



Communicatiejaarplan 2024

18 december 2023



Inhoudsopgave

1. Missie en visie
2. Hoe bereiken we dat?
3. Strategische pijlers
4. Doelgroepen
5. Terugblik strategische pijlers 2023
 - Verhogen pensioenbewustzijn in 2023
 - Service werkgevers en informeren adviseurs in 2023
 - Inzicht in de financiële situatie van het fonds in 2023
6. Pensioenontwikkelingen
7. Campagnes 2024
 - Verhogen pensioenbewustzijn in 2024
 - Service werkgevers en informeren adviseurs in 2024
 - Inzicht in de financiële situatie van het fonds in 2024
 - Campagnematrix
 - KPI's 2024
 - Campagnekalender 2024
 - Deelnemers – Indeling edities en thema's (PensioenActueel, webinars, SBZ Academy)
 - Werkgevers – Indeling middelen & thema's
 - Adviseurs – Indeling middelen & thema's

1. Missie en visie

Onze missie (wie zijn we?)

SBZ Pensioen is hét pensioenfonds voor werknemers, ex-werknemers en gepensioneerden van werkgevers in de sector van financiële en zakelijke dienstverleners. Het fonds voert de pensioenregeling voor de toekomst uit in het belang van onze deelnemers en verzekert de (ex)-deelnemers en de familieleden daarmee van een goed inkomen voor later. Onze klanten ervaren ons als vertrouwd, flexibel en persoonlijk.

Onze visie (Waar willen we naartoe?)

Pensioen is mensenwerk. We staan in voor een persoonlijke benadering. We voelen ons nauw verwant met onze sector. Als vrijwillig fonds zijn we vertrouwd met de omstandigheden en wensen van de markt. We zijn ervan overtuigd dat we ons kunnen blijven onderscheiden met sectorspecifiek maatwerk, hoge kwaliteit in producten en service tegen marktconforme kosten. Onze omvang en gezonde financiële basis helpen ons in efficiency en flexibiliteit, en ook in innovatie. Door beheerste groei kunnen we onze kosten per deelnemer verlagen. En dat komt ten goede aan het pensioen. Bij nieuwe ontwikkelingen voelen we ons thuis in de voorhoede. Zowel bij doorontwikkeling van pensioenregelingen als een verantwoord en duurzaam beleggingsbeleid.

2. Hoe bereiken we dat?

Een duurzame toekomst

- Onze klanten kiezen vrijwillig voor aansluiting. We zijn daarom gewend om goed naar onze klanten te luisteren.
- Door permanente innovatie en digitalisering zijn we met een breed productenaanbod klaar voor het nieuwe stelsel. Maar de ontwikkeling gaat door, elke dag. Het houdt ons en onze partners scherp.
- Ons beleid van duurzaam en verantwoord beleggen leverde ons een solide financiële positie op. Daar gaan we dus vol overtuiging mee door. We zorgen dat we ons steeds blijven ontwikkelen op dit vlak, want stilstand is achteruitgang.
- We zien een beheerste groei als voorwaarde voor kostenbeheersing. Minder kosten per deelnemer betekent meer pensioen. En groei leidt tot meer slagkracht en wendbaarheid.
- Wij stellen hoge eisen aan onze bestuurders en onze partners. Door onze wortels en achtergrond in de financiële sector zijn we goed in staat om onder onze deelnemers goede niet-uitvoerende bestuurders te werven. Ons professionele uitvoerend bestuur zorgt voor een goede dagelijkse aansturing van het fonds en reageert slagvaardig op alle relevante ontwikkelingen.

2. Hoe bereiken we dat?

De deelnemer staat centraal

- De risicohouding en communicatie is specifiek afgestemd op onze deelnemersgroepen.
- De communicatie brengt onze deelnemers laagdrempelig en persoonlijk inzicht en overzicht, waardoor ze zich bewust zijn van een inkomen voor later.
- We brengen persoonlijke keuzebegeleiding op een hoger plan en oriënteren ons op zaken als financiële planning en een meer integraal aanbod.
- We leren van onze deelnemers via ons deelnemerspanel en deelnemersonderzoeken.
- We brengen onderwerpen in bij de Pensioenfederatie, Tweede kamer en DNB in het belang van deelnemers.

Aantrekkelijk voor werkgevers

- We ontzorgen onze werkgevers in een persoonlijke, hechte samenwerking bij één van de belangrijkste arbeidsvoorwaarden.
- Wij zetten in op flexibiliteit en maatwerk voor werkgevers, binnen solide kaders en randvoorwaarden zoals een volledig geautomatiseerde en daardoor zeer kosten- efficiënte procesverwerking
- Onze vooroplopende digitale dienstverlening blijft onderwerp van constante verbetering. We innoveren zodat werkgevers ook in de toekomst hun medewerkers kunnen voorzien van een goed en betaalbaar inkomen voor later.
- We maken onszelf beter zichtbaar en relevant bij (nieuwe) werkgevers en in de media.

2. Hoe bereiken we dat?

Keuzebegeleiding

- SBZ Pensioen beoogt met keuzebegeleiding dat deelnemers zich bewust zijn van de mogelijkheden, de voor- en nadelen van bepaalde keuzes en dat zij keuzes maken die bij hen passen. We beogen ook het creëren van realistische verwachtingen. Zo voorkomen we voorzienbare teleurstellingen.
- SBZ Pensioen heeft een betrekkelijk hoge ambitie voor keuzebegeleiding waarbij ook het geven van advies niet wordt geschuwd, maar dat wel wil beperken tot alle informatie van de eigen regeling en niet daarbuiten.

3. Strategische pijlers

Onze strategische pijlers zijn het vertrekpunt voor de communicatie:

- **Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken**

We geven inzicht, overzicht en uitzicht. We informeren over de regelingen en de gevolgen van actualiteiten zoals Pensioenakkoord. We laten handelingsperspectief zien zodat deelnemers zelf keuzes kunnen maken in hun pensioen. We begeleiden bij het maken van keuzes rondom pensioen, bijvoorbeeld bij het kiezen van een passend risicoprofiel of tussen vast en variabel pensioen. En we activeren deelnemers om bewust keuzes te maken. Daarnaast benadrukken we ook wat hetzelfde blijft met de nieuwe pensioenregeling.

- **Service werkgevers en betrekken van adviseurs**

We ondersteunen en faciliteren werkgevers om hun werknemers te informeren, onder andere met (online) bijeenkomsten, nieuwsbrieven en toegankelijke (digitale) middelen. Daarnaast richten we ons op het bekendmaken van onze propositie bij adviseurs en betrekken we hen bij ontwikkelingen van het fonds. We informeren over belangrijke ontwikkelingen via nieuwsbrieven, pers en LinkedIn. Te denken valt aan Awards, belangrijke MVB-prestaties, wijziging in beleid en nieuwe bestuurs- en VO-leden.

- **Inzicht in de (financiële) ontwikkelingen bij het fonds**

We helpen deelnemers door hen inzicht te geven in de situatie van het fonds. Zo informeren we over dekkingsgraad (MLR) en de 'beleggingskoers' in combinatie met de 'pensioenkoers' (BPR/NPR). We vergroten hun kennis over beleggen en de invloed van de rente op hun pensioen. Ook informeren we over ons MVB-beleid en ontwikkelingen in MVB (Maatschappelijk Verantwoord Beleggen).

4. Doelgroepen

Primaire communicatiedoelgroepen

In onze communicatie kijken we naar de fase waarin de deelnemer zich bevindt. We kijken welke informatie wanneer belangrijk is voor de deelnemer en welke life events daarbij een rol spelen. Per campagne kijken we voor welke doelgroep of doelgroepen deze interessant is. De doelgroepen vormen een leidraad en kunnen naar gelang de boodschap worden aangescherpt in bijvoorbeeld leeftijd. Het onderscheid in doelgroepen wordt vooral ingezet bij de campagnes. Voor de wettelijke/basis communicatie geldt dat de informatie vaker gelijk zal zijn voor de gehele populatie.

Primaire communicatiedoelgroepen



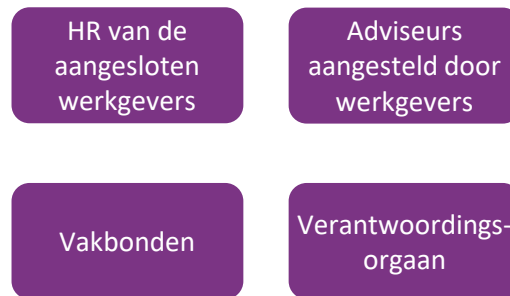
* Dit zijn termen voor intern gebruik

4. Doelgroepen

Secundaire communicatiedoelgroepen

Naast de primaire communicatiedoelgroep onderscheiden we secundaire doelgroepen. Een deel van deze doelgroep valt buiten scope van dit communicatieplan. Het fonds heeft stakeholders, zoals werkgever, vakbonden en toezichthouders. Daarnaast zijn er interne doelgroepen zoals het Verantwoordingsorgaan. Het totale speelveld beslaat veel verschillende partijen. Dit plan richt zich enkel op de communicatie met de primaire communicatiedoelgroep.

Secundaire doelgroepen binnen de scope van dit communicatieplan



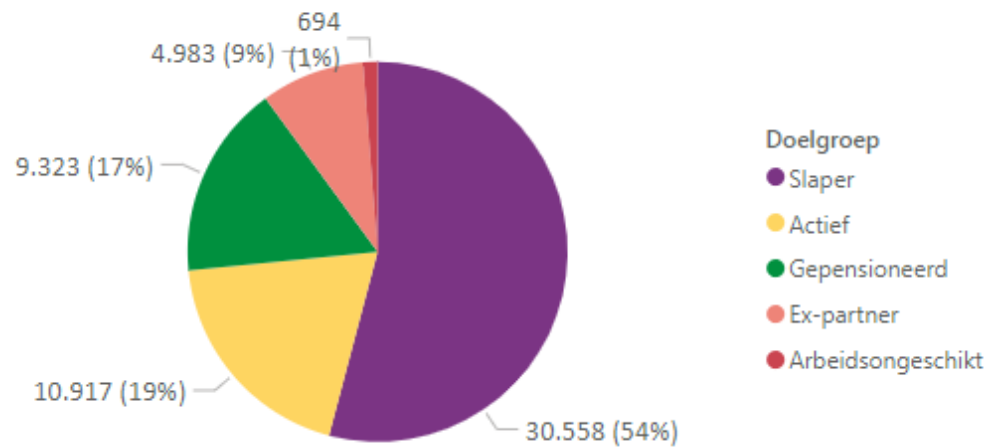
Secundaire doelgroepen buiten de scope van dit communicatieplan



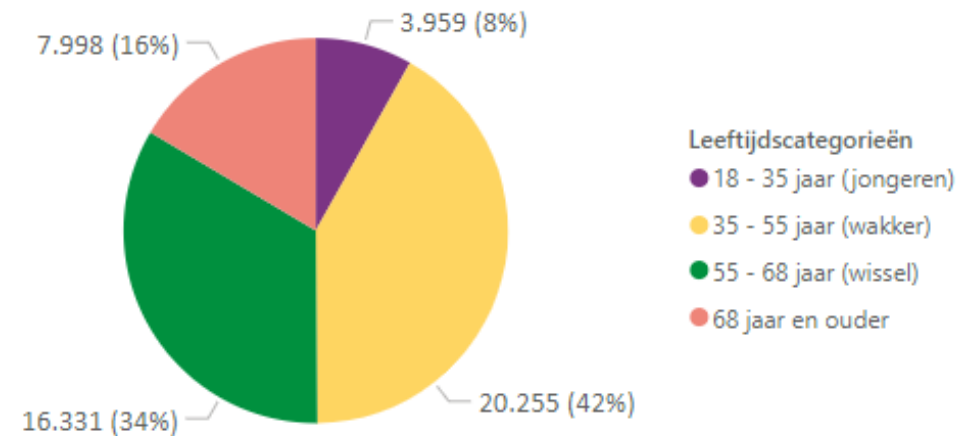
4. Doelgroepen

Kenmerken deelnemerspopulatie (meetdatum 11-12-2023)

Verdeling op basis van Doelgroep



Verdeling op basis van Leeftijdscategorieën



Totaaloverzicht doelgroepen

Totaal	48.543	Actieven	10.917
Slapers	30.558	Gepensioneerden	9.323
Ex-partners	4.983	AO'ers	694

Totaaloverzicht leeftijdscategorieën

Totaal	48.543	18 - 35 jaar (jongeren)	3.959
35 - 55 jaar (wakker)	20.255	55 - 68 jaar (wissel)	16.331
68 jaar en ouder	7.998		



*Bovenstaande cijfers laten de aantallen zien op polisniveau. De totaal telling is op deelnemerniveau en is ontdubbeld. Het aantal gepensioneerden is inclusief 1.854 nabestaanden.

4. Doelgroepen

Digitale bereikbaarheid

De digitale bereikbaarheid is verschillend voor basis- en aanvullende communicatie. Dat komt omdat een deelnemer digitaal nee kan selecteren maar wel hun e-mailadres geregistreerd kan hebben. Deze deelnemer mogen we dan *niet* bereiken voor onze basiscommunicatie (wettelijk) maar *wel* voor aanvullende communicatie. Hierdoor is de aanvullende communicatie digitale bereikbaarheid hoger in vergelijking tot de digitale bereikbaarheid binnen basiscommunicatie (wettelijk).

In onderstaande tabellen zien we de digitale bereikbaarheid (in aantal deelnemers en percentages) voor deze 2 doeleinden (basiscommunicatie en aanvullende communicatie) ten opzichte van de totale doelgroep.

Digitale bereikbaarheid basiscommunicatie		
Actieven privé	5.895	55%
Actieven zakelijk	727	6,8%
Slapers	14.616	47%
Gepensioneerden	6.596	72%
Ex-partners	855	17%
Arbeidsongeschikten	498	72%

Digitale bereikbaarheid aanvullende communicatie		
Actieven privé	6.273	59%
Actieven zakelijk	732	7%
Slapers	15.336	49%
Gepensioneerden	7.346	80%
Ex-partners	916	18%
Arbeidsongeschikten	564	82%

4. Doelgroepen

Onderzoek informatiebehoeften per deelnemer

In 2024 bereiden we ons steeds meer voor op de transitie naar het nieuwe pensioenstelsel. Definiëren wat de informatiebehoeften van onze deelnemers zijn, is daar een onderdeel van. Daarom zullen we in 2024 een onderzoek uitzetten voor alle doelgroepen (inclusief de kwetsbare doelgroepen zoals AO'ers en ex-partners) om de informatiebehoefte per doelgroep beter inzichtelijk te krijgen. Het doel van dit onderzoek is definiëren hoe we deze doelgroepen het beste van dienst kunnen zijn in hun informatiebehoeften.

Wat weten we nu al?

Hele doelgroep

Kenmerken bepaald n.a.v. feedbackformulier webinar*

- Webinars zijn een goede informatiebron
- Behoeft aan directe interactie: vragen direct beantwoorden in de chat tijdens een webinar
- Uitleg bij voorkeur aan de hand van praktijkvoorbeelden
- Voorkeur van eigen planning: terugkijken webinar in plaats van live aanwezig moeten zijn

Polls**

- De deelnemer vindt het belangrijk dat informatie in de verschillende middelen (website, nieuwsbrief etc.) gelijk is.
- Het klantteam wordt gezien als deskundige informatiebron.

Jongeren***

- Voorkeur voor beeld in plaats van tekst
- Voorkeur voor kort en bondig
- Voorkeur voor communicatie afstemmen op doelgroep (woordkeuze)
- Voorkeur voor aansprekende teksten

Vorbereidend op pensioen***

- Voorkeur voor overzichtelijke communicatie (bijvoorbeeld niet teveel doorlinken op 1 pagina (onoverzichtelijk))
- Ontvangt alleen relevante communicatie (regeling specifiek)
- Zien het Webinar als goede informatiebron

*bron: evaluatie webinars **bron: poll 'vertrouwen fonds' en 'goed voorbereid met pensioen' ***bron: deelnemerspanel 2021, 2022'

4. Doelgroepen

Meten informatiebehoeften per deelnemer en verbeteren

- **Effectiviteitsmeting campagnes**

We meten de effectiviteit van elke campagne. Elk halfjaar evalueren we websitebezoek en portaalbezoek. Uit deze metingen nemen we de volgende learnings mee. Bijvoorbeeld of bepaalde webpagina's goed vindbaar en hoe worden ze bezocht. Indien nodig spelen we hierop in.

- **Risicobereidheidsonderzoek 2022**

De gemiddelde risicobereidheid past bij de bestaande neutrale Lifecycle in de Beschikbarepremieregeling. Verder bleek dat er een grote spreiding is tussen de deelnemers die (veel) meer of minder risico willen lopen. Eén op de vijf deelnemers zegt een tegenvaller op pensioendatum niet op te kunnen vangen. Het is duidelijk te zien dat deelnemers die een lage risicobereidheid hebben ook vaker aangeven een tegenvaller niet op te kunnen vangen. Eén op de vijf deelnemers heeft naast zijn/haar pensioen niets geregeld. Ouderen hebben gemiddeld het minst aantal andere zaken geregeld voor hun oude dag. We houden hiermee rekening in de communicatie door dit voldoende onder de aandacht te brengen.

- **Evaluatie webinars**

SBZ Pensioen organiseert meerdere webinars per jaar. De onderwerpen variëren van keuzemomenten (waaronder CVP) en beleggen tot het nieuwe Pensioenakkoord. Na ieder webinar evalueren we middels een formulier of een poll naar de deelnemers. Zo kunnen we inspelen op de behoefte van de deelnemer.

- **Deelnemerspanel**

Tweejaarlijks organiseert SBZ Pensioen een deelnemerspanel. Het deelnemerspanel bestaat uit leden met verschillende profielen. Er worden verschillende (nieuwe en bestaande) communicatie uitingen voorgelegd. Door hun feedback kunnen we middelen blijven verbeteren en inspelen op de behoefte van onze deelnemer.

- **Polls op de website**

We zetten verschillende polls uit op de website waarin we vragen hoe de webpagina wordt ervaren en waar de deelnemer zijn feedback kan achterlaten. De reacties hierop nemen we mee in de halfjaarlijkse evaluatie. Indien nodig spelen we hierop in.

- **Analyse klantsignalen**

We analyseren tijdens de voortgang van de transitie vragen en klachten die binnenkomen, bijvoorbeeld bij ons klantcontactcentrum, via de website of via oproepen in mailings. We trekken hier learnings uit en passen, indien nodig, onze communicatie aan.

5. Terugblik

5.1 Terugblik: doelen en KPI's (cijfers YTD)

Hoofddoelstelling en KPI	Te behalen in 2023	Juli-11 dec 2023	Jan-juni 2023
Deelnemers in staat stellen passende keuzes te maken			
Open rate mailings Doorklik rate mailings	> 65% Openrate > 20% Doorklik	52,3% 25,0%	48,1% 30,2%
Vlog Uniform Pensioenoverzicht Nabestaandenpensioen De prijs van pensioen MVB	0-meting	34 weergaven 12 weergaven 131 weergaven 37 weergaven	29 weergaven 10 weergaven N.v.t. N.v.t.
Pensioenakkoord landingspagina	2500 bezoeken webpagina	2.253	1323
SBZ Academy landingspagina	0-meting	854	155
Bijna met pensioen landingspagina	0-meting	1.928	N.v.t.
Deelnemers webinar • Risicoprofiel bepalen • Pensioenakkoord • UPO • Pensioencafé • MVB • CVP • Overstap BPR	• 60% totaal aanmeldingen • 60% totaal aanmeldingen • 60% totaal aanmeldingen • 60% totaal aanmeldingen • 60% totaal aanmeldingen • 60% totaal aanmeldingen • 60% totaal aanmeldingen	• 81% • 50% • 71% • 38% • 44% • 49% • 45%	• 81% • 50% • 71% • N.v.t. • N.v.t. • N.v.t. • N.v.t.



*Openrate en doorklik uitnodigingen, reminders webinars

5.1 Terugblik: doelen en KPI's (cijfers YTD)

Hoofddoelstelling en KPI	Te behalen in 2023	Juli-11 dec 2023	Jan-juni 2023
Deelnemers in staat stellen passende keuzes te maken			
Totaal e-mailadressen + digitaal ja <ul style="list-style-type: none"> • Actieven (inclusief AO-ers) • Gewezen (inclusief ex-partners) • Gepensioneerden 	<ul style="list-style-type: none"> • 7.500 actieven • 15.000 gewezen • 6.750 gepensioneerd 	<ul style="list-style-type: none"> • 7.188 • 15.663 • 6.783 	<ul style="list-style-type: none"> • 6.622 • 14.889 • 6.604
Polls op pagina's: <ul style="list-style-type: none"> - Webinar pagina (waardering 1-5) - Voorbereid op uw pensioen (waardering 1-5) - MVB (waardering 1-5) - SBZ Academy (waardering 1-5) - Vertrouwen fonds (waardering 1-10) 	N.t.b.	4 (schaal 1-5) 4 (schaal 1-5) 4,3 (schaal 1-5) 4,5 (schaal 1-5) 7,8 (schaal 1-10)	3,8 (schaal 1-5) n.v.t. n.v.t. n.v.t. n.v.t.
Service werkgevers en betrekken van adviseurs			
Werkgeversbijeenkomst	75% van totaal aanmeldingen	N.v.t.	79%
Werkgeversnieuwsbrief	> 45% openrate	37,6%	36,6%
Adviseurs webinar	65% van totaal aanmeldingen	40,3%	N.v.t.
Adviseursnieuwsbrief	> 45% openrate	40,9%	N.v.t.
LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> • 900 volgers • 80.000 impressies • 50.000 unieke impressies • 3,90% doorklik 	<ul style="list-style-type: none"> • 857 • 41.668 • 25.547 • 2,87% 	<ul style="list-style-type: none"> • 799 • 21.510 • 13.130 • 4,59%

5.1 Terugblik: doelen en KPI's (cijfers YTD)

Hoofddoelstelling en KPI	Te behalen in 2023	Juli-11 dec 2023	Jan-juni 2023
Inzicht in de (financiële) ontwikkelingen bij het fonds			
Jaarverslag webpagina	1200 bezoeken webpagina	523	9
Financiële situatie en regeling webpagina	8300 bezoeken webpagina	3.825	2038
MVB webpagina	975 bezoeken webpagina	558	249
Waardering			
Communicatie	7.0 (0-meting)	7.9	
MVB-beleid	7.0 (0-meting)	8.6	
Vertrouwen fonds	8.0 (2020:8.6)	7.6	
Generiek			
Bezoeken website	120.000 bezoeken website	108.794	69.490
Bezoeken Mijn Pensioen	96.000 bezoeken portaal	94.525	71.221

5.2 Activiteiten

Pensioenbewustzijn	Werkgevers en adviseurs	(Financiële) ontwikkelingen fonds
<p>Nieuwsbrieven</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 jan: PensioenActueel (PA) incl. uitnodiging webinars • 16 feb: Terugkoppeling nabestaande pensioen • 13 ma: Uitnodiging webinar Risicoprofiel bepalen • 23 ma: Terugkoppeling webinar Risicoprofiel • 11 apr: Uitnodiging webinar Pensioenakkoord • 6 jun: Aanmeldreminder alles over het UPO webinar • 4 jul: PA 2 incl. uitn. Pensioencafé, JVS en Academy • 24 aug: Uitnodiging Pensioencafé • 19 sep: Aanmeldreminder Pensioencafé • 26 sep: Reminder Pensioencafé • 28 sep: Aanmeldreminder MVB webinar • 10 okt: Terugblik Pensioencafé • 31 okt: Bijna met pensioen incl. aanmeldreminder CVP webinar • 14 nov: Reminder Vast of variabel pensioen webinar • 16 nov: Aanmeldreminder overstap naar BPR webinar • 30 nov: Reminder overstap naar BPR webinar • 14 dec: PensioenActueel 3 	<p>Nieuwsbrieven</p> <ul style="list-style-type: none"> • 25 apr: Werkgeversnieuwsbrief incl. uitnodiging werkgeversbijeenkomst • 6 jun: Terugblik werkgeversbijeenkomst • 7 sep: Adviseursnieuwsbrief incl. uitnodiging webinar • 26 okt: Aanmeldreminder webinar adviseurs • 2 nov: 2^e aanmeldreminder webinar adviseurs incl. werkgevers • 14 dec: Werkgeversnieuwsbrief incl. uitnodiging werkgeversbijeenkomst • 14 dec: Adviseursnieuwsbrief met terugkoppeling webinar adviseurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Jan: Webteksten Economische situatie aangepast • MVB webpagina • Verkort Jaarverslag • Financiële situatie webpagina

5.2 Activiteiten

Pensioenbewustzijn	Werkgevers en adviseurs	(Financiële) ontwikkelingen fonds
<p>Website en overig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Academy-pagina's • Webinar-pagina's • Nieuwsberichten Pensioenakkoord pagina • Voorbereiden op pensioen in 3 stappen pagina • MVB-pagina's • Logboek Pensioenakkoord • Pensioenquiz (Academy) • Klachten & geschillen procedure pagina • Tijdslijn Pensioenakkoord • Afkoop en waardeoverdracht • FAQ nieuwe indeling • Pensioenakkoord wijzigingen/updates in teksten <p>Webinars</p> <ul style="list-style-type: none"> • 14 feb: Webinar Nabestaanden • 21 ma: Webinar Risicoprofiel bepalen • 18 apr: Webinar Update Pensioenakkoord • 15 jun: Webinar Alles over het UPO • 26 sept: Webinar SBZ Pensioencafé (2x) • 12 okt: Webinar Maatschappelijk verantwoord beleggen • 14 nov: Webinar Kiest u voor een vast of variabel pensioen? • 30 nov: Webinar Overstap naar de Beschikbarepremieregeling 	<p>Website en overig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diverse intranetberichten (o.a. voor webinar RBO, PensioenActueel) • Diverse LinkedInberichten • Webinar adviseurs (incl. werkgevers) • Optimalisatie Toolbox 	<p>Website en overig:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Waardering (vertrouwen fonds, waardering website en waardering Mijn Pensioen) • Optimalisatie Financiële situatie

6. Pensioenontwikkelingen & trends

6.1 Pensioenontwikkelingen & trends – Wet toekomst pensioenen

Ontwikkeling	Wat betekent dit?	Actie
Wet toekomst pensioenen (WTP)	<i>De WTP is aangenomen. De inwerkingtredingsdatum is 1 juli 2023. Ook de bij de WTP horende lagere regelgeving is bekend</i>	SBZ Pensioen creëert vertrouwen en draagvlak op dit onderwerp met behulp van communicatie. We bieden transparantie en behouden Pensioenakkoord als een belangrijk onderwerp in 2023. In onze middelen is dit een terugkerend onderwerp en de website biedt de basis voor alle informatie op een rij.
Verzamelwet Wet toekomst pensioenen	<i>De WTP is een zeer omvangrijke wet die behoorlijk snel door het parlement is gelooft. Al tijdens de parlementaire behandeling werd duidelijk dat de WTP een aantal pijnpunten kent. Vanwege de snelheid tijdens de behandeling van de WTP zijn deze nog niet geadresseerd. Naar verwachting komt er eind dit jaar een zogenoemde veegwet. Het is de bedoeling deze wet een aantal van de pijnpunten in de WTP oplost. Welke dat zullen zijn en of alle pijnpunten zijn geruimd, is nu nog niet duidelijk. De veegwet gaat voor zover nu bekend Verzamelwet Wet toekomst pensioenen heten.</i>	SBZ Pensioen houdt de ontwikkelingen in de gaten en zal dit indien nodig meenemen in de bestaande communicatiemiddelen.
Normen pensioen-communicatie (WTP)	<i>Verplichte format voor UPO blijft toch gehandhaafd. Het verplichte format P 1-2-3 is vervallen. Pensioeninformatie moet wel beter aansluiten op de doelgroepen.</i>	Om de kosten niet onnodig te verhogen, zal SBZ geen gebruik maken van het free-format en mee blijven gaan op de standaard. SBZ Pensioen sorteert voor op de informatiebehoefte per deelnemer en neemt dit mee in het uiteindelijke Pensioenakkoord communicatieplan.
Keuzebegeleiding (WTP)	<i>Deze open norm is in werking getreden met ingang van 1 juli 2023. Op grond van deze norm wordt een maximale inspanning van pensioenfondsen verwacht om deelnemers adequaat en zorgvuldig te begeleiden bij het maken van (voorlopige) keuzes. Het is zaak om een keuzeomgeving te creëren die aansluit bij doelgroepen van deelnemers (vormgeving niet voorgeschreven).</i>	SBZ zet verschillende acties in voor de begeleiding van deelnemers bij het maken van passende pensioenkeuzes (incl. CVP).
Risicohouding (WTP)	<i>Bepalen individuele risicohoudingen van deelnemers als basis voor de risicohouding en het collectieve beleggingsbeleid van het fonds.</i>	SBZ heeft in 2022 een begrijpelijk Risicopreferentieonderzoek verzonden en deelnemers geactiveerd om hieraan deel te nemen.
Activatie (WTP)	<i>Informatie moet aanzetten tot relevante actie.</i>	SBZ neemt dit mee in haar communicatie uitingen.

6.1 Pensioenontwikkelingen & trends - generiek

Ontwikkeling	Wat betekent dit?	Actie
Bedrag ineens op pensioendatum (lumpsum)	<i>Voorlopig: vanaf 1 januari 2025. Op dit moment is er een herziening aangevraagd, waardoor de ingang nog niet zeker is.</i>	Aanvullende communicatie naar deelnemers uitstellen tot de ingangsdatum definitief is bepaald. Wettelijke communicatie gaat 6 maanden voor ingangsdatum in.
18 jaar	<i>Vanaf 1 januari 2024 geldt dat werknemers en beroepsgenoten van 18 jaar of ouder moeten toetreden tot de pensioenregeling. Dit staat los van de vraag of er een nieuwe (WTP-proof) pensioenregeling van toepassing is. Dit betekent dat pensioenregelingen waarin een hogere startleeftijd dan 18 jaar wordt genoemd, per 1 januari 2024 moeten worden aangepast op dit punt.</i>	SBZ Pensioen houdt hier rekening mee in haar middelen. De reglementsaanpassingen hiervoor zijn doorgevoerd via Montae. Verder leveren werkgevers 18+ deelnemers aan via de UPA.
Klachten- en geschillenregeling	<i>De WTP schrijft voor dat een pensioenfonds een klachten- en geschillenregeling heeft die een adequate klachtenafhandeling waarborgt. Dit is in de wet geregeld. Daarnaast heeft de Pensioenfederatie de Gedragslijn Goed omgaan met klachten uitgegeven. Deze moet per 1 januari 2024 zijn geïmplementeerd door pensioenfondsen die bij de Pensioenfederatie zijn aangesloten. Per 1 januari 2024 moet ook de GIP, de Geschillen Instantie Pensioenen, van start gaan. Dit is een buitengerechtelijke geschilleninstantie en de Ombudsman Pensioenen gaat hier onderdeel van uitmaken.</i>	SBZ Pensioen heeft dit doorgevoerd in samenwerking met Achmea Pensioenservices.
Extra toeslagverlening	<i>Zowel DNB als de AFM zullen in 2024 onderzoek doen naar de besluitvorming en communicatie door pensioenfondsen over het verlenen van toeslagen op basis van de tijdelijke maatregel voor verruiming van de indexatiemogelijkheden.</i>	Dit was in 2023 niet van toepassing voor SBZ Pensioen. Mogelijk is dit voor 2024 wel van toepassing.
Leidraad Duurzaamheidsclaims	<i>De leidraad geeft uitleg aan hoe de AFM verwacht dat verschillende marktpartijen, waaronder pensioenfondsen, communiceren over duurzaamheid. De leidraad is geen nieuwe regelgeving, maar geeft de verwachtingen weer bij bestaande wetgeving over communicatie.</i>	In het kader van SFDR voldoet SBZ Pensioen hieraan. Verder hebben we in 2023 onze MVB webpagina vernieuwd met alle informatie (incl. jaarverslag) en staat deze informatie overzichtelijk verdeeld per onderwerp.
Overvloed aan informatie	<i>De hoeveelheid en verscheidenheid aan (digitale) informatie is de afgelopen jaren enorm toegenomen.</i>	Steeds grotere uitdaging om aandacht van de deelnemer te krijgen. Dit vraagt om communicatie die de deelnemer verrast, inspireert en activeert. Dit vraagt om keuzes te maken, meer is niet altijd beter.

6.2 Pensioenontwikkelingen & trends – SBZ Pensioen

Campagnes digitaal of fysiek

Door corona zien we dat we steeds meer middelen digitaal kunnen inzetten, die we voorheen fysiek lieten plaatsvinden. Denk hierbij aan live-events zoals een Pensioencafé of webinars. We bepalen per campagne wat we willen bereiken en welke vorm hierbij past (digitaal of fysiek). Willen we informatie zenden, dan zal de voorkeur uitgaan naar digitaal. Willen we een interactieve sessie, dan wordt er gekeken naar een fysieke mogelijkheid.

Keuzebegeleiding

We zetten de keuzebegeleiding in vanuit 3 lagen: informeren en educatie (nieuwsbrieven, website, vlogs), generieke keuzebegeleiding (webinars, test-je-kennis) en persoonlijke keuzebegeleiding (planner, klantteam, faciliteren advies). De aanpak bepalen we door de volgende 5 stappen: 1. Welke keuzes zijn er, 2. Voor welke doelgroep, 3. Welke vorm van communicatie is passend, 4. Borgen en behouden van consistentie in advies, 5. Meten van effectiviteit. Het Uitvoerend Bestuur werkt dit uit in een Beleid Keuzebegeleiding.

Verzamelen e-mailadressen

Met alle veranderingen in de wet, wordt communiceren steeds belangrijker. SBZ heeft als streven te communiceren op een milieubewuste manier, kostenefficiënt en met de mogelijkheid om de effectiviteit te meten. Om dit te kunnen doen, hebben we zoveel mogelijk e-mailadressen nodig. In 2024 zetten we extra in op het verzamelen van (privé) e-mailadressen.



6.2 Pensioenontwikkelingen & trends – SBZ Pensioen

Jaarverslag

Het jaarverslag vormt een middel in het informeren van deelnemers enerzijds en onze marketing anderzijds. Hier besteden we nadrukkelijk aandacht aan in 2024. In 2022 hebben we een upgrade gegeven aan ons verkort jaarverslag. Deze vorm gebruiken we ook voor 2024. We besteden de PensioenActueel van juli geheel aan het jaarverslag en verzenden een aparte mailing aan adviseurs.

Maatschappelijk Verantwoord Beleggen (MVB)

MVB blijft een belangrijk thema voor SBZ Pensioen. Dit willen we uitstralen naar de deelnemer. Zo geven we hier aandacht aan via de website en in ons jaarverslag. In 2023 hebben we onze MVB website opnieuw vormgegeven zodat alle informatie gemakkelijk terug te vinden is. Ook deelden we een toegankelijk MVB-verslag op de website. We zien in de bezoeken van 2023 terug dat de belangstelling voor dit onderwerp laag is.

Activeren Mijn Pensioen

Om onze deelnemers te activeren hun pensioen te bekijken (zoals op Mijn Pensioen) besteden we hier regelmatig aandacht aan in PensioenActueel. Dat doen we op een prikkelende en interactieve manier, onder andere met interviews, stellingen en een quiz/test.

De prijs van pensioen (beleggingsrendementen)

In de Beschikbarepremieregeling bouwt de deelnemer een kapitaal op. Van dit kapitaal koopt de deelnemer op pensioendatum pensioen aan. Hoe hoog dit pensioen is, heeft te maken met de prijs van pensioen. We communiceren hier o.a. over op de website en in een vlog. Bij een premieregeling is het verleidelijk om alleen naar het beleggingsresultaat te kijken. Een lager pensioenkapitaal betekent echter niet altijd een lager pensioen.

7. Campagnes 2024 per strategische pijler

7.1 Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken

We geven inzicht, overzicht en uitzicht. We informeren over de regelingen en de gevolgen van actualiteiten zoals Pensioenakkoord. We laten handelingsperspectief zien zodat deelnemers zelf keuzes kunnen maken in hun pensioen. We begeleiden bij de voorbereiding van het pensioen. En we activeren deelnemers om bewust keuzes te maken voor bijvoorbeeld CVP en beleggingsprofiel.

Wat betekent dit voor 2024?	Onderliggende KPI's
<p>De nieuwsbrief is een belangrijk laagdrempelig middel waarmee we deelnemers bij hun pensioen betrekken op verschillende pensioenthema's. We segmenteren waar nodig de nieuwsbrief op specifieke doelgroepen. Zie slide 36 voor een indeling op onderwerp per editie.</p> <p>Campagne: PensioenActueel (3x per jaar)</p>	<p>> % Open rate > % Doorklik rate</p>
<p>Om de nieuwsbrief verder te verbeteren, gaan we de lay-out onder een vergrootglas leggen en verbeteringen doorvoeren waar nodig. Dit doen we door te vergelijken met nieuwsbrieven van andere fondsen en informatie in te winnen bij de expert (de verzendpartij Spotler). Uiteindelijk doel is om de open en doorklik hiermee te verhogen.</p> <p>Campagne: Lay-out PensioenActueel</p>	<p>> % Open rate > % Doorklik rate</p>
<p>We helpen deelnemers met inzicht in de (mogelijke) consequenties van het Pensioenakkoord. We informeren actief over actualiteiten en wat dit concreet voor hen betekent. Dit doen we via PensioenActueel, nieuwsberichten Pensioenakkoord (deze nieuwsberichten zijn ook gecentreerd vindbaar op de Pensioenakkoord webpagina) en de aparte landingspagina. We nemen de deelnemer mee in een aparte Pensioenakkoord nieuwsbrief (digitaal Spotler + ITP niet-digitaal). Hierin geven we in mei/juni een terug- en vooruitblik over de ontwikkelingen. Eventueel herhalen we dit middel eind 2024 wanneer er meer informatie te delen is.</p> <p>Campagne: Pensioenakkoord</p>	<p>> % Open rate > % Doorklik rate > Bezoeken landingspagina Pensioenakkoord</p>
<p>We zetten stappen in de opzet van het WTP communicatieplan. Op basis van de visie van het SBZ Pensioen bestuur, zal APS ondersteunen in de uitwerking van het jaarplan. Het daadwerkelijke inlevermoment zal pas zijn in 2025 maar in 2024 sorteren we hier wel alvast op voor.</p> <p>Campagne: Pensioenakkoord jaarplan</p>	<p>n.v.t.</p>

7.1 Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken (2)

We geven inzicht, overzicht en uitzicht. We informeren over de regelingen en de gevolgen van actualiteiten zoals Pensioenakkoord. We laten handelingsperspectief zien zodat deelnemers zelf keuzes kunnen maken in hun pensioen. We begeleiden bij de voorbereiding van het pensioen. En we activeren deelnemers om bewust keuzes te maken voor bijvoorbeeld CVP en beleggingsprofiel.

Wat betekent dit voor 2024?	Onderliggende KPI's
<p>We ontwikkelen diverse video's/vlogs over uiteenlopende onderwerpen, zoals pensioenkeuzes, bijna met pensioen, uitleg dekkingsgraad, CVP en uitleg van de regeling. We richten aparte webpagina's in waar alle video's en webinar opnames overzichtelijk bij elkaar staan. We leiden naar deze pagina vanuit de SBZ Academy. Daarnaast vullen we de Academy pagina aan met de stappenplannen (<i>campagne: Keuzebegeleiding</i>). Zie slide 38 voor een indeling op onderwerpen per vlog. We zetten de werkgevers in om de webinars extra te promoten (intranetbericht en verzoek om het webinar in een gemeenschappelijke ruimte samen te bekijken).</p> <p>Campagne: SBZ Academy</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bezoeken landingspagina SBZ Academy ➤ Aantal views vlogs
<p>We zullen wederom een webpagina maken met alle webinars voor het gehele jaar overzichtelijk bij elkaar. Verder ondersteunen we bij de verschillende webinars in de voorbereiding, tijdens het webinar en achteraf.</p> <p>Campagne: Webinars</p>	<p><i>Webinars 2023 vs. 2024 vergelijken (aanmeldingen, aanwezig, evaluatie)</i></p>
<p>Pensioenfondsen moeten zich maximaal inspannen om deelnemers adequaat en zorgvuldig te begeleiden bij het maken van (voorlopige) keuzes. We nemen dit mee in onze bestaande middelen zoals: Met pensioen gaan, welkom en vlogs. Ook zetten we regelmatig Webinars in over de verschillende pensioenkeuzes. Ook hebben we aandacht voor een nieuwe keuze: 'bedrag ineens'. Daarnaast ontwikkelen we stappenplannen voor de verschillende keuzemomenten. We betrekken het deelnemerspanel bij het ontwikkelen van deze plannen (welke vorm en welke keuzes).</p> <p>Campagne: Keuzebegeleiding</p>	<p><i>KPI's worden gemeten in de in te zetten middelen</i></p>
<p>De nabestaanden behoren tot een doelgroep waarbij communicatie gevoelig kan liggen. Met het overlijden van een dierbare, valt er veel te regelen. SBZ Pensioen vindt het belangrijk om het deze doelgroep zo gemakkelijk mogelijk te maken en te ontzorgen. Daarom gaan we het nabestaandenproces bekijken en aanpassingen doorvoeren waar nodig. We leggen de wijzigingen voor bij een nabestaande uit het VO en het deelnemerspanel.</p> <p>Campagne: Nabestaanden</p>	<p>n.v.t.</p>

7.1 Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken (3)

We geven inzicht, overzicht en uitzicht. We informeren over de regelingen en de gevolgen van actualiteiten zoals Pensioenakkoord. We laten handelingsperspectief zien zodat deelnemers zelf keuzes kunnen maken in hun pensioen. We begeleiden bij de voorbereiding van het pensioen. En we activeren deelnemers om bewust keuzes te maken voor bijvoorbeeld CVP en beleggingsprofiel.

Wat betekent dit voor 2024?	Onderliggende KPI's
<p>Als voorbereiding op pensioneren sturen we deelnemers vanaf 58 jaar een digitale mailing. Deze is gebaseerd op de mailing uit 2023 inclusief uitnodiging voor webinar CVP. Hierin verwijzen we naar de speciale Bijna met pensioen landingspagina.</p> <p>Campagne: Bijna met pensioen (onderdeel keuzebegeleiding)</p>	<ul style="list-style-type: none"> > % Doorklik rate > % Open rate > Bezoeken landingspagina Bijna met pensioen
<p>Deelnemers vanaf 58 jaar die de keuze moeten gaan maken voor CVP ontvangen een e-mail met uitnodiging voor het webinar. Deze uitnodiging combineren we met de Bijna met pensioen mailing. De datum van de mailing stemmen we af met het klantteam. Zo zorgen we dat het webinar binnen de reactietermijn van de CVP keuze valt.</p> <p>Campagne: CVP (onderdeel keuzebegeleiding)</p>	<ul style="list-style-type: none"> > % Open rate > % Doorklik rate > # deelnemers CVP t.o.v. aanmeldingen
<p>We organiseren een digitaal Pensioencafé voor bijna gepensioneerden en een uitzending voor gepensioneerden. Dit doen we op dezelfde dag. Relevante thema's zoals het Pensioenakkoord komen aan de orde. In 2023 hebben we een los webinar voor beide doelgroepen georganiseerd. Zo is alle informatie relevant voor de aanwezige doelgroep. Door de positieve reacties vanuit de deelnemers, is de opzet in 2024 gelijk.</p> <p>Campagne: Pensioencafé</p>	<ul style="list-style-type: none"> > # deelnemers Pensioencafé t.o.v. aanmeldingen
<p>Jaarlijks versturen we nog veel post vanuit het Pensioenfonds. Dit heeft meerdere nadelen: het is niet milieubewust, het verhoogt de kosten en we kunnen geen deelnemersdata verzamelen. We zetten al jaren in op het verzamelen van e-mailadressen. Bijvoorbeeld door oproepen in uitingen fonds en werkgever. Er zal altijd een groep blijven die niet geïnteresseerd is in digitale communicatie. Als extra actie zullen we de werkgevers vragen om rechtstreeks de specifiek niet-digitale en zakelijk e-mailadres actieve deelnemer te benaderen vanuit de werkgever. Dit doen we deels om de deelnemer zijn e-mailadres te laten registreren maar ook deels om erachter te komen wat het mogelijk bezwaar van de deelnemer is wanneer zij niet meewerken aan dit verzoek. Zo kunnen we hier mogelijk op in te spelen. Verder is SBZ Pensioen betrokken bij een sectorbrede werkgroep. Dit valt buiten het jaarplan maar zal wel effect hebben op de te behalen KPI's.</p> <p>Campagne: Verzamelen e-mailadressen</p>	<p>Totaal e-mailadressen + digitaal ja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actieven • Arbeidsongeschikten • Gewezen • Pensioengerechtigden • Ex-partners

7.1 Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken (4)

We geven inzicht, overzicht en uitzicht. We informeren over de regelingen en de gevolgen van actualiteiten zoals Pensioenakkoord. We laten handelingsperspectief zien zodat deelnemers zelf keuzes kunnen maken in hun pensioen. We begeleiden bij de voorbereiding van het pensioen. En we activeren deelnemers om bewust keuzes te maken voor bijvoorbeeld CVP en beleggingsprofiel.

Wat betekent dit voor 2024?	Onderliggende KPI's
<p>Om deelnemers zo goed mogelijk te begeleiden naar hun pensioen en zodra ze met pensioen zijn, bieden we een online Pensioencursus aan. Deze online omgeving geeft de deelnemer handvatten om met pensioen te gaan. Daarnaast geeft het ook hulp aan gepensioneerden. De cursus biedt een goede balans tussen de zachte en de praktische serieuze kant van pensioen en ondersteunt keuzebegeleiding. Een ideaal middel om de (bijna) gepensioneerde deelnemers op weg te helpen. De cursus wordt meegenomen in de bestaande middelen: de off-boarding mailing, de off-boarding webpagina en de SBZ Academy webpagina. https://pensioencursus.achmeapensioenservices.nl/ Campagne: Pensioencursus</p>	<p><i>KPI's worden gemeten in de in te zetten middelen</i></p> <p>0-meting: # deelnemers pensioencursus</p>
<p>We organiseren een digitaal webinar voor jongeren (tot 35 jaar) om meer bezig te zijn of gaan met hun pensioen. We vragen hiervoor de samenwerking vanuit de werkgever. Zo vragen we de werkgever om een ruimte te reserveren om het webinar live te laten zien. Daarnaast vragen we de werkgever om zelf hun personeel tot 35 jaar uit te nodigen om dit webinar bij te wonen. We kiezen voor deze aanpak omdat we denken dat de jongeren zich meer betrokken voelen bij hun werkgever dan bij hun pensioenfonds. Dit omdat het pensioen nog te ver weg voelt. Naast de werkgever, zullen we ook de verschillende jongerenverenigingen vanuit de werkgevers (o.a. Jong CZ, Jong Menzis etc.) vragen om hun doelgroep hiervoor uit te nodigen. Campagne: Jongeren</p>	<p>> % Open rate > % Doorklik rate</p>
<p>We blijven de website verder optimaliseren en meer richten op de verbetering van de customer journey. Verder zetten we polls in om de tevredenheid te meten en onze website te optimaliseren op basis van de ontvangen feedback. Campagne: Optimalisatie website</p>	<p>> Polls n.t.b.</p>
<p>We sorteren in 2024 alvast voor op de invoering van de nieuwe pensioenregeling. Daarom vinden we het belangrijk om te bepalen welke informatiebehoeften de verschillende doelgroepen (inclusief de kwetsbare doelgroepen: AO'ers en ex-partners) hebben. Zo kan SBZ Pensioen hier nog beter op inspelen in haar communicatie. Campagne: Onderzoek informatiebehoeften</p>	<p>> Aparte rapportage n.a.v. onderzoek</p>

7.2 Service werkgevers en betrekken van adviseurs

We ondersteunen en faciliteren werkgevers om hun werknemers te informeren, onder andere met (online) bijeenkomsten, nieuwsbrieven en toegankelijke (digitale) middelen. Daarnaast richten we ons op het bekendmaken van onze propositie bij adviseurs en betrekken we hen bij ontwikkelingen van het fonds. We informeren over belangrijke ontwikkelingen via nieuwsbrieven, pers en LinkedIn. Te denken valt aan awards, belangrijke MVB-prestaties, wijziging in beleid en nieuwe bestuurs- en VO-leden.

Wat betekent dit voor 2024?	Onderliggende KPI
<p>SBZ Pensioen wil de werkgevers zelf in staat stellen hun personeel (deelnemers) te informeren over het pensioen bij SBZ. Hiervoor onderhouden wij een toolbox en leveren intranetberichten aan. Daarnaast houden we werkgevers op de hoogte van relevante onderwerpen zoals het Pensioenakkoord en verzonden mailings aan deelnemers. Werkgevers die tevreden zijn zullen SBZ Pensioen ook aanbevelen aan andere werkgevers. We organiseren werkgeversbijeenkomsten. De eerste bijeenkomst is specifiek voor werkgevers en op locatie. De tweede bijeenkomst is digitaal en een gecombineerde bijeenkomst voor werkgevers en adviseurs. Deze tweede zal zijn om hen mee te nemen op het Pensioenakkoord. Voor elke bijeenkomst sturen we een werkgeversnieuwsbrief. Na de bijeenkomst ontvangt de werkgever een terugkoppeling. Deze terugkoppeling doen we d.m.v. een mailing. Zie slide 41 voor een indeling op onderwerpen per middel.</p> <p>Campagne: Werkgevers*</p>	<p>> % Open rate > # deelnemers webinar</p>
<p>We positioneren SBZ Pensioen als innovatieve pensioenaanbieder met Middelloonregeling, Beschikbarepremieregeling en Nettopensioenregeling, inclusief CVP. We sturen adviseurs een aparte nieuwsbrief (ongeveer 2x per jaar of bij actualiteiten) en we nodigen hen uit voor een webinar. We geven na het webinar een terugkoppeling per mail inclusief opname en presentatie. Daarnaast organiseren we een tweede webinar voor adviseurs en werkgever. Dit tweede webinar zal zijn om hen mee te nemen op het Pensioenakkoord. Zie slide 40 voor een indeling op onderwerpen per middel.</p> <p>Campagne: Adviseurs*</p>	<p>> % Open rate > # deelnemers webinar</p>
<p>Plaatsen van relevante berichten op LinkedIn door Montae en plaatsen van persberichten indien relevant door APS. Montae zal ook de mogelijkheden voor gesponsorde posts onderzoeken.</p> <p>Campagne: LinkedIn/Pers*</p>	<p><i>KPI wordt opgesteld en gerapporteerd door Montae</i></p>

*Communicatie richting adviseurs, werkgevers en pers wordt inhoudelijk opgesteld door SBZ Pensioen. APS verzorgt review, opmaak en verzending van mailings. Montae verzorgt berichten op LinkedIn.

7.3 Inzicht in de (financiële) ontwikkelingen bij het fonds

We helpen deelnemers door hen inzicht te geven in de situatie van het fonds. Zo informeren we over dekkingsgraad en life cycles en vergroten we kennis over beleggen, ook in combinatie met de rente. Ook informeren we over ons MVB-beleid en ontwikkelingen in MVB (Maatschappelijk Verantwoord Beleggen).

Wat betekent dit voor 2024?	Onderliggende KPI
<p>We communiceren actief hoe het pensioenfonds ervoor staat in ons jaarverslag. Dat doen we via een digitaal verkort jaarverslag en download mogelijkheid voor het volledig jaarverslag. We verzenden het verkort jaarverslag in een mailing naar deelnemers (PensioenActueel). Indien mogelijk integreren we het MVB-verslag in het jaarverslag. Dit zal afhankelijk zijn van de oplevering van de benodigde cijfers.</p> <p>Campagne: Jaarverslag</p>	<ul style="list-style-type: none"> > % Open rate > % Doorklik rate > Bezoeken landingspagina Jaarverslag
<p>We rapporteren via de website over de dekkingsgraad en de beleggingen (waaronder Lifecycles). We informeren gepensioneerden actief over de toeslagverlening. We informeren deelnemers over wijzigingen in de regeling en eventuele indexatie. Dit doen we op de website en eventueel in de PensioenActueel.</p> <p>Campagne: Financiële situatie en regeling</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Bezoeken landingspagina Financiële situatie
<p>We werken met alle verschillende middelen aan vertrouwen fonds. We sturen in PensioenActueel 3 een klein onderzoek om de waardering communicatie te meten. Daarnaast hebben we een deelnemerspanel die we 2x per jaar ontmoeten en uitingen voorleggen met als doel deze te optimaliseren. Ook doen we een opvolging van ons onderzoek in 2023.</p> <p>Campagne: Waardering</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Waardering communicatie Cijfer 1-10 > Vertrouwen fonds Cijfer 1-10
<p>We blijven de webpagina MVB updaten. Het onderwerp MVB krijgt ook aandacht in PensioenActueel, jaarverslag en SBZ Academy.</p> <p>Campagne: MVB</p>	<ul style="list-style-type: none"> > Bezoeken landingspagina MVB > Waardering MVB-beleid Cijfer 1-10
<p>De beleggingen van DC worden vanaf 2024 opgebouwd uit dezelfde beleggingen als de DB regeling. Dit zorgt voor een verandering in het portaal en een nieuwe bijlage van de kosten. Vanuit communicatie zullen we deelnemer meenemen op de ontwikkelingen en de wijzigingen die het voor de deelnemer betreft. Dit doen we via onze bestaande middelen.</p> <p>Campagne: Beleggingen DC</p>	<p><i>KPI's worden gemeten in de in te zetten middelen</i></p>

7.4 Campagnematrix

Een samenvatting hoe de verschillende campagnes bijdragen aan de strategische pijlers en gericht zijn op de verschillende doelgroepen:

		DOELGROEP			
		Welkom	Wakker	Wissel	Waakzaam
STRATEGISCHE PIJLERS	Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken <i>Campagnes voor alle doelgroepen</i>	<ul style="list-style-type: none"> • PensioenActueel (incl. update lay-out) ▪ Pensioenakkoord ▪ Pensioenakkoord jaarplan ▪ SBZ Academy ▪ Webinars ▪ Keuzebegeleiding ▪ Nabestaanden ▪ Verzamelen e-mailadressen ▪ Optimalisatie website ▪ Onderzoek informatiebehoeften 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PensioenActueel (incl. update lay-out) ▪ Pensioenakkoord ▪ Pensioenakkoord jaarplan ▪ SBZ Academy ▪ Webinars ▪ Keuzebegeleiding ▪ Nabestaanden ▪ Verzamelen e-mailadressen ▪ Optimalisatie website ▪ Onderzoek informatiebehoeften 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PensioenActueel (incl. update lay-out) ▪ Pensioenakkoord ▪ Pensioenakkoord jaarplan ▪ SBZ Academy ▪ Webinars ▪ Keuzebegeleiding ▪ Nabestaanden ▪ Verzamelen e-mailadressen ▪ Optimalisatie website ▪ Onderzoek informatiebehoeften 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ PensioenActueel (incl. update lay-out) ▪ Pensioenakkoord ▪ Pensioenakkoord jaarplan ▪ SBZ Academy ▪ Webinars ▪ Keuzebegeleiding ▪ Nabestaanden ▪ Verzamelen e-mailadressen ▪ Optimalisatie website ▪ Onderzoek informatiebehoeften
	Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken <i>Campagnes voor specifieke doelgroepen</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jongeren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jongeren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bijna met pensioen ▪ CVP ▪ Pensioencafé ▪ Pensioencursus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bijna met pensioen ▪ CVP ▪ Pensioencafé • Pensioencursus

7.4 Campagnematrix

Een samenvatting hoe de verschillende campagnes bijdragen aan de strategische pijlers en gericht zijn op de verschillende doelgroepen:

		DOELGROEP					
		Welkom	Wakker	Wissel	Waakzaam	Werkgevers	Adviseurs
STRATEGISCHE PIJLERS	Service werkgevers en betrekken adviseurs					<ul style="list-style-type: none"> • Werkgevers (nieuwsbrief, intranet, bijeenkomst en webinar) • LinkedIn/Pers 	<ul style="list-style-type: none"> • Adviseurs (nieuwsbrief, webinars) • LinkedIn/Pers
	Inzicht in de (financiële) situatie van het fonds	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jaarverslag ▪ Financiële situatie en regeling ▪ Waardering ▪ MVB ▪ Beleggingen DC 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jaarverslag ▪ Financiële situatie en regeling ▪ Waardering ▪ MVB ▪ Beleggingen DC 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jaarverslag ▪ Financiële situatie en regeling ▪ Waardering ▪ MVB ▪ Beleggingen DC 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jaarverslag ▪ Financiële situatie en regeling ▪ Waardering ▪ MVB ▪ Beleggingen DC 	<ul style="list-style-type: none"> • Werkgeversnieuwsbrief • LinkedIn/Pers 	<ul style="list-style-type: none"> • Adviseursnieuwsbrief • LinkedIn/Pers

7.5 KPI's 2024

Een overzicht van alle KPI's van 2024 inclusief bron en toelichting

Strategische pijler	KPI	Doel	Input / bron	Toelichting
Strategische pijler 1: Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken	Open rate mailings Doorklik rate mailings	<ul style="list-style-type: none"> • 60% opens • 25% doorkliks 	Cijfers Spotler	<i>We hanteren een gemiddeld percentage o.b.v. alle verzonden mailings incl. jaarverslag. Opens iets hoger ingezet dan behaald 2023 (open 52% en doorklik 25%). Het doel is om deze cijfers te verhogen met een optimalisatie van het framework van de nieuwsbrief.</i>
	Bezoeken landingspagina Pensioenakkoord	2.400 bezoeken	Data website	<i>In 2023 is totaal bezoek 2.253. In 2024 willen we dit behouden met een lichte stijging. De stijging omdat we ieder jaar dichterbij de transitiedatum komen wat zorgt voor een hogere relevantie van de webpagina.</i>
	Bezoeken landingspagina SBZ Academy	900 bezoeken	Data website	<i>In 2023 is totaal bezoek 854. In 2024 willen we dit behouden met een lichte stijging. Een lichte stijging omdat we nieuwe elementen toevoegen aan de webpagina zoals keuzebegeleiding stappenplannen.</i>
	Bezoeken landingspagina Bijna met pensioen	1.950 bezoeken	Data website	<i>In 2023 is totaal bezoek 1.928. In 2024 willen we dit behouden.</i>
	Aantal keer bekeken per vlog	50 keer gemiddeld bekeken	Cijfers YouTube	<i>De video's staan op de website maar worden ingeladen via YouTube. We hebben sinds 2023 vlogs op de website en gemiddeld gezien worden deze 50 keer bekeken. Vandaar de KPI voor 2024 op een gemiddelde van 50 keer bekeken.</i>
	Totaal e-mailadressen: <ul style="list-style-type: none"> • Actieven – 2023: 7.080 • Arbeidsongeschikten - 2023: 571 • Gewezen – 2023: 15.518 • Gepensioneerden - 2023: 7.567 • Ex-partners – 2023: 952 	<ul style="list-style-type: none"> • Actieven: 7.150 • Arbeidsongeschikten: 575 • Gewezen: 15.550 • Gepensioneerden: 7.600 • Ex-partners: 975 	MAIA	<i>Meting wordt gedaan op basis van e-mailadres bekend en digitaal ja en digitaal nee. Dit is namelijk de groep die bereikbaar is voor de communicatie in dit jaarplan. Behouden is de grootste uitdaging. Daarom gekozen voor een lichte stijging maar vooral sturen op behouden van de huidige e-mailadressen.</i>

7.5 KPI's 2024

Een overzicht van alle KPI's van 2024 inclusief bron en toelichting

Strategische pijler	KPI	Doel	Input / bron	Toelichting
Strategische pijler 1: Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken	Deelnemers webinar	<ul style="list-style-type: none"> • 54% van totaal aanmeldingen aanwezig • 75 keer gemiddeld aantal weergaves van de opnames • Gemiddelde waardering van de webinars: 4 (op een schaal van 1-5) 	Piek en eind aanwezigen webinar	<p><i>We meten o.b.v. totaal aantal aanmeldingen en niet o.b.v. totale doelgroep. Dit is omdat we uitnodigingen deels meenemen in bestaande middelen met een grotere doelgroep. Dit doen we wanneer dit logischer is (off-boarding i.c.m. CVP). Tegelijkertijd verzenden we zoveel mogelijk apart om volledig aandacht te geven aan de uitnodiging.</i></p> <p><i>Gemiddeld zagen we dat in 2023 54% van de totaal aanmeldingen aanwezig was bij het webinar. De webinars werden gemiddeld 75 keer teruggekeken. Gemiddeld waardeerden onze deelnemers de webinars met een 4 (op een schaal van 1-5) in 2023. De cijfers willen we behouden voor 2024.</i></p>
	Deelnemers Pensioencursus	0-meting	Data cursus	<i>Dit een nieuwe campagne waardoor we de KPI nog niet kunnen vaststellen op eerder verzamelde data. Daarom doen we in 2024 een 0-meting.</i>
	Polls n.t.b.	n.t.b.	Data website	<i>Polls in te zetten gedurende het jaar.</i>
	Onderzoek informatiebehoeften deelnemer	Profielen opstellen van de verschillende doelgroepen binnen SBZ Pensioen	Data onderzoeksbureau	<i>Aparte rapportage vanuit het onderzoeksbureau.</i>

7.5 KPI's 2024

Een overzicht van alle KPI's van 2024 inclusief bron en toelichting

Strategische pijler	KPI	Doel	Input / bron	Toelichting
Strategische pijler 2: Service werkgevers en betrekken van adviseurs	Deelnemers werkgeverswebinar	75% van totaal aanmeldingen	Piek en eind aanwezigen webinar	<i>We meten o.b.v. totaal aantal aanmeldingen en niet o.b.v. totale doelgroep. Dit is omdat we meerdere contactpersonen binnen één bedrijf uitnodigen. Terwijl mogelijk niet iedereen gaat. Dit is om zoveel mogelijk animo te genereren. 2023: 79%, 2022: 75%</i>
	Open rate werkgeversmailing	> 40%	Spotler	<i>Generieke KPI voor alle mailings aan werkgevers. Doel opgesteld o.b.v. trend in 2023. Kleinere doelgroep dus heeft sneller invloed op percentage. 2023: 37,6%.</i>
	Deelnemers adviseurswebinar	50% van totaal aanmeldingen aanwezig	Piek en eind aanwezigen webinar	<i>We meten o.b.v. totaal aantal aanmeldingen en niet o.b.v. totale doelgroep. Dit is omdat we meerdere binnen één bedrijf meenemen. Terwijl mogelijk niet iedereen gaat. Dit is om zoveel mogelijk animo te genereren. KPI bepaalt o.b.v. 2022 (67%), 2023 (40.3%)</i>
	Open adviseursmailing	> 40%	Spotler	<i>Generieke KPI voor alle mailings aan adviseurs. Doel opgesteld o.b.v. trend in 2022. Kleinere doelgroep dus heeft sneller invloed op percentage. 2023:40,9%.</i>
	LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1.000 volgers (2023: 855) ➤ 40.933 impressies (2023: 40.933) ➤ 35.741 unieke impressies (2023: 25.035) ➤ 2,92% doorklik (2023: 2,92%) 	Montae	<i>KPI wordt opgesteld en gerapporteerd door Montae.</i>

7.5 KPI's 2024

Een overzicht van alle KPI's van 2024 inclusief bron en toelichting

Strategische pijler	KPI	Doel	Input / bron	Toelichting
Strategische pijler 3: Inzicht in de (financiële) ontwikkelingen bij het fonds	Bezoeken webpagina Jaarverslag	575 bezoeken webpagina	Data website	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2023 (523 bezoeken) met een lichte stijging.</i>
	Bezoeken webpagina Financiële situatie	4.500 bezoeken webpagina	Data website	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2023 (3.825 bezoeken) met een stijging i.v.m. nieuwe webpagina.</i>
	Bezoeken webpagina MVB	700 bezoeken webpagina	Data website	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2023 (558 bezoeken) met een stijging i.v.m. nieuwe webpagina.</i>
	Waardering: Communicatie MVB-beleid Vertrouwen fonds	8.0 (2023: 7.9) 8.0 (2023:8.6) 7.5 (2023: 7.6)	Poll op webpagina	<i>We hebben de KPI's bepaald op de gehaalde resultaten in 2023. Behouden van deze goede cijfers is de grootste uitdaging.</i>
Generiek	Bezoeken website	112.500 bezoeken website	Data website	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2022 (117.852 bezoeken) en 2023 (108.794). Gemiddelde is nieuwe KPI 2024.</i>
	Bezoeken Mijn Pensioen	95.000 bezoeken portaal	Data portaal	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2022 (95.152 bezoeken) en 2023 (94.525).</i>

7.6 Deelnemers - Mailings – Indeling en thema's

	Uitgave	Artikelen	Link naar campagne	Doelgroep
PensioenActueel	Januari (2^e week)	<ol style="list-style-type: none"> Toeslagverlening Pensioenreglement Combinatie interview werkgroepleden vooruitblik Pensioenakkoord (<i>combinatie van verschillende disciplines incl. hoorrecht gepensioneerden door Kees</i>) Keuzebegeleiding incl. aanmelden Webinars Banner: Welkom Banner: Academy Banner: Privé e-mailadres 	<ul style="list-style-type: none"> PensioenActueel Keuzebegeleiding Pensioenakkoord Financiële situatie en regeling Verzamelen e-mailadressen 	<p>Optie A:</p> <ul style="list-style-type: none"> Allen <p>Optie B: (<i>let op kosten x3</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> Actieven: 1-7 Slapers: 1, 2, 3, 4 en 6 Gepensioneerden: 1, 2, 3, 4 en 6
	Juli	<ol style="list-style-type: none"> Jaarverslag en MVB VO: interview Jaarverslag UPO (artikel met stappenplan + webinaropname 2023 + vlog) Banner: Pensioencursus Banner: Dekkingsgraad Banner: Privé e-mailadres 	<ul style="list-style-type: none"> Jaarverslag SBZ Academy Pensioencursus 	<p>Optie A:</p> <ul style="list-style-type: none"> Allen <p>Optie B: (<i>let op kosten x2</i>)</p> <p>Alleen banner e-mailadres niet voor slapers en gepensioneerden</p>
	November	<ol style="list-style-type: none"> Pensioenakkoord Vlog Keuzebegeleiding Heeft u uw risicoprofiel al gekozen? Poll: wat vindt u van onze communicatie? Prettige feestdagen namens SBZ Pensioen Banner: Academy Banner: Welkom of Leef je pensioen Banner: Privé e-mailadres 	<ul style="list-style-type: none"> Pensioenakkoord Keuzebegeleiding Financiële situatie en regeling SBZ Academy Verzamelen e-mailadressen 	<p>Optie A:</p> <ul style="list-style-type: none"> Allen <p>Optie B: (<i>let op kosten x3</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> Actieven: 1-8 Slapers: 1-6 Gepensioneerden: 1, 4, 5 en 6

NB: In principe kiezen we ervoor om geen segmentatiekosten te maken als dit niet echt nodig is. Bij een segmentbanner kiezen we voor niet-segmenteren, bij segmentartikelen kiezen we bij voorkeur wel voor segmenteren. We maken bij elke Pensioenactueel gebruik van A/B testen om zo de doelgroep het beste te bereiken.

7.6 Deelnemers - Mailings – Indeling en thema's

	Uitgave	Onderwerp	Link naar campagne	Doelgroep	Aandachtspunten
Doelgroep mailingen	Mei/juni	Pensioenakkoord nieuwsbrief (mailing via Spotler voor digitale deelnemer + ITP brief voor niet-digitale deelnemer)	<ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord • Keuzebegeleiding 	Allen	<ul style="list-style-type: none"> • Speciale Pensioenakkoord nieuwsbrief waarbij we de deelnemer meenemen in de laatste status door een korte terug- en vooruitblik. We kunnen voor de digitale variant hierbij inzetten: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Actuele tijdslijn ▪ Pensioenakkoord vlog ▪ Combinatie interview met de werkgroep ▪ Korte stellingenquiz om je kennis te testen
	Begin september	Bijna met pensioen incl. uitnodiging CVP (<i>vaste content o.b.v. mailing 2023</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Bijna met pensioen • Keuzebegeleiding • CVP • Pensioencursus 	Actieven en gewezen 55+	<ul style="list-style-type: none"> • Segmenteren i.v.m. uitnodiging CVP • Query: uitfilteren deelnemers die net met pensioen zijn • Nieuw: pensioencursus meenemen

7.6 Deelnemers – Webinars - Indeling en thema's - regulier

Uitgave	Onderwerp	Link naar campagne	Doelgroep	Vorm	In te zetten middelen
September	Pensioencafé <ul style="list-style-type: none"> • Bijna gepensioneerd: <ul style="list-style-type: none"> • CVP • Pensioenakkoord • Leef je pensioen • Gepensioneerd: <ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord • Leef je pensioen 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord • Verzamelen e-mailadressen • Pensioencursus 	<ul style="list-style-type: none"> • Wissel 58+ <i>Actieven en slapers</i> • Gepensioneerd 	Digitaal via Achmea Studio	<ul style="list-style-type: none"> • Uitnodiging 2x • Reminder alle genodigden 2x • Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders 2x • Terugkoppeling d.m.v. nieuwsbericht met opname website • Terugkoppeling d.m.v. mailing
September	CVP	<ul style="list-style-type: none"> • CVP • Bijna met pensioen • Verzamelen e-mailadressen • Pensioencursus 	<ul style="list-style-type: none"> • Wissel 58+ <i>Actieven en slapers</i> 	Digitaal via Teams	<ul style="list-style-type: none"> • Uitnodiging (in Bijna met pensioen) • Reminder alle genodigden • Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders • Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website

7.6 Deelnemers – Webinars - Indeling en thema's – keuzebegeleiding

Keuzebegeleiding is een onderwerp waar in 2024 een vergrootglas op ligt. SBZ Pensioen geeft sinds 2023 meerdere webinars gedurende het jaar die goed werden ontvangen door de deelnemers. Daarom zullen we dit ook 2024 blijven doen. Doel is om in een kort webinar (max. 45 min) een keuze of onderwerp toe te lichten. Een klantteammedewerker zal ondersteunen in de voorbereiding en aanwezig zijn tijdens het webinar. SBZ Pensioen is inhoudelijk en voor de presentatie in de lead. Begin 2024 zetten we alle webinars en aanmeldmogelijkheden op een aparte webpagina. We stellen een intranet bericht op voor werkgevers zodat deelnemers zich alvast kunnen aanmelden voor webinars die zij interessant vinden. De webinars worden opgenomen en toegevoegd op de website onder Academy en de passende webpagina van het onderwerp.

Terugkerend Webinar keuzebegeleiding: februari, maart, april, juni, september en november

Link naar campagne	Doelgroep	Vorm	In te zetten middelen
<ul style="list-style-type: none"> Keuzebegeleiding Verzamelen e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> Welkom Wakker Wissel <i>Actieven en slapers</i>	Digitaal via Teams	<ul style="list-style-type: none"> Uitnodiging Reminder alle genodigden Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders Terugkoppeling naar alle genodigden: nieuwsbericht met opname/presentatie

Periodes en onderwerpen reguliere en niet-reguliere webinars

1. Februari: <i>Pensioenaanvragen middelloon</i>	5. September: <i>Pensioencafé (bijna) gepensioneerden (regulier 2x)</i>
2. Maart: <i>Risicoprofiel bepalen</i>	6. September: <i>CVP (regulier)</i>
3. April: <i>Uw pensioen en uw (ex-) partner</i>	7. November: <i>Update Pensioenakkoord</i>
4. Juni: <i>Beleggingen in de Beschikbarepremieregeling</i>	8. November: <i>Wat moet ik minimaal weten over mijn pensioen? (jongeren)</i>

7.6 Deelnemers – Academy vlogs – Indeling en thema's

Uitgave	Onderwerp	Link naar campagne	Doelgroep	Toelichting
Maart	Pensioenkeuzes (uitleg 1 keuze) <i>(incl. bedrag ineens indien definitief)</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Keuzebegeleiding • Verzamelen e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • Welkom • Wakker • Wissel 	Standaard afsluiting oproep e-mailadres l.v.m. Webinar Keuzebegeleiding – mei l.v.m. PensioenActueel 3 - november
April	Pensioenakkoord	<ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord • Verzamelen e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • Allen 	Standaard afsluiting oproep e-mailadres
Juni	Bijna met pensioen + CVP	<ul style="list-style-type: none"> • Bijna met pensioen • CVP • Pensioencafé • Verzamelen e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • Wissel 58+ 	Standaard afsluiting oproep e-mailadres l.v.m. campagne Bijna met pensioen – oktober
September	Jongeren	<ul style="list-style-type: none"> • Jongeren • Keuzebegeleiding • Verzamelen e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • Welkom • Wakker 	

NB: De onderwerpen geven een richtlijn maar er kan uiteindelijk besloten worden om een ander onderwerp te belichten.

7.6 Deelnemers – Keuzebegeleiding stappenplannen

Uitgave	Onderwerp	Link naar campagne	Doelgroep	Toelichting
1	Nieuw in dienst - waardeoverdracht	<ul style="list-style-type: none"> Keuzebegeleiding Academy 	<ul style="list-style-type: none"> Welkom 	Belangrijke keuzemoment voor nieuwe deelnemers
2	Met pensioen gaan – vervroegen/uitstellen	<ul style="list-style-type: none"> Keuzebegeleiding Academy 	<ul style="list-style-type: none"> Wissel 	Belangrijke keuzemoment voor deelnemers die met pensioen gaan
3	Met pensioen gaan – deeltijdpensioen	<ul style="list-style-type: none"> Keuzebegeleiding Academy 	<ul style="list-style-type: none"> Wissel 	Belangrijke keuzemoment voor deelnemers die met pensioen gaan
4	Met pensioen gaan – hoog/laag / laag/hog	<ul style="list-style-type: none"> Keuzebegeleiding Academy 	<ul style="list-style-type: none"> Wissel 	Belangrijke keuzemoment voor deelnemers die met pensioen gaan
5	Met pensioen gaan - Vast of variabel pensioen (CVP)	<ul style="list-style-type: none"> Keuzebegeleiding CVP Off-boarding Academy 	<ul style="list-style-type: none"> Wissel 	Belangrijke keuzemoment voor deelnemers die met pensioen gaan
6	Risicoprofiel bepalen	<ul style="list-style-type: none"> Keuzebegeleiding Academy 	<ul style="list-style-type: none"> Wakker 	Belangrijke keuzemoment voor deelnemers in de Beschikbarepremieregeling
7	Mijn pensioen – e-mailadres registreren	<ul style="list-style-type: none"> E-mailadressen verzamelen 	<ul style="list-style-type: none"> Allen 	Algemene ondersteuning van keuzebegeleiding om de deelnemer te kunnen bereiken

NB: Keuzes zijn gebaseerd op de keuzes uit het keuzebegeleidingsoverzicht.

NB: We betrekken het deelnemerspanel bij het ontwikkelen van deze plannen (welke vorm en inhoud). Voor de begroting houden we rekening met de 7 bovengenoemde keuzes en de vorm van een digitale PDF. Hier kunnen we van afwijken door de kennis die we opdoen vanuit het deelnemerspanel.

7.7 Werkgever – Nieuwsbrief & Webinar – Indeling middelen en thema's

Uitgave	Middel	Onderwerp	Link naar campagne	In te zetten middelen
6 februari	Werkgeversbijeenkomst 1	<ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord • Keuzebegeleiding 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord • Keuzebegeleiding 	Op locatie in Zeist <ul style="list-style-type: none"> • Reminder alle genodigden • Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders • Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website
Eind februari/ begin maart	Werkgeversnieuwsbrief 1	<ul style="list-style-type: none"> • Terugkoppeling werkgeversbijeenkomst • Pensioenakkoord • Combinatie Pensioenakkoord werkgroepleden • Keuzebegeleiding • Banner: dekingsgraad • Banner: aandacht voor e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • PensioenActueel • Keuzebegeleiding • Pensioenakkoord • Financiële situatie en regeling • Verzamelen e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • Terugkoppeling (in nieuwsbrief)
Augustus	Werkgeversnieuwsbrief 2	<ul style="list-style-type: none"> • Uitnodiging werkgeversbijeenkomst • Pensioenakkoord • Jaarverslag • SBZ Academy • Banner: dekingsgraad • Banner: aandacht voor e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord • Jaarverslag • SBZ Academy • Financiële situatie en regeling • Verzamelen e-mailadressen 	<ul style="list-style-type: none"> • Uitnodiging (in nieuwsbrief) • Reminder alle genodigden • Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders • Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website
Oktober	Werkgevers- & adviseurs bijeenkomst	<ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensioenakkoord 	Via Teams

7.8 Adviseurs– Nieuwsbrief & Webinar – Indeling middelen en thema's

Uitgave	Middel	Onderwerp	Link naar campagne	In te zetten middelen
1 ^e halfjaar <i>Indien nodig</i>	Adviseursnieuwsbrief	<ul style="list-style-type: none"> N.t.b. 		
September	Adviseursnieuwsbrief	<ul style="list-style-type: none"> Uitnodiging webinar adviseurs Financiële situatie en regeling Jaarverslag en MVB Banner: dekkingsgraad 	<ul style="list-style-type: none"> Financiële situatie en regeling Jaarverslag MVB 	<ul style="list-style-type: none"> Uitnodiging (in nieuwsbrief) Reminder alle genodigden Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website
Oktober	Werkgevers- & adviseurs bijeenkomst	<ul style="list-style-type: none"> Pensioenakkoord 	<ul style="list-style-type: none"> Pensioenakkoord 	Via Teams
November	Webinar adviseurs	<ul style="list-style-type: none"> Financiële situatie en regeling Verdere invulling vanuit het bestuur 	Financiële situatie en regeling	Achmea Studio