

Terugkoppeling over het merk Interpolis

Interpolis Glashelder Klantpanel

Zo kijken panelleden naar Interpolis.

We vinden het belangrijk om te weten wat jullie van Interpolis vinden en verwachten. Want alleen zo kunnen we onze dienstverlening blijven verbeteren. Daarom vroegen we ons Klantpanel hoe jullie naar Interpolis kijken: waar denk je aan bij Interpolis? En voel je je gewaardeerd? In deze terugkoppeling delen we de belangrijkste inzichten.

Jullie voelen je gewaardeerd als klant.

Jullie geven Interpolis mooie cijfers, daar zijn we erg dankbaar voor. Voor de waardering geven jullie Interpolis gemiddeld een 7,9 en velen bevelen Interpolis aan bij familie, vrienden en collega's. We vroegen wat Interpolis kan doen om deze scores te blijven verbeteren. Volgens jullie is het belangrijk dat Interpolis menselijk blijft, communicatie verbetert en loyaliteit beloont.

7,9
gemiddelde
waardering

"Gewoon een prima verzekeraar, van wie ik via mijn computer klant ben geworden en mee kan communiceren."

"Dit straalt een gevoel uit van rust en overzicht waar zorgvuldige afwegingen worden gemaakt."

Jullie vinden Interpolis zakelijk, duidelijk en zeker ook behulpzaam.

Soms zegt een beeld meer dan woorden. We vroegen jullie in dit onderzoek naar een beeld dat goed omschrijft waar Interpolis voor staat. Twee afbeeldingen werden vaak gekozen: 'de laptop' en 'de helpende hand'. Volgens jullie toelichtingen beschrijft de laptop: de zakelijke kant van Interpolis en het online gemak, maar ook rust, overzicht en vertrouwen. De afbeelding met een helpende hand werd ook vaak gekozen, met als argument dat je er bij Interpolis niet alleen voor staat en dat alles goed geregeld is.

"Ik verwacht een uitgestoken arm op het moment dat ik schade heb waar ik voor verzekerd ben."

"Een helpende hand in moeilijke omstandigheden, een stukje zekerheid."

Wie is Interpolis als persoon?

Stel dat Interpolis een persoon van vlees en bloed is, hoe ziet hij of zij eruit? De meeste van jullie beschrijven iemand die: rustig en betrouwbaar is, rond de 40 jaar is, een zakelijke, toegankelijke uitstraling heeft en zich business casual kleedt. Velen omschreven Interpolis ook als zorgzame, empathische vrouw rond de 40 jaar in een nette, maar casual outfit. Bedankt voor jullie creatieve input! Deze associaties helpen ons om te leren hoe jullie over ons merk denken.

Glashelder is weten waar je aan toe bent.

Jullie beschrijven glashelder vooral als duidelijkheid en transparantie. Concreet gaat het om weten wat wel en niet verzekerd is, heldere informatie over voorwaarden en kosten en natuurlijk geen kleine lettertjes. Met die duidelijkheid geven wij jullie het gevoel dat het goed komt.

Waarover en hoe vaak wil jij geïnformeerd worden door Interpolis?

Ongeveer 60% heeft in het afgelopen half jaar iets van Interpolis gehoord. Dat was vaak een nieuwsbrief of informatiemail. Wat jullie vooral belangrijk vinden is relevante en duidelijke informatie. Dat hoeft niet vaak, als het maar nuttig en passend is. Preventietips worden bijvoorbeeld gewaardeerd en mogen best vaker gedeeld worden! Denk aan de Inbraakbarometer en tips om goed voorbereid op vakantie te gaan. Deze gaan we meer onder de aandacht brengen.

60%

Ongeveer 60% van de panelleden heeft het afgelopen jaar iets van Interpolis gehoord.

De kers op de taart: we gingen met 15 klanten in gesprek op kantoor in Tilburg.

Tot slot nodigden we panelleden uit om met ons in gesprek te gaan. Collega's luisterden mee met de gesprekken en konden vragen stellen. Super waardevol. Op 2 locaties tegelijk deelden klanten in een open en eerlijk gesprek hun ervaringen, verwachtingen en twijfels. We vroegen wanneer je je zelfverzekerd voelt en wanneer juist wat onzeker. Hoe kan Interpolis daarbij helpen? Vooral duidelijk zijn is een belangrijke factor om zelfverzekerd te zijn: je wilt weten waar je aan toe bent en dat het goed komt. Dat was een erg leerzame middag voor alle Interpolis collega's!



Over het onderzoek.

We voerden het onderzoek uit tussen **22 april en 3 mei 2026**. De klantarena was op **21 mei**.



In totaal deden er **1.999 panelleden** mee met het onderzoek, en gingen we met **15 panelleden** in gesprek bij Interpolis in Tilburg.



De gemiddelde invulduur was **10 minuten**.



Jullie gaven het onderzoek een **7,5**.



Interpolis.
Glashelder