

# P E R S B E R I C H T

## HOGE WAARDERING BUITENDIENST LEIDT TOT HOGERE NPS EN GROTER OMZETAANDEEL

Het onafhankelijk intermediair is over het algemeen zeer tevreden over de kwaliteit van accountmanagement en buitendienst van aanbieders. Vooral een vast contactpersoon en bereikbaarheid worden door adviseurs als essentieel gezien in de samenwerking met aanbieders. Bovendien blijkt er een directe relatie te bestaan tussen de waardering voor de buitendienst enerzijds en de Net Promoter Score (NPS) en het omzetaandeel van aanbieders anderzijds. Dit zijn de resultaten uit het vernieuwde Performance Onderzoek 2026 van Bureau DFO en Atentikmarketing.

### Buitendienst speelt sleutelrol in veranderende markt

Volgens de onderzoekers bevindt de financiële dienstverlening zich op een kantelpunt. Digitalisering, schaalvergroting, AI, multi-channel distributie en veranderend consumentengedrag zorgen ervoor dat de relatie tussen aanbieders en intermediair structureel verandert. Juist in die context neemt het belang van kwalitatief sterke buitendienst en accountmanagement toe.

“Waar processen steeds verder digitaliseren, blijft persoonlijk contact bepalend voor vertrouwen en samenwerking, aldus Jurjen Oosterbaan. De buitendienst is allang niet meer alleen een commerciële vertegenwoordiger, maar vormt steeds vaker de verbindende schakel tussen aanbieder en intermediair.”

Uit het onderzoek blijkt dat adviseurs aanbieders met een sterk gewaardeerde buitendienst significant vaker aanbevelen aan klanten. In meerdere productmarkten blijkt bovendien dat aanbieders met hoog gewaardeerde accountmanagementteams ook een groter aandeel in de productie realiseren.

### Zes productmarkten onderzocht

Het onderzoek is uitgevoerd binnen zes productmarkten: Hypotheken, Particulier Schade, Zakelijk Schade, Lijfrente, ORV en AOV. De resultaten zijn gebaseerd op ruim 2.200 beoordelingen van financieel adviseurs die frequent samenwerken met aanbieders binnen deze markten. Onder meer is gevraagd naar de beoordeling van de contactfrequentie, het belang en de waardering van zeven kwaliteitsaspecten van de buitendienst en de NPS.

### Contactfrequentie verschilt sterk per productmarkt

De mate waarin adviseurs daadwerkelijk contact hebben met accountmanagement of buitendienst verschilt aanzienlijk tussen de productmarkten. Binnen Particulier Schade heeft 75% van de adviseurs regelmatig contact met een accountmanager of een buitendienstmedewerker.

Ook binnen Hypotheken (73%) en Zakelijk Schade (56%) ligt dit aandeel relatief hoog. Binnen ORV (38%) en AOV (42%) ligt dit aandeel duidelijk lager.

Ondanks deze verschillen beoordelen adviseurs de contactfrequentie in alle markten positief met een gemiddelde waardering van 7,9. De tevredenheid over de contactfrequentie beïnvloedt in hoge mate de NPS van aanbieders en vormt daarmee een belangrijke sleutel tot succes.

### **Vaste contactpersonen en bereikbaarheid bepalende aspecten**

Adviseurs vinden vooral een vast contactpersoon en een goede bereikbaarheid de belangrijkste kwaliteitsaspecten van de buitendienst. Beide aspecten behalen gemiddeld een belangscore van 8,3. Met name binnen de markten AOV en Particulier en Zakelijk Schade wordt daarnaast veel waarde gehecht aan de kwaliteit van evenementen en themabijeenkomsten. Die bijeenkomsten zijn vooral belangrijk omdat ze op een efficiënte manier inhoud en relatie samenbrengen.

Ook voor de kwaliteitsaspecten geldt dat een hogere waardering direct samenhangt met een hogere NPS van aanbieders. Daarmee bevestigt het onderzoek dat relatiemanagement en persoonlijke zichtbaarheid nog altijd commercieel relevant zijn binnen het intermediaire kanaal.

### **Kwaliteit dienstverlening breed positief beoordeeld**

De kwaliteit van accountmanagement en buitendienst wordt gemiddeld over de aanbieders positief beoordeeld. De hoogste gemiddelde scores worden gerealiseerd binnen de markten Particulier Schade (8,0), Hypotheken (7,9) en AOV (7,9). De variatie tussen de best en minst scorende aanbieders binnen de zes productmarkten is groot.

### **Hoogste beoordelingen per productmarkt uit het onderzoek**

De volgende aanbieders behalen binnen hun productmarkt de hoogste beoordeling voor de buitendienst. Ook het best scorende kwaliteitsaspect van de aanbieders wordt genoemd.

<b>Productmarkt</b>	<b>Beste aanbieder</b>	<b>Hoogst scorende kwaliteitsaspect</b>
Hypotheken	ING	Vast contactpersoon
Zakelijk Schade	Klaverblad	Bereikbaarheid
Particulier Schade	Nh1816 Verzekeringen	Vast contactpersoon
Lijfrente	OAKK	Bereikbaarheid
ORV	Dazure	Vast contactpersoon
AOV	a.s.r.	Kwaliteit evenementen en themabijeenkomsten

### **Commerciële impact van buitendienst aantoonbaar**

Bureau DFO en Atentikmarketing benadrukken dat kwalitatief sterk accountmanagement niet alleen leidt tot hogere tevredenheid, maar ook directe commerciële waarde vertegenwoordigt.

Jurjen Oosterbaan Martinius: “De buitendienst staat niet aan de rand van de commerciële relatie, maar in het hart ervan. Aanbieders die investeren in continuïteit, bereikbaarheid, deskundigheid en persoonlijk contact realiseren aantoonbaar een hogere loyaliteit én een groter aandeel in de portefeuille van adviseurs.”

Hoewelaken, 19 mei 2026

### **Noot voor de redactie**

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Jurjen Oosterbaan Martinius, directeur Bureau DFO via 033- 258 04 60 of met Dick de Kruijk, Atentikmarketing 06- 47199977.