

Vraag	Antwoord
Hoe wil AZL de communicatie met de fondsen afstemmen?	Via de communicatieadviseur, bijvoorbeeld tijdens vergaderingen van communicatie commissies. Heeft het fonds geen vaste adviseur, stem uw vraag af met uw fondsmanager.
Welke communicatie vindt plaats aan deelnemers, sociale partners en andere stakeholders gedurende het NPC project?	<p>Belangrijk bij deelnemercommunicatie:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Continu informeren -> continu actuele informatie beschikbaar hebben via de website. Over het nieuwe pensioenstelsel, over het proces met een gevisualiseerde tijdslijn erbij. Daarnaast zien we 4 cruciale communicatiemomenten: 2. Communicatiemoment risicopreferentie onderzoek -> 3. Communicatiemoment keuze pensioencontract (NPC / WvP+) 4. Communicatiemoment invaren en compenseren 5. Communicatiemoment nieuwe premiereregeling aan de hand van implementatie- en communicatieplan <p>Gedurende deze communicatiemomenten is een campagne aanpak met een herkenbaar beeld raadzaam.</p> <p>Communicatie met sociale partners en andere stakeholders</p> <p>Het betrekken van sociale partner en stakeholders is enorm belangrijk in de transitiefase. Daar is persoonlijke communicatie natuurlijk cruciaal. Dat is het verhaal wat u in het filmpje goede voorbereiding is het halve werk hebt gezien. Van tevoren moet u bepalen wat de rollen zijn van de stakeholders en de bijbehorende boodschappen. AZL kan u daarbij helpen.</p>

Vraag	Antwoord
<p>Hoe communiceer je op verschillende nivo's in de organisatie (shopfloor tot management)?</p>	<p>Pensioen is en blijft best lastig. We zorgen dat pensioen voor iedereen duidelijk is. Dat nemen we mee in de tools en uitingen die we ontwikkelen.</p> <p>Op het moment dat er in een organisatie een groot verschil is in de informatiebehoeften kunt u ervoor kiezen om te segmenteren. Want zoals u in onze visie zult zien, is ons advies om uit te gaan van het perspectief van uw deelnemers. Hoe persoonlijker en relevanter de informatie is voor uw deelnemers, des te beter uw informatie landt.</p>
<p>Hoe is digitale communicatie geregeld?</p>	<p>Digitaal is hét voorkeurskanaal. AZL regelt dat via het deelnemersportaal en tools zoals mijn pensioenplan en een omgeving waarin we de deelnemer begeleiden bij het maken van keuzes.</p>
<p>Wat is de positie gesloten fonds (voor communicatie)?</p>	<p>Dat ligt aan de keuzes die u - als fonds - maakt. Ook over die keuzes moeten we informeren. Gaat u over naar een van de contractsvorm uit het nieuwe stelsel. Dan 'loopt' u mee in de transitiecommunicatie. Als u niet overgaat, dan ook communiceren waarom u dat niet doet. Een belangrijk uitgangspunt daarbij blijft dat uw communicatie ook hier persoonlijk en relevant is.</p>
<p>Hoe neem je deelnemers mee in aanloop naar nieuw pensioenstelsel?</p>	<p>Het is de uitdaging om mensen te activeren om zich in hun pensioen te verdiepen nu het verandert. Daarvoor adviseren wij een campagne aanpak. En communicatie op cruciale communicatiemomenten. Zie antwoord bij vraag. 2</p>
<p>Hoe te communiceren wanneer allerlei besluiten nog genomen moeten worden?</p>	<p>We weten allemaal dat de meeste mensen niet bezig zijn met het Nieuwe pensioenstelsel en dat de meesten eigenlijk maar 1 ding willen weten 'wat betekent het voor mijn pensioen'. Dat betekent dat we in het begin adviseren om passief te communiceren. Informatie is dan actueel en gelaagd beschikbaar op de website voor degenen die zelf informatie zoeken. Het gedoseerd actief communiceren begint als het proces en keuze duidelijk zijn en worden voor uw fonds. En zodra het risicopreferentieonderzoek plaatsvindt, zodra de keuze voor de premiereregeling voor de deur staat is het actief communiceren en activeren van mensen. Voor Bpf 'en is het advies om tijdig te starten met persoonlijk informeren van de werkgevers, bijvoorbeeld via een webinar. Want de informatiebehoefte van werkgevers ligt hoger.</p>

Vraag	Antwoord
<p>Hoe houdt AZL rekening met online keuzearchitectuur (zie onderzoek PwC)?</p>	<p>Volgens Prast en Van Soest (2014) is keuzearchitectuur het aanbieden van producten en keuzes op een manier die het mensen gemakkelijk maakt om hun intenties op pensioenterrein om te zetten in actie, zonder dat de keuzevrijheid wordt beperkt of mensen de eindverantwoordelijkheid uit handen wordt genomen. Ook wordt er informatie aangeboden in termen van wat keuzes betekenen voor de levensstandaard na pensioen, waarbij risicocommunicatie niet alleen over de kans maar ook over de impact moet gaan over wat mensen tekort komen in plaats van over wat ze hebben opgebouwd.</p> <p>Je ziet op basis van bovenstaande definitie dat hierin eigenlijk een belangrijk deel van de open norm keuzebegeleider ligt. AZL is momenteel bezig met het ontwikkelen van deze keuzebegeleider. De eerste stapjes hebben we gezet in onze DC-communicatie. In ons webinar hebben we dit laten zien in het filmpje digitaal deelnemersportaal (DNP). En bijvoorbeeld tooling waarmee je eenvoudig kunt bepalen welke belegging past bij jouw profiel. Daarbij gebruiken we inzichten van zowel buiten onze organisatie als binnen onze organisatie (Nationale Nederlanden / BeFrank). In een volgend (communicatie)webinar informeren wij u verder hierover.</p>
<p>Zijn er webtrainingen beschikbaar waarbij niet-ingewijden zich kunnen oriënteren en eea beter begrijpen die geschikt zijn voor deelnemers?</p>	<p>Nog niet bij AZL. Wel een interessante vorm. Zeker voor Bpfén voor werkgevers. Maar de vraag is of deelnemers daar ook behoefte aan hebben. Wij denken eerder aan snelle behapbare brokken waarbij we ook visuele technieken toepassen.</p>
<p>Hoe houden we het voor deelnemers zo behapbaar mogelijk en voorkomen we dat het technisch en abstract wordt?</p>	<p>Een goede voorbereiding is het halve werk. Maak een communicatieplan. Stel samen de kernboodschap voor uw fonds vast. Spreek ook af om je écht te beperken tot de kern in laag 1 (en wij weten uit ervaring hoe lastig dat is). Verdieping en techniek in laag 2 en 3.</p> <p>Verder is het belangrijk om de kracht van de vorm te benutten. Om de communicatie super aantrekkelijk te maken. Bijvoorbeeld door infographics, door animaties en door gamification. Dat zijn vormen die mensen aanspreken, vormen waarmee we veel kunnen doen. Bijvoorbeeld gamification betekent het in spelvorm aanbieden van informatie. Dat spreekt jongeren aan. vanuit originalz doen we daar als AZL onderzoek naar.</p>

Vraag	Antwoord
Wat is het verschil in communicatie tussen de twee contracten?	Als individualiteit en collectiviteit twee uitersten zijn, dan is WVP meer het individuele product en NPC meer het collectieve product. Dat zie je ook terug in de communicatie en informatieplichten. Bij collectiviteit - NPC - ga je informeren over de zogenoemde solidariteit reserve en worden rendementen collectief toegedeeld. Ook bij NPC maken deelnemers individueel keuze maar worden die toegewezen aan cohorten. Bij WVP zijn keuzen ze (meer) individueel te maken zijn. En natuurlijk zijn er allerlei tussenvarianten te bedenken.