

“In 2023 gaan we datagedreven klantgericht werken”

Samen met Rulecube ontwikkelt Figlo technieken die het advieskantoor in staat stellen om continue waarde te creëren voor bestaande én nieuwe klanten. Die techniek is inmiddels al zover dat Figlo on demand elke klantalert kan toevoegen die de gebruiker van de adviessoftware wenst.

Datagedreven werken wordt het thema voor 2023, voorspelt Nathan Brouwer, Enterprise Account Executive bij Figlo. Zo gaat het softwarebedrijf - samen met Moneyview, Yellowtail en RuleCube - volgend jaar het automatisch valideren van productoplossingen breder oppakken, als onderdeel van de Figlo-adviesapplicatie. Dat verhoogt volgens Brouwer het First Time Right (FTR) percentage op de advieskantoren enorm. Ofwel, daarmee levert de adviseur vaker in één keer het product of dienst dat voldoet aan de wens van de klant. Het is een vervolg op de pilot pre-indicatie hypotheek die Figlo vorig jaar november bij een grootbank is gestart.

Tijdwinst en minder fouten

De gebruiker gaat het datagedreven werken bij Figlo terug-

zien in alle fases van het adviesproces, en dat gaat hem veel tijd besparen. Zo kun je in de oriëntatiefase het advies direct tegen de acceptatiecriteria van de geldverstrekker of productleverancier aanhouden, zodat je al veel eerder dan nu in het proces weet of een aanvraag kans van slagen heeft. Tijdens de inventarisatie- en adviesfase wordt de adviseur door digitale vraagvelden met elkaar te koppelen gewezen op de consequentie van hetgeen ingevuld wordt. Met andere woorden, is bepaalde invoer logisch in lijn met de rest van het dossier.

Het systeem signaleert, op basis wat er ingevuld wordt, wat de adviseur eventueel nog meer kan uitvragen of toelichten. Voer je bijvoorbeeld een hoog inkomen in, dan wordt de adviseur geattendeerd op vermogensplanning en het risico van inkomensverlies bij arbeidsongeschiktheid. Een voorbeeld: vaak is de aanwezigheid van een AOV niet logisch in combinatie met een hoge vermogens-

positie. Tenzij je bijvoorbeeld Medisch Specialist bent waarbij je vervanging in het geval van arbeidsongeschiktheid moet financieren vanuit je verzekering. Datagedreven werken voorkomt ook afwijzingen in het acceptatieproces. Vul je bijvoorbeeld een verkeerd getal in, dan signaleert het systeem direct de gevolgen daarvan. Zonder deze signalering zou je pas veel later een afwijzing ontvangen omdat je ergens een nul te veel hebt ingetikt. Brouwer: “Datagedreven werken levert de hele keten dus een behoorlijke tijdswinst op, zorgt voor een enorme procesoptimalisatie, voorkomt fouten en verbetert het financiële advies. We hebben dit inmiddels al aan een aantal advieskantoren laten zien, en stuk voor stuk geloofden ze niet wat ze zagen.”

Continue waarde creëren

Met behulp van deze technieken hebben Figlo en Rulecube het geheel van klantdata, productvoorwaarden, (macro-economische) marktontwikkelingen en wet- en regelgeving samengebracht tot

één holistisch model. Het stelt advieskantoren in staat om blijvende waarde te creëren voor bestaande én nieuwe klanten. Met Rulecube werkt Figlo namelijk ook al langer aan datagedreven klantbeheer, via hetzelfde model als hierboven beschreven. Deze gecombineerde ‘guided advice’-toepassing voor de advies- en beheerfase komt naar verwachting in het eerste kwartaal van 2023 beschikbaar.

Zorg voor accurate klantdata

Met de ‘guided advice’-toepassing wordt laagdrempelig inzicht in de klantsituatie nu en in de toekomst gecombineerd met slimme tips, relevante triggers en calls

nazorg”, zegt Mick Hanswijk, Co-founder en CTO bij Rulecube.

Guided advice in de praktijk

In de praktijk komt het erop neer dat de adviseur via Figlo klantdata naar een cloudservice van Rulecube stuurt. Daar zorgt een robot er met een set business rules voor dat die data wordt omgezet in slimme signalen, die vervolgens weer terug naar de Figlo-software worden gestuurd. Die slimme alerts geven de adviseur op basis van de beschikbare data een compleet klantbeeld met alle denkbare dwarsverbanden. Daarvoor wordt de aangeleverde data uit de database verrijkt met berekende data.

“Elke nacht worden voor alle advieskantoren slimme klantalerts gecreëerd”

to action. Met een beter onderbouwd en herleidbaar advies tot gevolg, beloven de initiatiefnemers. Wil je naast datagedreven klantadvies ook het maximale kunnen halen uit datagedreven klantbeheer, dan is het hebben van een actuele klantportefeuille een eerste vereiste. Dat wordt natuurlijk wel wat lastig als je met een deel van je klanten al jaren geen contact hebt gehad. “Die klanten zul je dus moeten activeren om periodiek de data die je van ze hebt te kunnen actualiseren. Dat levert je behalve inzicht ook meer mogelijkheden op voor actieve

Die combinatie levert klantspecifieke toekomstscenario's met alle kansen en uitdagingen die daarbij horen. Dit kan op de eurocent nauwkeurig worden berekend, maar de accuraatheid van de uitkomsten hangt af van de kwaliteit van de aangeleverde klantdata en daarmee de hoeveelheid aannames die moeten worden gedaan.

Klantalerts

Als dit op individueel klantniveau kan, dan moet dit ook voor meerdere klanten tegelijk kunnen, zo was de gedachte

bij Rulecube en Figlo. Daarin zijn ze eveneens geslaagd. Elke nacht gaat alle Figlo-data langs de cloudservice van Rulecube. Het resultaat daarvan vindt de gebruiker de volgende ochtend terug op zijn beeldscherm in de vorm van een serie klantalerts. Inmiddels biedt Figlo de gebruikers al 75 relevante datatriggers aan. Dat op zichzelf is niet nieuw, dat is wel het tijdsbestek waarbinnen nieuwe alerts kunnen worden toegevoegd.

Dat maakt het mogelijk om bij actuele ontwikkelingen heel snel de klanten waarvoor dit relevant is te informeren. Hanswijk: “Rulecube is een techbedrijf dat data combineert met business rules. Met onze toepassingen dragen we bij aan een hyper-wendbare organisatie. Bedenk je vandaag een specifieke case (regelset) die je wilt loslaten op je klantdatabase, dan zou die in principe ook vandaag ingebouwd kunnen worden. Die snelheid is echt vernieuwend en maakt het ook rendabel om voor heel specifieke uitvragen een uitvraagregel toe te voegen. We roepen adviseurs dan ook op om zo veel mogelijk voor hen relevante alert-regels door te geven. Hoe meer regels we kunnen inbouwen, hoe beter de selectiemogelijkheid voor alle gebruikers wordt.” 



Nathan Brouwer
Enterprise Account
Executive bij Figlo



Mick Hanswijk
Co-founder en CTO bij Rulecube