



# Communicatiejaarplan 2023

15 november 2022



# Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Missie en visie
3. Hoe bereiken we dat?
4. Strategische pijlers
5. Doelgroepen
6. Terugblik strategische pijlers 2022
  - Verhogen pensioenbewustzijn in 2022
  - Service werkgevers en informeren adviseurs in 2022
  - Inzicht in de financiële situatie van het fonds in 2022
7. Pensioenontwikkelingen
8. Campagnes 2023
  - Verhogen pensioenbewustzijn in 2023
  - Service werkgevers en informeren adviseurs in 2023
  - Inzicht in de financiële situatie van het fonds in 2023
  - Campagnematrix
  - KPI's 2023
  - Campagnekalender 2023
  - Deelnemers – Indeling edities en thema's (PensioenActueel, webinars, SBZ Academy)
  - Werkgevers – Indeling middelen & thema's
  - Adviseurs – Indeling middelen & thema's

# 1. Inleiding

## **2022 was een veel bewogen jaar**

De oorlog in de Oekraïne domineerde de media en heeft veel gevolgen op emotioneel en financieel vlak. Onder andere door de enorme stijging van de energieprijzen zijn de gevolgen van de oorlog voelbaar in ieders portemonnee. Door angst voor een recessie daalden de koersen op de beurs. Verder zien we een krapte op de arbeidsmarkt, met alle gevolgen van dien. De coronacrisis stabiliseerde terwijl het Pensioenakkoord zorgt voor de nodige uitdagingen.

## **Met pensioencommunicatie hebben we mooie stappen gezet**

Zo deden we een Risicobereidheidsonderzoek, organiseerden een digitaal pensioencafé en informeerden we onze doelgroepen zo goed mogelijk over het nieuwe pensioencontract met behulp van verschillende webinars en onze vaste communicatiemiddelen. Ook gaven we aandacht aan het 60-jarig jubileum, lanceerden een digitaal jaarverslag en hebben we voor het eerst vlogs ingezet.

## **Waar zetten we in 2023 op in om onze ambitie te behalen?**

In 2023 zetten we weer vol in op onze strategische pijlers: verhogen pensioenbewustzijn, digitale service en ondersteuning aan werkgevers. Ook informeren we adviseurs en geven we inzicht in de financiële situatie van het fonds. Nieuw vanaf 2023 is de verhoogde aandacht voor keuzebegeleiding. In dit communicatiejaarplan zetten we uiteen hoe we die pijlers invulling geven met campagnes.

## **(Inzicht in) effectiviteit is belangrijk**

We volgen de voortgang op de strategische pijlers met KPI's en de daaraan gekoppelde doelstellingen die we eind 2023 gerealiseerd willen hebben. Hiervoor maken we in Q4 2022 een meetplan, waarbij we op jaarplan en campagneniveau onderliggende KPI's hebben gesteld. We meten elk halfjaar hierop de voortgang. Het verhogen van het aantal beschikbare e-mailadressen is een belangrijk middel om de effectiviteit te vergroten.



## 2. 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.

# 3. 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.

# 3. 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 een 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.

## 4. 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.

### •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).

## 5. Doelgroepen

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.



\* Dit zijn termen voor intern gebruik



# 6. Terugblik

## 6.1 Terugblik: doelen en KPI's

Hoofddoelstelling en KPI	Te behalen in 2022	Juli-8 nov 2022	Jan-juni 2022
<b>Vergroten pensioenbewustzijn</b>			
PensioenActueel 1-2-3	Openrate 70%	50,7%	72%
Risicobereidheidsonderzoek	Openrate 60% # deelnemers webinar	n.v.t.	59,3% 360 deelnemers
Pensioenakkoord (artikelen in nieuwsbrieven over PAK)	Kliks PAK artikelen # bezoeken landingspagina	5,3% (RBO uitkomst) 1.879 bezoeken	4,2% doorklik 1.168 bezoeken
Welkom	# kliks banner Welkom # bezoeken landingspagina	99 (1%) 481 bezoeken (558 nw. dlrs. vanaf livegang pagina - okt)	n.v.t. 152 bezoeken (livegang pagina eind juni)
Overstap naar de Beschikbarepremieregeling	Openrate 70% # deelnemers webinar	n.v.t.	n.v.t.
Bijna met pensioen	Openrate 70%	70,6% (75,7% uitnodiging CVP)	n.v.t.
CVP	# deelnemers webinar Bewuste keuze CVP 75%	95 deelnemers	n.v.t.

## 6.1 Terugblik: doelen en KPI's

Hoofddoelstelling en KPI	Te behalen in 2022	Juli-8 nov 2022	Jan-juni 2022
<b>Vergroten pensioenbewustzijn</b>			
SBZ Academy	# aantal bekeken vlogs	3 (live sinds 31-10)	n.v.t.
Pensioencafé	# deelnemers Pensioencafé	225	n.v.t.
Optimalisatie website	Waardering website 4 uit 5	Volgt in PA3*	n.v.t.
<b>Digitale service werkgevers en informeren adviseurs</b>			
Werkgeversnieuwsbrief	Openrate 80% Doorklik 0-meting	n.v.t.	43,6% openrate 42,2% doorklik
<b>Inzicht in de (financiële) ontwikkelingen van het fonds</b>			
Verkort jaarverslag	Openrate 70%	50,7% (zie PA2*) 5,2% doorklik	n.v.t.
Financiële situatie en regeling	# bezoeken landingspagina	5.731	3.127
Waardering	Vertrouwen fonds 8,5 Mijn pensioen 7	Uitgesteld naar 2023 Volgt in PA3*	n.v.t. n.v.t.
MVB	Openrate 60% Waardering MVB-beleid 0-meting	50,7% (zie PA2*) 1,8% doorklik	n.v.t.

\*PA = PensioenActueel



## 6.2 Activiteiten

Pensioenbewustzijn	Werkgevers en adviseurs	(Financiële) ontwikkelingen fonds
<p><b>Nieuwsbrieven</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 24 feb: PensioenActueel incl. uitnodiging webinar RBO</li> <li>• 21 mrt: Herzending reglementswijzigingen</li> <li>• 3 mrt: Herinnering uitnodiging webinar RBO</li> <li>• 10 mrt: Uitnodiging onderzoek RBO</li> <li>• 17 mrt: Herinnering uitnodiging onderzoek RBO</li> <li>• 23 mrt: 2<sup>e</sup> Herinnering uitnodiging onderzoek RBO</li> <li>• 7 juli: PensioenActueel incl. jaarverslag incl. banner Welkom</li> <li>• 3 aug: Uitnodiging Pensioencafé</li> <li>• 6 sep: Reminder uitnodiging Pensioencafé</li> <li>• 27 okt: Bijna met pensioen incl. uitnodiging CVP</li> </ul>	<p><b>Nieuwsbrieven</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 jan: werkgeversnieuwsbrief incl. uitnodiging werkgeversbijeenkomst 10 feb</li> <li>• 3 feb: adviseursnieuwsbrief</li> <li>• 10 feb: werkgeversbijeenkomst</li> <li>• 28 feb: werkgeversnieuwsbrief: terugkoppeling bijeenkomst 10 feb</li> <li>• 14 juni: werkgeversnieuwsbrief incl. uitnodiging werkgeversbijeenkomst 5 jul</li> <li>• 30 juni: reminder uitnodiging bijeenkomst</li> <li>• 6 sep: adviseursnieuwsbrief incl. uitnodiging webinar Flexibele premierereg.</li> <li>• 10 okt: reminder uitnodiging webinar Flexibele premierereg.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mrt: SBZ 60 jaar bomenplant event</li> <li>• Mrt: Optimalisatie landingspagina AOW-overbrugging</li> <li>• Apr: Optimalisatie kwartaalbericht dekkingsgraden</li> <li>• Juli: Optimalisatie webpagina kosten transparantie</li> <li>• Optimalisatie financiële cijfers website</li> <li>• Diverse nieuwsberichten dekkingsgraden</li> </ul>

## 6.2 Activiteiten

Pensioenbewustzijn	Werkgevers en adviseurs	(Financiële) ontwikkelingen fonds
<p><b>Website en overig:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jan: Huisstijl en SBZ 60 jaar – nieuw template</li> <li>• Jan: Toeslagverlening</li> <li>• Feb: SBZ 60 jaar banner in PensioenActueel</li> <li>• Feb: Optimalisatie homepagina deelnemers</li> <li>• Feb: Optimalisatie landingspagina Pensioenakk.</li> <li>• Feb: Deelnemerspanel 1 – RBO (17-2)</li> <li>• Apr: Landingspagina Welkom live</li> <li>• Apr: Optimalisatie webteksten DC en CVP (<i>incl. BPR</i>)</li> <li>• Mei: Optimalisatie contactpagina</li> <li>• Q2: VO-verkiezingen (<i>benoeming 1-7</i>)</li> <li>• Sep: Pensioencafé</li> <li>• Sep: Deelnemerspanel 2 (29-9)</li> </ul> <p><b>Nog gepland:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Herinnering: uitnodiging CVP</li> <li>• Webinar CVP</li> <li>• PensioenActueel 3</li> <li>• Vlog UPO en 1 of 2 nieuwe</li> </ul>	<p><b>Website en overig:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Feb: Overzicht variabelen per wg-er</li> <li>• Feb: Criteria voor contractkeuze geplaatst en nieuwsbericht</li> <li>• Mei: Websiteoptimalisatie werkgevers</li> <li>• Mei: Werkgeverslijst up-to-date</li> <li>• Aug: Brochure DC Toolbox</li> <li>• Diverse intranetberichten (o.a. voor webinar RBO, PensioenActueel)</li> <li>• Diverse LinkedInberichten</li> </ul> <p><b>Nog gepland:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Terugkoppeling webinar adviseurs Flexibele premiereregeling</li> </ul>	<p><b>Nog gepland:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Update pagina verantwoord beleggen ihkv SFDR</li> <li>• MVB update webpagina</li> <li>• Waardering (vertrouwen fonds, waardering website en waardering Mijn Pensioen)</li> </ul>

# 7. Pensioenontwikkelingen & trends

## 7.1 Pensioenontwikkelingen & trends - generiek

Ontwikkeling	Wat betekent dit?	Actie
Bedrag ineens op pensioendatum (lumpsum)	Voorlopig: vanaf 1 juli 2023. <i>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.
Pensioenakkoord en WTP	De veranderingen geven onzekerheid. Het wetsvoorstel WTP is ingediend bij de 2 <sup>e</sup> Kamer. Inwerkingtredingsdatum is naar verwachting 1 juli 2023. De bij de WTP horende lagere regelgeving is nog niet bekend waardoor onzekerheid blijft.	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.
Nieuwe normen pensioencommunicatie (WTP)	Verplicht format voor UPO en P1-2-3 vervalt. Pensioeninformatie moet beter aansluiten op de doelgroepen.	Om de kosten niet onnodig te verhogen, zal SBZ geen gebruik maken van het free-format en mee blijven gaan op de standaard.
Keuzebegeleiding (WTP)	Maximale inspanning om deelnemers adequaat en zorgvuldig te begeleiden bij het maken van (voorlopige) keuzes. Ruimte om keuzeomgeving te creëren die aansluit bij een doelgroep van deelnemers (vormgeving niet voorgeschreven).	SBZ zet verschillende acties in voor de begeleiding van deelnemers bij het maken van passende pensioenkeuzes (incl. CVP).
Risico-houding (WTP)	Bepalen individuele risicohoudingen van deelnemers als basis voor de risicohouding en het collectieve beleggingsbeleid van het fonds.	SBZ heeft in 2022 een begrijpelijk risicobereidheidsonderzoek verzonden en deelnemers geactiveerd om hieraan deel te nemen.
Overvloed aan informatie	De hoeveelheid en verscheidenheid aan digitale informatie is de afgelopen jaren enorm toegenomen.	Steeds grotere uitdaging om aandacht van de deelnemer te krijgen. Dit vraagt om communicatie die de deelnemer verrast, inspireert en activeert.
Activatie (WTP)	Informatie moet aanzetten tot relevante actie.	SBZ neemt dit mee in haar communicatie uitingen.

## 7.2 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 2023 zetten we extra in op het verzamelen van (privé) e-mailadressen.





## 7.2 Pensioenontwikkelingen & trends – SBZ Pensioen

### **Jaarverslag**

Het jaarverslag vormt een belangrijk middel in het informeren van deelnemers enerzijds en onze marketing anderzijds. Hier besteden we nadrukkelijk aandacht aan in 2023. In 2022 hebben we een upgrade gegeven aan ons verkort jaarverslag. Deze vorm gebruiken we ook voor 2023. In 2024 willen we een extra digitaliseringsslag maken. 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. Ook delen we een toegankelijk MVB-verslag op de website.

### **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.



## 7.2 Pensioenontwikkelingen & trends – SBZ Pensioen

### **Overstap Beschikbarepremieregeling (BPR)**

In 2023 maakt een aantal werkgevers de overstap naar de Beschikbarepremieregeling. Om ook deze deelnemers zo goed mogelijk te begeleiden, zetten we de eerder ontwikkelde middelen in. De nadruk in onze communicatie ligt naast informeren nog meer op activeren. Zo willen we bij nieuwe deelnemers bekendheid en begrip creëren voor de nieuwe pensioenregeling, zodat zij zelf in staat zijn om keuzes te maken in hun pensioen. We geven meer aandacht aan onze beleggingen en activeren deelnemers om een bewuste keuze te maken voor een Lifecycle profiel. Belangrijk bij de BPR is dat we blijven communiceren in termen van pensioen in plaats van alleen beleggingsrendementen

# 8. Campagnes 2023 per strategische pijler

## 8.1 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 2023?	Onderliggende KPI's
<p>De nieuwsbrief is een belangrijk laagdrempelig middel waarmee we deelnemers bij hun pensioen betrekken op verschillende pensioentema's. We segmenteren waar nodig de nieuwsbrief op specifieke doelgroep (actieven / gewezen / gepensioneerden). Zie slide 28 voor een indeling op onderwerpen per editie.</p> <p><b>Campagne: PensioenActueel (3x per jaar)</b></p>	<p>&gt; % Open rate &gt; % Doorklik rate</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 met de verschillende pensioenkeuzes. Een nieuwe keuze is 'bedrag ineens'.</p> <p><b>Campagne: Keuzebegeleiding</b></p>	<p><i>KPI's worden gemeten in de in te zetten middelen</i></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 en de aparte landingspagina.</p> <p><b>Campagne: Pensioenakkoord</b></p>	<p>&gt; % Open rate &gt; % Doorklik rate &gt; Bezoeken landingspagina Pensioenakkoord</p>
<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 een aparte webpagina in waar alle video's overzichtelijk bij elkaar staan. Deze pagina vormt de SBZ Academy. Ook voegen we op deze pagina een korte stellingenquiz toe om je pensioenkennis te testen. Zie slide 31 voor een indeling op onderwerpen per vlog.</p> <p><b>Campagne: SBZ Academy</b></p>	<p>&gt; # aantal bekeken vlogs &gt; Bezoeken landingspagina SBZ Academy</p>
<p>We blijven de website verder optimaliseren en meer richten op de verbetering van de customer journey. Zo richten we een Bijna met pensioen landingspagina in. De inrichting zal zijn op basis van de bestaande mailing. Voordeel is dat de informatie altijd beschikbaar is en dat de bestaande mailing een extra trigger is voor genereren van traffic. Daarmee linken we meer direct naar onze eigen website i.p.v. Spotler webpagina's. Verder zetten we polls in om de tevredenheid te meten.</p> <p><b>Campagne: Optimalisatie website</b></p>	<p>&gt; Polls n.t.b. &gt; Bezoeken landingspagina Bijna met pensioen</p>

## 8.1 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 2023?	Onderliggende KPI's
<p>In 2023 stappen er naar verwachting wederom werkgevers over op de Beschikbarepremieregeling. We laten de verschillende groepen deelnemers weten wat de overstap voor hen betekent. We maken gebruik van de verbeterde middelen uit 2022, bestaande uit: mailing (digitaal en hard-copy) en webinar.</p> <p><b>Campagne: Overstap naar de Beschikbarepremieregeling</b></p>	<p>&gt; % Open rate &gt; # deelnemers webinar</p>
<p>Als voorbereiding op pensioneren sturen we deelnemers vanaf 58 jaar een digitale mailing. Deze is gebaseerd op de mailing uit 2022 inclusief uitnodiging voor webinar CVP. Ook richten we een speciale Bijna met pensioen landingspagina in, zie ook campagne website optimalisatie.</p> <p><b>Campagne: Bijna met pensioen (onderdeel keuzebegeleiding)</b></p>	<p>&gt; % Doorklik rate &gt; % Open rate &gt; Bezoeken landingspagina Bijna met pensioen</p>
<p>Deelnemers vanaf 58 jaar die de keuze moeten gaan maken voor CVP ontvangen een e-mail met uitnodiging voor webinar. Deze uitnodiging combineren we met de Bijna met pensioen mailing.</p> <p><b>Campagne: CVP (onderdeel keuzebegeleiding)</b></p>	<p>&gt; % Open rate &gt; % Doorklik rate &gt; # deelnemers webinar</p>
<p>We organiseren een digitaal Pensioencafé voor bijna gepensioneerden en aansluitend een uitzending voor gepensioneerden. In 2022 bleek een digitale variant een succes. Relevante thema's zoals het Pensioenakkoord komen aan de orde. Uit feedback Pensioencafé 2022 kwam de wens naar voren om een los webinar te organiseren voor beide doelgroepen. Zo is alle informatie relevant voor de aanwezige doelgroep.</p> <p><b>Campagne: Pensioencafé</b></p>	<p>&gt; # deelnemers Pensioencafé t.o.v. totaal genodigden &gt; # deelnemers Pensioencafé t.o.v. aanmeldingen</p>
<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 deelnemerdata 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. Samen met creatief bureau Enof stellen we een projectgroep op om een creatief plan te bedenken om deelnemers toch hun e-mailadres te laten registreren. Alternatief is een eigen landelijke LinkedIn campagne.</p> <p><b>Campagne: Verzamelen e-mailadressen</b></p>	<p>Totaal e-mailadressen + digitaal ja:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actieven</li> <li>• Gewezen</li> <li>• Pensioengerechtigden</li> </ul>

## 8.2 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 2023?	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. 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 32 voor een indeling op onderwerpen per middel.</p> <p><b>Campagne: Werkgevers*</b></p>	<p>&gt; % Open rate &gt; # 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. Zie slide 33 voor een indeling op onderwerpen per middel.</p> <p><b>Campagne: Adviseurs*</b></p>	<p>&gt; % Open rate &gt; # deelnemers webinar</p>
<p>Plaatsen van relevante berichten op LinkedIn door Montae en plaatsen van persberichten indien relevant door APS.</p> <p><b>Campagne: LinkedIn/Pers*</b></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.

## 8.3 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 2023?	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).</p> <p><b>Campagne: Jaarverslag</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; % Open rate</li> <li>&gt; % Doorklik rate</li> <li>&gt; Bezoeken landingspagina Jaarverslag</li> </ul>
<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><b>Campagne: Financiële situatie en regeling</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Bezoeken landingspagina Financiële situatie</li> </ul>
<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.</p> <p><b>Campagne: Waardering</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Waardering communicatie</li> <li>&gt; 7.0 (0-meting)</li> <li>Vertrouwen fonds</li> <li>&gt; 8.0 (2020: 8.6)</li> </ul>
<p>We updaten de webpagina met nieuwe content MVB (quiz, vlog of interview). Het onderwerp MVB krijgt ook aandacht in PensioenActueel, jaarverslag en SBZ Academy.</p> <p><b>Campagne: MVB</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Bezoeken landingspagina MVB</li> <li>&gt; Waardering MVB-beleid 7.0 (0-meting)</li> </ul>

## 8.4 Campagnematrix

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

		DOELGROEP					
		Welkom	Wakker	Wissel	Gepensioneerden	Adviseurs	Werkgevers
<b>STRATEGISCHE PIJLERS</b>	<b>Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PensioenActueel</li> <li>▪ Keuzebegeleiding</li> <li>▪ SBZ Academy</li> <li>▪ Pensioenakkoord</li> <li>▪ Optimalisatie website</li> <li>▪ Overstap Beschikbare-premieregeling</li> <li>▪ SBZ Academy</li> <li>▪ Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PensioenActueel</li> <li>▪ Keuzebegeleiding</li> <li>▪ SBZ Academy</li> <li>▪ Pensioenakkoord</li> <li>▪ Optimalisatie website</li> <li>▪ Overstap Beschikbare-premieregeling</li> <li>▪ SBZ Academy</li> <li>▪ Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PensioenActueel</li> <li>▪ Keuzebegeleiding</li> <li>▪ SBZ Academy</li> <li>▪ Pensioenakkoord</li> <li>▪ Optimalisatie website</li> <li>▪ Overstap Beschikbare-premieregeling</li> <li>▪ Bijna met pensioen</li> <li>▪ Pensioencafé</li> <li>▪ SBZ Academy</li> <li>▪ CVP</li> <li>▪ Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PensioenActueel</li> <li>▪ Pensioenakkoord</li> <li>▪ SBZ Academy</li> <li>▪ Optimalisatie website</li> <li>▪ Pensioencafé</li> <li>▪ Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>		
	<b>Service werkgevers en betrekken adviseurs</b>					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adviseursnieuwsbrief</li> <li>• Optimalisatie website (Pensioenfonds-deel)</li> <li>• LinkedIn/Pers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkgeversnieuw sbrief</li> <li>• Optimalisatie website (wg-deel)</li> <li>• LinkedIn/Pers</li> </ul>
	<b>Inzicht in de (financiële) situatie van het fonds</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jaarverslag</li> <li>▪ Financiële situatie en regeling</li> <li>▪ Waardering</li> <li>▪ MVB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jaarverslag</li> <li>▪ Financiële situatie en regeling</li> <li>▪ Waardering</li> <li>▪ MVB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jaarverslag</li> <li>▪ Financiële situatie en regeling</li> <li>▪ Waardering</li> <li>▪ MVB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jaarverslag</li> <li>▪ Financiële situatie en regeling</li> <li>▪ Waardering</li> <li>▪ MVB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adviseursnieuwsbrief</li> <li>• LinkedIn/Pers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Werkgeversnieuw sbrief</li> <li>• LinkedIn/Pers</li> </ul>



## 8.5 KPI's 2023

Een overzicht van alle KPI's van 2023 inclusief bron en toelichting

Strategische pijler	KPI	Doel	Input / bron	Toelichting
<b>Strategische pijler 1: Deelnemer in staat stellen passende keuzes te maken</b>	Open rate mailings Doorklik rate mailings	> 65% > 20%	Cijfers Spotler	<i>We hanteren een gemiddeld percentage o.b.v. alle verzonden mailings incl. jaarverslag. Iets hoger ingezet dan behaald 2022 (open 63% en doorklik 18%). De doorklik is wat aan de lage kant door de vele reminders die we sturen.</i>
	Aantal keer bekeken per vlog	0-meting	Cijfers YouTube	<i>De video's staan op de website maar worden ingeladen via YouTube</i>
	Bezoeken landingspagina Pensioenakkoord	2.500 bezoeken webpagina	Data website	<i>In 2022 is totaal bezoek 2.382. In 2023 willen we dit behouden met een lichte stijging.</i>
	Bezoeken landingspagina SBZ Academy	0-meting	Data website	<i>Nieuw te lanceren landingspagina.</i>
	Bezoeken landingspagina Bijna met pensioen	0-meting	Data website	<i>Nieuw te lanceren landingspagina.</i>
	Deelnemers webinar <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensioencafé</li> <li>• CVP</li> <li>• Overstap BPR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 60% totaal aanmeldingen</li> <li>• 60% totaal aanmeldingen</li> <li>• 60% totaal aanmeldingen</li> </ul>	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 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>
	Totaal e-mailadressen + digitaal ja: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actieven</li> <li>• Gewezen</li> <li>• Gepensioneerden</li> </ul>	7.500 actieven (2022:6.991) 15.000 gewezen (2022: 13.912) 6.750 gepensioneerd.(2022: 6.533)	MAIA	<i>Meting wordt gedaan op basis van e-mailadres bekend. Behouden is de grootste uitdaging. Toch gekozen voor een stijging i.v.m. de geplande acties.</i>
	Polls n.t.b.	n.t.b.	Data website	<i>Polls in te zetten gedurende het jaar.</i>

## 8.5 KPI's 2023

Een overzicht van alle KPI's van 2023 inclusief bron en toelichting

Strategische pijler	KPI	Doel	Input / bron	Toelichting
<b>Strategische pijler 2: Service werkgevers en betrekken van adviseurs</b>	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. 2022: 75%</i>
	Open rate werkgeversmailing	> 45%	Spotler	<i>Generieke KPI voor alle mailings aan werkgevers. Doel opgesteld o.b.v. trend in 2022. Kleinere doelgroep dus heeft sneller invloed op percentage. 2022: 43,6%.</i>
	Deelnemers adviseurswebinar	65% 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%)</i>
	Open adviseursmailing	>45%	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. 2022: 45,6%</i>
	LinkedIn	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 900 volgers (2022: 684)</li> <li>➤ 80.000 impressies (2022: 59.347)</li> <li>➤ 50.000 unieke impressies (2022: 35.741)</li> <li>➤ 3,90% doorklik (2022: 3,16%)</li> </ul>	Montae	<i>KPI wordt opgesteld en gerapporteerd door Montae</i>

## 8.5 KPI's 2023

Een overzicht van alle KPI's van 2023 inclusief bron en toelichting

Strategische pijler	KPI	Doel	Input / bron	Toelichting
<b>Strategische pijler 3: Inzicht in de (financiële) ontwikkelingen bij het fonds</b>	Bezoeken webpagina Jaarverslag	1.200 bezoeken webpagina	Data website	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2022 (1.114 bezoeken) met een lichte stijging.</i>
	Bezoeken webpagina Financiële situatie	8.300 bezoeken webpagina	Data website	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2022 (8.228 bezoeken) met een lichte stijging.</i>
	Bezoeken webpagina MVB	975 bezoeken webpagina	Data website	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2022 (855 bezoeken) met een stijging i.v.m. acties in jaarplan 2023.</i>
	Waardering: Communicatie MVB-beleid Vertrouwen fonds	7.0 (0-meting) 7.0 (0-meting) 8.0 (2020:8.6)	Poll op webpagina	<i>We hebben niet eerder deze onderzoeken gedaan. Daarom houden we rekening met een 0-meting. In vergelijking met andere fondsen, komen we uit rond een 7.0.</i>
<b>Generiek</b>	Bezoeken website	120.000 bezoeken website	Data website	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2022 (117.852 bezoeken) met een stijging i.v.m. acties in jaarplan 2023.</i>
	Bezoeken Mijn Pensioen	96.000 bezoeken portaal	Data portaal	<i>KPI bepaalt o.b.v. 2022 (95.152 bezoeken) met een lichte stijging.</i>

## 8.6 Deelnemers - Mailings – Indeling en thema's

	Uitgave	Artikelen	Link naar campagne	Doelgroep	
PensioenActueel	<b>Januari (2<sup>e</sup> week)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Toeslagverlening</li> <li>Pensioenreglement</li> <li>Combinatie interview VO-leden (<i>1 lid van elk discipline: werknemers, werkgevers en gepensioneerden</i>)</li> <li>Keuzebegeleiding incl. aanmelden Webinars</li> <li>Banner: Dekkingsgraad</li> <li>Banner: Privé e-mailadres</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>PensioenActueel</li> <li>Keuzebegeleiding</li> <li>Pensioenakkoord</li> <li>Financiële situatie en regeling</li> <li>Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<p><b>Optie A:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Allen</li> </ul> <p><b>Optie B: (let op kosten x3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Actieven: 1-6</li> <li>Slapers: 1, 2, 3, 4 en 5</li> <li>Gepensioneerden: 1, 2, 4</li> </ul>	
	<b>Juli</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jaarverslag en MVB</li> <li>UPO (artikel of banner)</li> <li>Banner: Academy</li> <li>Banner: Privé e-mailadres</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jaarverslag</li> <li>SBZ Academy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Allen</li> </ul>	
	<b>November</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pensioenakkoord</li> <li>Vlog Keuzebegeleiding</li> <li>Heeft u uw risicoprofiel al gekozen?</li> <li>Poll: wat vindt u van onze communicatie?</li> <li>Test uw pensioen kennis</li> <li>Banner: Academy</li> <li>Banner: Welkom</li> <li>Banner: Privé e-mailadres</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pensioenakkoord</li> <li>Keuzebegeleiding</li> <li>Financiële situatie en regeling</li> <li>SBZ Academy</li> <li>Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<p><b>Optie A:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Allen</li> </ul> <p><b>Optie B: (let op kosten x3)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Actieven: 1-6</li> <li>Slapers: 1-5</li> <li>Gepensioneerden: 1, 4 en 5</li> </ul>	
Doelgroep mailing	Uitgave	Onderwerp	Link naar campagne	Doelgroep	Aandachtspunten
	<b>Oktober</b>	Off-boarding incl. uitnodiging CVP ( <i>vaste content o.b.v. mailing 2022</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bijna met pensioen</li> <li>Optimalisatie website</li> <li>CVP</li> </ul>	Actieven en gewezen 55+	<ul style="list-style-type: none"> <li>Segmenteren i.v.m. uitnodiging CVP</li> <li>Query: uitfilteren deelnemers die net met pensioen zijn</li> </ul>

## 8.7 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"> <li>• <b>Bijna gepensioneerden:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CVP</li> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Leef je pensioen</li> </ul> </li> <li>• <b>Gepensioneerden:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Leef je pensioen</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissel 58+ <i>Actieven en slapers</i></li> <li>• Gepensioneerden</li> </ul>	Digitaal via Achmea Studio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitnodiging 2x</li> <li>• Reminder 2x</li> <li>• Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders 2x</li> <li>• Terugkoppeling d.m.v. nieuwsbericht met opname website</li> </ul>
November	CVP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CVP</li> <li>• Bijna met pensioen</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissel 58+ <i>Actieven en slapers</i></li> </ul>	Digitaal via Teams	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitnodiging (in Bijna met pensioen)</li> <li>• Reminder alle genodigden</li> <li>• Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders</li> <li>• Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website</li> </ul>
November	Overstap Beschikbarepremieregeling	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overstap naar de BPR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welkom</li> <li>• Wakker</li> <li>• Wissel <i>Werkgevers overgestapt naar BPR</i></li> </ul>	Digitaal via Teams	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitnodiging</li> <li>• Reminder alle genodigden</li> <li>• Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders</li> <li>• Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website</li> </ul>

## 8.7 Deelnemers – Webinars - Indeling en thema's – keuzebegeleiding

Keuzebegeleiding is een onderwerp waar in 2023 een vergrootglas op ligt. SBZ Pensioen zet hier al verschillende middelen voor in. Ter aanvulling zal SBZ Pensioen terugkerende Webinars geven rondom dit thema. Doel is om in een kort webinar (max. 45 min) een keuze toe te lichten. Dit zal ongeveer een halfuur presentatie zijn met aansluitend een kwartier ruimte voor vragen. 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 2023 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 Wat te doen bij..

### Terugkerend Webinar keuzebegeleiding: februari, maart, april, juni en oktober

Onderwerp	Link naar campagne	Doelgroep	Vorm	In te zetten middelen
Keuzebegeleiding Extra aandacht: Bedrag ineens  <i>Eventueel alternatief keuzebegeleiding: MVB en UPO (juni)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keuzebegeleiding</li> <li>Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welkom</li> <li>Wakker</li> <li>Wissel</li> </ul> <i>Actieven en slapers</i>	Digitaal via Teams	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uitnodiging</li> <li>Reminder alle genodigden</li> <li>Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders</li> <li>Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website</li> </ul>

## 8.8 Deelnemers - Academy – Indeling en thema's

Uitgave	Onderwerp	Link naar campagne	Doelgroep	Toelichting
<b>Februari</b>	Uitleg partnerpensioen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiële situatie en regeling</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allen</li> </ul>	Standaard afsluiting oproep e-mailadres
<b>April</b>	Pensioenkeuzes (uitleg 1 keuze) <i>(incl. bedrag ineens indien definitief)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keuzebegeleiding</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welkom</li> <li>• Wakker</li> <li>• Wissel</li> </ul>	Standaard afsluiting oproep e-mailadres I.v.m. Webinar Keuzebegeleiding – mei I.v.m. PensioenActueel 3 - november
<b>Mei</b>	Quiz voor op de website	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiële situatie en regeling</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allen</li> </ul>	Een korte quiz a.d.h.v. pensioenstellingen om je pensioen kennis te meten. Om te plaatsen op de Academy website.
<b>Juni</b>	MVB (wat is uitsluiten of impactbeleggen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MVB</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allen</li> </ul>	Standaard afsluiting oproep e-mailadres I.v.m. campagne Jaarverslag –juli
<b>September</b>	Bijna met pensioen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bijna met pensioen</li> <li>• Pensioencafé</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissel 58+</li> </ul>	Standaard afsluiting oproep e-mailadres I.v.m. campagne Bijna met pensioen – oktober
<b>September</b>	CVP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CVP</li> <li>• Overstap naar de BPR</li> <li>• Bijna met pensioen</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wissel 58+</li> </ul>	Standaard afsluiting oproep e-mailadres Te gebruiken voor webinar CVP
<b>Oktober</b>	Uitleg dekkingsgraad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Financiële situatie en regeling</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allen</li> </ul>	Standaard afsluiting oproep e-mailadres

## 8.8 Werkgever – Nieuwsbrief & Webinar – Indeling middelen en thema's

Uitgave	Middel	Onderwerp	Link naar campagne	In te zetten middelen
April	Werkgeversniewsbrief 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitnodiging werkgeversbijeenkomst</li> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Combinatie interview VO-leden</li> <li>• Keuzebegeleiding</li> <li>• Banner: dekkingsgraad</li> <li>• Banner: aandacht voor e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PensioenActueel</li> <li>• Keuzebegeleiding</li> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Financiële situatie en regeling</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitnodiging (in nieuwsbrief)</li> <li>• Reminder alle genodigden</li> <li>• Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders</li> <li>• Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website</li> </ul>
Mei	Werkgeversbijeenkomst 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Keuzebegeleiding</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Keuzebegeleiding</li> </ul>	Via Teams
Augustus	Werkgeversniewsbrief 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitnodiging werkgeversbijeenkomst</li> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Jaarverslag en MVB</li> <li>• SBZ Academy</li> <li>• Banner: dekkingsgraad</li> <li>• Banner: aandacht voor e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Jaarverslag</li> <li>• SBZ Academy</li> <li>• Financiële situatie en regeling</li> <li>• Verzamelen e-mailadressen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uitnodiging (in nieuwsbrief)</li> <li>• Reminder alle genodigden</li> <li>• Reminder op de dag zelf naar alle aanmelders</li> <li>• Terugkoppeling d.m.v. mailing naar alle genodigden en nieuwsbericht met opname/presentatie website</li> </ul>
September	Werkgeversbijeenkomst 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Financiële situatie en regeling</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensioenakkoord</li> <li>• Financiële situatie en regeling</li> </ul>	Via Teams



## 8.9 Adviseurs– Nieuwsbrief & Webinar – Indeling middelen en thema's

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