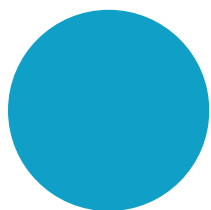


WERKEN AAN ONS **PENSIOEN**



De **APG GroeiFabriek** en PF Schoonmaak werken samen aan innovatie

Even voorstellen



Chris Veerkamp

Innovator



APG: Voor nu, straks en later

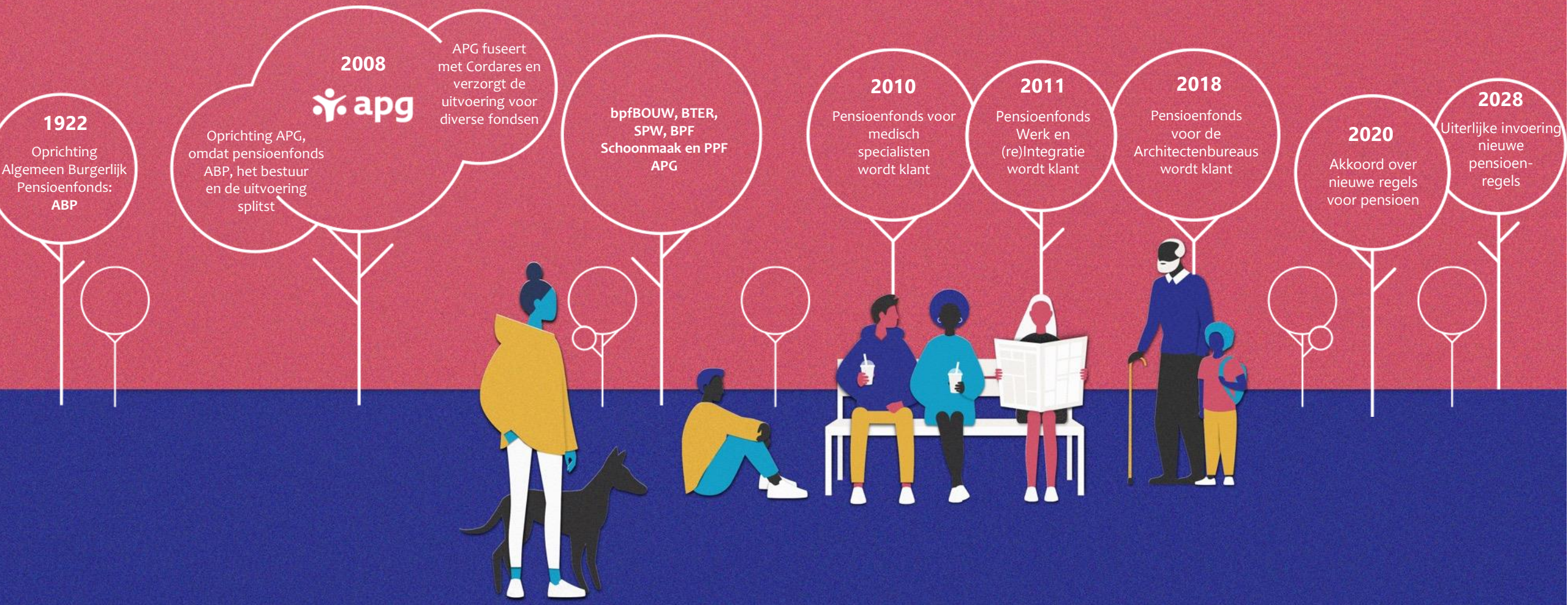


Voor het inkomen van de ruim 5 miljoen deelnemers van de acht fondsen die APG als pensioenuitvoerder bedient, zetten zo'n drieduizend APG'ers zich elke dag met veel energie en op veel uiteenlopende vlakken in.

Wat wij als APG'ers doen en betekenen in het leven van ruim 4,5 miljoen Nederlanders is best ingewikkeld uit te leggen. In deze video zie en voel je hoe inkomen voor later een rol speelt in het leven van alledag.



Een jonge organisatie met een rijk verleden



Setting the scene

Drie innovatiehubs werken samen aan het realiseren van de innovatievisie en het –portfolio



Strategische Innovaties & Ventures

Rol in de keten

Borgen dat succesvolle innovaties binnen de reguliere lijnen geïmplementeerd kunnen worden.

1. Exploreren van mogelijke innovatiekansen
2. Kiezen van de beste oplossing
3. Concretiseren met een gevalideerd prototype en/of proof of concept
4. Ondersteunen implementatie tot livegang

Focus binnen de innovatiehubs

Strategische Innovaties & Ventures heeft een primaire focus op het innovatiethema 'Onvergetelijke klantbeleving als hoogste standaard'.

Onvergetelijke
klantbeleving als
hoogste standaard



Het team achter Strategische Innovaties & Ventures



Roel Broen
Head of Strategische
Innovaties & Ventures



Petra Smeets
Innovation Officer



Chris Veerkamp
Innovator Groeifabriek



Deborah Schrijver
Innovator Groeifabriek



Jeroen Hulsmann
Innovator Groeifabriek



Pierre Wolfs
Product Owner DET



Rob Tillmann
Innovator Groeifabriek



Ron Jongen
Innovator Groeifabriek



Stijn Driessen
Lead Ventures



Thomas Martens
Innovator Groeifabriek

Onze positionering

10x beter i.p.v. 10%

Een gemixt portfolio met de nadruk op verbeteren dienstverlening, zorgplicht en –ambitie en kostenreductie met behoud van klantbeleving

Wij **versnellen** APG in haar groei naar **dé pensioenuitvoerder van straks** door het **creëren** van **verfrissende** nieuwe **toepassingen**

Van eerste idee tot gevalideerde prototype en/of proof of concept die, mits geprioriteerd, in de lijn implementeerbaar is

Een product, dienst en/of werkwijze

Nieuwe technologieën / werkwijzen voor de klantbediening van onze fondsen, bewezen in andere sectoren

APG Groeifabriek richt zich op 3 focusgebieden om significant strategische versnelling te bieden

Prototypes en/of proof of concepts die gevalideerd zijn op wenselijkheid, haalbaarheid en levensvatbaarheid

De oplossing is wenselijk

Oplossing levert aantoonbaar waarde op. Lost een actief probleem op voor de deelnemers en/of werkgevers

De oplossing is haalbaar

Er is een indicatie dat de oplossing technisch te implementeren is, binnen de wettelijke kaders valt en dat er mogelijkheden zijn om het operationeel in te regelen



De oplossing is levensvatbaar

Oplossing draagt bij aan de strategie en doelstellingen van APG, en haar fondsen. Daarnaast lijkt het er op dat het financieel aantrekkelijk is en levensvatbaar op de lange termijn. Oplossing past bij de (toekomstige) PDC

De focusgebieden van APG Groeifabriek

3 focusgebieden binnen het Innovatiethema 'Onvergetelijke klantbeleving als hoogste standaard' hebben prioriteit voor 2024, en mogelijk ook 2025, op basis van de directe bijdrage aan strategische doelen/strategie en de verwachte kans op resultaat.

1. Brede dienstverlening in een veranderende wereld

ambitie Dienstverlening die de behoefte van onze klanten altijd één stap voor is

2. Persoonlijk en integraal beeld op financiële keuzes

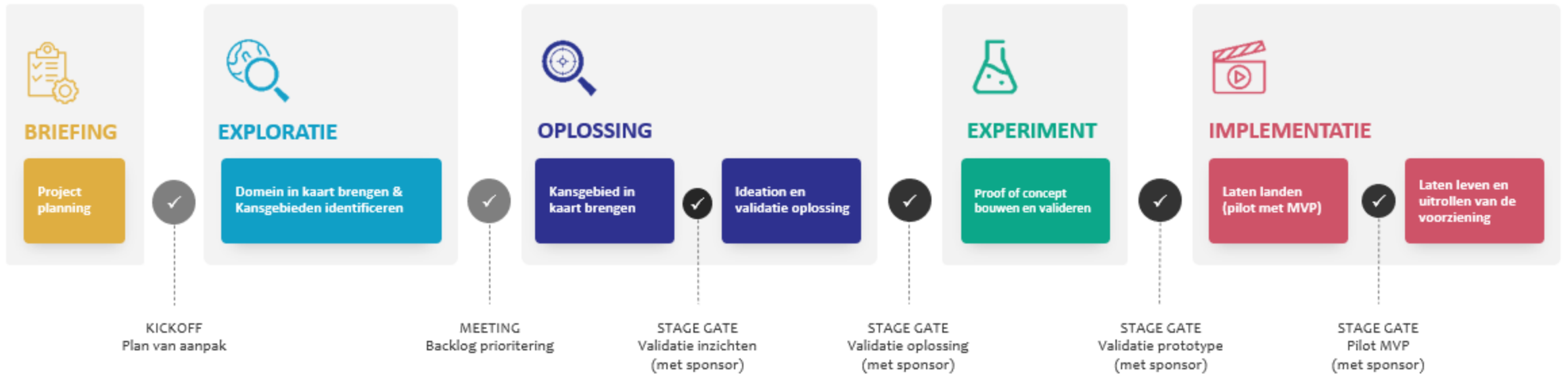
ambitie Altijd de juiste financiële keuze die past bij de situatie en context van onze deelnemers

3. Waardevolle beleving tegen een fractie van de kosten

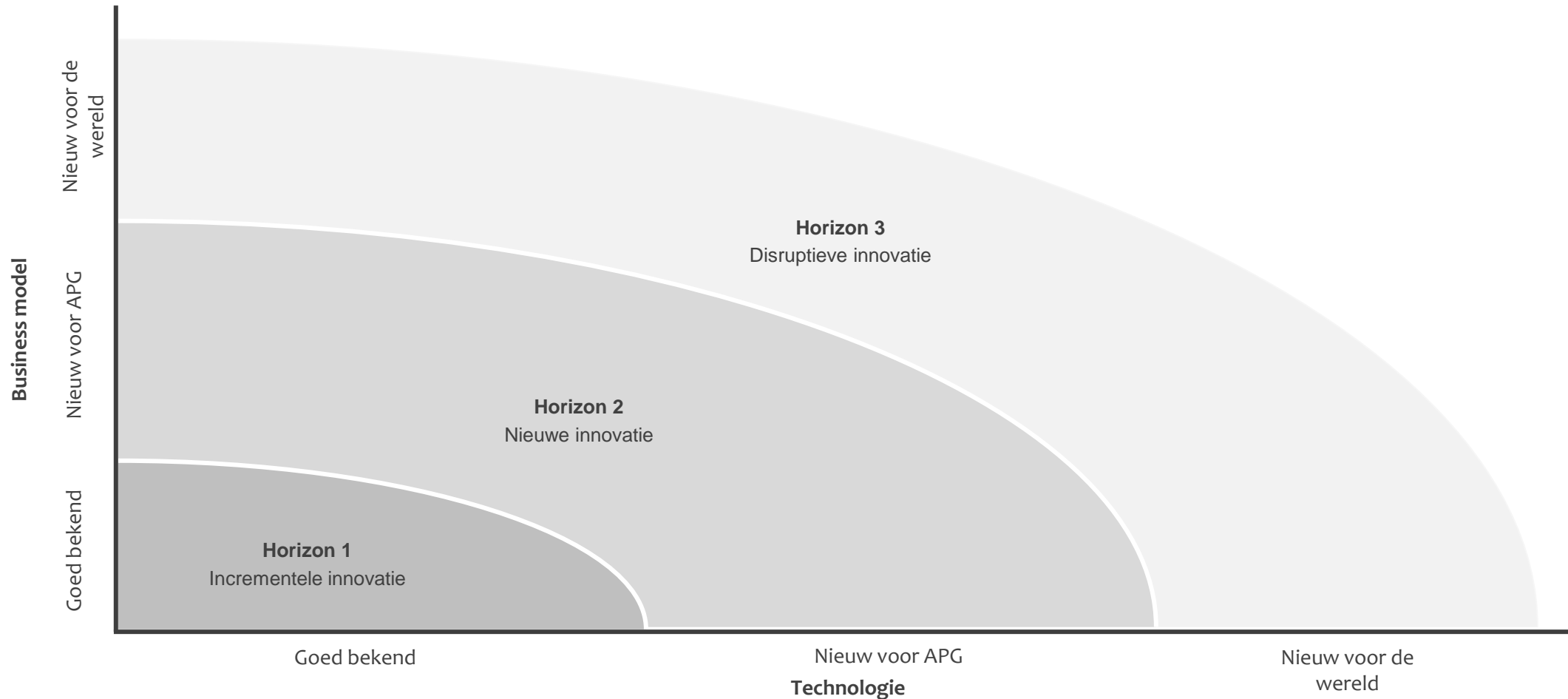
ambitie Minimale kosten per deelnemer, met dezelfde of een betere klantbeleving

Hoe doen we dat?

Innovatiefunnel als basis voor alle hubs



Overzicht type innovatie



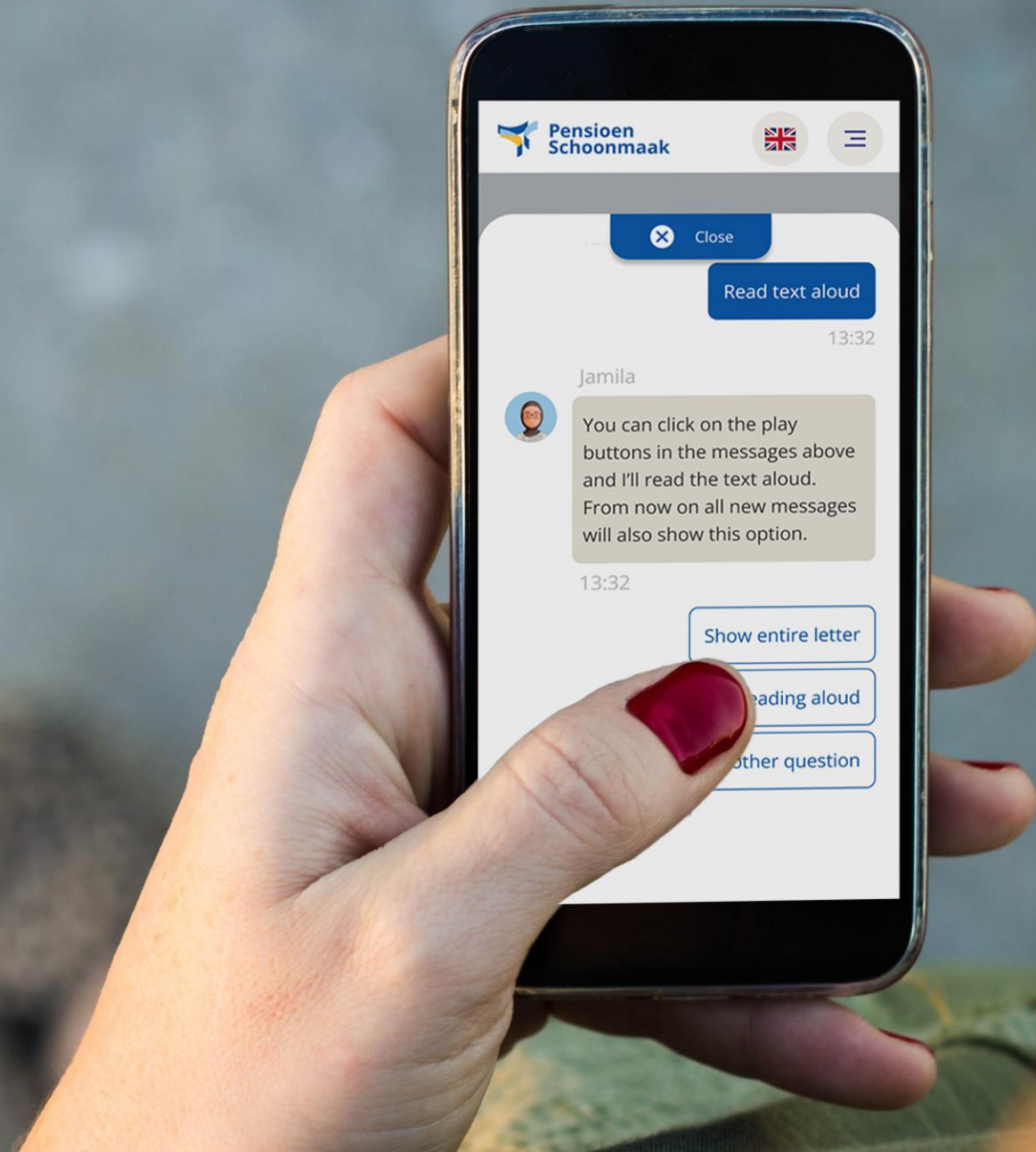
Onze oplossing voor



Textbuddy

Een digitale oplossing met een assistent die je helpt jouw informatie te vertalen, te versimpelen en/of voor te lezen.

Je kiest de taal waar jij comfortabel in bent en neemt de informatie tot je in de vorm die het beste bij jou past.



Deelnemers binnen PF Schoonmaak ervaren een aantal drempels in het verwerken van informatie waardoor de communicatie van het fonds niet het gewenste en benodigde effect heeft. De Nederlandse taal als voertaal is er daar een van.

“Hoe kunnen we de drempels verlagen voor de deelnemers van Pensioenfonds Schoonmaak zodat ze vanuit de communicatie geactiveerd worden op noodzakelijk gedrag?”

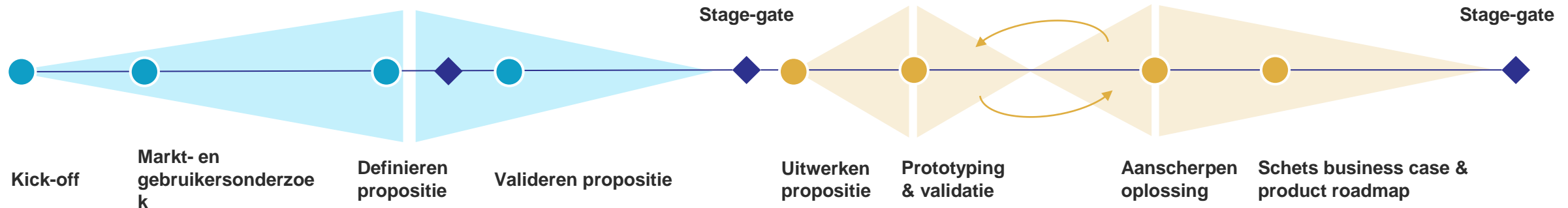
Wat hebben we gedaan ?

Fase 1: De beste propositie

Valideren of de propositie een behoefte vervuld.

Fase 2: Prototyping

Uitwerken van de propositie in een gevalideerd prototype.



Belangrijkste drempels

Mobiele toegankelijkheid en mobiele gebruiksvriendelijkheid belangrijk

Geen mentale bandbreedte (vanuit overleven of vanuit hectiek)

1ste relatie met "formele zaken rondom geld" is gemeentehuis / belastingdienst, een loket waar ik terecht kan.

Behoeftte aan persoonlijk contact

Schaamte dat ze niks weten en niks doen

De informatie die ik krijg levert me niks op

Ben niet de enige die het niet begrijpt, zo belangrijk is het dus niet

Er wordt geen relatie ervaren met fonds

Ik heb geen invloed en kan er niks mee

Geen idee waar ze moeten beginnen

Niet comfortabel in de NL taal

Uitgangspunten bevestigd



Er is niet 1 oplossing

De diversiteit aan drempels die de deelnemers in hun motivatie, capaciteit of gelegenheid belemmeren om aan de slag te gaan met de aangeboden pensioeninformatie, maakt dat we in het experiment een focus hebben aangebracht op 2 scenario's.

1. Herdefiniëren van de relatie

Hoe kunnen we de relatie met de deelnemer concretiseren zodat de betrokkenheid (bewustwording en interesse) wordt vergroot.

2. Vertalen & Versimpelen

Hoe kunnen we de informatie aanbieden in een vorm die leidt tot het vergroten van de capaciteit (lezen en begrijpen) door de deelnemers. Taal en duiding lijken daarin essentieel.

Vertalen & Versimpelen

Ons 1^{ste} prototype:

Een persoonlijke avatar die jou helpt de informatie die jou wordt aangeboden te vertalen, te versimpelen, voor te lezen, uit te leggen of die jou verbindt met de experts van het fonds.



Validatie onderzoek – focus op de digitale tool



Begrijpen

Testen of het vertalen en versimpelen van content deelnemers helpt te begrijpen wat er staat (begrijpelijk)

Activeren

Testen of deelnemers geactiveerd kunnen worden door ze te helpen de content / communicatie te begrijpen (betrokken)

Begeleiden

Testen of een avatar helpt de mentale afstand tot het fonds te verkleinen (Betrokken)

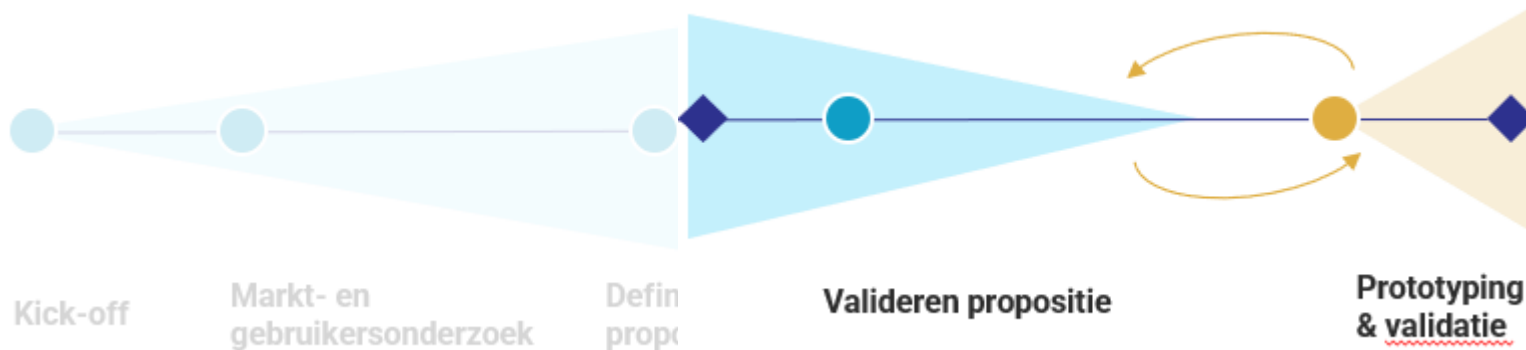
Gebruiksvriendelijkheid

Testen van de gebruiksvriendelijkheid van Jamila en de inclusie oplossingen

Extra stap op basis van de eerste bevindingen

Fase 1: De beste propositie

Valideren of de propositie een behoefte vervuld.



De bevindingen waren dusdanig dat we tijd hebben genomen voor een extra iteratie op het prototype.

De oplossing moest minder, makkelijker en focus op taal als startpunt.

Wat waren de onzekerheden en uitdagingen voor de vervolgstappen

Positionering & Betaalbaarheid

Mocht de desirability ook in de tweede validatie worden goedgekeurd zal in de vervolgstap goed gekeken moeten worden naar de meest logische **positionering** en de **betaalbaarheid** van de oplossing.

Waar en hoe plaatsen we deze oplossing in de PDC ? Is deze oplossing ook betaalbaar te ontwikkelen ? Wat is daarbij de beste oplossing (make, buy or refer) ?

Roadmap

De duidelijke behoefte bij de deelnemers van PF Schoonmaak en de wens van het fonds vragen om een **duidelijke roadmap** om te komen tot een implementeerbare oplossing.

GenAI

De huidige oplossing op taal is geïnspireerd op een GenAI gedreven op de markt beschikbare oplossing. De **CLPR (juridische) uitdaging** voor APG op een dergelijke oplossing is nog groot en het tempo van de markt is hoog. De invulling van een APG-eigen oplossing zal in die context moeten worden onderzocht op de **haalbaarheid en maakbaarheid**.

Gebruiksvriendelijkheid

De resultaten van de lopende validatie zullen nodig zijn om de wenselijkheid en bruikbaarheid van het prototype te valideren. Essentieel bij deze doelgroep is en blijft dat de **oplossing moet aansluiten bij de motivatie en de capaciteiten** van de doelgroep om gebruikt te worden. Een eventuele nieuwe pivot kan nodig zijn om daaraan te voldoen.

Vertalen & Versimpelen

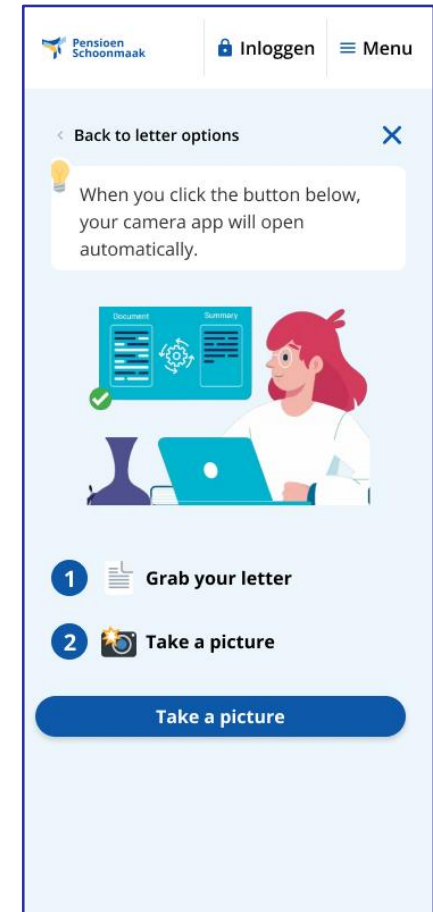
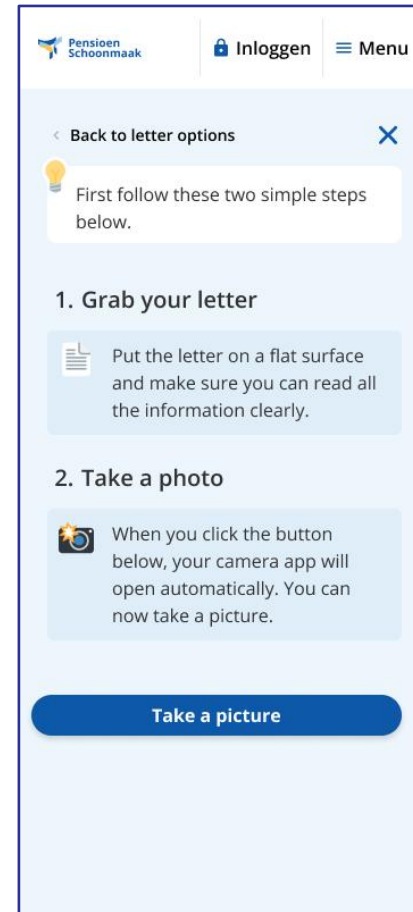
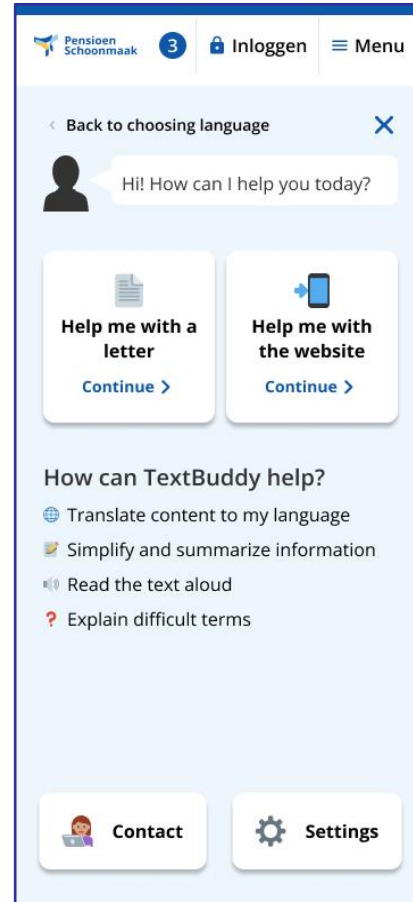
Ons aangepaste prototype:

Een persoonlijke avatar, Jamila, die jou in de door jouw gekozen taal meeneemt in het informatie aanbod van het pensioenfonds.

Door de informatie aan te bieden in de voor jou comfortabel taal tevens te versimpelen, voor te lezen, uit te leggen of je te verbinden met de experts van het fonds faciliteren we jou om zelf keuzevaardiger te worden.



Het gevalideerde prototype



Vervolgstappen MVP Scoping

Begin klein en schaal daarna op naar een bredere doelgroep om maximale waarde te behalen

	Realiseren alleen voor Pensioen Schoonmaak	Realiseer voor meerdere (APG) pensioenfondsen	Realiseer als generieke propositie voor Nederlanders
Propositie	“Drempels Verlagen” als oplossing voor vertalen, versimpelen en voorlezen van informatie voor de deelnemers van Pensioen Schoonmaak. Doel is het verbeteren van communicatie met pensioendeelnemers van Pensioen Schoonmaak die moeite hebben met de Nederlandse taal.	“Drempels Verlagen” als schaalbare oplossing die kan worden ingezet voor deelnemers van diverse pensioenfondsen (interne en externe fondsen). Doel is het verbeteren van communicatie met pensioendeelnemers die moeite hebben met de Nederlandse taal.	“Drempels Verlagen” als bekende go-to-oplossing voor vertalen, versimpelen én voorlezen die verspreid binnen Nederland en maatschappelijke waarde levert in de communicatie tussen de overheid en instanties en Nederlanders die moeite hebben met de Nederlandse taal.
Rationale	Realiseer een MVP bij Pensioen Schoonmaak als testcase onder het fonds met de meeste urgentie.	Schaal daarna op naar meerdere fondsen via de product dienst catalogus (voor interne en externe fondsen).	Schaal eventueel verder op in samenwerking met de overheid en ecosysteem partners voor een nog bredere doelgroep.



Dank voor jullie aandacht



Chris.veerkamp@apg.nl

06-30368659