



Doelstellingen communicatieplan

AFM Pensioenevent 2023

Agenda

Laura van Steen

Senior toezichthouder
Team Pensioenen

Louise Nell

Onderzoeker
Team Consumentengedrag
(Expertisecentrum)

1

Toelichting op workshop

2

Meetbare doelstellingen

3

Twee externe sprekers: Susanne Scheepers & Ellen
Metaal

4

Discussie

Meetbare doelstellingen

Om effectief te kunnen communiceren, moet je weten wat je wilt bereiken.

SMART

specifiek, meetbaar,
acceptabel,
realistisch,
tijdgebonden



80% van de deelnemers weet bij
ingang van het nieuwe
pensioenstelsel dat hun pensioen
variabel wordt.



70% van de deelnemers staat bij
ingang van het nieuwe
pensioenstelsel welwillend
tegenover een variabele
uitkering.



50% van de deelnemers heeft bij
ingang van het nieuwe
pensioenstelsel in de Mijn-
omgeving opgezocht wat
persoonlijke gevolgen zijn.

Pensioenevent AFM

(Sub)doelen als sturingsmiddel voor communicatie-activiteiten

1 juni 2023



Inhoud

- Hoe is onze communicatie-cyclus ingericht?
- Voorbeeld: van hoofddoel naar subdoelen
- Lessons learned & tips
- Doorkijkje naar transitiecommunicatieplan

Hoe is onze communicatie-cyclus ingericht?

Hoe is onze communicatie-cyclus ingericht?

- Strategisch communicatieplan: 3-jarenplan



- *Hoofddoelen communicatie (Stip aan de horizon)*
- *Subdoelen (te meten van jaar-tot-jaar)*



- Kwartaalrapportage Bestuur



- *Matrix met dashboard stand van zaken subdoelen*
- *Rapportage over (aanvullende) communicatie-activiteiten*

- Communicatie-jaarplan



- *Uitgangspunt: stand van zaken subdoelen*
- *Prioriteiten communicatie-activiteiten*

Voorbeeld: van hoofddoel naar subdoelen

Pensioen in goede handen

Voorbeeld: van hoofddoel naar subdoelen

'Stip aan de horizon' vertaald in twee hoofddoelen voor communicatie

Hoofddoelen van communicatie

Philips Pensioenfonds streeft ernaar dat deelnemers de volgende statements onderschrijven:

- Ik heb het gevoel dat mijn pensioen bij Philips Pensioenfonds in goede handen is
- Ik weet wat ik kan verwachten met betrekking tot mijn pensioen en wanneer ik in actie moet komen



Voorbeeld: van hoofddoel naar subdoelen

'Ik heb het gevoel dat mijn pensioen bij Philips Pensioenfonds in goede handen is'

We denken dat dit statement beïnvloed wordt door de volgende punten:

- **Vertrouwen**
de deelnemer heeft vertrouwen in het beleid van het Pensioenfonds
- **Loyaliteit**
de deelnemer zou ook voor Philips Pensioenfonds kiezen als hij of zij zelf kon kiezen
- **Tevredenheid**
de deelnemer is tevreden over de dienstverlening van Philips Pensioenfonds



Rond deze drie punten zijn concrete subdoelen geformuleerd.

Voorbeeld: van hoofddoel naar subdoelen

'Ik heb het gevoel dat mijn pensioen bij Philips Pensioenfonds in goede handen is'

Subdoel <i>Het subdoel omschrijft wat het geambieerde resultaat is om bij te dragen aan het hoofddoel. Dit resultaat is ofwel geformuleerd als vast te houden ambitie ofwel een groeipad tijdens de looptijd van dit plan.</i>	Meetaspect en type subdoel <i>Welk aspect wordt gemeten en bij wie wordt de meting verricht?</i>	Meetinstrument <i>Via welk onderzoek wordt subdoel (jaarlijks) gemeten?</i>
Het percentage pensioenopbouwers dat voor Philips Pensioenfonds zou kiezen als men een vrije keuze had, ligt gelijk of hoger dan de benchmark die bestaat uit andere ondernemingspensioenfondsen.	Loyaliteit Te meten bij pensioenopbouwers Strategisch subdoel	Imago-onderzoek
De digitale nieuwsbrief van Philips Pensioenfonds wordt door minimaal 80% van de pensioenontvangers geopend en door minimaal 40% van de pensioenopbouwers	Vertrouwen Feitelijk vast te stellen Operationeel subdoel	Statistieken
De beoordeling van telefonische contacten met de Klantenservice scoort hoger dan een 8,5	Tevredenheid Te meten bij deelnemers Operationeel subdoel	Klanttevredenheids-onderzoek

Lessons learned en tips

Ben niet bang om te beginnen

Lessons learned en tips

- Wat onze deelnemers weten, vinden en doen, wordt niet alleen beïnvloed door communicatie.
- Maak ook specifieke subdoelen voor bijzondere segmenten
- Kijk bij een lage score ook of de oorzaak buiten communicatie kan liggen
- Start met de stip aan de horizon en maak dan de vertaalslag naar subdoelen
- Maak een mix van strategische en operationele subdoelen
- Maak ook gebruik van data, eigen tellingen en statistieken om subdoelen te meten
- Erken ook als een doel te ambitieus of niet ambitieus genoeg was
- Ga bij wisselende uitkomsten na of er een aanwijsbare oorzaak is



Doorkijkje naar transitiecommunicatie

Doorkijkje naar transitiecommunicatie

- Cyclische aanpak ligt hier minder voor de hand:
De transitie is eenmalig en daardoor is er geen mogelijkheid om bij te sturen en in aangepaste vorm opnieuw te proberen
- Onze eerste gedachte voor het hoofddoel bij de transitie is:
'Ik voel me door Philips Pensioenfonds goed begeleid van pensioenregeling A naar pensioenregeling B'
- Als we vaststellen dat deelnemers zich niet goed begeleid hebben gevoeld, kunnen we ook dan actie ondernemen
Bijvoorbeeld door aandacht te besteden aan onderwerpen die niet duidelijk waren.



Pensioenevent AFM

(Sub)doelen als sturingsmiddel voor communicatie-activiteiten

1 juni 2023





Pensioenfonds
Horeca & Catering

Communicatie nu en bij transitie

Segmenteren en datagedreven ontwikkelen

AFM
Pensioenevent
1 juni 2023

Het menu vandaag

Onze klanten

Bedieningsconcept met doelen op gedrag en kennis

Praktijk ervaringen

Vorbereiding op communicatie bij transitie

Onze klanten

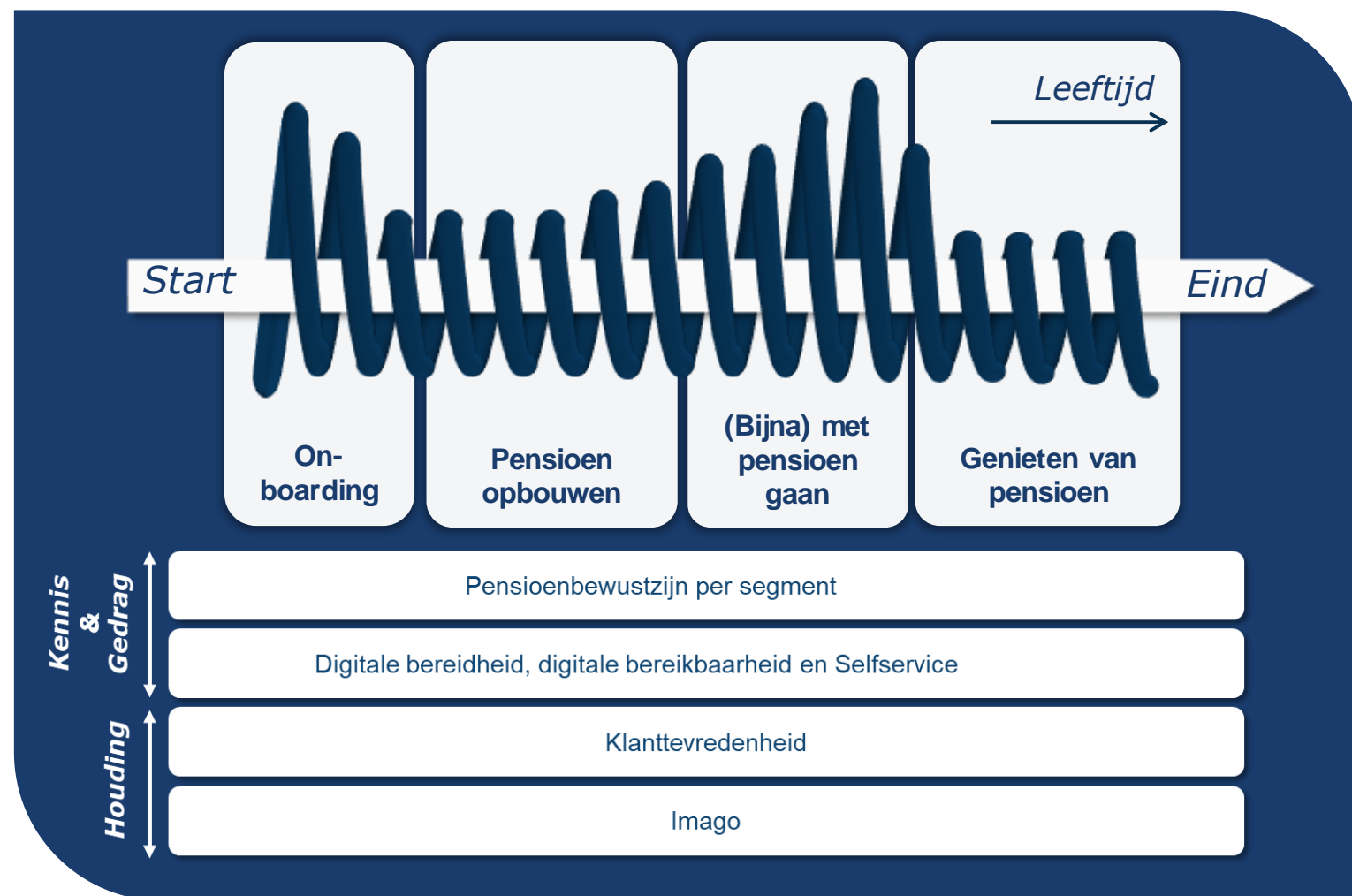


Grote instroom en uitstroom

Veel korte en kleine dienstverbanden

Cijfers: ultimo 2022

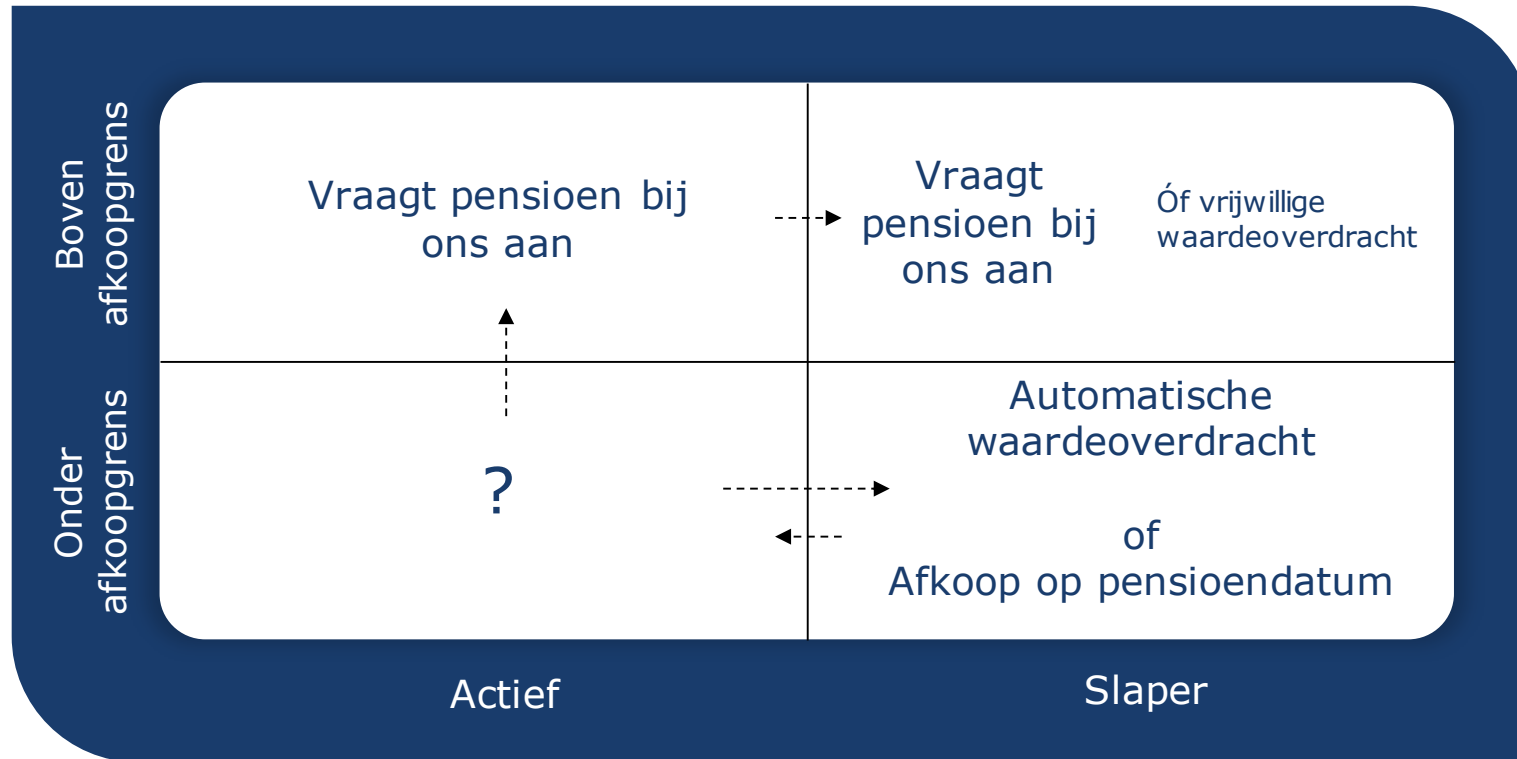
Bedieningsconcept: opbouwen pensioenbewustzijn intensificeert met leeftijd



Hoe dichterbij de werknemer de pensioenleeftijd nadert, hoe relevanter pensioen voor hem wordt

Doelstellingen en bijbehorende acties intensiveren met leeftijd

Bedieningsconcept: ook actuele opbouw is bepalend



Doelstellingen t.a.v. pensioenbewustzijn hangen niet alleen af van leeftijd maar ook van de actuele opbouw

Bedieningsconcept: voorbeelden van doelen



Voorbeeld: doelstellingen op gedrag – bekijkt pensioen op eigen portaal minimaal 1 keer per jaar

Deelnemers > afkoopgrens		
Leeftijd	30-54	55-9mnd voor AOW
	Actief	Actief en slaper
2023	30%	40%
2024	40%	50%
2025	50%	70%

- Concrete doelstellingen waarover per kwartaal gerapporteerd wordt
- Dwingt om te experimenteren en te ontdekken wat wel werkt en wat niet werkt
- Data vastleggen en feedback vragen van klanten

Data over gedrag en tevredenheid: combinatie van metingen

Standaardmetingen bij
communicatie campagnes

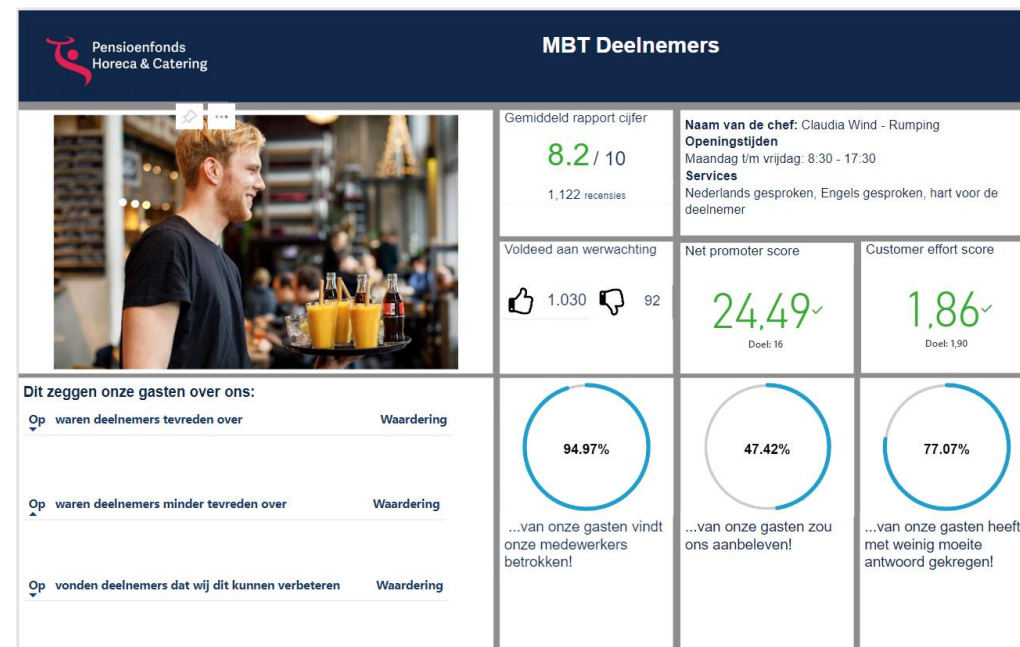
Opens	CTO	CTR	Clicks
1,113 70,2%	32,4%	22,8%	361



Eigen metingen portalen en KCC

Metingen via standaardtools:
Spotler Google Analytics Hotjar

Uitkomsten delen
en ontwikkeling volgen

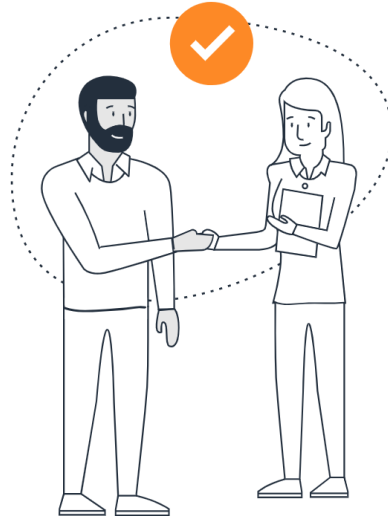


Meten op kennisdoelstellingen: “kennisvragen” in klantonderzoek – benutten in terugkoppeling

Werknemersonderzoek 2018

Weet jij hoe je pensioen geregeld is?

50% van de werknemers weet maar weinig over hun pensioen. Dit komt naar voren uit het deelnemersonderzoek. Lees de belangrijkste uitkomsten en kom meer te weten over je pensioen.



Kennisvragen o.a. over:

- Nabestaandenpensioen
- Keuze ingangsdatum pensioenuitkering

Wat heb jij geregeld voor je partner en/of kinderen als jij overlijdt?

Beste mevrouw [redacted]

88% van de (oud)werknemers in de horeca of catering weet niet of er standaard iets geregeld is voor je nabestaanden in het pensioen bij ons. Dit kwam naar voren uit het deelnemersonderzoek dat wij eind vorig jaar deden.

Meer hierover en de andere highlights uit het deelnemersonderzoek lees je [hier](#). Binnen 3 minuten ben je op de hoogte en zie je direct waar ook jouw actie nodig is!

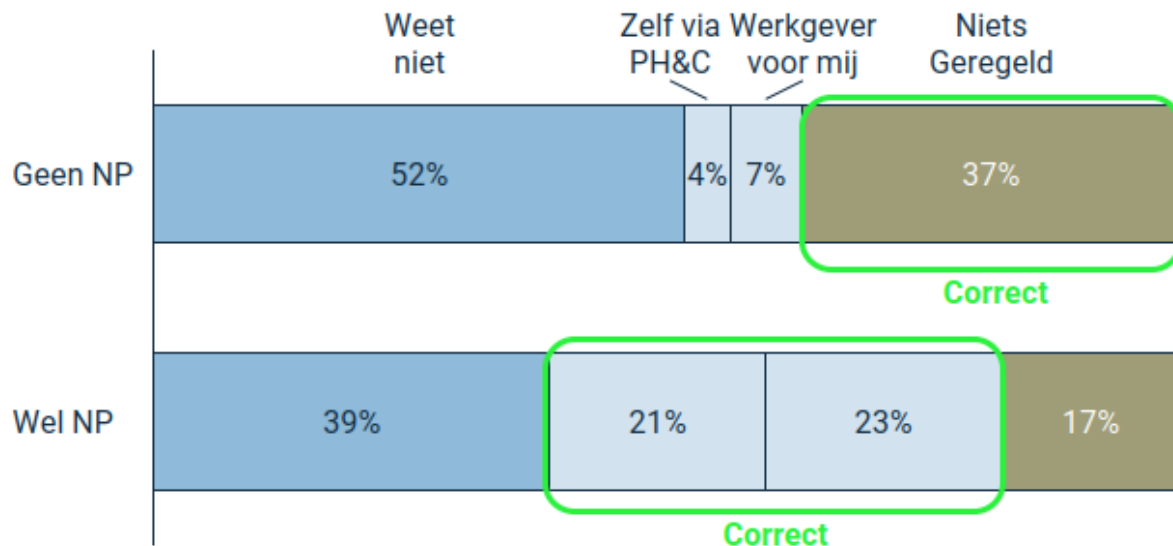
Met vriendelijke groet,
[redacted]
Klantmanager Deelnemers

Wat vind je van deze e-mail?

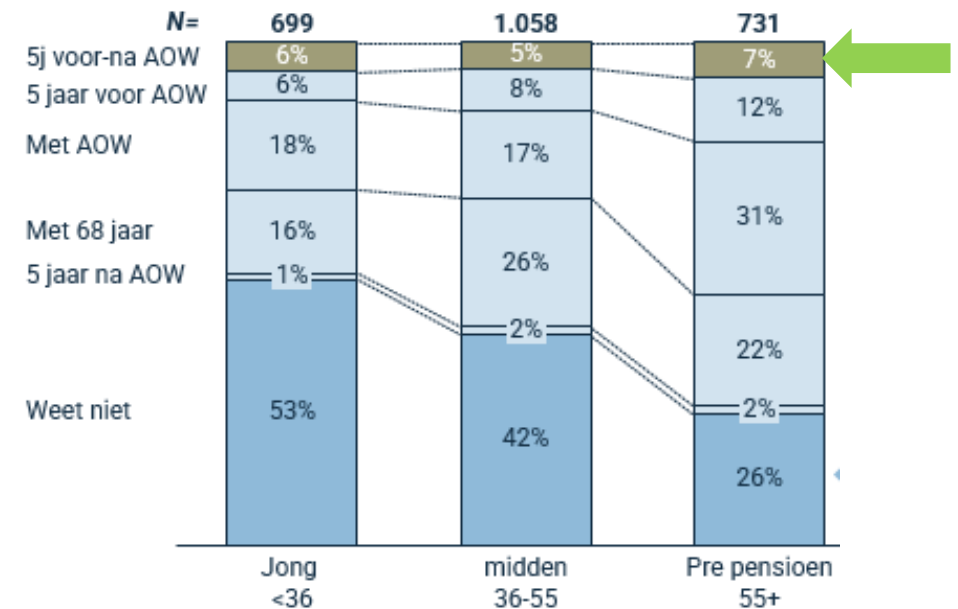
 

Meten op kennisdoelstellingen: “kennisvragen” in klantonderzoek – vragen uit de praktijk

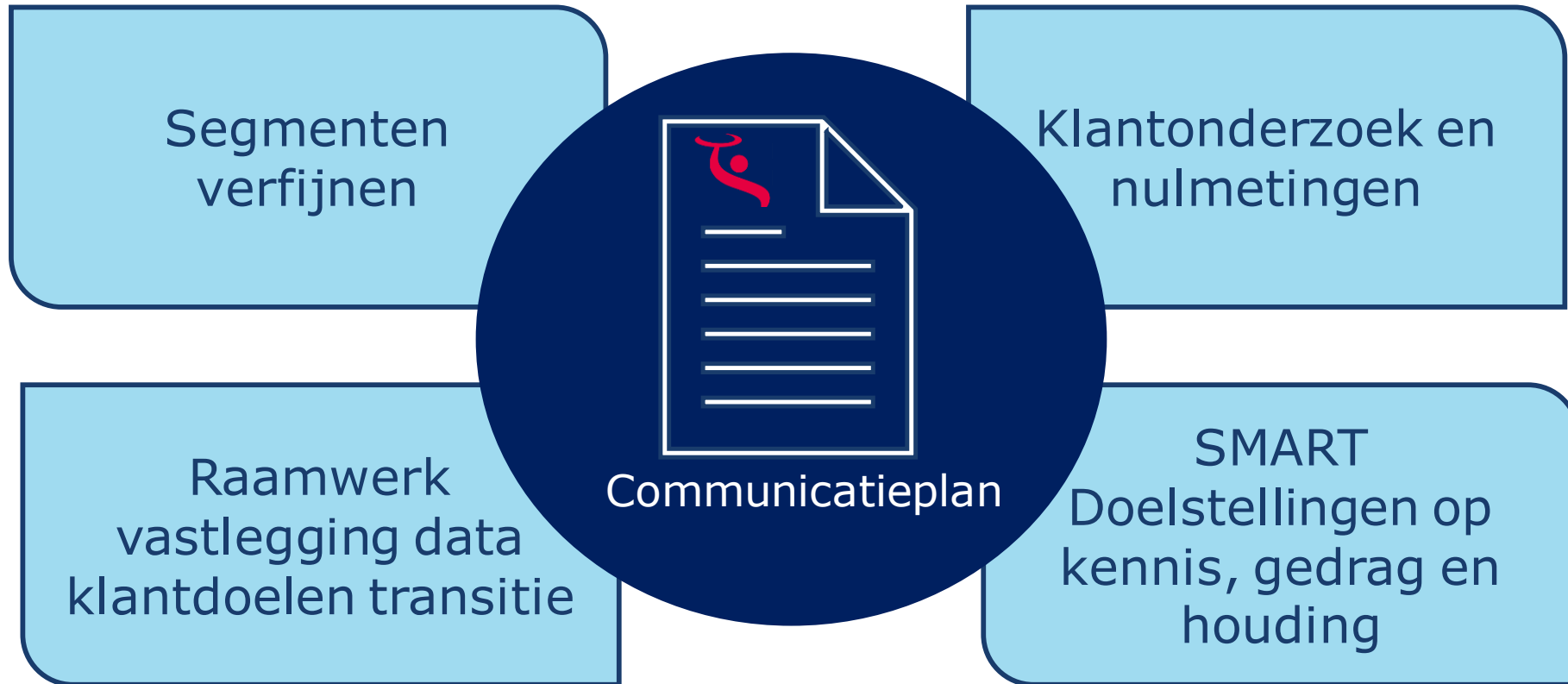
Wat is er in jouw pensioen geregeld voor je partner en/of kinderen als je nu overlijdt?
(% respondenten)



Wanneer kan je volgens jou met pensioen bij PH&C?
(% respondenten)



Vorbereiding op communicatie bij transitie: Segmenteren en datagedreven ontwikkelen



Samen waardevol, nu en later

www.phenc.nl



We gaan meteen door!

Plenaire paneldiscussie begint om 16:10