

# Activatie-index maakt activeren aantoonbaar

Activerende pensioencommunicatie



**TKP**

De Wtp verplicht pensioenuitvoerders om deelnemers aan te zetten tot relevante actie. Zodat ze beter inzicht ontwikkelen in hun pensioen en in staat zijn de juiste keuzes te maken. Die nieuwe verplichting roept vragen op bij pensioenuitvoerders. Want wat houdt dat activeren precies in? En belangrijker nog: hoe weet je als uitvoerder wanneer een deelnemer geactiveerd is? Daar ontwikkelde TKP de activatie-index voor.

### Aanzetten tot relevante actie

In de conceptwettekst van de Wtp komen meerdere zogeheten open normen terug. In een open norm staat wát er volgens de wetgever moet gebeuren, maar niet hóe. Pensioenuitvoerders krijgen daarmee zelf de ruimte om in te vullen hoe ze tot het voorgeschreven resultaat komen. Eén van die open normen gaat over de verplichting tot het activeren van deelnemers. Of in woorden die iets dichterbij de wettekst liggen: 'een pensioenuitvoerder bevordert dat hij met zijn informatie deelnemers aanzet tot relevante actie'.

Dat aanzetten tot relevante actie – in het kort: activeren – is wat anders dan informeren. Hoewel beide wel met elkaar te maken hebben, leidt informeren niet automatisch tot activeren. Sterker nog: informeren kan soms zelfs averechts werken. Zeker als het te veel informatie is en het niet op het juiste moment komt. Met een slimme communicatieaanpak is dat te ondervangen. Door informatie gelaagd op te bouwen bijvoorbeeld, door te segmenteren op doelgroep en door gebruik te maken van een mix van bestaande kanalen en nieuwe technologie.

### Geactiveerde deelnemers

Besluiten pensioenuitvoerders vooruitlopend op de Wtp te investeren in activerende communicatie, dan lopen de meesten meteen tegen een aantal vragen op. Want wat verstaan we als sector precies onder een geactiveerde deelnemer? En hoe meet je eigenlijk of een deelnemer geactiveerd is? Wat verlangt de wetgever en toezichthouder hierin precies van pensioenuitvoerders? Belangrijke vragen.

Om met de eerste vraag te beginnen: wij beschouwen een deelnemer die in de afgelopen 12 maanden een relevante actie heeft ondernomen

als een geactiveerde deelnemer. Die 12 maanden hebben we weloverwogen gekozen: dan heb je voldoende tijd om te zien of de activatie niet alleen het resultaat is van een enkele campagne (dat meten we al op andere manieren), maar echt een langetermijneffect is van activerende communicatie en – bijvoorbeeld – segmentatie van deelnemersgroepen. De ondernomen actie zelf hangt van het initiatief van een deelnemer af. Dat kan het doorgeven van een e-mailadres zijn, het aanvinken van een keuze, een belletje naar de frontoffice, het bijwonen van een videospreekuur of simpelweg het inloggen op de Mijn omgeving en het raadplegen van het huidige pensioenoverzicht. Deze en andere acties kunnen wij allemaal meten – uiteraard volgens privacyrichtlijnen. Omdat het meten van de data voor de activatie-index als doel heeft te voldoen aan de open norm uit de Wtp, is er voldoende grondslag voor de dataverwerking.

De activatie-index laat zien wat de verhouding is tussen de actieve en de niet-actieve deelnemers van een pensioenuitvoerder, en toont hoe succesvol de activerende communicatie van een uitvoerder is

### Meetbare acties

Nu we weten wat we onder een geactiveerde deelnemer verstaan, volgt de tweede vraag: hoe kun je meten of een deelnemer geactiveerd is? Doordat wij de acties van deelnemers kunnen volgen – zoals het klikken op een link in een mailing – hebben we al inzicht in het effect van onze individuele campagnes. Die metingen doen we primair om onze deelnemersadministratie en de kwaliteit van de klantbediening te onderhouden. Daarnaast kunnen we hiermee ook onderzoeken welke communicatie-inspanningen het meeste effect sorteren, zodat we onze klanten kunnen helpen deelnemers zo gericht mogelijk te activeren.

Door de activiteit van deelnemers te meten over een langere periode – de eerdergenoemde 12 maanden – ontstaat een nieuw inzicht. Namelijk het inzicht in de mate waarin een hele deelnemerspopulatie is geactiveerd. Of alleen een deel van de deelnemerspopulatie, want we kunnen ook per groep meten wat de activatie is. Dat getal, weergegeven als een percentage, noemen wij de activatie-index: de verhouding van actieve deelnemers ten opzichte van niet-actieve deelnemers van een pensioenuitvoerder. Dit percentage op hoofdniveau kunnen we straks in een rapportage tonen.

**Wij zien de activatie-index als een goede manier om aan de toezichthouder aantoonbaar te maken dat een pensioenuitvoerder het activeren van zijn deelnemers serieus neemt**

### Verfijning op deelpopulatie

Daarnaast hebben wij een dashboard ontwikkeld waarin meer detailinformatie staat, zoals de activatie-indices van deelpopulaties. Die deelpopulaties kunnen op leeftijdscategorie zijn, op communicatievoorkeur of op status. Bij sommige uitvoerders kan de deelpopulatie 'gewezen deelnemers' bijvoorbeeld al snel best groot zijn. Een groep die vaak niet hoog op de lijst staat, maar straks toch ook verplicht geactiveerd moeten worden. Nuttig dus om te weten wat de huidige activatie is. En we kunnen zelfs segmenteren op groepen deelnemers die nu voor een keuze staan, zoals deelnemers die binnen een half jaar met pensioen gaan, die net uit dienst zijn of arbeidsongeschikt raken. Door deze indices naast elkaar te plaatsen, zien pensioenuitvoerders dus per deelpopulatie waar nog verbetering mogelijk is en waar wellicht aanvullende communicatie-inspanningen nodig zijn.

### Zelf invullen

Dan rest nog de derde vraag: wat verwacht de wetgever precies van het activeren? Dat is het mooie van de open norm: die invulling kunnen pensioenuitvoerders zelf bepalen, of wij voor hen. Als deelnemers maar aantoonbaar geactiveerd worden. Het kan natuurlijk zijn dat er vanuit de toezichthouder meer richtlijnen komen, maar voorlopig zien wij de activatie-index als een goede manier om aan de toezichthouder aantoonbaar te maken dat een pensioenuitvoerder het activeren van zijn deelnemers serieus neemt.

### Meer weten?

Wilt u meer weten over de activatie-index? Of heeft u nu al interesse? Neem dan contact op met uw accountmanager.

