



Handvatten informatieverstrekking algemeen

Om klanten zo goed mogelijk over ontwikkelingen rondom hun financiële product te informeren, kunnen de onderstaande handvatten u helpen. Het gaat daarbij om bepaling van de doelgroep, opstellen van de boodschappen, de structuur van de informatieverstrekking en hoe klanten actie kunnen ondernemen.

Doelgroep

- Onderzoek wat de informatiebehoefte is van de doelgroep door het gebruiken van focusgroepen en diepte-interviews met klanten.
- Leg de gekozen communicatie en boodschappen voor aan een klantpanel om te toetsen of deze begrijpelijk zijn.

Boodschappen

- Leg beknopt uit om welk product het gaat en hoe het product werkt.
- Vermijd vaktaal en omschrijf zo nodig financiële termen en begrippen.
- Bied consumenten, indien mogelijk, een duidelijk overzicht van hun mogelijke handelingsperspectieven naar aanleiding van de huidige situatie.
- Geef duidelijk aan wanneer actie urgent is.
- Adviseer klanten dringend om contact op te nemen met hun financieel adviseur.

Structuur

- Geef een brief een expliciet onderwerp mee, zodat de ontvangers direct weten waar het over gaat.
- Geef in een kader in een opsomming de belangrijkste boodschappen uit de brief.
- Gebruik de inleiding van de brief om de belangrijkste boodschappen en eventuele acties voor klanten te noemen.
- Begin alinea's met een vette kop die de belangrijkste boodschap bevat. Deze moet overeenkomen met de kopjes uit het opsommingskader. Zo kan de lezer makkelijk scannen.

Actie ondernemen

Maak actie ondernemen zo laagdrempelig mogelijk, gebruik daarvoor meerdere kanalen (telefoon, mail). Geef aan wat klanten moeten doen.