



Pedro Matthyssens (CEO Vanbreda Risk & Benefits)

# “Word een platformbedrijf... of u overleeft het niet”

**Nog niet zo lang geleden boekte Vanbreda Risk & Benefits 0 euro online. Binnen 5 jaar wil de verzekeringsmakelaar een kwart van zijn omzet halen uit online activiteiten. “Platformen zijn de sleutel tot de toekomst”, oordeelt CEO Pedro Matthyssens. “Bedrijven die vandaag geen platform bouwen, overleven het niet.”**

‘Raad eens? Ken je de meest waardevolle bedrijven ter wereld?’, zo vraagt Pedro Matthyssens, CEO van Vanbreda Risk & Benefits. Steevast denken veel mensen nog aan banken en pharma- en chemiereuzen als ze waardevolle bedrijven zoeken.

## Platformdenken in 3 stappen

Maar de wereld is veranderd. Het zijn softwarebedrijven als Microsoft, Apple, Amazon, Alphabet en Facebook die de topposities beheersen in de lijst van de meest waardevolle bedrijven.

“Opvallend is dat deze bedrijven geen tot weinig activa hebben”, zegt Matthyssens. “AirBnB heeft geen enkel hotel. Uber heeft geen enkele auto. Daarentegen genereren ze waarde

door intellectuele eigendommen, software en platformen. Dat doen ze door soms hun platformen gratis weg te geven, zoals Facebook.”

---

**“We willen de loodgieter worden van de verzekeringsindustrie in België.”**

---

## Drie axioma's

“De huidige tendens moet iedereen doen nadenken over hoe die succesvol wil zijn in de toekomst”, zegt Matthyssens. Drie axioma's vindt hij daarbij belangrijk.

- **Stap 1.** Geloof dat elk bedrijf een techbedrijf moet worden of dat het anders geen bestaansredenen meer zal kennen.
- **Stap 2.** Denk na hoe u in uw sector een platform kan bouwen dat klanten een sublieme ervaring schenkt.
- **Stap 3.** Investeer in IT en marketing.

Om de eerste stap te zetten, volstaat het om te kijken naar de succesvolle businessmodellen van drie waardevolle bedrijven: de Chinese verzekeraar Ping An, de Amerikaanse retailreus Amazon en revelatie in de auto-industrie Tesla (Lees 'Welk platformbusinessmodel past u?'). Maar wie in stap 2 zoekt naar eigen kansen, mag zich niet blindstaren op de grote Amerikaanse bedrijven.

#### Ook voor kmo's

De platformeconomie is er ook voor kmo's en starters. Zo ontstonden in Nederland platformen als Booking.com, TakeAway en Ace & Tate. En ook voor Belgische bedrijven liggen er opportuniteiten open.

Elke huidige business heeft de potentie om een platformbusiness te worden, gelooft Matthynssens. "Ik vind de brillenverkoper Ace & Tate een inspirerend voorbeeld voor kmo's", zegt hij. "Deze Nederlandse start-up ontwerpt en produceert geen brillen. Wel vindt het een

nieuw businessmodel in zijn sector uit. Via hun platform laten ze consumenten op de gemakkelijkste manier brillen kiezen, namelijk thuis. Het gamma bevat brillen van kleinere Italiaanse familiebedrijven en Chinese producenten. De

### "Binnen 5 jaar willen we een vierde van onze omzet uit platformen halen."

klant krijgt een doosje met drie brillen thuis, kiest de bril die hem of haar het beste past en stuurt alles terug. Niet veel later valt de nieuwe bril in de brievenbus."

"Iedereen in elk bedrijf zou met deze uitdagingen en digitale oplossingen bezig moeten zijn", vindt Matthynssens. "Vraag je af: Wat zijn de opportuniteiten? Welke bedreigingen spelen er in je sector? Aan welke platformen kun je

je karretje koppelen? Waar kan je additioneel iets doen?"

#### Van 0 naar 25 miljoen euro online

Vanbreda Risk & Benefits zit zelf in de derde stap. "We investeren al een paar jaar 10% van onze omzet in technologie, ofwel meer dan 10 miljoen euro per jaar", zegt Matthynssens. "Hieruit ontstond onder meer VanbredaConnect, een platform dat het onze klanten gemakkelijker maakt om hun verzekeringen en schadegevallen online te beheren. Voortaan kunnen ze hun dossiers opvolgen zoals een postpakketje. Ze zien welke gegevens ze nog moeten ingeven, in welke fase hun dossier zit en wanneer de uitbetaling volgt. Daarnaast hebben we een platform gebouwd om online polissen af te sluiten en een app om hospitalisaties en medische kosten te kunnen indienen."

Net zoals Amazon stelt Vanbreda zijn platformen open. "We willen onze software zo snel mogelijk in de handen krijgen van anderen, ook al zijn dat concurrenten. Het klinkt misschien raar, maar we willen de loodgieter worden van de verzekeringsindustrie in België."

Het resultaat? Vanbreda verkocht tot nu toe al 4000 polissen online, zonder dat de makelaar of verzekeraar hoefden tussen te komen. 1,2 miljoen mensen kunnen de claims van hun hospitalisatieverzekering afhandelen via de app. En health care verzekeraars kunnen ervoor kiezen om hun volledige business uit te besteden aan Vanbreda. Via een whitelabel-platform doet het dat nu al voor vier Belgische verzekeraars.

De platformen die vandaag nog niet allemaal winstgevend zijn, maar wel bijdragen aan de totale groei van 5 tot 6% van de verzekeringsmakelaar, beloven een mooie toekomst. "Binnen 5 jaar willen we een vierde van onze omzet uit platformen halen, ongeveer 25 miljoen euro volgens de huidige omzetcijfers."

Tekst Hans Hermans | Foto: GF

## Welk platformbusinessmodel past u?

#### Platform 1: Ping An maakt klanten blij met extra diensten

Ping An wint en behoudt klanten door een ecosysteem te bouwen dat een superieure ervaring biedt. Het lanceert bijvoorbeeld een app waarmee patiënten op afstand een diagnose aan een dokter vragen, inclusief een voorschrift voor medicijnen. De apps leveren 40% van de nieuwe klanten aan.

#### Platform 2: Amazon stelt platform open voor concurrenten

Tot 2004 was Amazon enkel de grootste webwinkel ter wereld. Maar sinds het zijn eigen sterke technologie verkoopt aan andere bedrijven, gaan de cijfers helemaal door het dak. Vandaag haalt Amazon 25 miljard dollar omzet en 70% van de winst uit webservices.

#### Platform 3: Tesla bouwt de toekomst

Tesla koppelt revolutionair nieuwe technologieën aan elkaar: de (zelfrijdende) auto's, de beste technologie om auto's op te laden, batterijen om thuis energie op te slaan en dakpannen met ingebouwde zonnecellen. Als kers op de taart zegt Elon Musk dat elke Tesla-eigenaar kan verdienen aan zijn auto door aan carsharing te doen. Bovendien worden de data die tijdens het rijden verzameld worden, gebruikt om te zien of de verzekeringspremies van voorzichtige chauffeurs kunnen dalen.