



Ilse Broekhuizen-
Bosland: 'Ons vak
is juist niet saai en
daarom ook zeer
interessant voor
jongeren.'

HET ADVIESVAK LEUKER, BEGRIJPELIJKER EN TOEGANKELIJKER MAKEN. DAT IS DE MISSIE VAN ILSE BROEKHUIZEN-BOSLAND (40) VAN JUFFROUW POLIS UIT DRONTEN. EN DAT DOET ZE MET SUCCES. UIT HET HELE LAND IS ER INTERESSE VOOR HAAR FIJN THUISPAKKET EN HET VROLIJK ZAKENDOENPAKKET. HAAR GEHEIM? PASSIE OM MENSEN TE HELPEN, LIEFDE VOOR HET ADVIESVAK EN VIA VIDEO'S, VLOGS EN ONLINE CONTENT LATEN ZIEN HOE LEUK EN INTERESSANT HET ADVIESVAK IS, JUIST OOK VOOR JONGEREN.

Een aantrekkelijker en toegankelijker adviesvak

TEKST WILLEM VREESWIJK | BEELD PETER BEEMSTERBOER

Ilse kwam in 2018 in dienst bij AFB, het traditionele all round assurantiëkantoor van vader Rob Bosland, ook bij het gesprek aanwezig. Na achttien jaar bij diverse verzekeraars te hebben gewerkt, begon hij in 2004 voor zichzelf met helemaal niets, zonder de aankoop dus van een portefeuille. Hij maakte de overstap omdat hij persoonlijk contact met klanten wilde hebben en wilde werken vanuit hun belang. En dat werkte. Hij heeft nu een goedlopend kantoor met circa 900 klanten die hij allemaal persoonlijk kent en van adviezen voorziet.

Zo vader zo dochter. Ook Ilse werkte jarenlang voor corporates. In haar geval waren het banken. Hoewel ze er veel heeft geleerd, vond ze het lastig dat niet altijd het klantbelang voorop stond, maar dat het toch vooral ging om de hoeveelheid producten die je wist te verkopen. Het stuitte haar vreselijk tegen de borst als klanten producten werden aangesmeerd. "In 2018 ging ik aan

de slag in het kantoor van mijn vader. Vanaf de eerste dag had hij vertrouwen in mij en betrok hij me bij allerlei ondernemersvraagstukken. Daar heb ik veel van geleerd en ik ben hem hier enorm dankbaar voor. Eindelijk kon ik mezelf zijn. Ik weet uit ervaring hoe belangrijk het adviesvak voor mensen kan zijn. Mijn drijfveer is om mensen te helpen zoals ik zelf graag geholpen zou willen worden."

VLOGS

Het viel Ilse op dat klanten veel vragen hadden. Over de verzekeringen, over de dekking, over een afwijzing van een schade, enzovoorts. "Mensen lezen geen polisvoorwaarden, behalve als het onheil al is geschied en dan nog begrijpen ze het vaak niet. Het ontbreekt aan een heldere, duidelijke uitleg van verzekeringsproducten en diensten. Dat moet toch anders kunnen, dacht ik. Wat me tijdens bijeenkomsten ook opviel, was dat ik

UIT DE ADVIESPRAKTIJK

vaak de jongste was. De gemiddelde leeftijd bij verzekeringscongressen was veel hoger. Er was en is maar weinig belangstelling vanuit jongeren voor het adviesvak, terwijl ons vak juist zo relevant en interessant is. We weten zo goed als alles van onze klanten, staan klaar bij voor- en tegenspoed. Dat mooie vak verdient meer erkenning en belangstelling. Via social media, zo dacht ik, zou het toch mogelijk moeten zijn om op een leuke en toegankelijke manier mensen inzicht te geven in producten en diensten en ook te laten zien hoe aantrekkelijk ons vak is. Ooit ambieerde ik een televisiecarrière, dus door zelf vlogs over verzekeringen te gaan maken, kon ik twee vliegen in één klap slaan”, zegt ze lachend. Het idee van Juffrouw Polis was geboren.

In mei 2019 publiceerde ze haar eerste vlog. “Op een leuke, gezellige manier vertelde ik over het adviesvak. Ik vond het leuk om te doen. Ik had helemaal geen vooropgezet plan om er een onderneming van te maken. Juffrouw Polis bleek echter een succes te zijn. Ik kreeg reacties uit het hele land.”

APART LABEL

Tot eind 2020 werden klanten ondergebracht bij het kantoor van haar vader, maar omdat de belangstelling toe bleef nemen, werd Juffrouw Polis een apart label. Een eigen opvallende rozekleurige site werd gelanceerd, een logo met daarin een knipoog werd ontworpen en met ondersteuning van het Assuradeuren Gilde kwam er een eigen aanbod in de vorm van het Fijn Thuispakket en het Vrolijk Zakendoenpakket. Alleen die namen

zeggen al alles over haar niet onorthodoxe benadering. “Ik kon me toeleggen op mijn passie: mensen in begrijpelijke taal uitleggen hoe het werkt. Pas als mensen begrijpen wat ze eventueel aanschaffen, kunnen ze ook de juiste vragen gaan stellen. Mijn video’s en andere content moeten een trigger zijn voor mensen om te denken: hé, ik moet dit beter regelen, ik ga mij laten informeren door een adviseur. Het zou dan natuurlijk mooi zijn als ze mij benaderen, maar doen ze dat bij een andere adviseur dan is dat natuurlijk helemaal prima. Wat mij betreft zijn we allemaal collega’s en moeten we de handen in één slaan, een goed advies is het belangrijkste. Als men die adviseur maar opzoekt, zodat wij de vraag goed kunnen toelichten.”

Juffrouw Polis is niet onopgemerkt gebleven. In 2019 won ze de Aandacht voor Morgen Award 2019 van Aegon, in 2021 werd ze voor de jury van de VVP Advies Award gekenschetst als een van de meest klantgerichte kantoren van Flevoland en recent kwam ze met stip op plek honderd binnen in de AM 100 Topvrouwen 2021. “Blijkbaar val je op als je de branche wilt ontdoen van het saaie imago en als je jongeren probeert warm te maken voor ons vak.”

Ilse heeft in Dronten inmiddels een evenknie in de makelaarswereld. Haar vriendin Angela Timmerman richtte Mevrouw Vastgoed Makelaardij op. Met een missie om die wereld toegankelijker en transparanter te maken. Mensen die enthousiast zijn over de werkwijze van Juffrouw Polis zullen dat ook zijn over die van Mevrouw Vastgoed Makelaardij en andersom.

Inmiddels blijkt dat haar label landelijk zeer succesvol is en Ilse draagt daarmee het intermediair een warm hart toe en wil dit ook blijven uitstralen. “Voor mij is persoonlijk contact heel belangrijk. Ik wil iedereen persoonlijk te woord staan, of klanten nu in Groningen, Limburg of Zeeland wonen. Daarnaast wil ik vooral mijn vlogs en video’s blijven maken. Daar krijg ik energie van en daar hebben mensen baat bij.”

RISIGO

Zo plaatst ze video’s op Youtube en deelt ze content op Facebook, Instagram, LinkedIn en Twitter. In bijvoorbeeld de rubriek ‘een lesje van Juffrouw Polis’ geeft ze inzicht in de belangrijkste aspecten van een bepaalde verzekering, gaat ze in *PolisPraat* in op vragen van klanten of consumenten en neemt ze in ‘Op pad met Juffrouw Polis’ de kijkers mee in de wereld van de verzekeringsadviseur. Daarnaast ontwikkelt ze RisiGo, interactieve gastlessen waarmee ze de jeugd kennis wil laten maken met het interessante verzekeringsvak. “Leerlingen weten helemaal niet hoe leuk ons vak is. Daar moeten we verandering in brengen. Ik zou dit graag willen oppakken met andere jonge, frisse advieskantoren.” ■

