



# portimagazine

December  
2007



- 3** Voorwoord
- 4** DEBAT  
De rol van informatica in een makelaarskantoor
- 7** Engagement 4: producten en diensten afgestemd op uw behoeften
- 8** Users Club AS/2  
Wie zijn uw vertegenwoordigers in de UC AS/2?
- 9** Wetgeving  
Op weg naar SEPA
- 10** Eric Van Gendt:  
"Een nog betere dienstverlening voor de makelaar in 2008"
- 11** Even voorstellen  
Wie is uw Account Manager?

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

*Verantwoordelijke uitgever:*

Koen Depaemelaere

*Coördinatie:*

Sven Lens

*Realisatie:*

[www.mindsetting.be](http://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](http://www.portima.com)

## Question Time

Zend ons het juiste antwoord door op de onderstaande vraag en **win 2 bioscooptickets**. We hebben in totaal 25 x 2 tickets te verdelen. Aarzel dan ook niet en waag uw kans.

*Vraag:*

Op 1 januari 2008 komt SEPA eraan, de eengemaakte Europese betaalruimte. Weet u ook waarvoor SEPA precies staat?

*Mogelijke oplossingen:*

- a) Single European Payment Area
- b) Single Euro Payment Area
- c) Single Euro Payments Area
- d) Single European Payments Area

Vul het antwoord online in op

[www.portima.com/nl/questiontime.aspx](http://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 ook 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](http://www.portima.com) of op de BEN via <http://ben.portima.be>



## Editoriaal

Beste lezer,

2007 ligt bijna achter ons. Voor Portima was het afgelopen jaar zonder meer een belangrijk jaar, waarin we verschillende mijlpalen realiseerden in onze dienstverlening aan de verzekeringsmakelaars, met als doel de voorsprong op het vlak van efficiëntie en productiviteit van het makelaarsdistributiekanaal nog te vergroten.

Zo zagen we de BRIO-gemeenschap fors aangroeien. Intussen tellen we ruim 4.500 BRIO-gebruikers, die allen kunnen genieten van de toegevoegde waarde die BRIO hen oplevert in de administratieve en commerciële werking van hun kantoor. Bovendien lanceerden we in de loop van de maand oktober *BRIOplus*, de oplossing voor ruim 1.000 voormalige *SPECTRUMplus*-gebruikers.

In november kregen we ook de resultaten van de jaarlijkse, onafhankelijke ICMA-enquête te zien, waarbij 350 kantoren uitgebreid feedback konden geven op de dienstverlening van Portima. Het is goed om vast te stellen dat de algemene tevredenheid van de Portima-klanten verder toeneemt tot 7,5 op 10. Toch is er voor Portima nog heel wat werk aan de winkel. Zo blijkt uit de studie dat nog te weinig Portima-klanten op de hoogte zijn van onze tien engagementen. Deze engagementen, die we begin 2007 lanceerden, zijn geen loze beloftes. Het zijn concrete, meetbare maatstaven die aangeven op welke manier Portima u als makelaar wil bijstaan en aangeven waar u recht op hebt.

We zien het dan ook als een prioritaire taak voor 2008 om deze engagementen verder waar te maken voor *AS/2 - AS/Web* en uit te breiden naar *BRIO* en *BRIOplus*.

Bovendien vragen onze klanten ook een intensiever contact met alle Portima-medewerkers op het terrein, onze Account Managers of onze interventieploegen. Wij plaatsen ook dit aandachtspunt hoog op onze agenda voor 2008.

Verder kunt u in dit nummer van *PortiMagazine* het relaas lezen van een debat dat we organiseerden met de voorzitters en erevoorzitters van de Users Clubs over de evolutie van informatica in de ondersteuning van een makelaarskantoor. Het is indrukwekkend om vast te stellen dat we samen met u iets uniek hebben gerealiseerd dat zijn gelijke in Europa niet kent en dat garant staat voor een efficiënte toekomst.

Tot slot wens ik dat 2008 voor u en uw dierbaren een sprankelend jaar mag worden, en dat zowel op privé- als op professioneel vlak.

Veel leesgenot,

Koen Depaemelaere  
Afgevaardigd Bestuurder

# DEBAT

## De rol van informatica in een makelaarskantoor

Informatica is een hot item in het verzekeringslandschap. PortiMagazine trok op zoek naar de attitudes, bekommernissen en verwachtingen bij makelaars en legde vijf actuele thema's voor aan een kwartet van specialisten. Met de voorzitters en erevoorzitters van de Users Clubs BRIO en AS/2 kaartte PortiMagazine volgende onderwerpen aan: het belang van integratie, de noodzaak van een paperless office, de inspanningen van de verzekeraars, het gebruik van IT voor marketing- en salesdoeleinden en het nut van sms als communicatiemedium.

### Integratie

*Op het vlak van integratie inzake IT tussen verzekeraars en makelaars werd er in België een uniek concept in de wereld gezet, dat ons land binnen Europa aan de top plaatst. Hoe belangrijk is de evolutie van de integratie van ICT-systemen? Enerzijds tussen uw kantoor en de maatschappijen (netwerk, beheerspakket, websites ...) en anderzijds tussen de verschillende componenten en/of vestigingen van een modern makelaarskantoor (computer, telefonie, paperless office ...).*

Integratie is één van de kernpunten in de discussie over IT binnen een makelaarsomgeving. Er zijn al heel wat inspanningen geleverd, maar er blijft nog heel wat werk aan de winkel, zo blijkt.

Volgens Jan Robijn zijn de belangrijkste vragen die een tussenpersoon zich moet stellen de volgende: wat zijn de voordelen van mijn IT-infrastructuur en wat kunnen we verdienen? "Niet de andere verzekeringsmakelaars zijn onze concurrenten, wel de grootbanken. Als makelaar geef je toegevoegde waarde,

maar ik stel vast dat heel wat kennis verloren gaat door mismanagement. Oplossingen zoals een paperless office zijn vaak niet meer dan lapmiddelen. Makelaars en maatschappijen moeten op elektronisch vlak beter met elkaar communiceren, waarbij de verzekeraars informatie op een gestructureerde manier moeten doorgeven. Bovendien moeten we Portima ervan overtuigen dat er op het vlak van interne organisatie en processen binnen een makelaarskantoor nog veel werk aan de winkel is. Denk bijvoorbeeld aan het uitreiken van een schadeattest. Dit kost mij of mijn medewerkers veertien minuten per attest. Veel te lang dus!"

Wat de interne organisatie en processen van een makelaarskantoor aangaat, is het echter de vraag of het überhaupt mogelijk is om oplossingen uit te werken op maat van de standaardprocessen binnen een makelaarskantoor. Want werkt elke makelaar niet per definitie volgens zijn eigen inzichten en methodes? Zo zijn er niet alleen grote verschillen tussen de werkprocedures bij grotere en bij kleinere kantoren. Bovendien heb je makelaars die vooral hun huidige portefeuille willen behouden en beheren, terwijl andere de klemtoon leggen op groei. Dit alles neemt uiteraard niet weg dat bepaalde tools beter op elkaar afgestemd kunnen worden, zoals e-mail en agenda's van verschillende medewerkers binnen een kantoor.

In het verlengde hiervan situeert zich ook de discussie over de vraag hoe hoog het IT-budget van een makelaarskantoor moet liggen. Volgens de aanwezige makelaars is informatica echter in de eerste plaats een servicetool, en geen doel op zich. Je kunt daar dus geen concreet budget of een percentage van de omzet op plakken. Alles hangt volgens Stéphane Bouvy af van de concrete behoeften die je op dit vlak als makelaarskantoor hebt.

### Onze gesprekspartners



Michel Pirson, erevoorzitter Users Club BRIO

**Integratie is een cruciale succesfactor, maar lang geen evidentie. Zowel de integratie tussen makelaar en maatschappij, als de processen tussen de verschillende medewerkers en tools binnen een makelaarskantoor kunnen nog verbeterd worden.**

### Paperless office

*Hoe kijken jullie aan tegen een papierloze kantooromgeving? Wordt dit in de toekomst een must voor een professioneel makelaarskantoor?*

Het begrip paperless office heeft de voorbije jaren een quasi onstuitbare opmars achter de rug. De voordelen zijn ruimschoots bekend: opslaan, transporteren, reproduceren, zoeken en wijzigen van digitale documenten is veel eenvoudiger dan bij hun papieren tegenhanger. Het financiële voordeel hangt daar nauw mee samen.

Ook binnen de verzekeringssector heeft paperless office al een hele weg afgelegd.



Stéphane Bouvy, voorzitter Users Club AS/2



Koen Biesemans, voorzitter Users Club BRIO



Jan Robijn, erevoorzitter Users Club BRIO

Zo bijvoorbeeld bij Michel Pirson, die zijn kantoor voor 70% paperless noemt. De resterende 30% ook paperless maken, lijkt hem echter niet zo zinvol. “Ik heb al meermaals kunnen kennismaken met enkele fundamentele nadelen van een papierloze omgeving. Als je naar een expertise moet ten velde, dan stel je vast dat niemand nog een papieren dossier meegenomen heeft en dat een internetverbinding niet altijd evident is ...”

Ook Koen Biesemans stelt zich de vraag of de makelarij in deze wel vragende partij is voor een 100%-papierloze kantoororganisatie. “Kleine kantoren kunnen immers geen schaalvoordelen realiseren bij een papierloze organisatie. Bovendien blijft het opmerkelijk dat, als het gaat om documenten van meerdere pagina's, we die toch telkens afdrukken om ze te lezen. Er is ook nog een ander probleem dat speelt. Zelfs wanneer je als makelaar een 100% paperless office zou willen, dan moeten alle verzekeraars waarmee je werkt ook voor 100% paperless zijn. En dat is niet altijd het geval.”

**Makelaars vinden een paperless office zeker zinvol, maar niet voor 100%. Zo hebben ze vragen bij de beperkingen en bij de mogelijke schaalvoordelen voor kleinere kantoren. We kunnen stellen dat makelaars eerder een papierarm dan een papierloos kantoor nastreven.**

#### **Makelaars kiezen bewust partnermaatschappijen**

*In welke zin heeft de integratie van IT tussen uw kantoor en de verzekeraars een invloed op uw activiteiten?*

De makelaars zijn ervan overtuigd dat verzekeraars extra inspanningen moeten leveren opdat de makelarij alle voordelen van AS/2 en AS/Web optimaal zouden kunnen benutten. Zo vragen de makelaars meer initiatieven in het domein Leven en op het vlak van de antwoordrecords. Er zijn volgens de makelaars immers nog te weinig antwoordrecords voor sommige standaardproducten, zoals pensioensparen ...

Sommige makelaars kiezen hun partnermaatschappijen in functie van de houding van verzekeraars ten overstaan van AS/2 en AS/Web. Maatschappijen die weinig of geen inspanningen leveren, zijn voor hen geen kandidaat-partners. Het spreekt echter voor zich dat deze keuze minder evident is voor nicheproducten, met slechts een handvol aanbieders en fors verschillende polisvoorwaarden en -tarieven.

**Makelaars vinden dat verzekeraars meer inspanningen moeten leveren op het vlak van Leven in AS/2-AS/Web en de kwaliteit en beschikbaarheid van de antwoordrecords.**

# DEBAT

## De rol van informatica in een makelaarskantoor

### Klantrelatiebeheer

*In welke mate gebruikt u uw klantendatabase voor marketing- en verkoopdoeleinden?*

Customer Relationship Management bekleedt een centrale plaats in een makelaarskantoor, maar de integratie met IT is niet altijd evident. Volgens Stéphane Bouvy is het belangrijkste dat een beheerspakket voldoende open is. Het moet vooral mogelijk zijn om data te exporteren naar andere toepassingen, die bijvoorbeeld op het vlak van klantrelatiebeheer werken. Anderen oordelen dat met Selection & Reporting van BRIO bijvoorbeeld al heel wat mogelijk is, maar dan moet er wel een link gelegd kunnen worden met de agenda van de medewerkers binnen het makelaarskantoor. Vooral de opvolging is dus nog voor verbetering vatbaar.

Waar zowat iedereen het over eens is, is het feit dat heel wat makelaars er nog lang niet in slagen om alle bestaande tools optimaal te gebruiken. "Hoeveel makelaars zijn goed op de hoogte van alle mogelijkheden die BRIO biedt?", vraagt Koen Biesemans zich af. "Vandaag gebruikt een te groot aantal van de makelaars BRIO louter als fichebak."

Michel Pirson pleit in dit verband voor bijkomende opleidingen, bijvoorbeeld op het vlak van de documentbehandeling binnen BRIO. Bovendien zou het volgens hem nuttig zijn om statistieken op te stellen per kantoor over bijvoorbeeld het gebruik van Selection & Reporting. "Zo krijg je als makelaar een benchmark over je activiteiten. Hoe krijg je makelaars in beweging? Door hen te vergelijken met collega's, niet?" Niet iedereen rond de tafel is echter overtuigd van die behoefte aan statistieken.

Klantrelatiebeheer maakt het ook mogelijk om de rendabiliteit van het kantoor te gaan becijferen. Daar ligt volgens de makelaars de sleutel tot de toekomst. Over enkele jaren zal het volgens hen perfect mogelijk zijn voor een makelaar om te weten wat elke individuele klant hem kost. Dit zijn belangrijke gegevens voor de rendabiliteit van een makelaarskantoor.

En wat dan met de vraag of de klant inzage moet krijgen in zijn portefeuille? De makelaars zijn alvast overtuigd van het nut hiervan. Michel Pirson: "Zoiets levert ons heel wat troeven op. Denk je dat een bedrijfsleider, als hij de stand van zijn beleggingen wil verifiëren, zal werken met verschillende paswoorden voor KBC, Fortis, Dexia ... als hij datzelfde kan doen via één toegang bij zijn makelaar? Dat is een concurrentieel voordeel dat makelaars hebben op grootbanken en daar moet werk van gemaakt worden."

**Klantrelatiebeheer wordt cruciaal in een makelaarskantoor. Toch benutten makelaars nog lang niet alle mogelijkheden die de bestaande tools hen op dit vlak bieden.**

### Sms, een nuttige tool?

*Heeft sms een plaats als communicatietool in het makelaarskantoor?*

De meningen van de deelnemers aan het rondetafelgesprek zijn verdeeld als het over het gebruik van sms'jes gaat in de dagdagelijkse business. Jan Robijn ziet alvast heel wat voordelen in sms als communicatietool. "Ik gebruik dat heel vaak. Intussen heb ik er zo'n 200 gestuurd en merk ik dat mijn klanten dit enorm appreciëren. Ik geef een voorbeeld: als we een dossier herinneren aan de maatschappij, dan laat ik de klant per sms weten dat we dit

gedaan hebben. De klant krijgt het gevoel dat zijn makelaar zijn dossier nauwgezet opvolgt en is tevreden. Ik gebruik die sms'jes ook voor louter commerciële doeleinden. Zo stuur ik sms'jes naar klanten waarbij ik nog offertes lopen heb. Ik laat hen weten dat ik hen daags nadien hierover zal contacteren. De klant leest dit en kan rustig verder doen waarmee hij bezig was. Als ik hem of haar op dat moment gebeld had, had ik hen overvallen. Met een voorafgaand sms'je vermijd je dit." Koen Biesemans streeft diezelfde klantentevredenheid na, maar gebruikt eerder e-mail dan sms.

Michel Pirson van zijn kant ziet ook het nut van sms'jes in, maar op een heel andere manier. "Ik verstuur bijvoorbeeld een sms'je naar mijn klanten wanneer er op onze site nieuws te rapen valt. En dit werkt!"

Volgens Jan Robijn biedt het gebruik van sms'jes ook een bijkomend voordeel, nl. het feit dat het aantal binnenkomende telefoons voor een stand van zaken in schadedossiers drastisch daalt, wat de efficiëntie van zijn kantoor verhoogt. Toch wordt dit voordeel door de anderen in twijfel getrokken. Michel Pirson liet weten er niet zo zeker van te zijn dat dit echt een belangrijk voordeel is. "Wij willen veel persoonlijke contacten met onze klanten behouden. Het doen dalen van het aantal binnenkomende telefoons vind ik geen goede doelstelling." 

**Sms heeft volgens de makelaars zeker een plaats in een modern makelaarskantoor als ondersteunend communicatiemedium, al worden sms'jes ingezet voor heel diverse doeleinden.**

# 10 engagementen

## Engagement 4: producten en diensten afgestemd op uw behoeften



### Wat zijn de tien engagementen?

De tien engagementen tonen aan dat het voltallige Portima-personeel mee wil werken aan een klantgerichte, kwalitatief sterke dienstverlening.

De beroepsverenigingen FVF en Feprel scharden zich achter dit initiatief voor AS/2 en AS/Web, wat het draagvlak uiteraard fors versterkt. Het is voor de makelaars tevens een garantie dat de tien engagementen AS/2 en AS/Web nauw aansluiten bij hun behoeften. De federaties hebben trouwens een concrete rol op zich genomen in het kader van deze tien engagementen AS/2 en AS/Web: zo controleren ze ons driemaandelijks op de naleving ervan en zullen ze elk jaar opnieuw de nieuwe invulling ervan met Portima bespreken. Met de tien engagementen is Portima ook perfect in staat om de evolutie inzake de kwaliteit van de dienstverlening op verschillende vlakken te meten en op te volgen, om daarna ook te kunnen rapporteren aan de makelaar.

Begin 2007 lanceerde Portima de tien engagementen rond AS/2 en AS/Web. Met die tien engagementen wil Portima zich concreet verbinden tot tien service level agreements naar zijn klanten toe. In dit nummer van PortiMagazine lichten we het vierde engagement toe: producten en diensten afgestemd op uw behoeften.

Makelaars hebben nood aan producten op maat van hun behoeften. Om daarin te voorzien, pleegt Portima regelmatig overleg met de Users Clubs.

De jaarlijkse ICMA-enquête geldt als basis voor de berekening van de score voor dit engagement. Deze enquête wordt telefonisch gehouden bij een uitgebreide en representatieve steekproef van makelaarskantoren. De ICMA-enquête gaat dieper in op de algemene tevredenheid van de Portimaklanten over de dienstverlening en de producten van ons bedrijf.

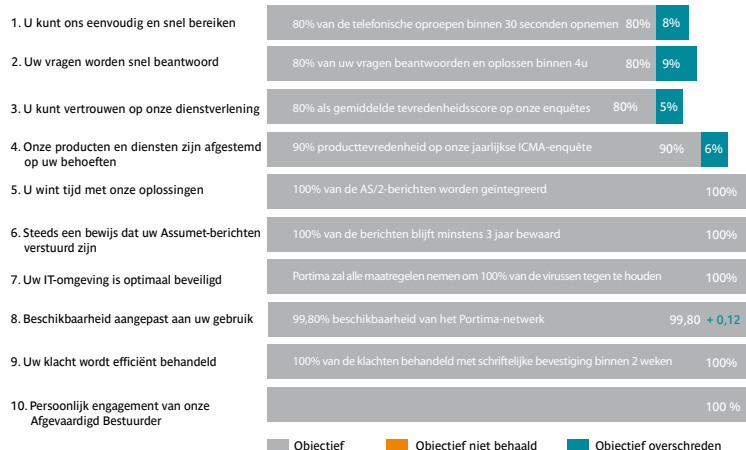
Uit de laatste ICMA-enquête blijkt dat de algemene tevredenheid over Portima een score oplevert van 7,5 op 10. Indien we meer specifiek gaan kijken naar

de geboden producten en diensten, stellen we vast dat 96% van de klanten tevreden of zeer tevreden zijn over de netwerkproducten. De makelaars zijn onder andere zeer te spreken over de gebruiksvriendelijkheid, beschikbaarheid, het innovatieve karakter en de snelheid van de netwerkoplossingen van Portima.

Ook wat betreft de score van het pakket BRIO zijn 95% van de klanten tevreden of zeer tevreden. Bovendien bevestigt 77% van de BRIO-makelaars dat het beheerspakket bijdraagt tot een grotere efficiëntie in het kantoor. Vooral de stabiliteit en de volledigheid van BRIO wordt geprezen. Ook de SPECTRUMplus-makelaars zijn zeer tevreden. We mogen er dus van uitgaan dat BRIOplus hoge verwachtingen zal moeten inlossen.

De positieve evolutie van deze scores dankt Portima ongetwijfeld ook aan de goede werking van de Users Clubs. Hun inbreng bij de ontwikkeling van producten en diensten was, is en blijft cruciaal.

Portima's objectief voor 2007 was een score van 90% producttevredenheid op de jaarlijkse ICMA-enquête.



# Users Club AS/2

## Wie zijn uw vertegenwoordigers in de Users Club AS/2?

Zoals we in het vorige nummer van PortiMagazine al aangaven, vond op 22 oktober de algemene vergadering van de Users Club AS/2 plaats.

Alle kantoren die met AS/2 of AS/WEB verbonden zijn, maken automatisch deel uit van deze Users Club.

Tijdens de Algemene Vergadering wordt er een comité van vertegenwoordigers verkozen. Dat comité telt vandaag 15 leden. Dit zijn allemaal makelaars, met een mandaat van twee jaar. Jaarlijks vinden er een tiental vergaderingen plaats. 📍

Stéphane Bouvy  
Voorzitter Users Club AS/2



Op de agenda van de Algemene Vergadering stond onder andere de verkiezing van de bestuurders. De volgende bestuurders werden hierbij verkozen:

Stéphane Bouvy  
Voorzitter

Vincent Duchène  
Ondervoorzitter

Rémy Leboutte  
Secretaris

Thomas Boedt | Jean-Claude Buysmans

Jean-Yves Ryavec | Patrick Cauwert

Giordano Enza | Daniel Gehu

Alfred Grandjean | Alain Picavet

Dean Catry | Réginald Van Ingelgem

Olivier Van Innis | Maurice Zilverberg

## Opdracht en realisaties van de Users Club AS/2

De Users Club verzamelt alle vragen of opmerkingen van makelaars omtrent AS/2, met als doel om samen met Portima een blijvende oplossing te vinden.

Bovendien laat de Users Club AS/2 toe om de voorstellen die vanuit Portima komen te onderzoeken vanuit de invalshoek van de gebruiker. Daarbij wordt rekening gehouden met de verschillende profielen van de makelaarskantoren die klant zijn van Portima, gaande van eenmanskantoren tot makelaarskantoren met meerdere zetels en gebruikers.

De Users Club komt tussen in eerste lijn tijdens elk aanpassingsproces en ijvert ervoor dat de technologische evoluties van dichtbij gevolgd worden.

De Users Club wordt geconsulteerd door Portima bij veranderingsprocessen, waarbij het soms mogelijk is om een keuze te maken tussen verschillende opties. Bovendien laat de Users Club toe om op technisch en pragmatisch vlak na te denken over oplossingen voor problemen van gebruikers, alsook over technologische evoluties die op de makelarij afkomen.

De Users Club heeft de voorbije jaren dan ook al heel wat belangrijk werk verricht. Zo kunnen we volgende realisaties (deels) op het conto van de Users Club AS/2 schrijven: de verbeterde ergonomie van AS/Web, de positionering van Portima inzake Windows Vista, prijsdalingen van de netwerkproducten en adsl, de regels voor de spamwall ...

U kunt de Users Club steeds contacteren via het e-mailadres [UCAS2@portima.be](mailto:UCAS2@portima.be).



# Wetgeving

## Op weg naar SEPA

Hoog op de Europese prioriteitenlijst staat SEPA, alias Single Euro Payments Area. Het gaat om een eengemaakte Europese betaalruimte, die ervoor moet zorgen dat burgers en bedrijven met dezelfde betaalmiddelen (kaarten, overschrijvingen en domiciliëringen) hun betalingen kunnen regelen binnen de eurozone (bestaande uit de landen die de euro als betaalmiddel hebben). SEPA komt er op initiatief van de Europese Commissie en vloeit, net als MiFID overigens, voort uit de Lissabon-agenda van de Europese Unie. Rekening houdend met SEPA moeten de banken hun betaalsystemen volledig herdefiniëren. Geschat wordt dat het totale kostenplaatje hiervan om en bij 300 miljoen euro bedraagt.

Het einddoel van SEPA is een concurrentiële interne markt voor betaalverkeer te installeren. Daartoe wordt er werk gemaakt van Europese standaarden voor betalingen met overschrijvingen, domiciliëringen en kaarten. Voorts bouwt de Europese Unie aan een eengemaakt wettelijk kader.

In eerste instantie zal SEPA enkel in de eurozone worden ingevoerd. Maar de onderhandelingen en afspraken gebeuren nu reeds met alle landen van de Europese Unie (dus ook met Bulgarije en Roemenië, die op 1 januari 2007 toetraden tot de Europese Unie) plus Noorwegen, IJsland, Liechtenstein en Zwitserland.

De eengemaakte Europese betaalruimte wordt ingevoerd vanaf 1 januari 2008. Tot 2010 is er in een overgangsfase voorzien, waarin SEPA wordt aangeboden naast de bestaande nationale betaalsystemen. De enige uitzondering is de invoering van de Europese domiciliëring. Die is pas voorzien vanaf




1 januari 2009. Twee jaar later - op 31 december 2010 - houdt de Belgische domiciliëring op te bestaan.

### Wat verandert er concreet?

- Bedrijven zullen niet langer verplicht zijn om een aparte rekening te openen in elk land waar ze een vestiging hebben. Zij zullen hun volledige betaalverkeer dan kunnen centraliseren op één enkele eurorekening. Het spreekt voor zich dat IT-systemen, leveranciersbestanden en facturatiesystemen zullen aangepast moeten worden. En dat zal een flinke duit kosten.
- Er wordt een Europees overschrijvingsformulier ingevoerd voor grensoverschrijdende betalingen. Dat Europese betaalformulier zal vanaf 1 januari 2011 ook gelden voor binnenlandse betalingen.
- Het rekeningnummer wordt langer. Er werd een Europese standaard uitgewerkt die uit twee delen

bestaat: een internationaal IBAN-rekeningnummer en een BIC-nummer.

- De mededeling die u op een overschrijvingsformulier kunt schrijven, wordt geharmoniseerd. Maximaal mag deze 34 karakters lang zijn.
- De grensoverschrijdende overschrijving moet tot 2012 binnen de drie werkdagen uitgevoerd worden (dag +3), na 2012 wordt dat beperkt tot één werkdag.
- Vandaag kunt u via domiciliëring regelmatig terugkerende betalingen in België automatisch laten uitvoeren door uw bank. Met SEPA wordt de grensoverschrijdende domiciliëring (direct debit) ingevoerd, in twee versies: een herhaaldelijke domiciliëring (bijvoorbeeld maandelijks) en een eenmalige. Die laatste bestond nog niet in ons land. De 'Belgische' domiciliëring houdt op te bestaan op 31 december 2010. Met de Europese domiciliëring zal u automatisch kunnen incasseren bij buitenlandse klanten via herhaaldelijke of eenmalige domiciliëringen.
- In België heeft u bij domiciliëring op dit moment twee weken om een niet-gewenste afboeking van uw rekening ongedaan te laten maken. Die termijn wordt verlengd tot acht weken.

Belangrijk is alleszins dat Portima klaar is om alle wijzigingen die SEPA met zich meebrengt probleemloos op te vangen. BRIO voorziet in alle oplossingen daartoe. Denk bijvoorbeeld aan de aangepaste overschrijvingsformulieren, het nieuwe formaat van de elektronische rekeninguittreksels, de langere rekeningnummers ... De huidige versie 4.0 van BRIO kan dit allemaal probleemloos behandelen. 

## Eric Van Gendt: “Een nog betere dienstverlening voor de makelaar in 2008”

De algemene klanttevredenheid steeg het afgelopen jaar tot 7,5 op 10. Portima is dan ook vastbesloten om in 2008 nog meer de klemtoon te leggen op een nog betere dienstverlening voor de makelaar. De Account Managers zullen daarin een centrale rol spelen. Als eerste aanspreekpunt van de makelaar krijgen zij de opdracht om nog meer dan vroeger een klankbord te zijn voor de Portima-klanten. PortiMagazine had hierover een gesprek met Eric Van Gendt, directeur Klantendienst.

“Na een positieve evolutie in 2007 inzake klanttevredenheid zullen we in 2008 verder alles in het werk stellen om onze bestaande klanten nog beter te informeren en te servicen”, aldus Eric Van Gendt. “De Account Managers van Portima zullen nog frequenter de klanten bezoeken. Zij vormen immers het eerste aanspreekpunt van de Portima-klant, naast andere diensten zoals de helpdesk en de infoline. Het komt er voor ons op aan om nog meer persoonlijk contact te onderhouden met onze makelaarsklanten. Dat kan zowel bij migraties, als bij upgrades, nieuwe installaties, fusies van kantoren ... In dat verband zal een belangrijk deel van de Portima-klanten in de loop van 2008 gecontacteerd worden door hun Account Manager en kunnen ze feedback geven over hun verwachtingen, eventuele onduidelijkheden of problemen in het gebruik van de Portima-producten.”



Eric Van Gendt  
Directeur Klantendienst

Maar er is meer. Eric Van Gendt: “Naast een frequenter persoonlijk contact streven we er ook naar om in 2008 vaker klantenmeetings te organiseren. We zullen de makelaars op die meetings de kans geven om vragen te stellen, kennis te maken met bepaalde (nieuwe) functionaliteiten ... Doel van deze sessies is de makelaars in staat te stellen om onze producten nog efficiënter te gebruiken en hen tevens te informeren over toekomstige ontwikkelingen.”

“Onze organisatie is zodanig dat elke Account Manager verantwoordelijk is voor een specifieke regio (zie ook de kaart hiernaast). Met elke vraag of behoefte aan informatie kunt u terecht bij uw Account Manager. De andere communicatiekanalen, zoals het Brokers Contact Center (BCC, tel. 02/404.44.22) voor technische vragen en de Infoline (tel. 02/661.44.64) voor algemene inlichtingen, blijven eveneens voor u beschikbaar.”

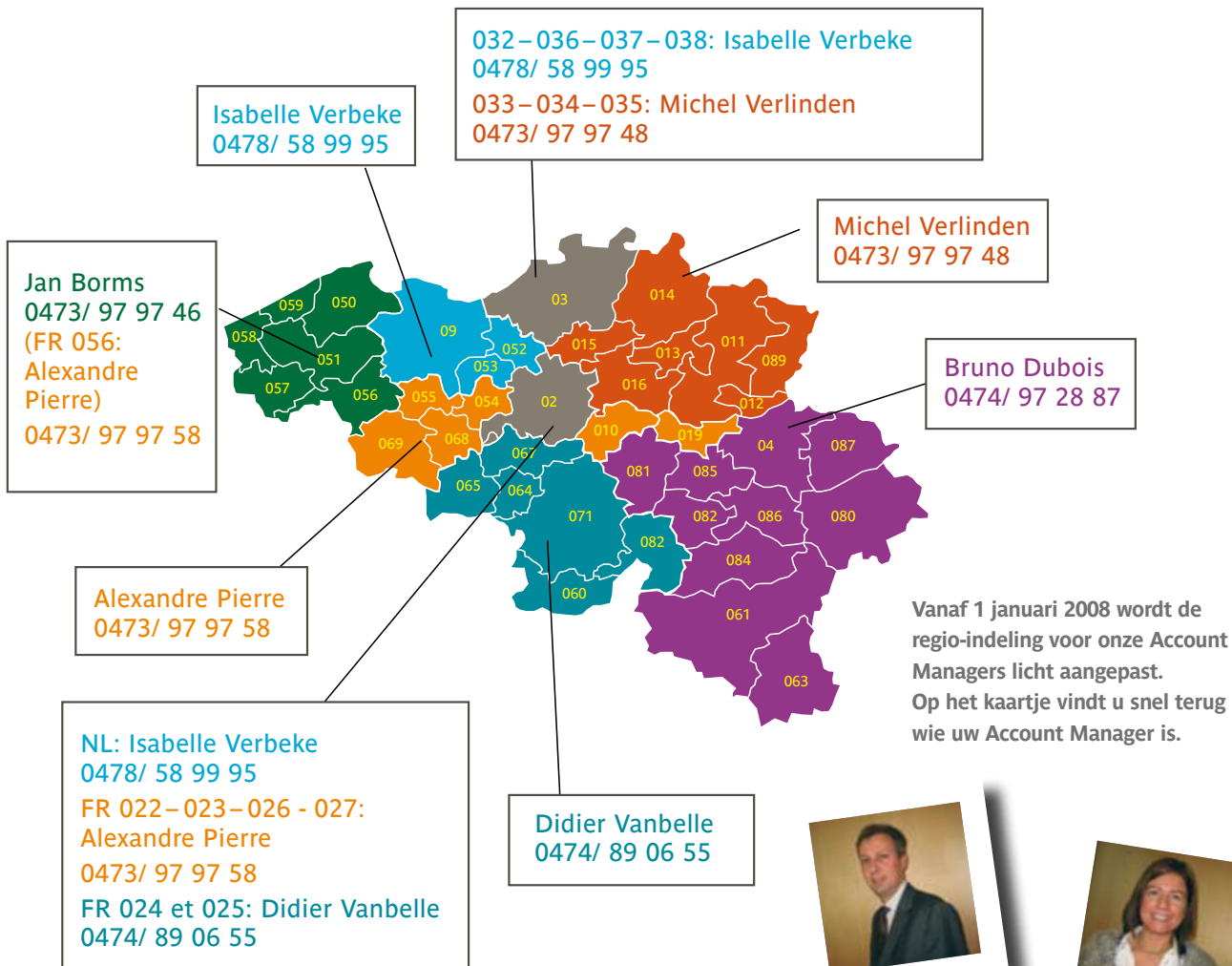
*“Het komt er voor ons op aan om nog meer persoonlijk contact te onderhouden met onze makelaarsklanten.”*

Verder zijn specifieke Account Managers ook verantwoordelijk voor de contacten met de verzekeraars. Zij zorgen er eveneens voor dat Portima erin slaagt om maatschappijmodules verder te integreren met onze toepassingen. Denk bv aan de verdere integratie in het domein Leven. Ook in de toekomst wil Portima blijven beantwoorden aan de evoluties binnen de verschillende maatschappijen. 

# Even voorstellen

## Wie is uw Account Manager?

Portima Account Management: vanaf 01/01/2008



### Portima rondt de kaap van 2000 BRIO-kantoren.

De groei van de BRIO-gemeenschap gaat steeds verder. Zo tellen we momenteel ruim 2.000 kantoren die gebruik maken van BRIO. Wij wensen u dan ook te bedanken voor het vertrouwen.



# Werk minder. Probeer het met




## Bent u aan het zweven?

Niet echt. U hebt BRIO ontdekt, het softwarepakket van Portima ontwikkeld voor en door verzekeringsmakelaars. Ontspan uzelf. Voel nieuwe energie door u heen stromen. Voortaan werkt u 100% efficiënt. U verliest geen tijd meer. Elke handeling die u stelt is werkelijk productief...

BRIO laat u toe om minder te werken dankzij volgende unieke troeven:

— Optimale AS/2- en AS/Web-integratie: BRIO sluit naadloos aan bij de maatschappijmodules. Zo hoeft u gegevens voortaan slechts één keer in te voeren. Tel uw winst uit in termen van minder tijdverlies en minder fouten.

— ASP (Application Service Provider): BRIO draait niet op uw computer maar op een externe server. Zo hoeft u zelf geen server te kopen en te onderhouden. Bovendien hebt u zo vanop eender welke locatie toegang tot BRIO. Uw winst: lagere kosten en meer flexibiliteit.

Te mooi om waar te zijn?

Surf naar [www.portima.com](http://www.portima.com) en ontdek zelf wat BRIO voor u kan betekenen.