

STOP MET OPTIMALISEREN. BEGIN MET GROEIEN.

We vinden het al bijna normaal: AI inzetten om processen efficiënter te maken. Snellere schadeafhandeling, minder handmatig werk, lagere kosten. Die reflex bleek ook weer tijdens het NVGA-congres, waar AI het centrale thema was. Op de vraag waar de meeste kansen liggen, koos tweederde van het publiek voor procesoptimalisatie. Slechts eenderde zag AI vooral als kans op commerciële groei.

En toch dringt zich in steeds meer bestuurskamers dezelfde vraag op: bouwen we daadwerkelijk waarde op – of bouwen we vooral betonnen zwemvesten? Stevig, degelijk, efficiënt... maar niet gemaakt om je echt vooruit te helpen. Procesoptimalisatie is belangrijk, maar zelden het vliegwiel voor groei.

Het rapport *Intelligent Insurance – A blueprint for creating value* van KPMG (maart 2025) maakt dat scherp duidelijk. Maar liefst 84 procent van de verzekeraars ziet AI inmiddels primair als middel voor commerciële groei – niet langer alleen voor kostenbesparing. De uitdaging is helder: hoe maken we de stap van *run the business* naar *grow the business*?

Want autonome groei – zelf nieuwe klanten werven én bestaande klanten behouden – is bij veel intermediairs vrijwel stilgevallen. Premie-indexaties en consolidaties houden het volume op peil, maar wie stuurt er nog actief op klantwaarde? Wie voorkomt opzeggingen vóórdat ze plaatsvinden?

‘Betonnen zwemvesten bouwen we al genoeg. Tijd voor echte groei’

Opvallend vaak is het predictive AI dat hier het verschil maakt. Waarom juist deze vorm van AI? Omdat predictive AI vooruitkijkt. Het analyseert patronen in gedrag, interactie en context, en voorspelt op basis daarvan wat er mogelijk staat te gebeuren. Welke klant staat op het punt om op te zeggen? Wie is klaar voor een relevante aanvullende dekking? Welke klantgroep draagt daadwerkelijk bij aan de winstgevendheid?

Maar het blijft niet bij voorspellen. De kracht van predictive AI zit juist in het voorschrijven van concrete acties. Geen abstracte dashboards, maar directe triggers voor adviseurs. Bijvoorbeeld een alert zodra het vertrekrisico van een klant toeneemt, compleet met prioritering.

Zo kunnen adviseurs hun tijd besteden waar het echt ertoe doet. En daar ontstaat waarde. Niet door processen nóg verder te stroomlijnen, maar door slimmer te anticiperen op klantgedrag, klantwaarde gericht te verhogen en churn te voorkomen. Het resultaat? Aantoonbare impact op klantbehoud, hogere polisdichtheid en commerciële slagkracht.

Efficiëntie is prettig. Maar échte waarde ontstaat pas als je weet wie je moet bedienen, wanneer en waarmee. Predictive AI helpt die puzzel te leggen – met data die je al in huis hebt. Of zoals KPMG het mooi verwoordt: *“Move from insight to foresight to action.”*



Jack Vos
oprichter Onesurance.ai