

BROCOM anno 2012

LVK 25 oktober 2012

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Wat is BROCOM ? De evolutie.

12/1994 –
oprichting cvba

- Oprichting uit nood aan differentiering ten tijde van 'multidistributie' & 'desintermediëring'
- Professionalisme, Integrity, Efficiency, Promotion

12/2005

- Door marktevoluties focus op promotie
- Makelaarsreflex bij consument intensifiëren
'Je makelaar is je beste verzekering'



2010 -
opsplitsing

- cvba **BROCOM SERVICES** : aankoopcentrale, IBP-website
- **vzw BROCOM** : **100% promotie makelarij**
(geen btw, geen vennootschapsbelasting)

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Brocom in a nutshell !

VZW
BROCOM

Doel : **verhoging** van **bekendheid** en **visibiliteit** van de makelarij met een zo groot mogelijke **verscheidenheid aan media !**

Investeringen in promotie !

2007 € 1.100.000,00 (42%)

2008 € 1.209.000,00 (60%)

2009 € 1.597.000,00 (61%)

2010 € 1.633.000,00 (66%)

2011 € 1.750.000,00 (71,5%)

Budget 2012 : (+15% op 5j)

Maatsch : € 1.728.010,89

Makelaars : € 736.850,00

cvba
BROCOM
SERVICES

Indirect verhogen van bijdrage makelaars in promotie door BROCOM-gelabelde, personaliseerbare items en tools aan te bieden aan leden.

Geen externe financiering.

Bedoeling is om zelf te voorzien in eigen middelen door rentabilisering van aankoopcentrale, IBP-sites, ...

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Mission Statement : Brocom is een organisatie....

Samengesteld uit :

- Makelaars (federatielid of niet),
- Makelaarsfederaties en
- Makelaarsmaatschappijen,
- die...

Om bij te dragen tot de verhoging van het marktaandeel van de makelarij

- ...

Promotie voert voor het beroep van makelaar in verzekeringen door:

- 't imago bij de consument te verbeteren
- 't creëren van een 'makelaarsreflex'
- bewustmaking van de sector

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Evolutie in positionering

- ▶ 4 wegen naar een verzekering in België :
 - ▶ Direct
 - ▶ Bancassurance : KBC-CBC, BNP-Paribas...
 - ▶ Exclusieve agenten inzake verzekering : DVV, P&V,...
 - ▶ Makelaar : verzekeringen pur sang of aangevuld met bankservice 'assurfinance' (AXA, Fintro, Centea...)

BROCOM COMMUNICATIE :
'kies voor een BROCOM-makelaar...'

▶ BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Huidige positionering

Bemoeilijkt de boodschap naar eindconsument.

- ▶ Steeds uitleggen wat Brocom is...
- ▶ Erg differentiërende communicatie binnen het kanaal...
- ▶ Leidt aandacht af van de 'makelaar' als kanaal...

▶ BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

De makelarij in de markt.

- ▶ ong. 3.500 professionele makelaars in België
- ▶ 2.190 BROCOM-partners (unieke FSMA-nrs.) (17/10/2012)
 - ▶ 1105 FVF (1174 burelen)
 - ▶ 608 Feprabel (637 burelen)
 - ▶ 283 Noord (301 burelen)
 - ▶ 196 Zuiden (195 burelen)

2/3 = BROCOM

“Parallel met supermarkten”

“de winkelier die zijn kruidenierszaak, superette of dergelijks uitbaat, is een zelfstandig ondernemer, maar géén distributiekanaal! (colruyt, delhaize, carrefour) “

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Voorgestelde herpositionering * BROCOM *

BROCOM = Makelaarskanaal

- ▶ Retail merk!
- ▶ BROCOM als ‘label’ en ‘naamvermelding’ vervalt in de communicatie !
- ▶ Niet langer differentiërend binnen het eigen kanaal...
- ▶ ‘Uw makelaar in verzekeringen ...’: promotie voor het beroep.

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

HER-identificatie

- ▶ Huidig BROCOM-logo
 - ▶ **BRO**kers & **COM**panies
 - ▶ Meer INTERN gericht
 - ▶ 'DAVID' als in 'David tegen Goliath'
- ▶ ... eerder een 'Calimero-verhaal'
 - ▶ niet hedendaags
 - ▶ niet consumentgericht
- ▶ **Eerder dan een 'vernieuwing', is gekozen voor een 'momentum en iets nieuws, iets fris !**



BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

LOGO : karakteristieken en vereisten

- ▶ **ALGEMEEN :**
 - ▶ Imago ondersteunen & versterken
 - ▶ Herkenbaarheid in markt vergroten
 - ▶ Positief onderscheidend werken tov concurrenten
 - ▶ Een goede 1^{ste} indruk maken in iedere externe communicatie
- ▶ **NIEUW LOGO**
 - ▶ Opvallend en herkenbaar
 - ▶ Eenvoudig en abstract
 - ▶ No-nonsense maar inhoudelijk sterk

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL



Je Makelaar
Je beste
Verzekering



BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Betekenenissen zijn legio...

- ▶ Checkbox
- ▶ Makelaar die t oplossingen cl
- ▶ Geruststellend dat er iemand controleert of
- ▶ Logo is open, modern en fri



Je Makelaar
Je beste
Verzekering



BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Geïntegreerd in visitekaartje en andere...



MEDIA – impact...businessondersteuning

- ▶ **Virtueel : visibiliteit** van de campagne wordt **exponentieel groter** en belangrijker omdat **alle maatschappijen** het **logo gebruiken**.



MEDIA – impact...businessondersteuning

▶ **2011-2012 : LICHTRECLAME** : grootste campagne ooit !
1 lidmaatschap (FSMA) = 1 lichtreclame

▶ **OMDAT HERKENBAARHEID
BIJ DE CONSUMENT ZO
BELANGRIJK IS !**

▶ **LICHTRECLAMES** : (15/10)

- Confirmatiemail : 1662
- Simulaties gemaakt : 1628
- Simulaties OK voor mak.: 1325
- Installaties gepland : 1232
- Waarvan uitgevoerd : 1230



BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

PROMOTIE : > € 1.750.000,00 (2011)

- ▶ Affiches : 20m² en 8 m²
- ▶ Televisie (weerbericht)
- ▶ Zeer verscheidene media, placemats, mega billboard, guerilla, pers, vakbladen, tijdschriften, De Zondag



BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

geautomatiseerde aankoopcentrale

www.brocom.be/hsp

noodzakelijk

Professioneel imago
verbeteren,
geloofwaardigheid

Commerciële doelstellingen
zoals e-marketing

Makelaars-website

Basis-aanwezigheid

Nieuwe denkwijzen
bij consument,
verwachtingen

Klantentoeegang tot
eigen gegevens, polis-
en schadegegevens

I.B.P. Internet Broker Project

IBP-electronische
catalogs

Oplossing WEB-
site

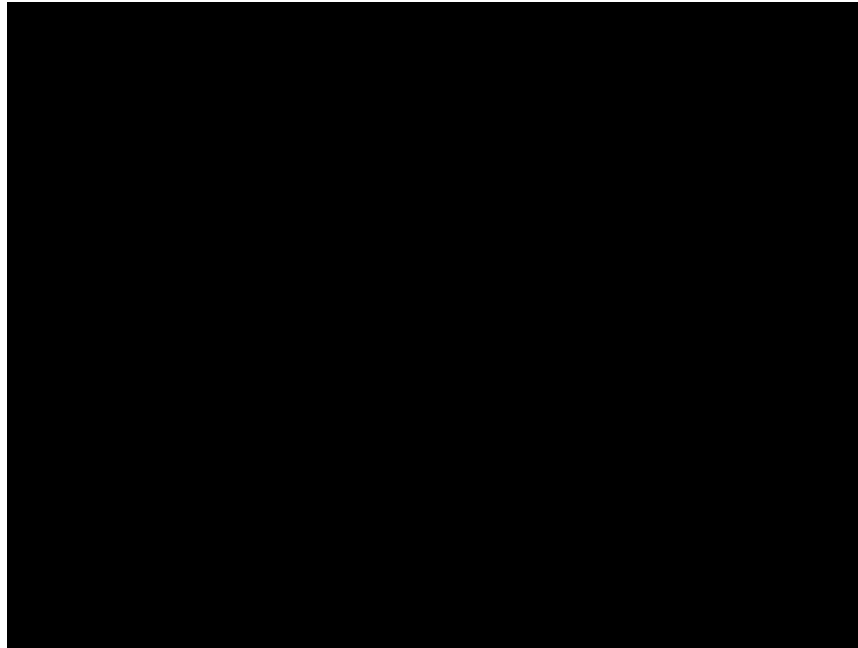
internet

67% eigen site

1000 makelaars die
catalogus gebruiken

422 makelaars met
IBP-BROCOM site

Internet Broker Project...hoe werkt het....?



WAAROM BROCOM-partner worden ?

- ▶ **GROTE NATIONALE campagnes (above the line)**
 - ▶ Lichtreclame
 - ▶ Dragen van het distributielogo.
 - ▶ Consumenten-website 'makelaarverzekeringen.be'
 - ▶ Allerhande promotiemateriaal, al dan niet personaliseerbaar

- ▶ **Ondersteuning EIGEN PROMOTIE (below the line)**
 - ▶ IBP (2012 : 127,00 / 12 maanden)
 - ▶ Synchronisatie met IBP catalogus
 - ▶ Aankoopcentrale

- ▶ **Ondersteuning in dagdagelijkse business :**
 - ▶ HSP-portaal (indeksen, persoverzicht, aankoopcentrale, infotheek, sectorale agenda

- ▶ **Binex, BROCOM-DIV, SOS-Phone**



HOE BROCOM-partner worden ?

- ▶ **Via de federatie FVF** : inbegrepen in bijdrage aldaar.
 - ▶ Grote complementariteit
 - ▶ NIET concurrentieel met elkaar

- ▶ **FEDERATIE** zorgt voor goede wettelijke omkadering, lobby-werk, Europa (BIPAR), vertegenwoordiging bij de nationale overlegorganen... kortom de 'syndicale' werking.

- ▶ **BROCOM** : operationeel platform voor promotie van het beroep.

- ▶ **Via BROCOM** :
 - ▶ rechtstreeks : bijdrage **599,00/jaar** (actie nu tot eind 2013) .

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL

Q & A

?

- ▶ Vragen

- ▶ Bedenkingen

Piet Vandeborne - piet.vandeborne@brocom.be
+32 495 51 52 52

Dank voor uw aandacht.

BROCOM - LVK meeting - 25/10/2012 - NL