

cZorgverzekeringen

Fix that UX



Inhoud

Inzichten.....	3
CZ	3
Zekur	5
Zilverenkruis	7
Hierarchy.....	9
Accessibility	10
CZ.....	10
Zilveren kruis	10
ZEKUR.....	10
Dingen die alle sites missen	11
Consistency.....	11
Verbeteringen	12
Eenvoudige navigatie en layout	12
Hulp door video's	12
Toegankelijkheid opties	12
Fysieke hulp	13
Oplossingen	13
Digitale 'brief'	13
Startpagina keuze tussen digitale en fysieke ervaring	13
Brievenservice Interface	13
Kopie per post.....	14
Waarom?.....	14
Screen Sharing	15
Voorbeelden	15
Keuze	16

Inzichten

CZ

Danylo

De website is overzichtelijk en modern, dit komt door de lay-out de kleuren en de tekst. Op de homepagina is het wel nog moeilijk om een nieuwe zorgverzekering af te sluiten, je moet eerst naar het burgermenu of navigatiebalk op laptop en daar kiezen voor zorgverzekering. Dit zou voor een oudere persoon erg ingewikkeld en niet toegankelijk zijn. Ook staat er per pakket ook veel informatie in de tabjes dit zou op een andere manier verwerkt kunnen gebeuren.

Sara

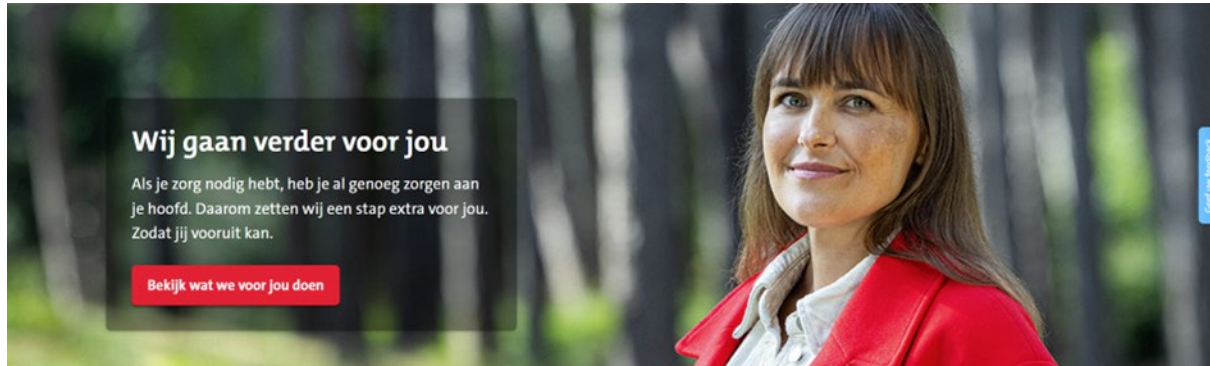
De website van CZ oogt overzichtelijk, wat ik erg prettig vind. Je krijgt drie opties aangeboden, en het is meteen duidelijk wat elk pakket inhoudt. Zodra je op een pakket klikt, krijg je een gedetailleerd overzicht van wat er in dat pakket zit. Het aanpassen van je eigen risico is ook eenvoudig en helder weergegeven. Vervolgens kun je kiezen voor een aanvullende verzekering. Je krijgt hierbij meerdere opties te zien, en door op “bekijk meer” te klikken, kun je de inhoud van het pakket verder bekijken. Alles is goed gestructureerd en gemakkelijk door te nemen.

Yagmur

Bij CZ is er op de homepagina niet duidelijk te zien waar je de Premie kan berekenen. Het is een drukke pagina dus is het moeilijk te vinden. Op de desktop verandert de prijs meteen aan de rechterkant wat fijn is. Op de telefoon scrolt de pagina vanzelf naar de winkelmand wat irritant is omdat je dan telkens terug moet scrollen. Als je op lees meer drukt komt er een nieuwe laag op de pagina, je wordt dus niet naar een totaal andere pagina gestuurd wat fijn is. Je kan de verschillende tandartsverzekeringen zien maar je kan het niet kiezen omdat die al in je aanvullende verzekering zit. Het is dus niet nodig om die daar toch te laten zien. Op de pagina waar je je gegevens invult kan je op de vraagtekens drukken om meer informatie te krijgen. Dit is fijner dan als het allemaal al op het scherm zou staan.

Quinten

In dit onderdeel beschrijf ik in het kort wat de voordelen van het Zilverenkruis zijn op het gebied van UX, Accessibility en het Visual Design. Daarnaast zal ik laten zien hoe de gegevens/invullen van de gegevens er op deze website uit ziet.



Voordelen

- In het drop-down menu staat verzekeringen en hier kom je gemakkelijk op het kiezen van verschillende verzekeringen.
- Invullen van de gegevens is erg gemakkelijk nadat je het pakket hebt gekozen.

Nadelen

- Zodra je op de pagina komt, staat er rode knop om te kijken waar ze je mee kunnen helpen, maar voor het invullen van een verzekering is deze informatie NUTTELOOS.
- Website is responsive.
- De gegevens box is groter dan die van het overzicht aan de rechterkant waardoor de box de hele tijd op en neer beweegt. Hierdoor valt de "verder" knop weg.

Zekur

Danylo

Persoonlijk vind ik Zekur qua layout en kleuren het mooiste, alhoewel het een van de vaagste is. Dit komt doordat er op het beginscherm groot geadverteerd wordt met ZZP, dit lijkt meer alsof het een verzekering voor bedrijven is. Vervolgens is het kiezen van de verzekering wel wat overweldigd, dit komt omdat er heel veel bij elkaar staat waarin ook nog eens veel tekst in staat. Als laatste is er een bug waardoor de site steeds naar boven scrolt als je wat aan klikt op telefoon.

Sara

Ook bij Zekur is de opzet vrij overzichtelijk. Je hebt hier eveneens de keuze uit drie pakketten. Bij de stap voor het eigen risico worden handige aanvinkvakjes gebruikt, wat het geheel duidelijk en eenvoudig maakt. In de laatste stap, waar de aanvullende premie wordt weergegeven, is alles ook helder beschreven en gemakkelijk te begrijpen.

Yagmur

Als je 'zekur' op zoekt krijg je 'premie bereken' maar als je daar op drukt is dat voor woonverzekering. Op de home pagina staat ook premie berekenen maar dat is voor zzp'ers. Het is dus moeilijk om de zorgverzekering te vinden. Als je die eindelijk heb kunne vinden staat alles heel erg onnodig groot op het scherm. Op de telefoon is dit niet het geval, daar is wel alles in een drop down menu, maar weer heel veel informatie. Op de telefoon wordt er steeds naar boven gescrold en dan blijft de scherm soms haken. Als je een optie hebt gekozen is de prijs voor heel even te zien onderaan de scherm maar deze gaat na een tijdje weg. Nadat je alles hebt berekend kan je niet direct een verzekering aansluiten

Quinten

In dit onderdeel beschrijf ik in het kort wat de voordelen van Zekur zijn op het gebied van UX, Accessibility en het Visual Design. Daarnaast zal ik laten zien hoe de gegevens/invullen van de gegevens er op deze website uit ziet.

Basisverzekering <small>Standaard Ziekteverzekering Eigen risico € 385,-</small>	✓	Hoe heet je? Voornaam <input type="text" value="Dimitri"/> Achternaam <input type="text" value="J.B."/>
Aanvullende zorgverzekering <small>Basis ZVW</small>	✓	Kuissverzekering <input type="text" value="Niet"/>
Ongevallenverzekering <small>Hijg na een ongeval</small>	✓	Aankomst <input type="text" value="Dinsdag"/>
Kind meeverzekeren <small>Kinderen meeverzekeren</small>	✓	Wat is je geslacht? <input checked="" type="radio"/> Man <input type="radio"/> Vrouw Wat is je geboortedatum? Geboortedatum <input type="text" value="18-10-2002"/> <small>Je bent ingelogd als Quinten 2002</small>

Voordelen

- Website is mooi responsive.
- Het invullen van de gegevens is in een erg gemakkelijk stappenplan.
- Kleuren van Zekur zien er mooi uit.

Nadelen

- Op de hoofdpagina begint het over zzp, maar als particulier heb je hier niks aan.
- Het vinden van de juiste “zorgverzekering” tab is niet gemakkelijk.

Zilverenkruis

Danylo

Zilverenkruis vind ik de meest onoverzichtelijk, er staat hier veel informatie en veel verschillende kleuren. Wat wel fijn is dat er een accessibility functie voor de tekst grote in zit. Dit zorgt ervoor dat mensen met dyslexie beter de site kunnen begrijpen, wat wel erg goed gedaan is is dat de keuzes voor de verzekering opties visueel zijn weergegeven met logo's dit is er goed voor de toegankelijkheid.

Sara





Bij Zilveren Kruis word je eerst gevraagd om je geboortedatum in te vullen, wat de indruk wekt dat je vervolgens een persoonlijk aanbevolen pakket krijgt, maar dit bleek niet het geval. Wat ik persoonlijk minder prettig vind, is dat de verschillende verzekeringsopties naast elkaar staan en je moet swipen om verder te kijken. Daarnaast moet je ook nog naar beneden scrollen om alles te kunnen zien, wat het navigeren onhandig maakt. De sectie voor het eigen risico is gelukkig wel duidelijk en overzichtelijk. Bij de aanvullende verzekeringen ervaar ik opnieuw hetzelfde ongemak: het swipen en scrollen maakt het lastig om snel een goed overzicht te krijgen.


Yagmur

'premie berekenen' is makkelijk te vinden op de website zowel op de desktop als op de mobiel. Er staat heel veel informatie per keuze. Het zou fijner zijn als alleen de belangrijkste verschillen duidelijk stonden en de rest pas als je er op klikt. De winkelmand refresht telkens aan de rechterzijde op de laptop. Op de telefoon is de prijs onderaan de scherm te zien wat fijn is.

Quinten


In dit onderdeel beschrijf ik in het kort wat de voordelen van het Zilverenkruis zijn op het gebied van UX, Accessibility en het Visual Design. Daarnaast zal ik laten zien hoe de gegevens/invullen van de gegevens er op deze website uitziet.

 Collectiviteit Niets gekozen	
 Basisverzekering Basis Exclusief	+ 161,75
 Eigen risico € 885,00	- 20,00
 Aanvullende verzekering Aanvullend**	+ 21,75
 Tandartsverzekering Aanvullend Tand****	+ 59,25

 **Mijn gekozen pakket**


Basis Exclusief	€ 161,75
€ 885 eigen risico	- € 20,00
Aanvullend**	€ 21,75
Aanvullend Tand****	€ 59,25

Totaal per maand
€ 222,75

 Voeg partner/kind toe

We staan voor je klaar

Heb je een vraag? Wil je ergens meer over weten?

071 751 00 51 

Open op maandag t/m vrijdag van 08:00 tot 20:00 en zaterdag van 09:00 tot 13:00.

Voordelen

- De verzekering is makkelijk te vinden.
- Bij het kiezen van de verschillende opties is het snel duidelijk wat er in de verschillende pakketten zit.
- Zodra je het pakket hebt samengesteld is er aan de zijkant een duidelijk overzicht met wat je hebt geselecteerd.
- Qua kleur/lay-out ziet het er netjes uit.
- Hieronder staat ook een blok waar je de hulplijn kunt bellen.
- Hij slaat je pakket op,

Nadelen

- X

Hierarchy

Bij **CZ** bevindt de hiërarchie zich bij de knop "Bekijk wat we voor jou doen", maar als hierop wordt gedrukt, gebeurt er niets. Bovenin de menubalk is er een kopje over zorgverzekering. Het berekenen van de premie moet makkelijker vindbaar zijn. Er wordt direct gevraagd naar de collectieve verzekering, wat handig is. Vervolgens staan er in verschillende vakken informatie. De meest gekozen optie is aangegeven met een contrasterende kleur, wat handig is. De aanvullende opties zien er echter nog een beetje chaotisch uit. Het zou beter zijn als alleen de prijs en naam worden weergegeven, aangezien er al een vergelijkknop bij staat. In de winkelmand is alles duidelijk te zien, omdat er verschillende kleuren worden gebruikt. Je weet meteen hoe je verder gaat, omdat die knop opvalt door de kleur.

Bij **Zekur** is er duidelijk een knop om je premie te berekenen, maar het probleem is dat dit voor zzp'ers is en dat is niet meteen duidelijk. Pas bovenin, bij "Verzekeringen", staat "Zorg" en daarna "Premie". Vervolgens kun je kiezen tussen twee verzekeringen. Er is veel witruimte die de pagina onnodig vult, waardoor het onduidelijk wordt. Verder is alles wel duidelijk. Zekur heeft eigenlijk een goede site, maar er is te veel witruimte en het berekenen van de premie is niet te makkelijk te vinden.

Bij **Zilveren Kruis** zie je als eerste de knop "Check veranderingen", dus je wordt geneigd om daarop te drukken. Maar als je een klein beetje scrolt, zie je de knop voor het berekenen van de premie. Nadat je je geboortedatum hebt ingevuld, zie je alle categorieën die je moet invullen. Alles zit in dropdownmenu's, wat het overzichtelijk maakt. Een probleem is dat zodra je iets hebt gekozen, het scherm meteen naar de volgende categorie scrolt, waardoor je niet in één oogopslag kunt zien met welke categorie je bezig bent. Als dit langzamer en duidelijker zou gebeuren, zou het beter zijn.

Voor de ideale proces moet de volgende allemaal toegepast worden:

- Zorgpremie berekenen moet duidelijk op de homepagina zijn.
- Niet te veel tekst in eerste blik.
- Verschillende pakketten kunnen vergelijken. Dit hoeft niet heel veel op te vallen
- Illustraties.
- Duidelijk contrasterende kleuren bij de knoppen om verder te gaan naar de volgende stap.

Accessibility

De evaluatie van de premie-berekeningspagina's van CZ, Zilveren Kruis, en ZEKUR, waarbij toegankelijkheidsrichtlijnen zoals die van de Nielsen Norman Group en Material UI-principes zijn toegepast.

CZ

De site biedt duidelijke knoppen voor snelle navigatie, maar de visuele hiërarchie kan worden verbeterd, vooral voor oudere gebruikers. Grotere knoppen en meer witruimte zouden voor een rustigere en overzichtelijkere lay-out zorgen. Bovendien ontbreekt er soms een duidelijke focus-indicator bij toetsenbordnavigatie, wat essentieel is voor mensen die geen muis gebruiken.

Het gebruik van moeilijke woorden, zoals “verrekenpremie,” kan verwarrend zijn. Het verduidelijken van deze termen in begrijpelijke taal zou helpen bij ouderen of minder technisch onderlegde gebruikers.

Mobile-first design: De pagina is grotendeels geoptimaliseerd voor mobiel gebruik, wat belangrijk is voor ouderen die vooral smartphones gebruiken.

Zilveren kruis

De stap-voor-stap aanpak is gebruiksvriendelijk daarnaast is het gebruik van iconen ook erg goed geïntegreerd, maar een voortgangsbalk zou helpen om gebruikers, vooral minder technisch onderlegden, beter inzicht te geven in waar ze zich in het proces bevinden.

Hoewel het kleurgebruik vaak aan de richtlijnen voldoet, kunnen sommige lichte blauwtinten moeilijk leesbaar zijn voor mensen met visuele beperkingen. Verbeterde contrasten zouden de toegankelijkheid vergroten.

De uitleg bij keuzes zoals het eigen risico is positief, maar er zouden meer tooltip-iconen toegevoegd kunnen worden voor extra verduidelijking zonder de pagina te hoeven verlaten.

ZEKUR

De eenvoud van de ZEKUR-site is een voordeel voor ouderen en mensen met cognitieve beperkingen. Toch kan het ontwerp soms te minimalistisch aanvoelen. Meer visuele aanwijzingen en labels zouden het duidelijker maken waar de gebruiker zich in het proces bevindt.

Er is geen duidelijke foutmelding wanneer er iets misgaat bij het invullen van een formulier. Duidelijke en behulpzame foutmeldingen zouden gebruikers met minder technische kennis ondersteunen bij het oplossen van fouten.

Dingen die alle sites missen

Voice-over en spraakbesturing: Integreer spraakassistentie of optimaliseer voor schermlezers (ARIA-labels, <https://developer.mozilla.org/en-US/docs/Web/Accessibility/ARIA/Attributes/aria-label>) om de site toegankelijker te maken voor mensen met visuele beperkingen.

Voortgang indicatoren deze helpen gebruikers, vooral ouderen of mensen met cognitieve beperkingen, om hun positie in het verzekeringskeuzeprocess beter te begrijpen.

Consistency

De website van ZEKUR toont over het algemeen een goede consistentie in verschillende aspecten zoals kleuren, lettertypen, afbeeldingen en structuur:

Merkleuren

De kleuren van zeker zijn lichtgroen/lime donkergroen en oranje, deze kan door de hele site terug worden gevonden wat goed is omdat er dan geen verwarring wordt gecreëerd.

Layout

De layout is over het algemeen vrij overzichtelijk maar er kunnen nog wat aanpassingen worden gedaan zo zijn er bijvoorbeeld op de homepage, verschillende menu's die beter kunnen worden uitgelijnd en anders zouden kunnen worden verwerkt. Ook qua tekst tijdens het kiezen van de verzekering is het consistent alleen de selectie 'boxes' staan wel door elkaar heen deze zouden allemaal hetzelfde moeten zijn om zo een uniforme beleving te creëren.

Afbeeldingen

De foto's zijn beperkt maar strategisch gebruikt, ze focussen vooral op mensen in alledaagse situaties, wat het merk persoonlijk en laagdrempelig houdt.

Lettertypen

Het gebruik van eenvoudige, goed leesbare sans-serif lettertypen draagt bij aan de toegankelijke en transparante uitstraling. Er is consistentie in kopteksten en alinea's, waardoor het en professioneel overkomt.

Verbeteringen

Om ervoor te zorgen dat kiezen van een zorgpakket zo toegankelijk mogelijk is voor iedereen zijn er de volgende oplossingen bedacht:

Eenvoudige navigatie en layout

Oudere mensen en mensen met cognitieve beperkingen kunnen moeite hebben met ingewikkelde interfaces met veel kleine knoppen of te veel informatie. Een simpele, minimalistische lay-out met duidelijke navigatiepunten vermindert de cognitieve belasting, waardoor het makkelijker wordt om keuzes te maken zonder overweldigd te raken. Onderzoek van de Nielsen Norman Group laat zien dat eenvoudige en intuïtieve navigatie de kans verkleint dat gebruikers de weg kwijt raken op een website.

Grote knoppen en duidelijke iconen

Zorg voor grote, goed herkenbare knoppen met simpele tekst en bijbehorende iconen (bijvoorbeeld een hartje voor gezondheid of een kruis voor medische zorg).

Goede structuur

Beperk de hoeveelheid informatie op elke pagina/keuze-onderdeel. Maak gebruik van een stapsgewijze gids (bijvoorbeeld 3 stappen: persoonlijke gegevens, keuze zorgverzekeringspakket, bevestiging) zodat de gebruiker eenvoudig door het proces geleid wordt. Houd de gebruiker als het ware aan de hand door het proces heen.

Hulp door video's

Bied een optie aan om pakketten te bekijken doormiddel van video uitleg, dit helpt mensen die niet veel van zorgverzekeringen af weet, maar daarnaast ook ouderen. Veel ouderen of gehandicapten vinden het prettig om persoonlijke hulp te ontvangen. Door video's, kunnen gebruikers snel en eenvoudig hulp krijgen, wat frustratie vermindert en helpt het proces van verzekeringsselectie te voltooien. Dit is vooral belangrijk voor gebruikers die onzeker zijn over technologie en liever menselijke begeleiding krijgen.

Toegankelijkheid opties

Zo moet ervoor gezorgd worden dat schermlezer comptabiliteit ingebouwd wordt, daarnaast ook de mogelijkheid voor de lettergrote en contrast aan te passen. Ten slotte moet er ook rekening worden gehouden met toetsenbordnavigatie.

Veel gebruikers met visuele beperkingen maken gebruik van schermlezers of hebben moeite met het lezen van kleine tekst of tekst met weinig contrast. Door aanpasbare tekstgroottes en contrastopties aan te bieden, wordt de site toegankelijker voor deze

groep. Toetsenbordnavigatie is essentieel voor mensen met motorische beperkingen of voor wie het gebruik van een muis lastig is. De principes van Material Design moedigen aanpasbare interfaces aan om de toegankelijkheid voor alle gebruikers te verbeteren.

Fysieke hulp

Er zou fysieke hulp moeten aangeboden, zo zou er bijvoorbeeld telefonische hulp moeten worden aangeboden maar ook kan er gebruik worden gemaakt van screen-sharing functies die tegenwoordig in meeste browsers zitten ingebouwd. Zo er op afstand hulp worden geboden aan mensen die minder toegankelijk zijn.

Oplossingen

Digitale ‘brief’

Een manier om fysieke brieven te integreren in een digitale zorgverzekeringssite is door een “digitale briefervaring” te creëren. Dit kan worden gedaan met een interface die de traditionele ervaring van het lezen en invullen van een formulier nabootst. Hieronder wordt uitgelegd hoe dit werkt.

(<https://www.computable.nl/2019/02/04/digibete-ouderen-klagen-over-opkomst-online/>)

Startpagina keuze tussen digitale en fysieke ervaring

De gebruiker krijgt twee opties: de standaard digitale interface of de "Brievenservice". Deze laatste is bedoeld voor mensen die de voorkeur geven aan fysieke brieven, maar toch online willen werken.

Brievenservice Interface

Na het kiezen van de Brievenservice, wordt een interface gepresenteerd die eruitziet als een klassieke brief:

Papieren lay-out, het scherm lijkt op een vel papier, compleet met marges en een lettertype dat doet denken aan handgeschreven tekst. In plaats van gewone webformulieren, lijkt het formulier op een handgeschreven brief. Gebruikers kunnen velden zoals naam en adres invullen alsof ze een echte brief invullen. Daarnaast kan er door de digitale pagina's gebladerd worden alsof ze door een stapel papieren gaan, wat de ervaring van een papieren proces nabootst.

De site biedt stapsgewijze begeleiding, net zoals bij het invullen van een fysieke brief: instructies bovenaan de pagina leggen eenvoudig uit wat ingevuld moet worden. Visuele aanwijzingen markeren de velden die ingevuld moeten worden, zodat het lijkt alsof je met

een pen een document invult Spraakbegeleiding kan elk veld uitleggen voor gebruikers die minder visueel zijn ingesteld. Ten slotte kunnen gebruikers de brief afsluiten door digitaal te ondertekenen met een vinger of stylus op een tablet, wat het proces persoonlijker maakt.

Kopie per post

Na het digitaal invullen kunnen gebruikers ervoor kiezen om een fysieke kopie van hun ingevulde brief thuis te laten bezorgen voor extra zekerheid.

Waarom?

Vertrouwdheid, Ouderen en mensen die minder digitaal vaardig zijn, voelen zich vaak comfortabeler met papieren documenten. Door een digitale ervaring te creëren die dit nabootst, voelen gebruikers zich meer op hun gemak.

Eenvoudig, Het proces is overzichtelijk en wordt in kleine stappen aangeboden, zoals bij een fysieke brief, wat het gebruiksvriendelijk maakt.

Toegankelijkheid, De lay-out met grotere tekst, eenvoudige taal en spraakondersteuning maakt het voor mensen met visuele of cognitieve beperkingen gemakkelijker om de informatie te begrijpen.

Screen Sharing

Een schermdeel-functie op een zorgverzekeringssite kan een waardevolle toevoeging zijn om gebruikers te ondersteunen die moeite hebben met het begrijpen van complexe digitale processen, zoals ouderen of mensen met beperkte technische vaardigheden. Hiermee kunnen gebruikers hun scherm in real-time delen met een klantenservicemedewerker, zodat die hen kan begeleiden bij het invullen van formulieren of het navigeren door de website.

Moderne browsers zoals Google Chrome, Microsoft Edge en Firefox ondersteunen al WebRTC-technologie (<https://webrtc.org/>) voor communicatie zoals video screen sharing. Deze technologie kan eenvoudig worden ingeschakeld zonder dat gebruikers extra software hoeven te installeren. De zorgverzekeringssite kan een knop bieden met bijvoorbeeld de tekst “Deel mijn scherm”.

Door op deze knop te klikken, kunnen gebruikers direct hun scherm delen via WebRTC. Tijdens het navigeren of het invullen van formulieren kunnen gebruikers de knop “Hulp nodig? Deel uw scherm” aanklikken. Ze worden dan verbonden met een klantenservicemedewerker die via een chat of telefoongesprek real-time kan meekijken en begeleiden. De medewerker kan live aanwijzingen geven, bijvoorbeeld waar gebruikers moeten klikken of hoe ze bepaalde velden invullen. Dit is ideaal voor mensen die zich overweldigd voelen door digitale processen.

Voorbeelden

Formulieren invullen

Als een gebruiker moeite heeft met het invullen van een formulier, kan de medewerker stap voor stap uitleggen hoe de velden ingevuld moeten worden.

Website-navigatie

Als gebruikers verdwalen in een complexe website, kan de medewerker direct zien waar het misgaat en meteen helpen.

Keuze

Na ons onderzoek naar de drie bedrijven is er gekozen om het aansluitproces van Zekur te verbeteren. Hoewel Zekur al op de juiste weg zit, zijn er zeker nog verbeterpunten. De illustraties dragen bij aan de duidelijkheid, maar de overbodige witruimte maakt het proces juist weer onduidelijk. Door de grote elementen op de pagina past er weinig op het scherm, wat het proces onoverzichtelijk maakt.

Zekur richt zich vooral op jongeren en mensen met een lage premie. Hierdoor is het aansluitproces eenvoudig, maar soms té eenvoudig, wat kan leiden tot beperkte informatie. Dit kan voor onduidelijkheden zorgen over de voorwaarden, wat een belangrijk verbeterpunt is.

Hoewel de prijsstructuur helder is, ontbreekt er soms verduidelijking over wat wel en niet gedekt wordt. Dit kan verbeterd worden door meer uitleg toe te voegen, zodat klanten bewuster kunnen kiezen.

De eenvoud die Zekur biedt, is een concurrentievoordeel, maar er kan meer differentiatie worden gecreëerd. Door gepersonaliseerde aanbevelingen te doen op basis van de ingevulde gegevens, kan het proces relevanter en gebruiksvriendelijker worden gemaakt.

Tot slot zijn er grote kansen voor digitale innovaties, zoals het gebruik van AI-ondersteuning, betere navigatie en een mobiele app. Deze verbeteringen zouden Zekur's positie in de markt versterken, vooral onder jongeren en technisch onderlegde klanten.