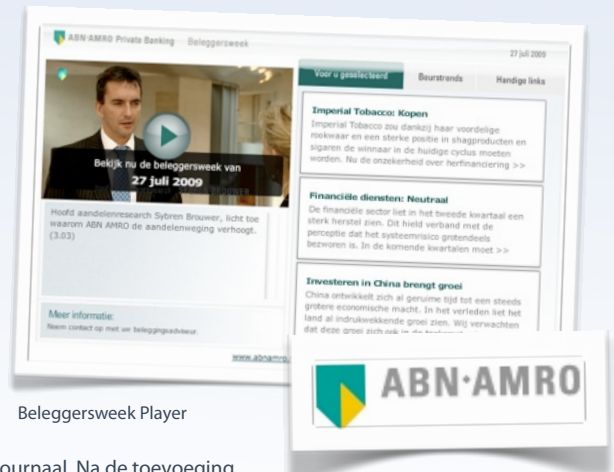


### ABN AMRO Beleggersweek vergroot impact bij beleggers

ABN AMRO richt zich op zowel de particuliere als de zakelijke klant. De particuliere klant kan bij deze bank terecht voor ondermeer sparen, lenen, beleggen, betalen, hypotheek en verzekeren. Particuliere klanten die een vrij belegbaar vermogen hebben van € 1.000.000,- of meer worden persoonlijk geadviseerd door private bankers van ABN AMRO Private Banking. In Nederland is ABN AMRO Private Banking marktleider in deze vermogende doelgroep.

#### Beleggersweek

De Beleggersweek is de online nieuwsbrief uitsluitend voor de relaties van ABN AMRO Private Banking. Wekelijks worden zij op de hoogte gehouden van marktontwikkelingen, de beleggingsvisie, beurstrends en interessante beleggingsproducten. Om de boodschap nog persoonlijker en daardoor aantrekkelijker te maken, is de nieuwsbrief sinds begin 2009 uitgebreid met een videojournaal. Na de toevoeging van de video is het aantal abonnees verdubbeld en opent momenteel 40% van de abonnees de nieuwsbrief. 50% van de lezers bekijkt de nieuwsvideo die door 95% van de kijkers helemaal wordt uitgekeken.



Beleggersweek Player



Beleggersweek uitzending

#### Tevredenheidonderzoek

“Wij omarmen altijd nieuwe initiatieven om onze dienstverlening te optimaliseren vertelt Maurice Eikmans, Marktsegment Manager bij ABN AMRO Private Banking. Maar het is uiteindelijk aan de klant om te bepalen of deze initiatieven succesvol zijn”. Drie maanden na de introductie van de videojournaals heeft er dan ook een evaluatie plaatsgevonden onder klanten en interne beleggingsadviseurs. Maurice Eikmans: “De lezers waren zeer positief en waardeerden de journaals met gemiddeld een 7. En 2/3 van de respondenten bevelen de Beleggersweek aan vrienden, familie en bekenden aan. Ook waren er verbeterpunten. Zo hebben we de duur van de video teruggebracht naar maximaal 4 minuten en is er meer afwisseling in sprekers aangebracht. Daarnaast is het aantal concrete beleggingsvoorstellen aanzienlijk verhoogd. De feedback was immers dat men de adviezen van onze experts concreter vertaald wilde zien in voorstellen en producten.” De ABN AMRO Private Banking beleggingsadviseurs zijn na enige

aarzeling inmiddels erg enthousiast geworden over de Beleggersweek en dat uit zich in een constante stroom van nieuwe abonnees. “Dat onze adviseurs hun relaties over de Beleggersweek adviseren is voor ons het bewijs dat ze tevreden zijn over deze nieuwe versie met de videojournaals” vervolgt Maurice Eikmans. “Wij zijn ook zeer te spreken over het gebruik van de bijgevoegde product- en markt informatie. Sinds het gebruik van de videojournaals is het aantal geraadpleegde documenten per abonnee meer dan verdubbeld.”

#### Web TV bij ABN AMRO

ABN AMRO Private Banking is een van de business units die gebruik maken van de mogelijkheden van het Web TV medium binnen ABN AMRO. Meer over Web TV bij ABN AMRO is te lezen in het praktijkvoorbeeld ‘ABN AMRO TV onmisbaar in de communicatiemix’.



*“Door gebruik van video met actuele en persoonlijke artikelen in onze online nieuwsbrieven zijn we van een achterstand naar een voorsprong gegaan”.*

Maurice Eikmans  
Marktsegment Manager ABN AMRO Private Banking

# Q & A

## *Hoe worden de Beleggersweek weekjournaals gemaakt?*

Bij de start van de Beleggersweek videojournaals werd de volledige Update van ABN AMRO TV gebruikt. Door de feedback van onze klanten worden nu specifiek voor ABN AMRO Private Banking beleggingsgerelateerde onderwerpen en sprekers als aanvulling gemaakt. Deze aanvullingen worden opgenomen tijdens de wekelijkse opname van ABN AMRO Update. De redactie van de Beleggersweek zorgt ervoor dat de video wordt aangevuld met de passende product- en marktinformatie voor beleggers. De Beleggersweek wordt iedere maandag per e-mail verstuurd naar de abonnees.

## *Hoe werkt ABN AMRO Private Banking samen met Quadia?*

Quadia heeft op verzoek van ABN AMRO Private Banking een Web TV portal ontwikkeld met een geïntegreerde interactieve Web TV player. In het portal worden video en bijbehorende achtergrondinformatie, zoals beleggingsproducten en marktinformatie, aan elkaar gekoppeld. De basis van de vormgeving en functionaliteit bestond destijds uit de gestelde key performance indicators zoals het gebruik van de aangeboden markt- en productinformatie en het vereiste minimaal aantal kijkers.

ABN AMRO Private Banking maakt gebruik van het Quadia Web TV Manager platform dat door ABN AMRO TV wordt gebruikt. Private Banking kiest binnen de centraal opgeslagen videoproducties voor de producties die zij wenst te gebruiken in haar eigen player(s). Het Quadia platform wordt gebruikt voor de publicatie en het beheer van de wekelijkse nieuwsbrieven. De management rapportage wordt ingezet om de resultaten te meten en speelde ook een centrale rol bij de onlangs uitgevoerde evaluatie. Op regelmatige basis vindt overleg plaats met Quadia over de gemeten resultaten, ontvangen reacties en nieuwe mogelijkheden. Waar nodig en wenselijk worden zaken verbeterd en nieuwe mogelijkheden toegepast.

## *Wat zijn de toekomstplannen voor de Beleggersweek?*

Maurice Eikmans: "Platte tekst zal meer en meer vervangen worden door persoonlijke videoboodschappen. Wij willen een versnelling in informatie realiseren door meer nieuwsgelateerde videoberichten op te nemen. In de toekomst willen we de actualiteit nog verder verhogen door vaker te updaten. Ook zien wij een verdere aanscherping van videoboodschappen voor bepaalde doelgroepen, qua onderwerp, maar ook qua toon- of- voice en actualiteit." De positieve reacties op de Beleggersweek, hebben er toe geleid dat inmiddels ook een online videonieuwsbrief voor de Preferred Banking klanten van ABN AMRO is ontwikkeld. De nieuwsbrief onder de titel 'Relevant' is beschikbaar voor klanten met een vermogen vanaf € 50.000,-.