

# JIP

HACKATHON 2024

## Resultaten

6 concrete oplossingen voor actuele problemen in de verzekeringswereld.

A.

Helmen  
voor kleine  
Helden

B.

Freerider  
Agent

THEMA 1

Versterken van  
veiligheid

C.

Recruit-  
Mentors

D.

InQlusie

THEMA 2

Inclusie in  
verzekeringsland

E.

Verzekerings-  
zicht

F.

SnapTrends

THEMA 3

Closing the  
information gap

# Inhoudsopgave.

In dit document vind je de 6 proposities die door de deelnemers van het JIP 2024 zijn ontwikkeld.



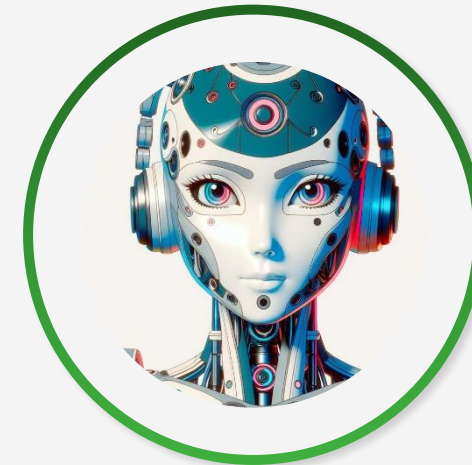
Groep A: Helmen voor kleine Helden



Groep D: InQlusie



Groep B: Freerider Agent



Groep E: Verzekeringszicht



Groep C: RecruitMentors



Groep F: SnapTrends



Groep A

Helmen voor kleine Helden

## Probleem

Ondanks het toegenomen risico op de fiets, worden in Nederland nog te weinig fietshelmen gedragen.

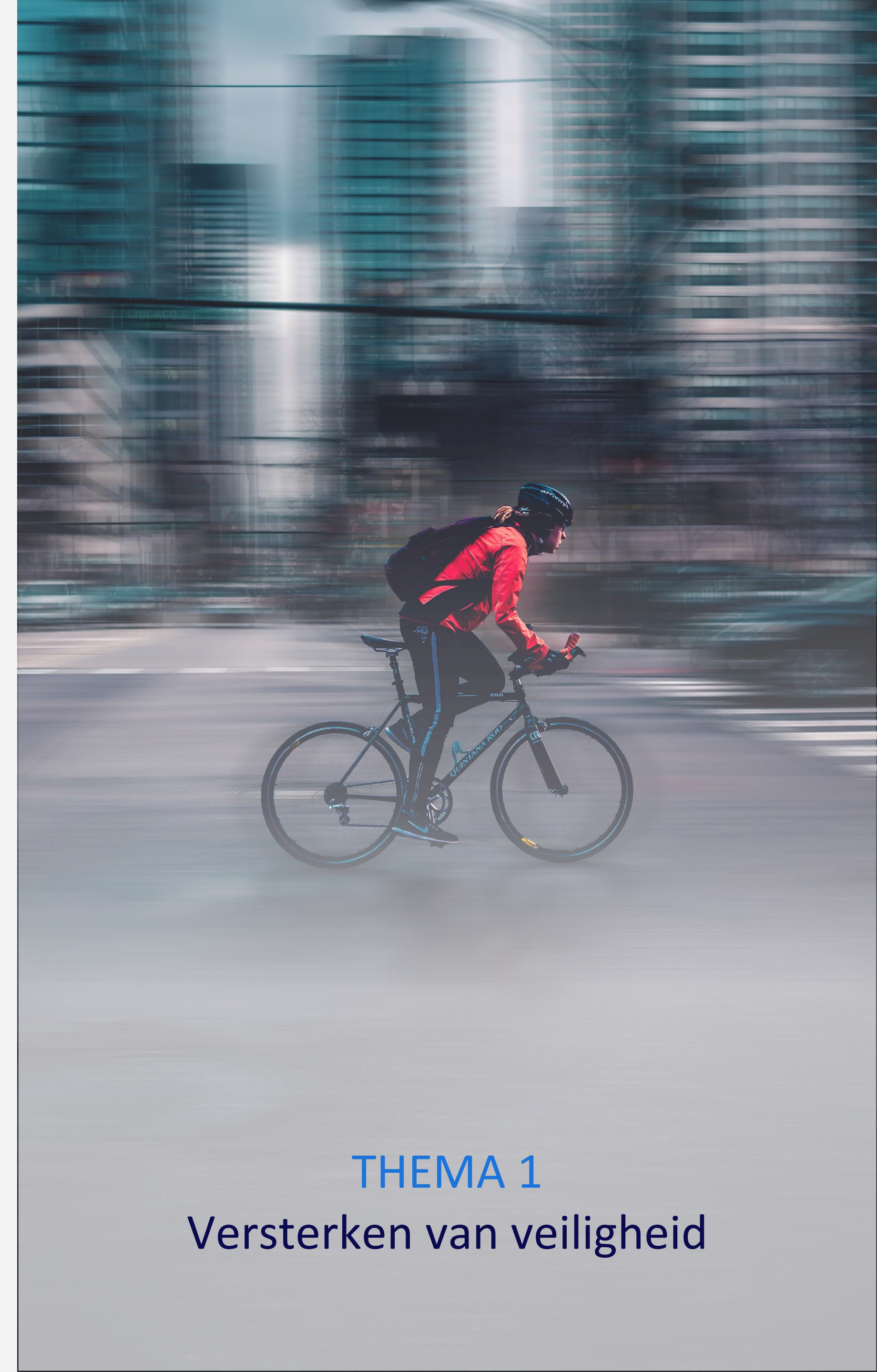
## Waarom aanpakken?

Verzekeraars hebben belang bij het terugdringen van letsel bij verkeersongevallen door gebruik van fietshelmen, omdat dit direct invloed heeft op het aantal claims en de kosten.

Bovendien kan het positioneren als een maatschappijbewuste verzekeraar bijdragen aan een positief merkimago.

## Uitdaging groep A

Hoe kunnen we het dragen van een helm op de fiets normaliseren?



THEMA 1

Versterken van veiligheid

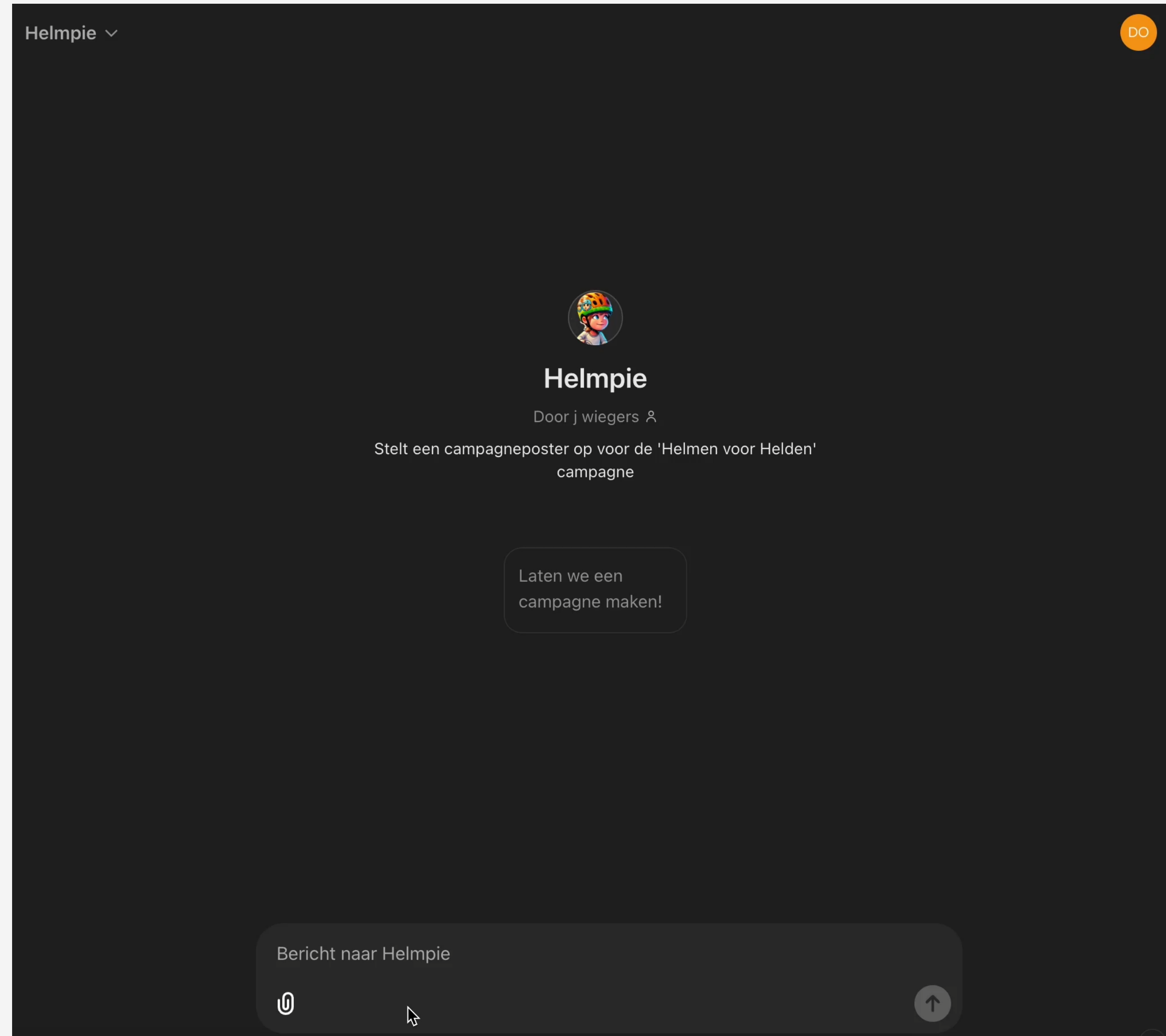
## Propositie groep A



### Helmen voor kleine Helden

Een tool die een op maat gemaakte campagne creëert, om het dragen van helmen onder jonge kinderen te promoten.

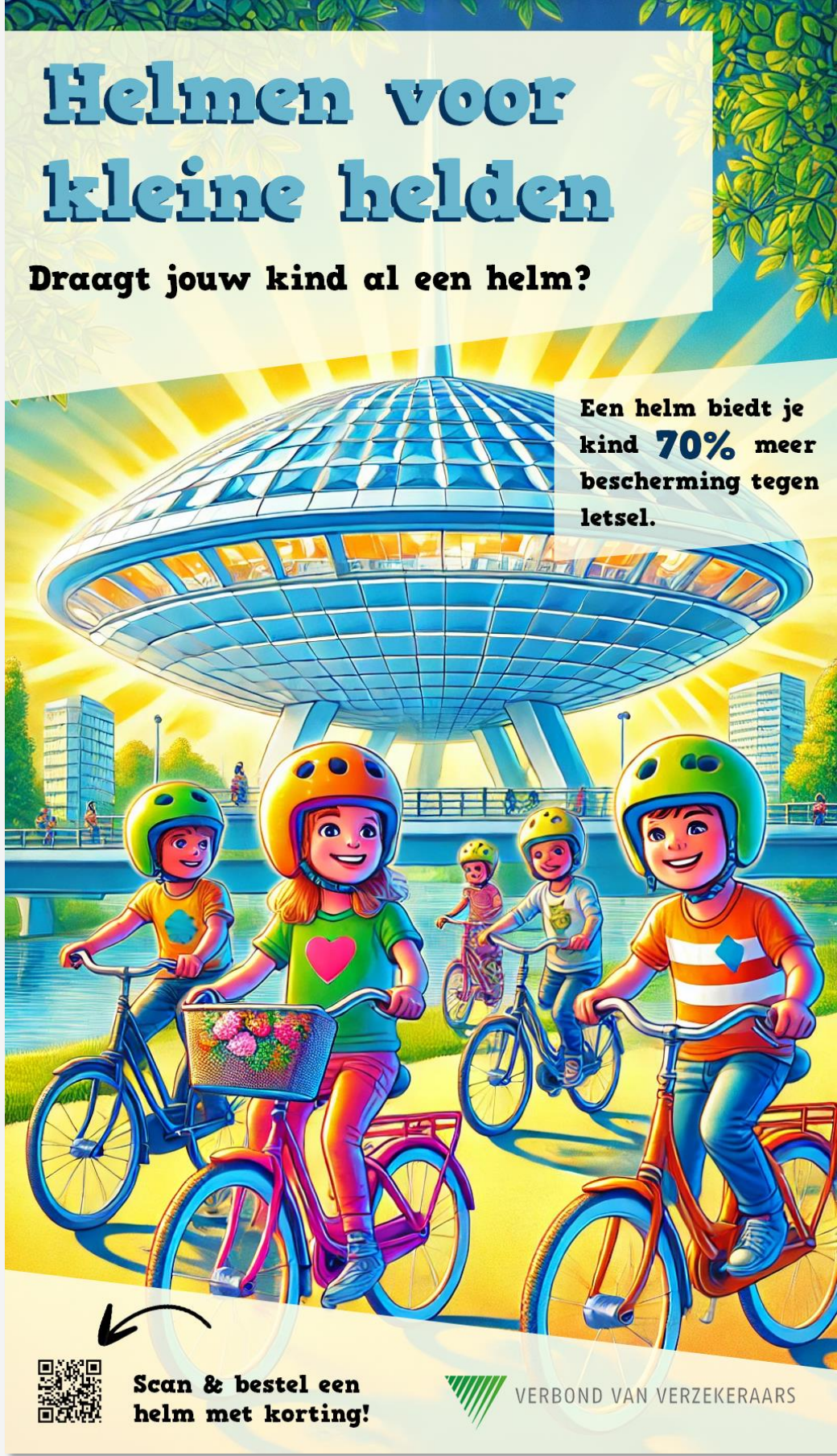
# GPT demo-video Helmen voor kleine Helden.



Voorbeeld campagneposters van steden.



Zaanstad



Eindhoven



Amerongen





Groep B

Freerider Agent

## Probleem

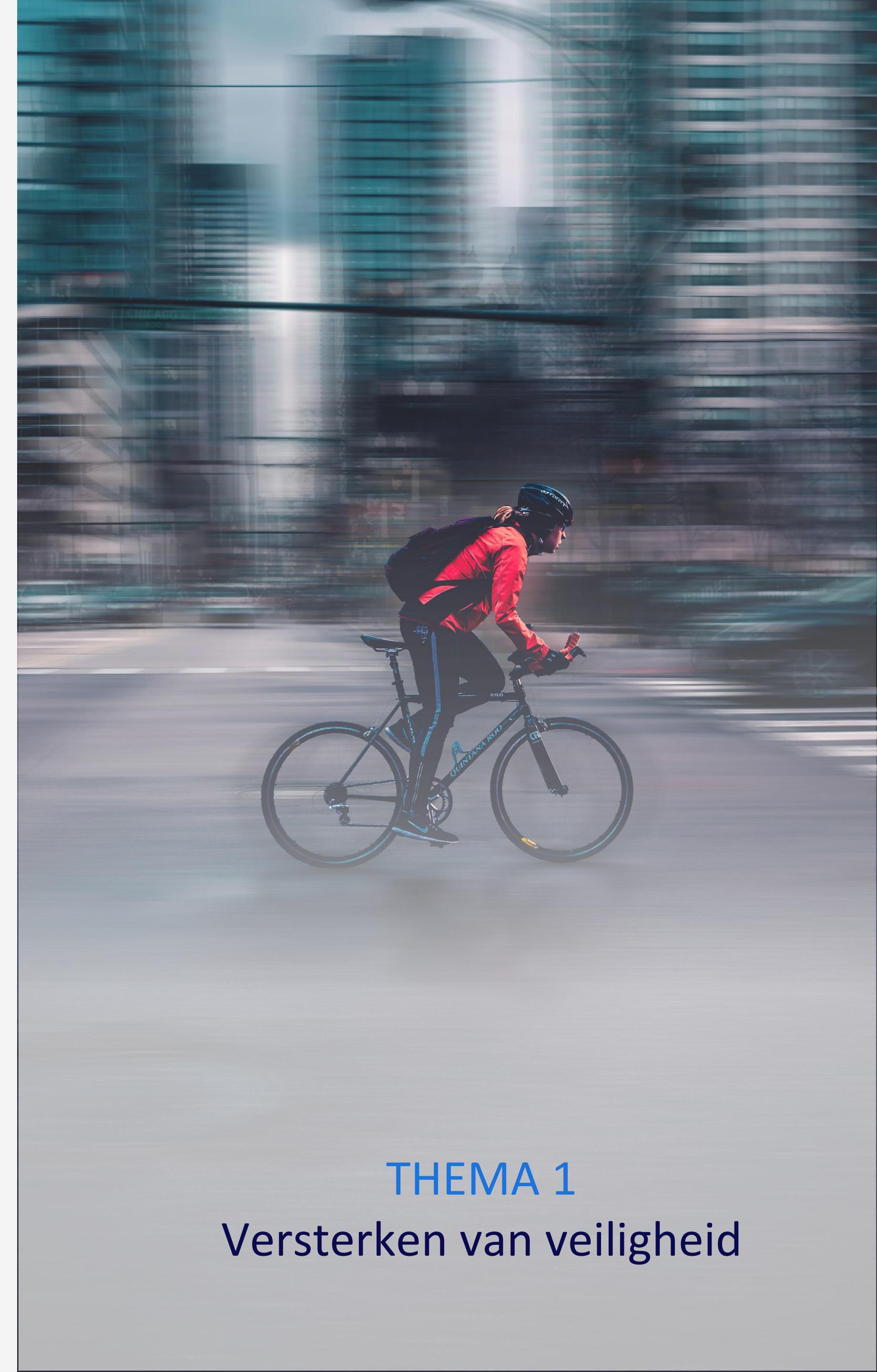
Ondanks huidige maatregelen ontstaan er nog steeds te vaak ongelukken door het gebruik van mobiele telefoons in het verkeer.

## Waarom aanpakken?

Verzekeraars hebben belang bij het terugdringen van verkeersongevallen door mobiele telefoongebruik, omdat dit direct invloed heeft op het aantal claims en de kosten. Bovendien kan het positioneren als een maatschappijbewuste verzekeraar bijdragen aan een positief merkimage.

## Uitdaging

Hoe kunnen we het gebruik van mobiel in het verkeer ontmoedigen?



THEMA 1

Versterken van veiligheid

Propositie groep B



Freerider Agent

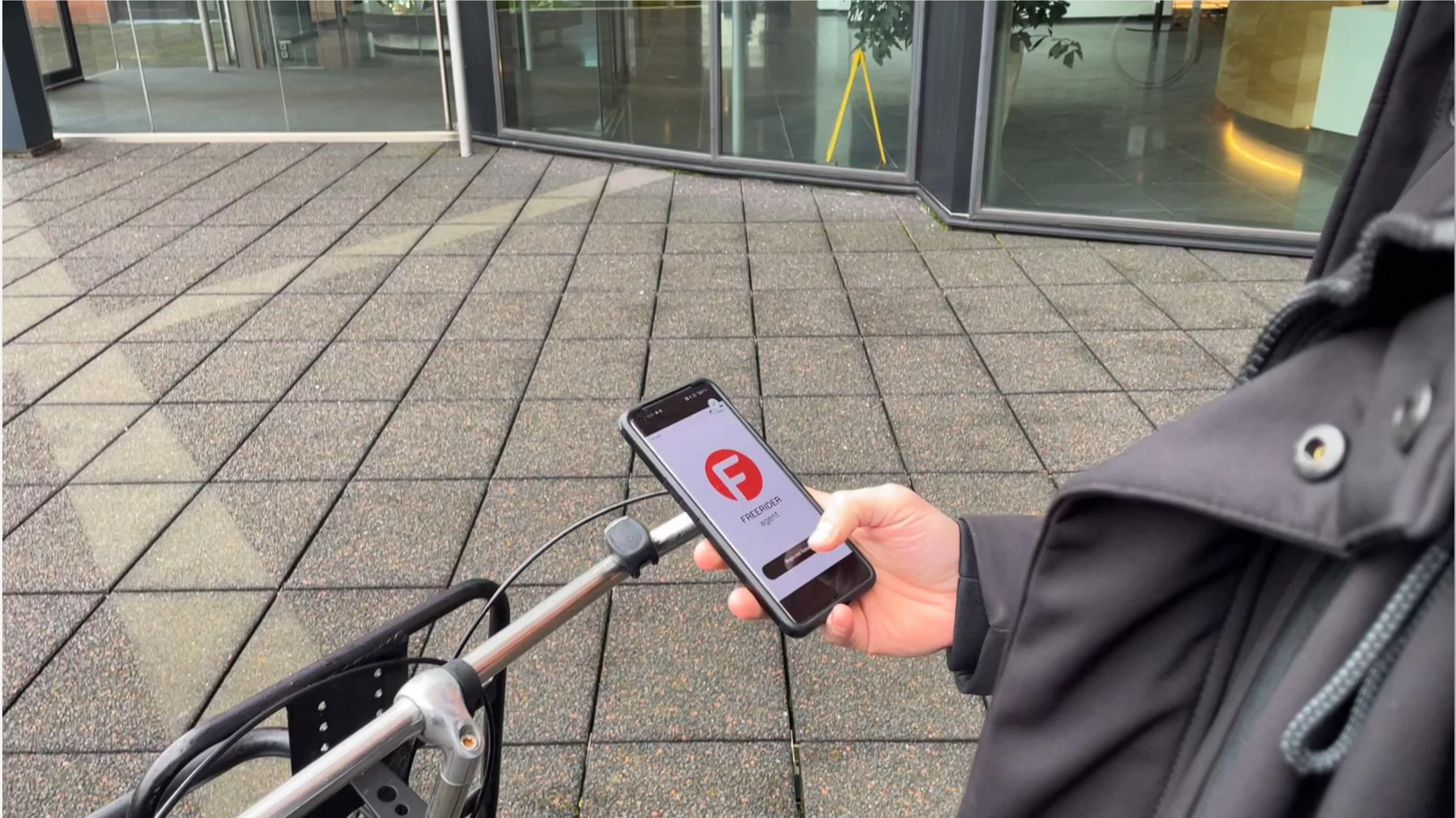
Een app voor jongeren die zorgt dat ze zonder  
afleidingen kunnen fietsen.

HI! 🚲💙 Ik zorg dat je zonder afleidingen kan fietsen. Ik leer waar je je telefoon voor pakt en help je dit te vermijden.

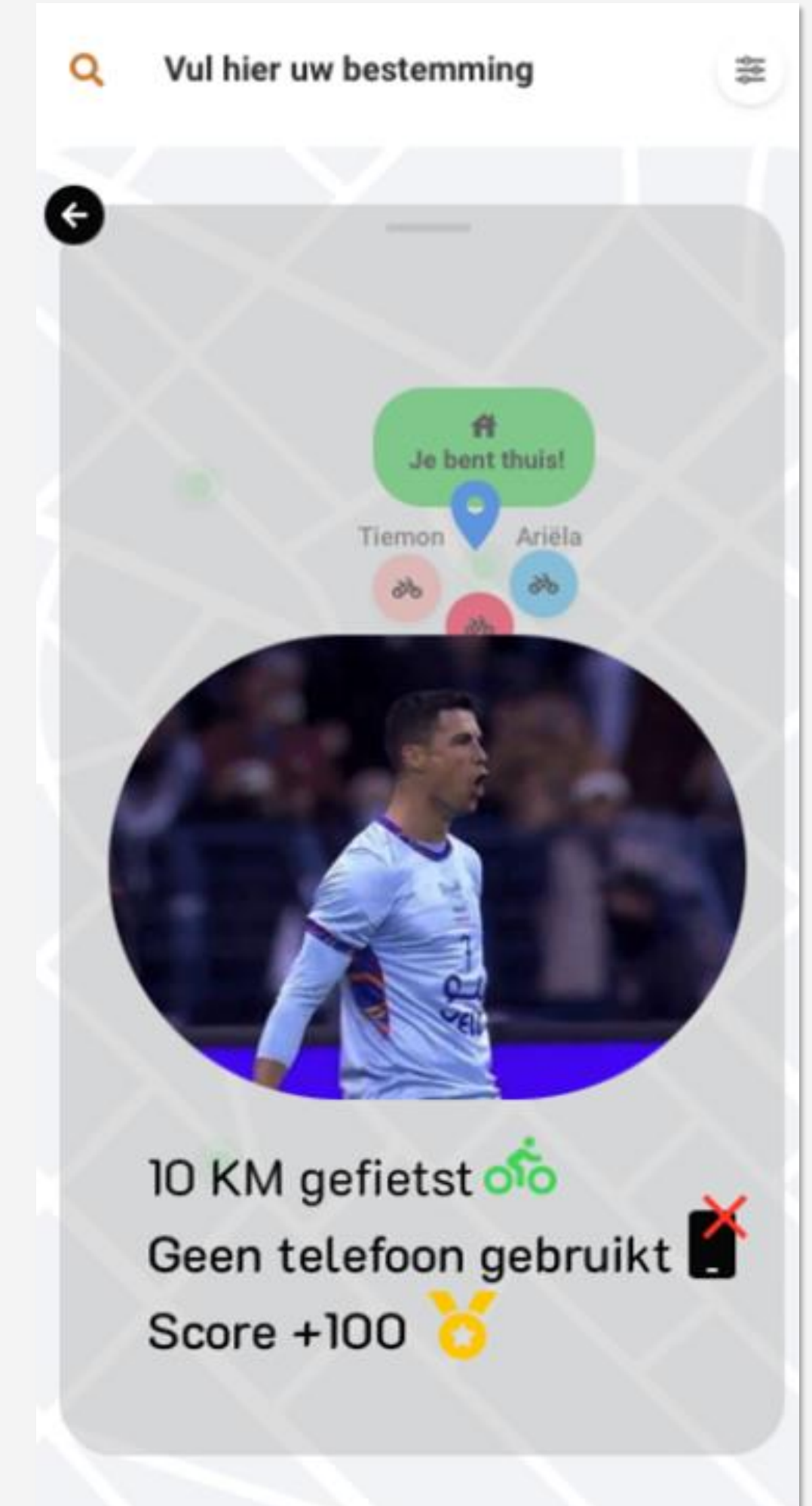
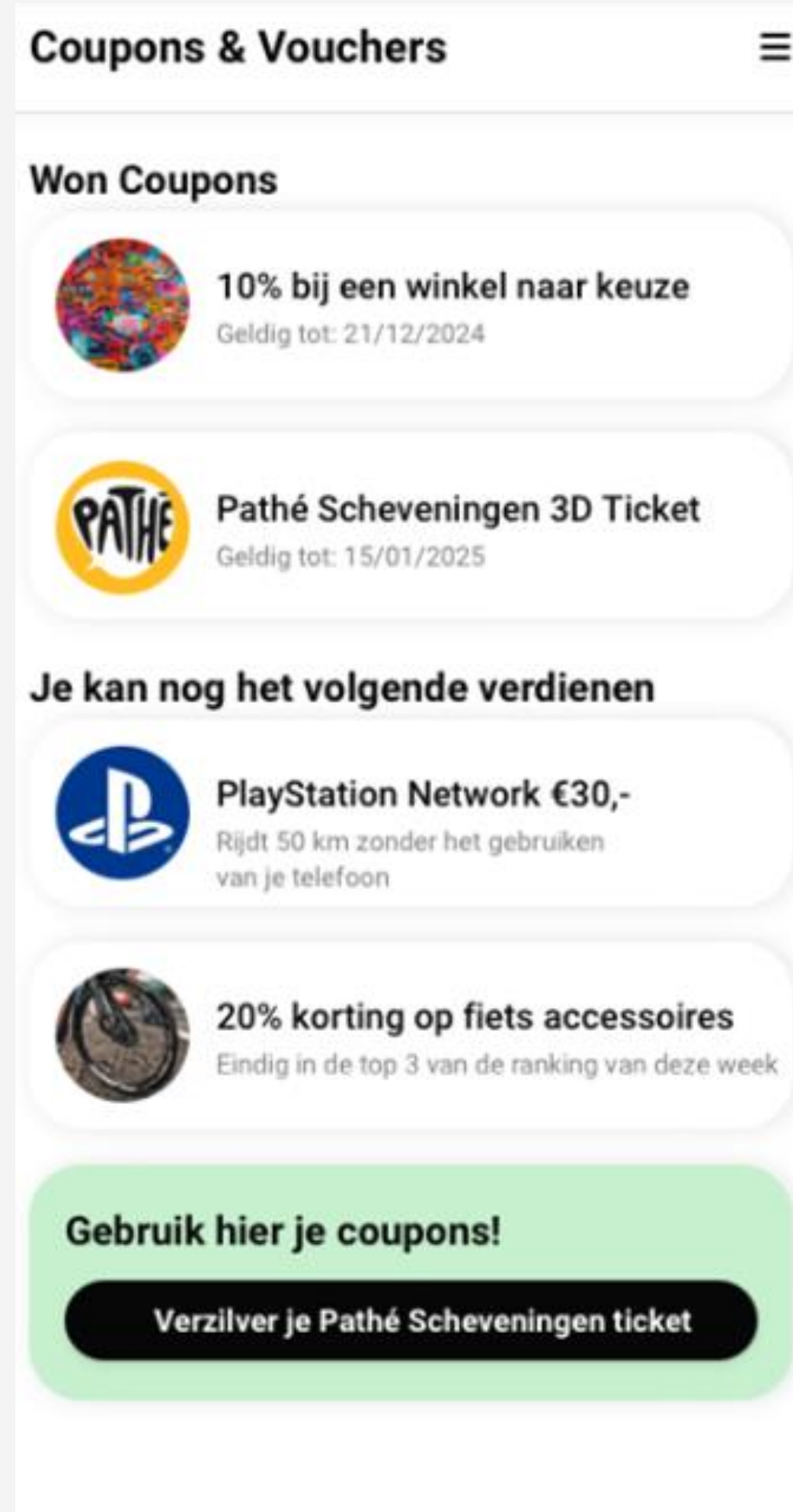
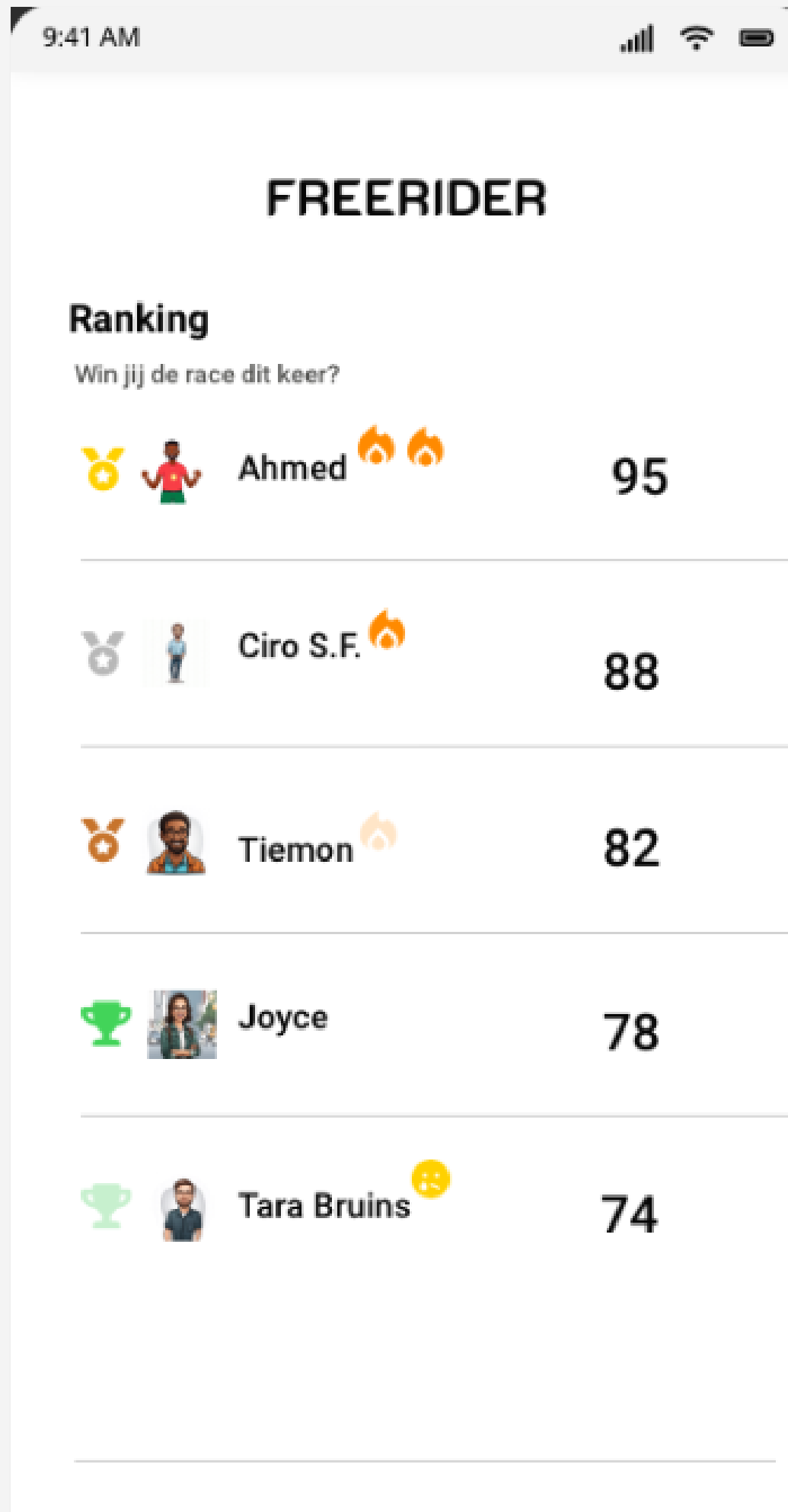


# Presentatievideo Freerider Agent.

\*\*geluid aan!



# Voorbeeldschermen beloningen.





Groep C

RecruitMentors

## Probleem

Huidige wervingspraktijken kunnen onbedoeld uitsluiting veroorzaken, waardoor talentvolle kandidaten zich niet welkom of vertegenwoordigd voelen.

## Waarom aanpakken?

Een divers en inclusief personeelsbestand kan leiden tot een breder scala aan perspectieven en ideeën, wat bijdraagt aan innovatie en klantgerichtheid. Daarnaast kan het verbeteren van inclusieve wervingspraktijken helpen bij het aantrekken van nieuw talent en het versterken van het merkimago.

## Uitdaging

Hoe kunnen we als verzekeraars inclusiever handelen bij het werven van nieuwe collega's?





## Propositie groep C




### RecruitMentors

Een AI-tool die helpt bij de objectieve beoordeling nieuwe kandidaten, d.m.v. een divers recruitment panel.

# Presentatievideo RecruitMentors.

\*\*geluid aan

The screenshot shows a Chrome browser window with several tabs open. The active tab is 'Trainee Beleidsadviseur | Ver...', with the URL 'vacatures.verzekeraars.nl/trainee-beleidsadviseur/'. The website header features the logo 'VERBOND VAN VERZEKERAARS' and a navigation menu with items: 'Vereisten', 'Vacature', 'Werkweek', 'Voorbeeld', 'Groeipad', 'Video', 'Bedrijf', 'Collega's', and 'Meer banen'. The main content area is a video player with a dark overlay. On the right side of the video, there are three icons: a list, a document, and a share icon. Below the video, there are three columns of text:

- Wat is vereist?**
  - Afgeronde universitaire opleiding, bij voorkeur in bestuurskunde, rechten, economie of een verwante studie
  - Je weet anderen te overtuigen met heldere argumenten
  - Je doorgrondt snel complexe vraagstukken en komt met creatieve oplossingen
  - Goede beheersing van de Nederlandse taal, zowel in woord als geschrift
  - Je hebt een brede interesse in de wereld van beleid, politiek en het omgaan met risico's. Je wilt je (verder) ontwikkelen binnen diverse maatschappelijke vraagstukken en thema's
- Wat krijg je?**
  - Een startsalaris van €3.270 bruto p/m o.b.v. fulltime met een groeipad naar €4.280 in 2 jaar
  - 32 tot 40-urige werkweek
  - 25 vakantiedagen o.b.v. fulltime dienstverband met de optie om 13 extra dagen per jaar bij te sparen
  - Toegang tot interne trainingen en cursussen binnen de VerbondsAcademie en de mogelijkheid tot het volgen van externe opleidingen
  - Vergoeding voor het inrichten van je thuiswerkplek en beeldschermbril
  - Tegemoetkoming kosten zorgverzekering en 3,5% eigen bijdrage pensioen
  - Een laptop, telefoon, reiskostenvergoeding en verse lunch op kantoor voor €2,50 per keer
- Wat doe je?**
  - 

20% Meedenken over strategieën en beleid voor nationale en Europese vraagstukken

In the bottom right corner of the browser window, there is an upward-pointing arrow icon.

Maak je wervingsproces  
makkelijker en eerlijker!





Groep D

InQlusie

## Probleem

Verzekeraars missen vaak de juiste toon of taal in hun communicatie om iedereen effectief aan te spreken, wat kan leiden tot uitsluiting.

## Waarom aanpakken?

Inclusieve communicatie kan helpen bij het aantrekken van een breder klantenbestand en het vergroten van klantloyaliteit. Verzekeraars die investeren in inclusieve communicatie kunnen zich onderscheiden in een concurrerende markt.

## Uitdaging

Hoe kunnen we de communicatie van verzekeraars testen en aanpassen naar een meer inclusieve vorm?



## Propositie groep C



### InQlusie

Een AI-tool die je teksten controleert op genderneutrale en begrijpelijke taal (B1).

## Genderneutrale Taal

### Originele tekst

Onze verzekeringsoplossingen bieden uw echtgenoot en kinderen financiële gemoedsrust, zodat zij in uw afwezigheid beschermd zijn tegen onverwachte uitgaven en lasten.

### Gender-inclusieve versie

Onze verzekeringsoplossingen bieden uw partner en naasten financiële gemoedsrust, zodat zij in uw afwezigheid beschermd zijn tegen onverwachte uitgaven en lasten.

## Begrijpelijke Taal (B1)

Originele tekst	B1-versie
<p><u>Onze verzekeringsoplossingen</u> bieden uw echtgenoot en kinderen financiële <u>gemoedsrust</u>, zodat zij <u>in uw afwezigheid</u> beschermd zijn tegen onverwachte uitgaven en lasten.</p>	<p><u>Met onze verzekeringen</u> kunnen uw partner en kinderen zich <u>veiliger</u> voelen. Zo zijn ze financieel beschermd tegen onverwachte kosten <u>als u er niet bent</u>.</p>





Groep E

Verzekeringszicht

## Probleem

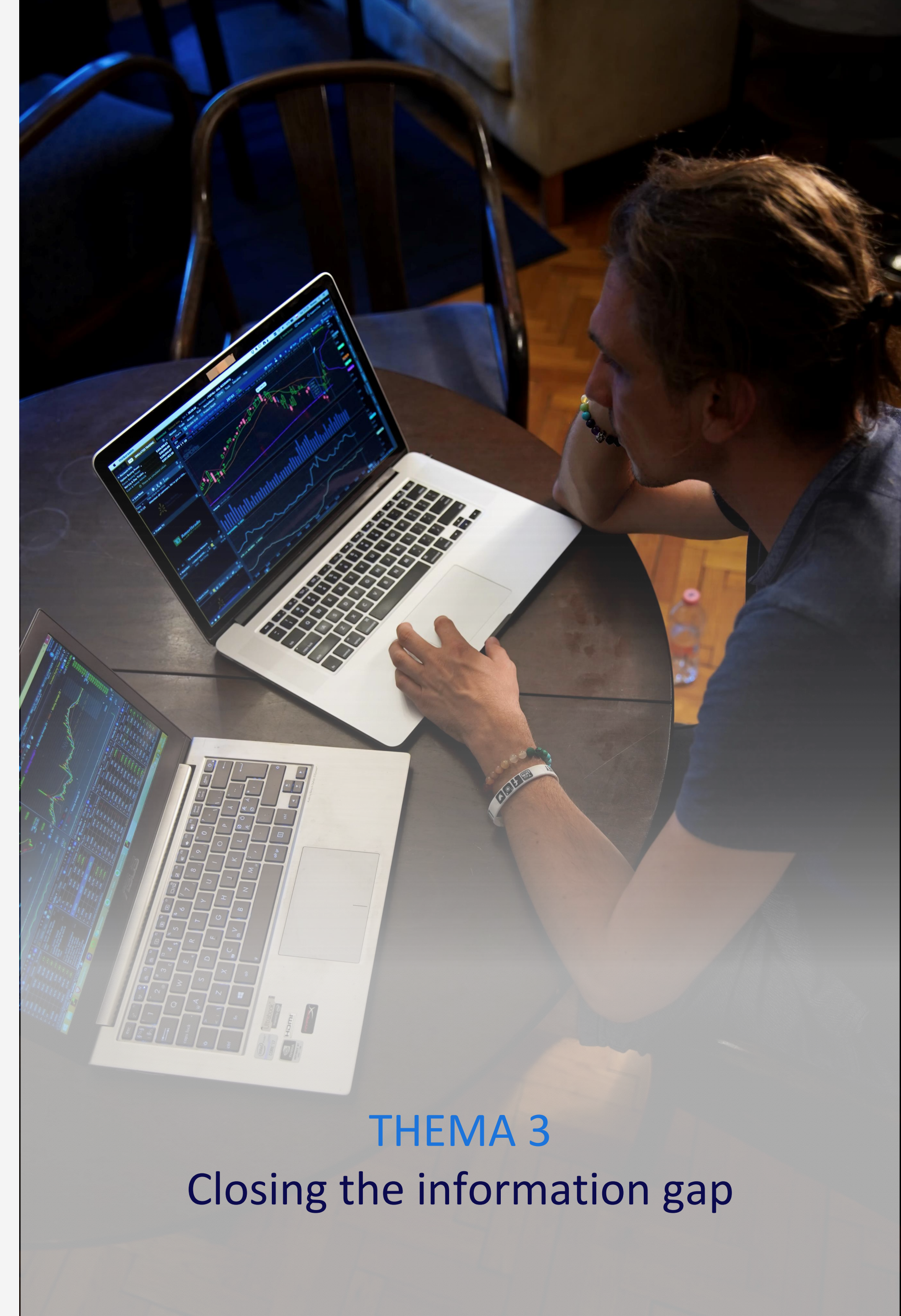
Verzekeraars maken onvoldoende gebruik van wetenschappelijk onderzoek om beleid en processen te verbeteren.

## Waarom aanpakken?

Door het effectief gebruiken van wetenschappelijk onderzoek kunnen verzekeraars hun producten en diensten verbeteren, risico's beter inschatten, en innovatie stimuleren. Dit draagt bij aan een betere klantenservice en verhoogde efficiëntie.

## Uitdaging

Hoe kunnen we verzekeraars stimuleren en assisteren om relevant wetenschappelijk onderzoek te gebruiken voor besluiten of processen?



Propositie groep E




## Verzekeringszicht


Een AI tool die hypergepersonaliseerde content maakt op basis van wetenschappelijke informatie.

# GPT demo-video Verkeringszicht.

Verzekeringszicht (Britney) MA





## Verzekeringszicht (Britney)

Door MakerLab 

Personaliseert wetenschappelijke inzichten voor de verzekeringssector.

Start

Bericht naar Verzekeringszicht (Britney)

ChatGPT kan fouten maken. Controleer belangrijke informatie. ?

Mogelijke uitkomst: hypergepersonaliseerde podcast. **\*\*geluid aan**





Groep F

SnapTrends

## Probleem

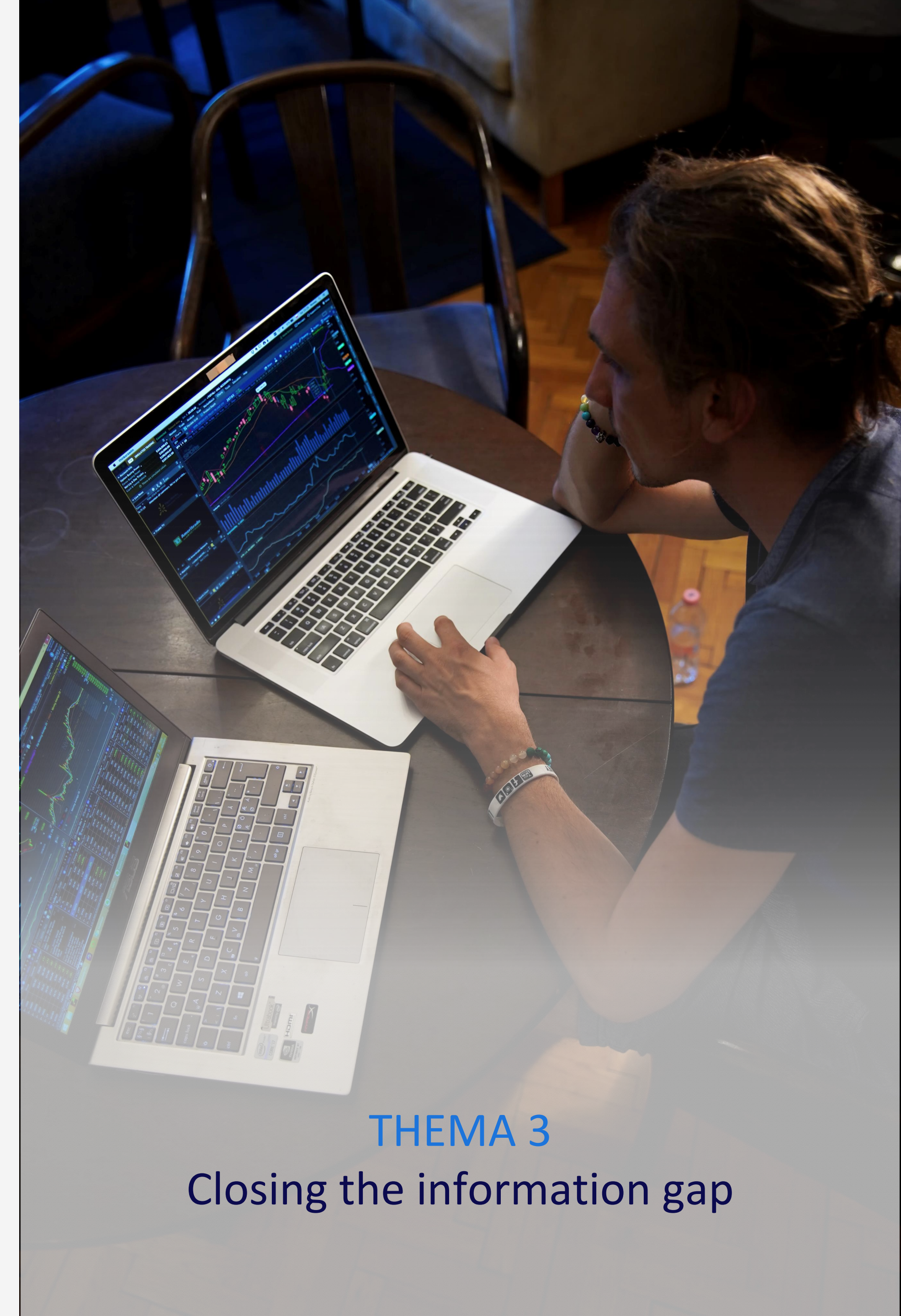
Een schadeverzekeraar kijkt altijd pas achteraf.

## Waarom aanpakken?

Door het op tijd herkennen van trends en ontwikkelingen kan hier sneller op ingespeeld worden en kunnen sneller strategieën uitgestippeld worden.

## Uitdaging

Hoe kunnen we Product Experts vroegtijdig nieuwe trends en ontwikkelingen laten signaleren?



Propositie groep F

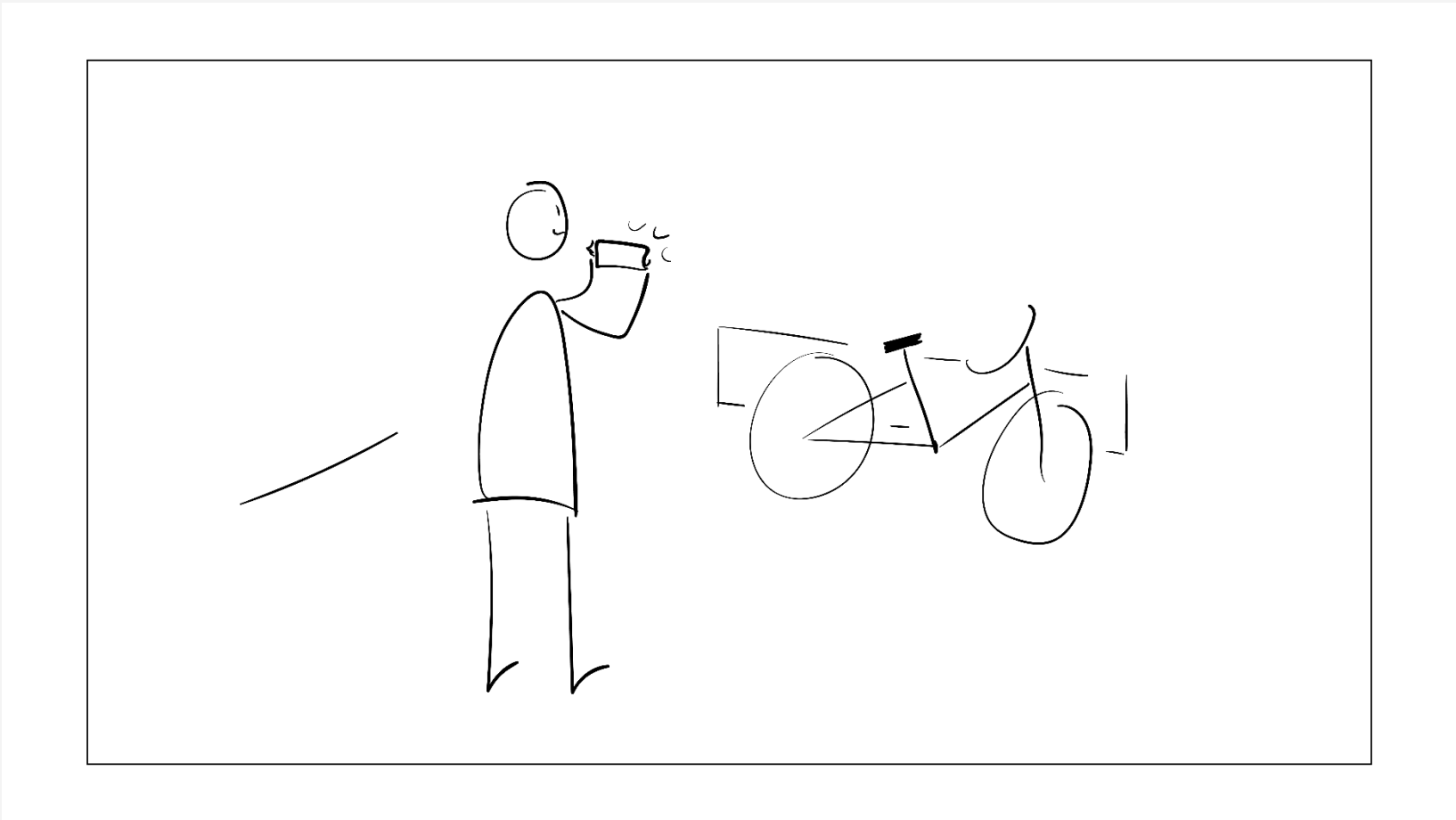


## SnapTrends

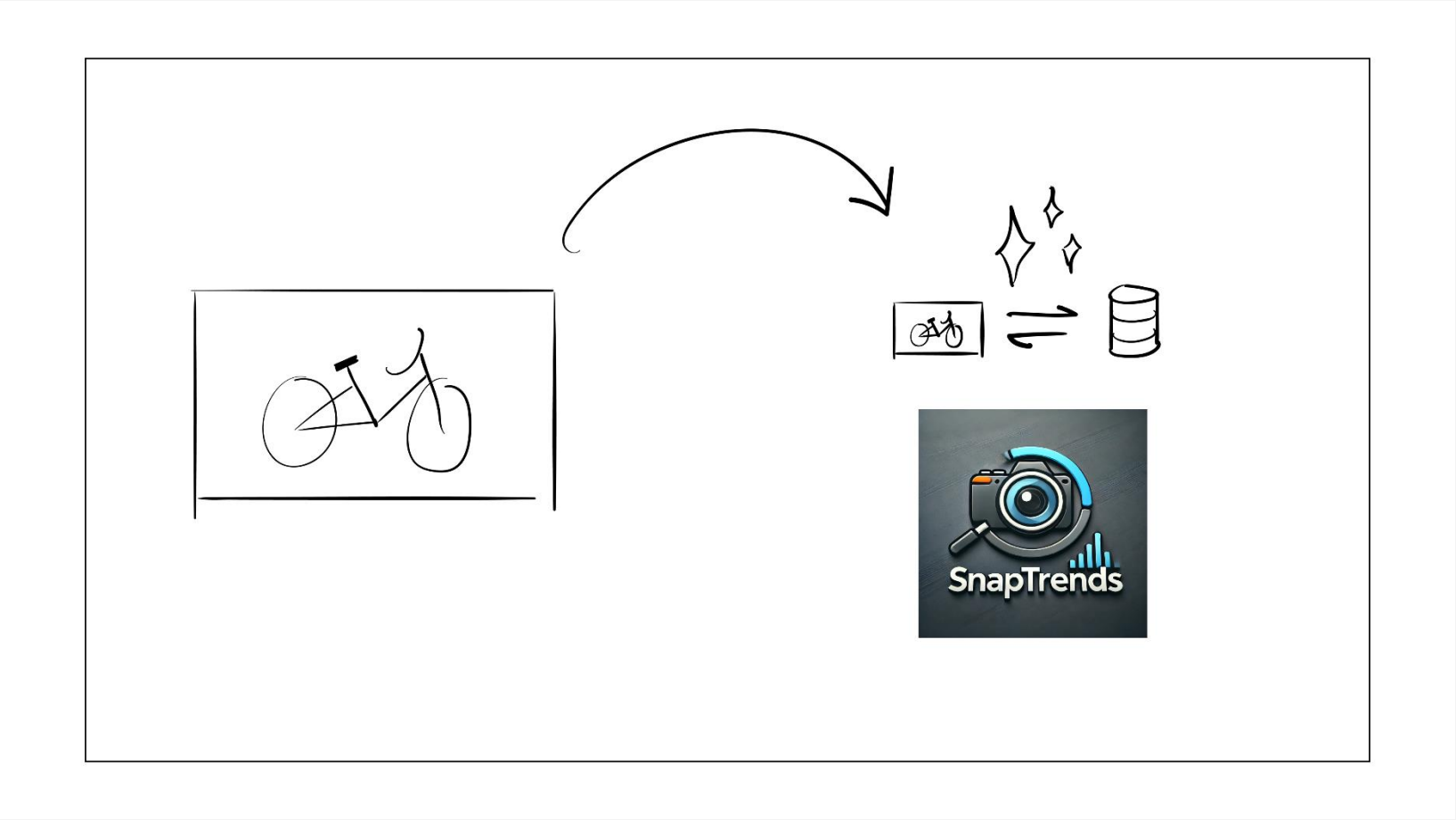
Een AI tool die vroegtijdig kansen en bedreigingen signaleert, door nieuw ingediende producten te vergelijken met een baseline.



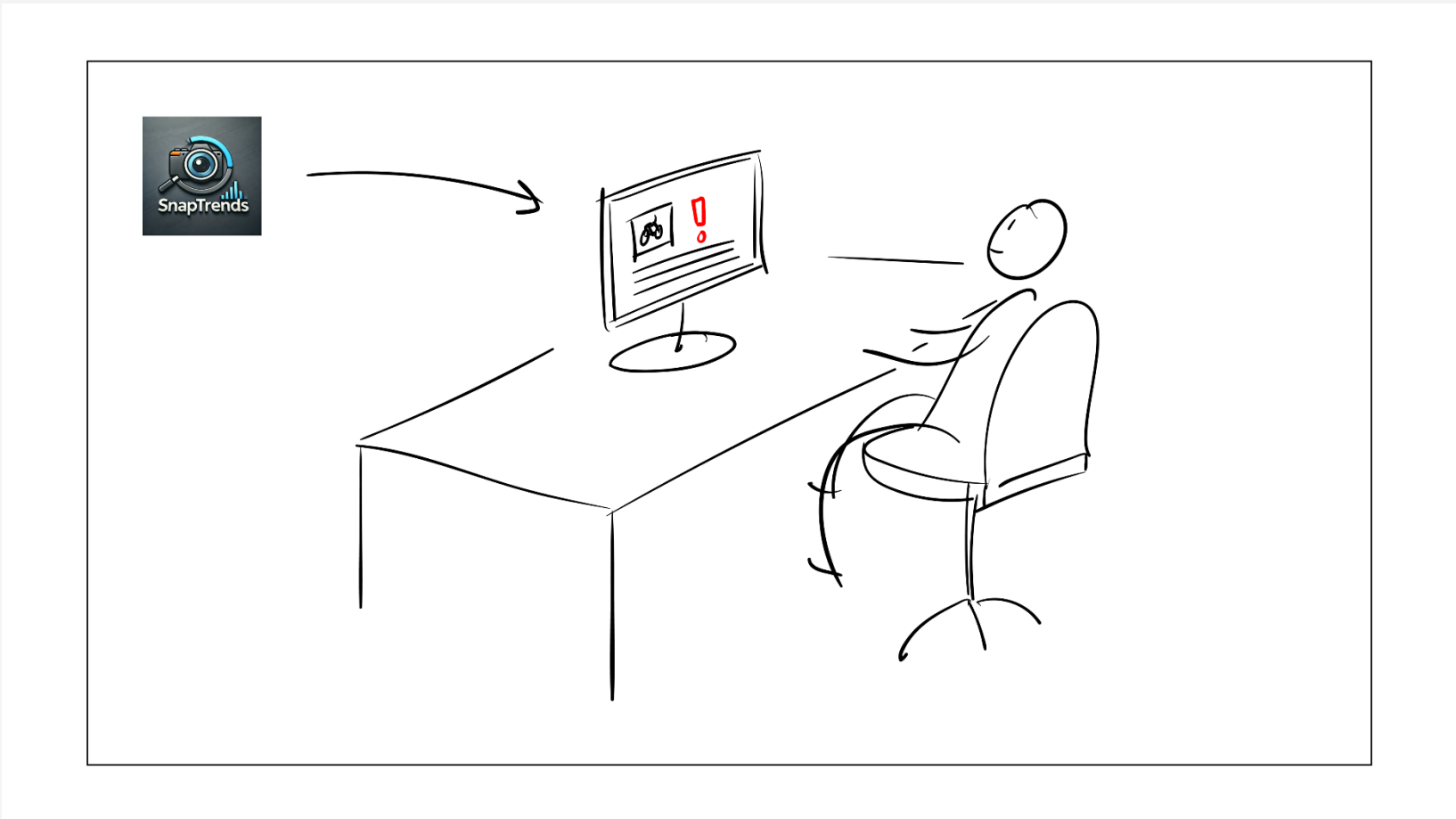
# Storyboard SnapTrends.



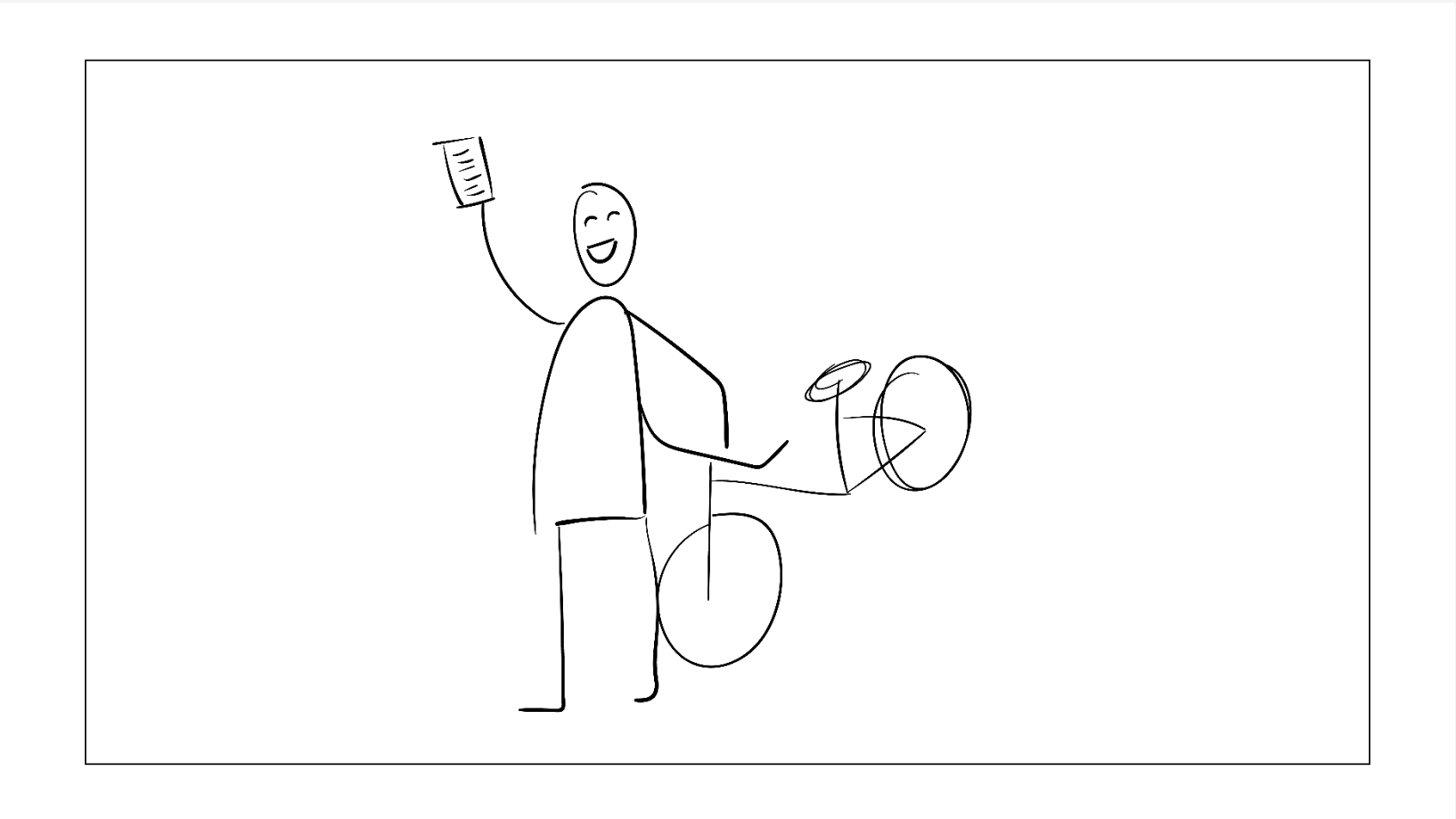
1. Een gebruiker upload een foto van diens nieuwe product.



2. De foto wordt door onze AI tool vergeleken met een baseline.



3. Bij een afwijking krijgt de Product Expert een melding en kan hier naar handelen.



4. De gebruiker krijgt een nieuwe aansluitende polis.

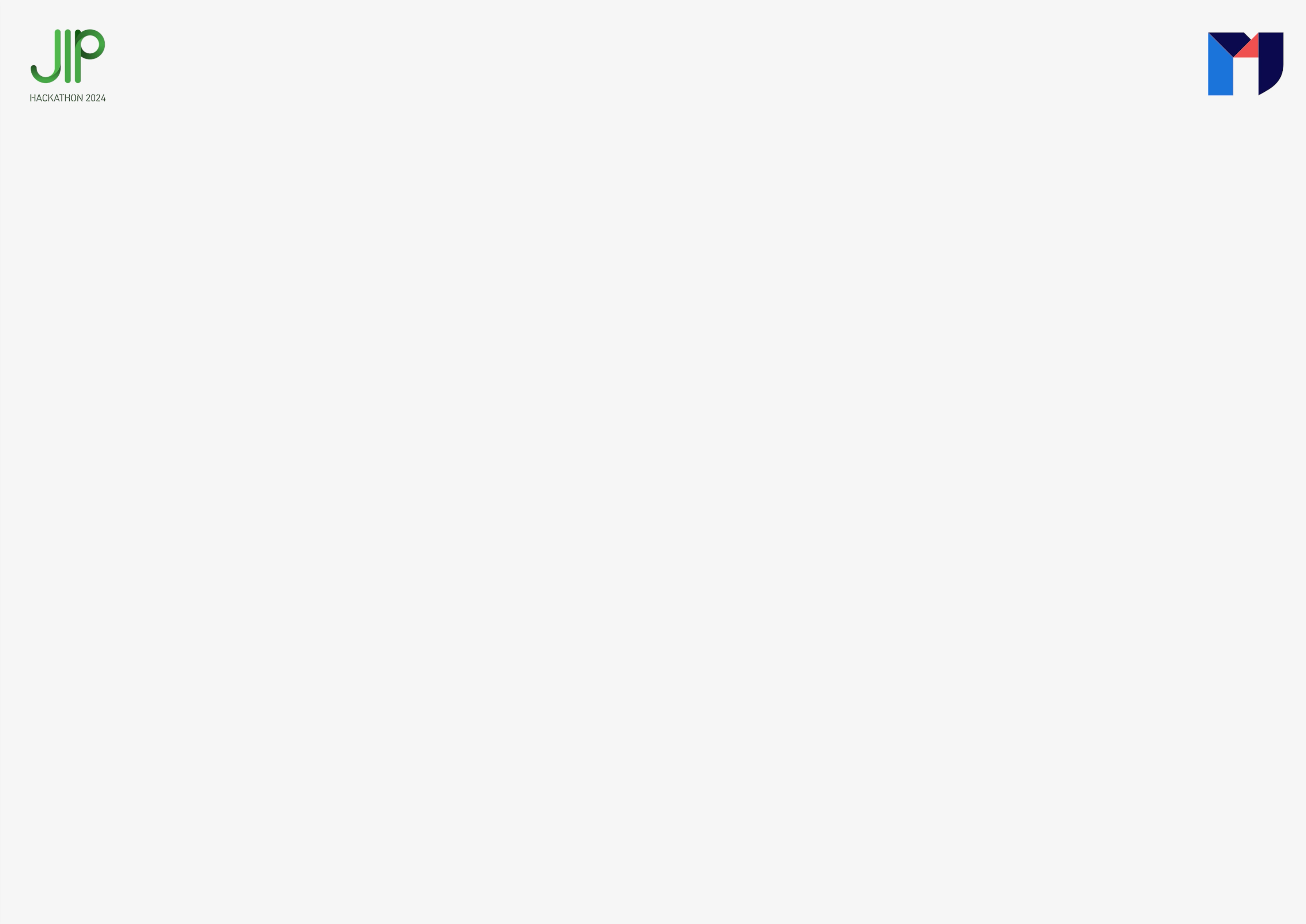
# GPT demo-video SnapTrends.



HACKATHON 2024



# Demo video interface SnapTrends voor Product Experts.



# Dankjewel!

Heb je vragen over het JIP of de proposities?  
Voel je vrij te mailen naar:

[jornt@makerlab.nl](mailto:jornt@makerlab.nl)