



portimagazine

december
2008



- 3 Editoriaal
- 4 Twee nieuwe BRIO-producten
BRIO*startup* en BRIO*classic* zien het levenslicht
- 6 Port-e-Mail
Beheer uw e-mailverkeer vanop uw pda
- 7 Cyberrisico's
Extra bescherming via F-Secure
Portima Update binnenkort automatisch
- 8 Interview met Portima-CEO Claude Rapoport
'Portima zal er alles aan doen om de makelaar een optimale service te bieden'
- 11 Nieuwe website
www.brio4you.be, een nagelnieuw digitaal infokanaal
- 12 BRIO4YOU-opleidingen
Op maat van de makelaar
- 15 Internet Broker Project
Makelaars moeten meer aanwezig zijn op het internet

PortiMagazine is een magazine van Portima en verschijnt 4 x per jaar.

Verantwoordelijke uitgever:

Claude Rapoport

Coördinatie:

Valérie Dechamps

Realisatie:

www.mindsetting.be

Heeft u vragen of opmerkingen over een artikel in verband met onze diensten? Bel dan onze klantendienst op het nummer 02/661.44.64.

U kunt dit magazine ook bekijken en downloaden via onze website: www.portima.com

Question Time

Mail ons het juiste antwoord door op de onderstaande vraag en **win 2 bioscooptickets**. We geven in totaal 25 x 2 tickets weg, aarzel dan ook niet en waag uw kans.

Vraag:

Portima lanceerde onlangs een gloednieuwe website rond BRIO. Wat is de precieze url van deze site?

Mogelijke oplossingen:

- a) www.brio4all.be
- b) www.brio4you.be
- c) www.brio2you.be

Vul het antwoord online in op www.portima.com/nl/questiontime.aspx
Als u bij de winnaars bent, dan hoort u snel van ons.

PortiMagazine in uw mailbox?

Als u PortiMagazine enkel in elektronische vorm in uw mailbox wenst te ontvangen, schrijf u dan in op onze mailinglist op de Portima-website. U kunt uw e-mailadres doorgeven op de homepage van onze website www.portima.com of op de BEN via <http://ben.portima.be>

Editoriaal



Beste makelaar,

Door de jaren heen hebt u met uw klanten een vertrouwensrelatie opgebouwd. Uw klant weet dat hij u kan bellen als er een onverwacht of complex probleem is. Hij zal uw hulp kunnen inroepen en weet dat hij op uw inzet en professionalisme kan rekenen.

In dezelfde lijn ligt de ambitie van Portima om zo'n relatie met u op te bouwen. Portima moet dezelfde vertrouwensband met de makelaar creëren.

Drie jaar geleden heeft mijn voorganger, Koen Depaemelaere, de 10 engagementen van Portima voorgesteld: 10 zeer duidelijke objectieven die elke medewerker van Portima moet helpen realiseren om u de diensten te verstrekken die u nodig heeft. Dat blijft onze reden van bestaan. Dankzij de inzet van elke medewerker is er quasi unanimitie over het feit dat de kwaliteit van de dienstverlening fors verbeterd is. Kunnen wij nu op onze lauweren rusten? Zeker niet. We moeten nog een hele weg afleggen.

Velen van jullie zeggen: "Portima is een bedrijf gesticht door de maatschappijen, erg ver van ons vandaan en anoniem." Om te komen tot de hoger genoemde vertrouwensrelatie die ik met u wil opbouwen moet deze visie over Portima absoluut verbeteren. We stellen ons tot doel om u met onze medewerkers en onze missie te laten kennismaken. Is dat niet het begin van een relatie?

Eerst moeten we elkaar leren kennen. Wij kennen jullie te weinig en jullie kennen de namen en gezichten van Portima te weinig. Dit is spijtig en wij zullen dan ook van elke gelegenheid gebruik maken om hier verandering in te brengen.

Tevens wordt gezegd dat de producten van Portima duur zijn. Wij hebben naar u geluisterd en daarom kondigen wij de nieuwe producten BRIO4YOU aan.

U kent al BRIO en BRIO*plus*.

Nu vervolledigen wij het gamma met BRIO*startup*, voor de startende makelaar, en met BRIO*classic*, voor makelaars die geen behoefte hebben aan de extra opties van BRIO.

Velen onder u waarderen immers de nieuwe functionaliteiten die wij met elke nieuwe versie aan BRIO toevoegen, zoals de PaperLess Workflow, maar niet iedereen heeft deze nieuwigheden nodig. Vandaar onze beslissing om ook een classic-versie op de markt te brengen.

Samen vormen BRIO, BRIO*plus*, BRIO*startup* en BRIO*classic* het gamma BRIO4YOU.

Beste makelaar, u bent als ondernemer de baas van uw kmo en kiest zelf welke BRIO het best bij uw onderneming past. Met het gamma BRIO4YOU is er altijd een BRIO voor u. Want u evolueert, BRIO ook. Aan u de keuze.

Claude Rapoport
Afgevaardigd Bestuurder

Twee nieuwe BRIO-producten

BRIOstartup en BRIOclassic zien het levenslicht



Portima stelt alles in het werk om u producten aan te bieden die afgestemd zijn op uw behoeften. Precies met die doelstelling voor ogen lanceren we twee nieuwe BRIO-producten: **BRIOstartup** en **BRIOclassic**. Hierdoor bestaat de **BRIO4YOU**-familie, met ook **BRIO** en **BRIOplus**, uit vier telgen. Zo kunt u er van op aan dat er altijd wel een BRIO is die bij u past.

BRIOstartup

Er zijn vandaag in België nog altijd makelaars die zonder een beheerpakket werken. Precies op maat van deze doelgroep heeft Portima **BRIOstartup** ontwikkeld. Makelaars zonder beheerpakket of startende makelaars beschikken met **BRIOstartup** over een ideale tool. **BRIOstartup** laat hen toe om klanten en contracten te beheren en antwoordrecords te integreren als ze over AS/Web (of AS/2) beschikken.

BRIOclassic

Door de jaren heen kreeg BRIO steeds meer functionaliteiten. Maar niet elke makelaar heeft deze extra's nodig. Voor hen lanceert Portima nu **BRIOclassic**. Dit pakket bevat alle functionaliteiten van een klassiek beheerpakket: klanten- en contractenbeheer, integratie met AS/Web (of AS/2), agenda, schadebeheer, briefwisseling en e-mail. Met andere woorden, **BRIOclassic** bevat de functionaliteiten van BRIO, met uitzondering van de Boekhoudmodule, Selecties & Rapportering, PaperLess Workflow, het sms'en en BRIO Read Only. Wie op zoek is naar een oerdegelijk pakket zonder veel extra functionaliteiten, vindt in **BRIOclassic** zijn gading.

Een voordelig tarief

BRIOstartup en **BRIOclassic** zijn beide scherp geprijsd op het vlak van het maandelijks onderhoud, bijstand en hosting.

Down- en upgrades

Het is perfect mogelijk om tussen de verschillende producten binnen het **BRIO4YOU**-gamma te down- of upgraden. Als u vandaag met BRIO werkt en ervoor opteert om over te stappen naar **BRIOclassic**, betaalt u een eenmalige opstartkost, maar uw maandelijks bijdrage voor onderhoud, bijstand en hosting ligt lager.

Maar wat als u na enkele maanden vaststelt dat bepaalde functionaliteiten die in BRIO zitten, maar niet in **BRIOclassic**, toch nuttig zijn voor uw kantoor? Uw kantoor evolueert immers. U wilt dus terug overstappen naar BRIO, maar u hebt een eenmalige opstartkost betaald voor **BRIOclassic**. Geen probleem. In dat geval kunt u een deel van de eenmalige opstartkost recupereren en gebruiken om de eerste maandelijks kosten voor BRIO te betalen.

U kiest!

BRIO blijft het uithangbord van Portima, de meest complete softwaretool voor de makelaar. Dit beheerpakket laat u toe om papierloos te werken, om makkelijk Selecties & Rapporteringen te maken op uw portefeuillegegevens, enz. Maar als makelaar bent u zelf het best geplaatst om te kiezen welk beheerpakket ideaal is voor uw activiteiten. Met de uitbreiding van ons BRIO-gamma zijn we ervan overtuigd dat u over heel wat keuzeopties beschikt. In het schema krijgt u een duidelijk overzicht van de verschillende functionaliteiten van de producten in het **BRIO4YOU**-gamma.

Voor meer informatie kunt u uiteraard steeds bij uw Account Manager terecht.

Het BRIO4YOU-productengamma



Port-e-Mail

Beheer uw e-mailverkeer vanop uw pda



E-mail is vandaag de dag een onmisbaar communicatie-instrument voor elke professional. U hebt er dan ook alle baat bij om van overal toegang te hebben tot uw e-mailverkeer (bij u thuis, op kantoor of elders) en via de technologie die u wenst (uw PC, pda of iPhone). De Portima-toepassing Port-e-Mail geeft u hiertoe alle mogelijkheden.

Als makelaar bent u regelmatig op pad. U bezoekt klanten, volgt opleidingen, gaat naar een studiedag of congres ... Maar intussen krijgt u e-mails binnen, de ene al dringender dan de andere. Het is uiteraard erg handig als u uw e-mailverkeer kunt opvolgen, zelfs als u buiten uw kantoor bent of op vakantie. Zo kunt u belangrijke e-mails onmiddellijk beantwoorden of doorsturen naar één van uw medewerkers.

Overall toegang tot uw e-mails

Portima beschikt met Port-e-Mail over een unieke tool om uw e-mailverkeer te optimaliseren. Zo kunt u vanop eender welke plaats uw binnenkomende e-mails ontvangen, lezen en beantwoorden. Ook als u uw mails gelezen hebt, blijven ze beschikbaar op de server. Uiteraard kunt u ook nieuwe e-mails verzenden. Dit alles gebeurt met maximale aandacht voor de veiligheid, en dit dankzij een fire-, virus- en spamwall.

24u op 24, 7 dagen op 7

Als u een pda heeft, wilt u uiteraard de klok rond bereikbaar zijn en kunnen reageren. Port-e-Mail is dan ook 24u op 24 en 7 dagen op 7 beschikbaar.

Back-up via Portima

Portima zorgt zelf voor een back-up van uw e-mailverkeer. Port-e-Mail werkt immers zoals de ASP-technologie. Concreet betekent dit dat uw gegevens op een centrale server bewaard worden, en niet op uw eigen server. Zo kunt u op beide uren slapen.

Adresboek en agenda delen

Daarnaast biedt Port-e-Mail u een reeks andere troeven. Zo kunt u uw online-adresboek delen met uw medewerkers. Wilt u daarnaast ook nog contactfiches creëren die enkel voor uzelf bestemd zijn, dan is ook dat geen enkel probleem. Verder kunt u via Port-e-Mail uw medewerkers de mogelijkheid geven om uw agenda te consulteren en eventueel te

updaten. Altijd handig wanneer een klant een afspraak met u wenst en u op dat moment niet op kantoor bent. Bent u een tijdje niet bereikbaar voor klanten, dan kunt u iedereen die u een mail stuurt automatisch verwittigen via de 'Out-of-Office'-assistent.

Bestanden online opslaan

Ten slotte is het mogelijk om bestanden op een centrale plaats op te slaan. U kunt deze files nadien overal raadplegen: op kantoor via Outlook of elders met Webmail. Het spreekt voor zich dat ook uw medewerkers dit kunnen, als u dat wenst. Kortom, met Port-e-Mail haalt u het maximum uit uw e-mailcommunicatie. ☺

Cyberisico's

Extra bescherming via F-Secure



Portima doet er alles aan om uw IT-infrastructuur maximaal te beschermen tegen e-risico's. Daartoe doen we een beroep op een fire-, virus- en spamwall. Al uw inkomende en uitgaande mails worden door een centrale virusscanner van Portima doorgelicht. Toch raden wij u aan om uw IT-infrastructuur nog eens extra te beschermen met een antivirusprogramma.

Cyberisico's vormen elke dag opnieuw een reële bedreiging. Portima detecteert dagelijks tientallen virussen. Bovendien loopt u altijd het risico op besmettingen als u op het internet surft of bestanden downloadt vanop een externe drager, zoals een cd-rom.

U kunt zo'n extra bescherming via een antivirusprogramma dan ook maar beter benutten. Portima heeft in zijn productaanbod het pakket F-Secure. Dit is één van de topproducten in zijn soort. Dagelijks wordt F-Secure meerdere keren bijgewerkt, zodat u steeds beschermd bent tegen de nieuwste virussen.

U kunt alle inlichtingen over F-Secure terugvinden via ons BEN-extranet (<http://ben.portima.be>). ☺

'Portima Update': binnenkort automatisch

Het programma 'Portima Update' zorgt voor de update van AS/Web. Binnen Portima zijn we volop bezig aan een nieuwe versie die de updates automatisch uitvoert. Zodra deze toepassing klaar is, hoort u dit vanzelfsprekend van ons. Tot die tijd moet u de Portima Update nog zelf uitvoeren. Zo werkt u steeds in de laatste versie van AS/Web.

Interview met Portima-CEO Claude Rapoport

'Portima zal er alles aan doen om de makelaar een optimale service te bieden'



Op 1 september nam Claude Rapoport de fakkel over van Koen Depaemelaere als CEO van Portima. Intussen zijn de spreekwoordelijke 100 dagen voorbij en is dit het ideale ogenblik om zijn visie uit de doeken te doen. Welke weg moet Portima de komende jaren bewandelen? Onze CEO vertelt het u.

Toen Koen Depaemelaere afscheid nam van Portima, werd u vrij snel aangeduid als zijn opvolger. Waarom heeft u zich kandidaat gesteld voor de functie van CEO van Portima?

Claude Rapoport: Daar zijn meerdere redenen voor. Maar de belangrijkste was wellicht dat ik ervan overtuigd ben dat de uitdagingen waarvoor Portima vandaag staat, zeer goed te rijmen vallen met mijn manier van werken en mijn

persoonlijkheid. Na jaren gewerkt te hebben aan de positionering op de markt, kan Portima zich nu richten op een nieuw doel: een maximale service aan onze makelaarsklanten.

Zelf ben ik iemand die veel luistert naar de behoeften van de klanten en tracht om hun gevoeligheden te ontdekken. Dialoog is voor mij dan ook erg belangrijk. Waaruit bestaat de ambitie van Portima? In de eerste plaats willen we de makelaar de beste tools aanreiken: eenvoudige tools, maar uiterst performant. Door de concurrentie van andere distributiekanaalen is de makelaar verplicht om te blijven evolueren. Daarbij is het ook belangrijk dat er een correct evenwicht bestaat tussen de verschillende spelers. Een sterke, coherente dialoog is in zo'n verhaal cruciaal.

Voorts stel ik vast dat de technologie aan een zeer hoog tempo blijft evolueren. Ik ben zelf al jaar en dag actief in deze wereld en ik merk dat mobiliteit steeds belangrijker wordt in ons leven. Denk maar aan gsm, sms, e-mail, draadloos internet ... Portima moet mee inspelen op deze behoefte. Wij moeten ervoor proberen te zorgen dat makelaars op de meest eenvoudige manier op zoveel mogelijk plaatsen een maximale technologische ondersteuning krijgen. Uiteraard liggen de verwachtingen van alle makelaars niet even hoog. In de komende jaren bestaat het belangrijkste doel van Portima uit een optimale dienstverlening aan de makelaar.

Zijn er in het kader van die service specifieke accenten die de makelaar van u mag verwachten?

Claude Rapoport: De makelaar is zeer verscheiden. Elke makelaar organiseert zijn activiteiten en zijn kantoor op zijn eigen manier. De ene makelaar specialiseert zich vooral in Leven, terwijl de andere vooral BOAR-polissen aan de man brengt. Sommige makelaars richten zich op de bedrijvenmarkt, anderen op zelfstandigen en vrijberoepers, nog anderen op particulieren. Met andere woorden, er bestaat niet één gemeenschappelijk makelaarsprofiel. Voor Portima komt het er dan ook op aan om zich aan te passen aan deze verscheidenheid. Onze producten moeten een antwoord kunnen bieden op de zeer grote verschillen in behoeften bij de makelaars.

De lancering van BRIOstartup en BRIOclassic is daar een voorbeeld van?

Claude Rapoport: Klopt. Makelaars die nog niet over een beheerpakket beschikken, krijgen met BRIOstartup een zeer handig werkinstrument. En makelaars die eerder geïnteresseerd zijn in een versie van BRIO zonder Selectie & Rapportering, Boekhouding, PaperLess Workflow ... kunnen we van dienst zijn met BRIOclassic.

Bedoeling is om binnen Portima een product te bieden aangepast aan elke makelaar. De lancering van de twee nieuwe BRIO-producten is daar een exponent van.

Claude Rapoport: 'Bedoeling is om binnen Portima een product te bieden aangepast aan elke makelaar. De lancering van de twee nieuwe BRIO-producten is daar een exponent van.'

Eén van uw eerste wapenfeiten was de oprichting van een directie Marketing & Producten. Waarom precies?

Claude Rapoport: Portima beschikt vandaag over technisch zeer goede producten, daar ben ik van overtuigd. Jammer genoeg stellen we ook vast dat de perceptie bij de makelaars niet altijd even positief is. Daar willen we de komende maanden en jaren verandering in brengen. Twee kernwoorden staan voor mij op dat vlak centraal: nabijheid en positieve ervaringen. Hiermee bedoel ik dat Portima eerst en vooral dicht bij de klant moet staan. Ik verwijs daarmee onder andere naar de uitbreiding van ons productengamma. Maar daarnaast moet Portima ook positieve percepties oproepen bij de makelaar. Ik denk dat onze vier evenementen georganiseerd in november in Kinopolis een goed voorbeeld vormen van deze ambitie. Portima heeft iets te vertellen en wil dat op een positieve manier doen.

Er bestaan trouwens andere manieren om aan de behoeften van de klanten te beantwoorden. Zo doen we er alles aan om in te spelen op het vlug stijgende gebruik van pda's. Heel wat makelaars hebben er zo een. Vanuit Portima is het de bedoeling om onze tools zo compatibel mogelijk te maken met de pda-toestellen. Maar vergis u niet: dit is een zeer moeilijke oefening!

Ten slotte is er nog een andere reden waarom marketing belangrijk is. Portima moet nog meer luisteren naar de klant. Het is de eerste stap om hem nieuwe of aangepaste producten als oplossing te kunnen voorstellen. Met andere woorden, onze feedback-loop moet korter worden.

Kunnen we samenvatten dat u de vertrouwensband met uw klanten wil aanhalen?

Claude Rapoport: Dat staat als een paal boven water. De vertrouwensband tussen Portima en de makelaars moet vergelijkbaar worden met het vertrouwen dat de klant in zijn makelaar stelt.

Portima neemt actief deel aan het Internet Broker Project. Wat houdt dit precies in?

Claude Rapoport: Het Internet Broker Project is er gekomen op vraag van de makelaarsfederaties FVF en Feprabel. De bedoeling is om de achterstand van de makelaars inzake aanwezigheid op het internet in te halen. Een enquête van FVF toonde aan dat vier op tien makelaars geen eigen website heeft. In België heeft vandaag meer dan 60% van de huishoudens een internetaansluiting.

Interview met Portima-CEO Claude Rapoport 'Portima zal er alles aan doen om de makelaar een optimale service te bieden'

Als we gaan kijken naar de verdeling per leeftijd, dan zien we dat tussen 18 en 44 jaar meer dan 3 op 4 respondenten regelmatig op internet surft. Voor heel wat jongeren is het internet even gewoon als een telefoon, als het op communicatie aankomt. Het internet is als distributiekanaal geen bedreiging voor de makelarij. Wel is het een onvermijdelijk communicatiekanaal! Makelaars mogen de internettein dan ook zeker niet missen.

In die optiek zitten makelaarsfederaties, vertegenwoordigers van verzekeraars, Brocom en softwarehuizen vandaag rond de tafel om de makelaar meer armslag te geven op het wereldwijde web.

Waar moet dit concreet toe leiden?

Claude Rapoport: Het spreekt voor zich dat we ervan uitgaan dat op termijn meer makelaars een eigen site zullen hebben. Maar het komt er ook op aan om die site voldoende uit te bouwen. We merken immers dat maatschappijen heel wat productinformatie ter beschikking stellen van de makelaar onder de vorm van papieren folders e.d. Het is dan de makelaar die uiteindelijk uit het aanbod kiest welke folders hij op zijn toonbank plaatst. Welnu, zoiets moet ook virtueel mogelijk zijn. Als de verzekeraar de link naar de productinfo doorgeeft aan de makelaar, dan kan die, als hij dat wil uiteraard, deze opnemen in zijn website. Andere mogelijke toepassingen zijn het aanvragen en berekenen van offertes op de site van de makelaar, het consulteren van de eigen verzekeringsportefeuille... Ook hier zal niet iedereen even ver willen gaan, dat spreekt voor zich.



Welke rol speelt Portima in dit debat?

Claude Rapoport: Portima stimuleert een constructieve en productieve dialoog met alle marktspelers. Het is immers belangrijk dat makelaars en maatschappijen in de virtuele wereld dezelfde rol kunnen spelen als ze vandaag doen in de gewone distributie. De verhoudingen moeten dezelfde blijven. Maar als je dit toepast op technologie, dan wordt dit soms zeer complex. Portima kan een nuttige rol spelen bij de ontwikkeling van standaardtools zoals de productcatalogus en de gebruikersidentificatie.

Hoe ziet u de markt voor beheerssoftware verder evolueren in de komende jaren?

Claude Rapoport: Ik denk dat het voor een makelaar het belangrijkste is om betere software te hebben dan alle andere distributiekanaalen. Portima moet de makelaar dan ook helpen om zich zo goed mogelijk te positioneren tegenover de andere distributiekanaalen. Daarbij zullen we uiteraard rekening

moeten houden met de snel evoluerende technologie. Ik verwacht dat andere softwarehuizen dezelfde ambitie zullen hebben. Het is uiteindelijk de klant die zal bepalen hoe deze markt evolueert. En ik heb er vertrouwen in dat onze inspanningen de makelaars zullen toelaten om onze producten en diensten te waarderen. 🔄

Arrest Hof van Beroep

Het Hof van Beroep te Brussel heeft in een arrest van 18 november 2008 geoordeeld dat er geen precieze aanwijzingen zijn dat Portima ogenschijnlijk inbreuken pleegt op de mededingingsregels, of ogenschijnlijk misbruik maakt van een machtspositie.

De aanleiding van deze procedure, die meerdere jaren heeft geduurd, was een klacht van CRM, die de Voorzitter van de Raad voor de Mededinging had verzocht dringende en voorlopige maatregelen op te leggen aan Portima. Met het arrest van 18 november 2008 vernietigt het Hof van Beroep dan ook de beslissing van de Voorzitter van de Raad voor de Mededinging van 14 februari 2007 waarbij aan Portima voorlopige en dringende maatregelen waren opgelegd.

Aldus heeft het Hof van Beroep de stelling van Portima gevolgd.

Nieuwe website www.brio4you.be een nagelnieuw digitaal infokanaal



Voor Portima is PortiMagazine een belangrijke pijler in zijn communicatie. Maar er is veel meer. Zo lanceerden we een tijdje terug een gloednieuwe website: www.brio4you.be. Op deze webstek vindt u heel wat informatie terug over thema's die verband houden met ons nieuw productengamma, BRIO4YOU genaamd.

Zoals u weet bestaat ons nieuw productenpalet BRIO4YOU uit 4 producten: BRIOstartup, BRIOclassic, BRIO en BRIOplus. Met onze nieuwe site www.brio4you.be willen we u alle commerciële informatie over deze producten verstrekken. Daarnaast bevat de site onder andere informatie over onze opleidingen en evenementen.

Toch vervangt de site www.brio4you.be het BEN-extranet niet. Op BEN staat nog steeds alle informatie over het volledige productenarsenaal van Portima.

Het spreekt voor zich dat de verschillende BRIO-producten uitgebreid toegelicht worden op www.brio4you.be. Bovendien worden bepaalde BRIO-topics verder uitgespit. Zo kunt u op de nieuwe site een video bekijken over de mogelijkheden die de module PaperLess Workflow biedt. Op die manier kunt u zich een perfect beeld vormen van de troeven van deze module, alsook van de opportuniteiten voor uw kantoor.

Ook over de opleidingen omtrent BRIO vindt u alle informatie op www.brio4you.be. U kunt er niet alleen terecht voor alle praktische gegevens van de opleidingscyclus (data, locaties ...), maar ook voor een inzicht in de verschillende thema's die behandeld worden. Verder bevat de site een korte inhoud van elke opleidingsmodule,

zodat u perfect kunt beoordelen of een bepaalde module voor u of uw medewerkers een toegevoegde waarde heeft.

Klanten kunnen zich op deze site ook inschrijven voor evenementen die we organiseren. Na afloop van deze initiatieven vindt u op www.brio4you.be ook de fotoreportages hierover terug. Zo kunt u een en ander virtueel herbeleven en de sfeer opnieuw opsnuiven.

De site www.brio4you.be wordt een zeer belangrijk communicatie-instrument voor Portima en zal regelmatig worden geüpdatet met nieuwe informatie.

We houden u uiteraard op de hoogte van alle initiatieven. Maar u mag natuurlijk altijd spontaan een kijkje gaan nemen. 🔄

BRIO4YOU-Opleidingen

Op maat van de makelaar



Portima luistert naar u. Op basis van uw feedback hebben we de structuur en inhoud van onze BRIO4YOU-opleidingen op een andere leest geschoeid. Nog steeds echter met hetzelfde doel voor ogen: u in staat stellen om optimaal te kunnen werken met het gamma BRIO4YOU, om alle mogelijkheden die het pakket biedt te kunnen benutten.

Welke nieuwigheden hebben we voor u in petto? Er zijn er heel wat. Eerst en vooral wordt elke opleidingscyclus voortaan verdeeld over 15 halve dagen.

U hoeft zich dus geen volledige dag meer vrij te maken, een halve dag volstaat. Tijdens zo'n halve dag wordt één thema volledig uitgespit. Bovendien organiseert Portima zijn opleidingen gedecentraliseerd. U hoeft zich dus niet ver te verplaatsen: de opleidingen worden gegeven in Brussel en in 5 Vlaamse steden.

Modulair

De opleidingen voor het productengamma zijn onderverdeeld in verschillende modules die volledig complementair zijn. Rekening houdend met de ervaring met uw beheerpakket en het eventuele gebruik van de boekhoudmodule kunt u volledig vrij kiezen welke modules u of uw medewerkers willen volgen. Kiest u ze allemaal, geen probleem. Pikt u er maar enkele uit, ook goed.

Verschillende niveaus

Elke opleidingscyclus wordt verdeeld in drie niveaus: basis, gevorderde en expert. In het schema op de rechterpagina vindt u een overzicht van de mogelijke opleidingen. Zo krijgt u een goed beeld van de verschillende onderwerpen die bij de diverse niveaus (basis, gevorderde en expert) horen. U hoeft zeker niet alle opleidingen van het basisoniveau te volgen vooraleer u een thema van het niveau gevorderde kan bijwonen. Zoals eerder al gesteld, kunt u vrij kiezen voor welke lessen u inschrijft.

Workshop

Nieuwe gebruikers kunnen bovendien een workshop volgen na de lessen van het basisoniveau. Tijdens deze workshop kunt u uw ervaringen toetsen met de lesgevers, vragen stellen, tips uitwisselen met andere gebruikers ...


Nog meer praktijkgericht

Om zo dicht mogelijk aan te sluiten bij de dagelijkse praktijk hebben we gezorgd voor heel wat praktische oefenstof. Wie onze opleidingen volgt, krijgt heel wat oefeningen mee naar huis om een en ander nog beter onder de knie te krijgen.

Alle info op www.brio4you.be

Elk van de cycli duurt maximaal één maand en wordt in 2009 op verschillende locaties gegeven. Voor 2009 zijn vandaag al meer dan 20 volledige opleidingscycli voorzien. Meer info over de precieze data en de inschrijvingsmodaliteiten vindt u op www.brio4you.be of op BEN. U vindt er ook meer info over de doelgroep, de inhoud en de objectieven van elke module.

Voordelig prijskaartje

Sommige modules en workshops zijn gratis. Voor de overige modules betaalt u een inschrijvingsfee, maar daarvan kunt u een gedeelte recupereren als ze georganiseerd worden door Brokers Training. Zo krijgt u een aanzienlijke korting als u lid bent van de beroepsvereniging FVF en kunt u tot 30% van uw inschrijvingsom recupereren via BEA (Budget voor Economisch Advies). 

Tabel met onze opleidingen:

	Basis ½ dag			Gevorderde ½ dag	Expert ½ dag			
	BRIO	BRIOclassic	BRIOstartup		BRIO	BRIOclassic	BRIOstartup	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Starten ■ Risico-objecten en contracten ■ Schadegevallen ■ Algemene boekhouding ■ Uw dagelijkse boekhouding ■ Termijnkwijtingen en herinneringen ■ Uw agendabeheer ■ Uw correspondentie 	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rekeninguittreksels en de toestand van uw boekhouding in BRIO ■ Papierloos werken met BRIO en BRIOplus (PLW) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Personaliseren en uw beheer optimaliseren* ■ Selecties maken ■ AS/Web & beveiliging** 	✓	✓	✓

Opmerking: opleidingen voor BRIOplus worden hoofdzakelijk ter plaatse georganiseerd.

* Gericht naar kantoorhouders en/of bevoorrechte gebruikers

** Gericht naar kantoorhouders en/of informaticaverantwoordelijke van het kantoor

Makelaars moeten meer aanwezig zijn op het internet



Makelaarsfederaties FVF en Feprabel, verzekeraars, Brocom en softwarehuizen, slaan de handen in elkaar om de aanwezigheid van de makelarij op het internet te versterken.

Internet biedt de makelaars immers een unieke kans. Als ze het goed in hun dienstverlening weten te kaderen, spelen ze meteen een dubbele troef uit. Ze combineren immers nieuwe technologie met persoonlijk advies. Geen enkel ander distributiekanaal heeft beide troeven in handen. Maar toch heeft de makelarij vandaag een zekere achterstand inzake aanwezigheid op het internet. Een sectorale aanpak is nodig om van het internet een meerwaarde te kunnen maken voor de makelaar.

De feiten

Een FVF-enquête maakte duidelijk dat 59% van de respondenten (makelaars) een website heeft. Met andere woorden, meer dan 4 op 10 heeft er geen. De makelaars die wel over een website beschikken, plaatsen daar vooral kantoorinformatie op, alsook product- en generieke info. Een offertetool vinden we slechts terug op zowat een derde van de sites. De mogelijkheid voor klanten om hun verzekeringsportefeuille te consulteren bestaat slechts in 1% van de gevallen.

36% tevreden met wat hij gevonden had. Diezelfde studie toont aan dat internauten in de toekomst wel van plan zijn om informatie over verzekeringen via het internet op te zoeken. Er is dus nog heel wat ruimte om de makelaar te positioneren op het internet en hem zelfs een voortrekkersrol te bezorgen.

Internetcharter

FVF en Feprabel hebben een actieplan ontwikkeld om de makelaar sterker te profileren via het internet. De makelaar blijft evenwel een ondernemer. Met andere woorden, hij maakt zelf zijn strategische keuzes. Zo moet de makelaar zelf beslissen of hij wil dat zijn website rechtstreeks door de consument te vinden is. Of geeft hij er de voorkeur aan dat de klant hem terugvindt via Brocom, de website van een verzekeraar of via een andere derde partij? Daarover beslist de makelaar zelf.


De beroepsverenigingen pleiten ervoor dat verzekeraars in digitaal formaat productinformatie bezorgen aan de makelaars, die vervolgens zelf kunnen beslissen of ze deze info op hun website opnemen of niet. Brocom zou in dit kader een coördinerende rol kunnen vertolken. Andere mogelijke toepassingen waar FVF en Feprabel aan denken, zijn een offertetool, portefeuille- en schadeconsultatie.

Belangrijk is dat de website van de makelaar voldoet aan alle wettelijke verplichtingen. Het gaat dan onder andere om de wet op de Verzekeringsbemiddeling, de wet op de Handelspraktijken en de wet op de Elektronische handel. Daarnaast moet de website van de makelaar alle verplichte vermeldingen bevatten, zoals de kantoorgegevens, het CBFA-nummer, de link naar de CBFA-website, de beroepstitel, het ondernemingsnummer, de contactgegevens, de link naar de beroepsregels en naar

de onderschreven gedragscodes. Wie een offertetool integreert in zijn site, moet uiteraard rekening houden met de regelgeving op de informatieverplichtingen.

Veiligheid

Het spreekt voor zich dat veiligheid een belangrijk topic wordt in de verdere ontwikkeling van het project. Wie klanten toegang geeft tot hun gegevens en portefeuille, moet er uiteraard voor zorgen dat de geconsulteerde gegevens correct zijn, maar ook dat er geen informatie vrijgegeven wordt van andere klanten. Andere aandachtspunten zijn de beveiliging tegen virussen en andere cyberaanvallen. Op dit vlak zullen dan ook de nodige maatregelen verder besproken worden. Daarbij zullen sectorale normen en engagementen vastgelegd worden voor webleveranciers, al zullen makelaars steeds de vrije keuze hebben met welke leverancier ze in zee gaan.

Zoals we reeds vermeldden, zal Portima actief blijven meewerken aan het Internet Broker Project opdat het een succes zou worden. 

“Met BRIO heb ik eindelijk
tijd gevonden voor mijn passies”

Dankzij Paperless Workflow (PLW)

brio

BRIO zorgt ervoor dat u een maximum aan tijd wint, onder andere dankzij PLW. Via PLW kan u papierloos werken en hebt u met één klik toegang tot al uw elektronische dossiers, inclusief uw e-mails en gescande documenten.

De volledige integratie van Outlook laat u bovendien toe om e-mails te versturen en uw agenda te synchroniseren vanuit BRIO. Kortom, makkelijk, snel en efficiënt.

Met BRIO vindt u de tijd die u ontbrak.

BRIO is een product van Portima.

 portima