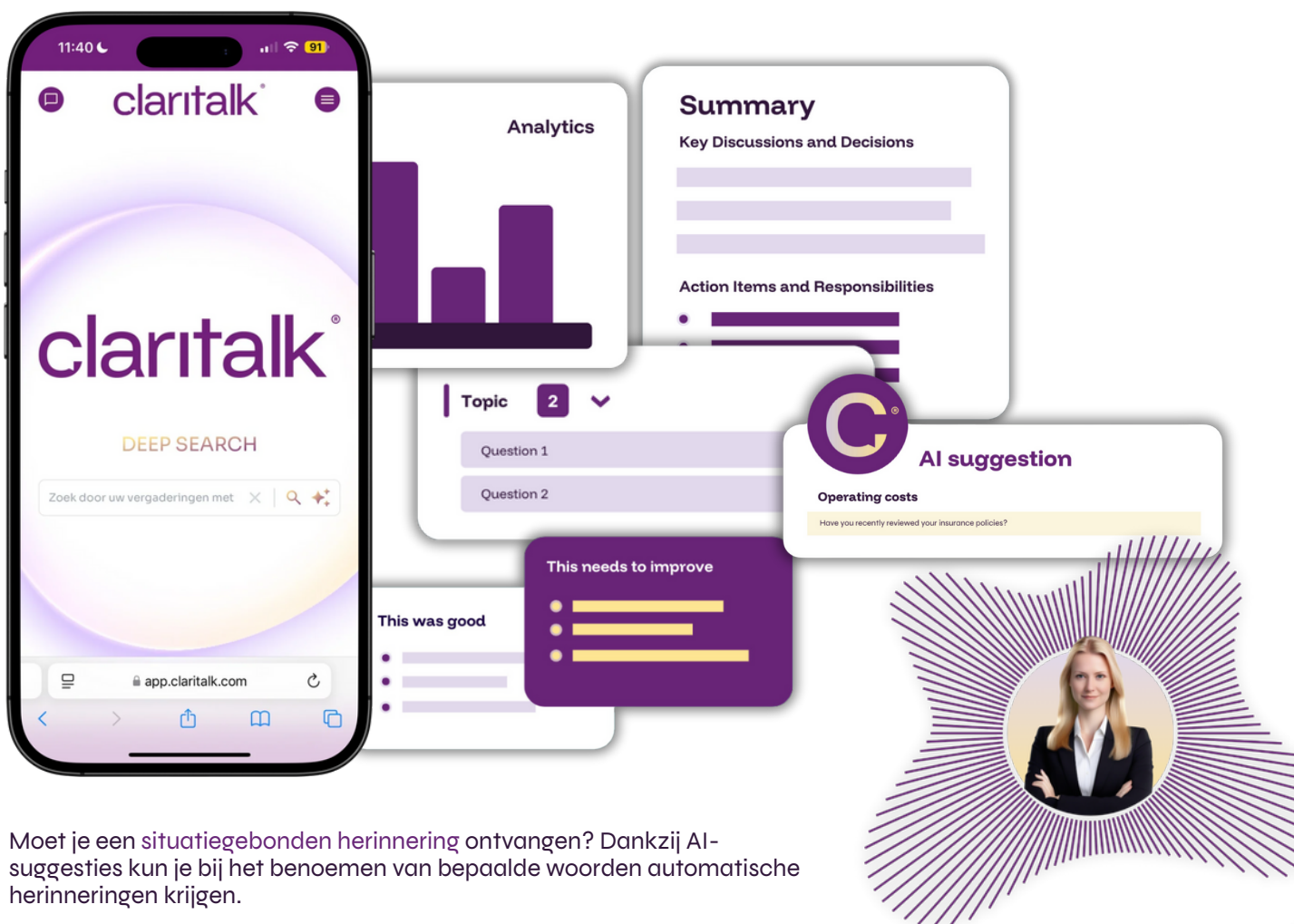
AI inzetten met Claritalk?

Ben je overtuigd van de voordelen die AI kan bieden voor jouw werk als verzekeringsprofessional? Claritalk biedt diverse functies die je processen stroomlijnen, allemaal automatisch gegenereerd met slechts één klik.

De **AI-gestuurde samenvattingen** helpen je de kern van klantgesprekken snel te herleiden en door te sturen naar de juiste betrokkenen, waardoor misinterpretatie wordt voorkomen. Dit bespaart tijd, verhoogt de kwaliteit en zorgt voor een betere opvolging.

Daarnaast biedt de tool een **overzicht van relevante taken**, die je via integraties kunt koppelen aan je huidige systeem of eenvoudig binnen Claritalk kunt beheren en toewijzen.

Met de **standaardvragenstructuur** kun je geen belangrijke zaken vergeten, aangezien alle case-specifieke vragen aan bod komen. Antwoorden worden **automatisch ingevuld** en zijn direct **gekoppeld aan je CRM**, waardoor alles altijd up-to-date blijft.



Moet je een **situatiegebonden herinnering** ontvangen? Dankzij AI-suggesties kun je bij het benoemen van bepaalde woorden automatische herinneringen krijgen.

Onze tool biedt ook **statistieken** waarmee je **weloverwogen beslissingen** kunt nemen. Het dashboard stelt je in staat om prestaties en meetings te volgen.

Nieuw personeel of in opleiding? **Simulaties en real-time scenario's** bieden training, en na elk gesprek kun je direct coachen.

Ten slotte staat onze **AI-assistent Clara** altijd klaar om je in elke situatie te ondersteunen met conversational intelligence en al je vragen te beantwoorden.



De toekomst verzekeren

Onderzoek naar de impact van digitalisering en AI
op de toekomst van de verzekeringssector

E-book by **Claritalk**

Auteur: Iza Verschueren
Opdrachtgever: Thomas Neiryndck



+32 56 89 42 96



Staatsbaan 305, 9870 Zulte



info@claritalk.com



www.claritalk.com