

Brussel, 2 mei 2014

KBC stimuleert ondernemerschap met Alles kan beter.

Vanaf maandag 5 mei start KBC met een zes weken durend initiatief om ondernemers uit Brussel, Vlaanderen en de regio Oost-België¹ vooruit te helpen. Op het internetplatform www.kbc.be/alleskanbeter kunnen ondernemers vragen stellen aan (potentiële) klanten om zo hun dienstverlening te verbeteren.

Vorig jaar lanceerde KBC het Gat in de markt, een unieke campagne om de ondernemerszin aan te wakkeren die bijna 180 000 ideeën opleverde. Ook dit jaar wil KBC het ondernemerschap blijven stimuleren. Daarvoor ontwikkelde het een [ontmoetingsplatform](#) waarop de lokale ondernemer het gesprek met zijn (potentiële) klanten en het grote publiek rechtstreeks kan aangaan en zijn ideeën kan aftoetsen.

“Alles kan beter biedt zelfstandigen, beoefenaars van vrije beroepen, bedrijfsleiders, enz. een platform om de interactie met de bevolking van Vlaanderen, Brussel en de regio Oost-België¹ te stimuleren. KBC wil zijn rol als lid van de lokale gemeenschap ten volle uitspelen door ontmoetingsmogelijkheden te creëren tussen bedrijven en hun klanten. Op die manier tracht KBC, als partner van de ondernemer, duurzame cliëntrelaties op te bouwen en te verdiepen met particulieren, kmo's en middelgrote ondernemingen, maar levert het ook een creatieve bijdrage tot de groei van de Belgische economie,” aldus Daniel Falque, CEO van KBC België.

Wat is Alles kan beter?

De campagne Alles kan beter verloopt in drie fasen. De **eerste fase** startte in februari. KBC nodigde ondernemers uit om hun bedrijfsideeën voor te leggen via het internetplatform dat het daarvoor had opengesteld. Tot vandaag stelde een 600-tal ondernemers, zowel KBC-cliënten als niet-cliënten, in totaal al meer dan 2 000 meerkeuzevragen die vooral betrekking hebben op:

- (extra) dienstverlening,
- uitbreiding van het assortiment,
- online dienstverlening en differentiatie van de verkoopkanalen.

Uit de gestelde vragen komt alvast duidelijk naar voren dat de ondernemers voornamelijk bezig zijn met innoveren: “Als ik mijn producten online zou aanbieden, zou u die dan langs die weg kopen?” “Zou u meer betalen als wij aan huis leveren?” “Bent u geïnteresseerd in een kookworkshop onder leiding van een ervaren chef om onze toestellen optimaal te kunnen gebruiken?” “Zou u uw behandeling aangenamer vinden als u zelf de muziek mocht kiezen?”, enz.

¹ CBC Banque, de dochteronderneming van KBC actief in Brussel en Wallonië, neemt niet deel aan Alles kan beter. CBC Banque voert een eigen commercieel beleid met specifieke accenten voor Brusselse en Waalse ondernemers.

De **tweede fase** start op maandag 5 mei. Vanaf dan kan elke (potentiële) klant op datzelfde platform de vragen beantwoorden en zo zijn voorkeur aangeven en zo ondernemers inspireren.

In de **derde fase**, vanaf 16 juni, ontvangt elke ondernemer een gepersonaliseerd verslag met de antwoorden op zijn vragen. Daarnaast geven drie vooraanstaande experts van Vlerick – Marion Debruyne, Kurt Verweire en Gino Van Ossel – een overzicht van enkele grote trends in nieuwe producten en innovatie, onlineverkoop en dienstverlening, extra services en klantgerichtheid. Ze geven ook enkele sprekende voorbeelden en concrete to do's. Zo krijgt de ondernemer niet alleen een goed zicht op welke ideeën zouden aanslaan bij zijn klanten. Hij krijgt er nog een aantal waardevolle tips bovenop.

Alles kan beter gaat gepaard met een aantal ondersteunende acties.

De campagne beperkt zich niet tot het onlineplatform:

- In de **Nationalestraat 12 in Antwerpen** en de **Vlaanderenstraat 129 in Gent**, twee drukbezochte straten, wordt **de eerste week** van het initiatief een leegstand pand aangekleed en uitgerust met een **interactief scherm**. Daarop kunnen ondernemers uit de buurt de voorbijgangers uitnodigen om hun vragen te beantwoorden.
- KBC zorgt voor 25 000 **suggestieboxen** opdat ondernemers ook in hun zaak die conversatie met klanten kunnen aangaan, en een **socialmediakit** voor ondernemers. De socialmediakit bevat materiaal dat de ondernemer kan gebruiken op zijn Facebookpagina, LinkedInprofiel en website om zijn klanten uit te nodigen op zijn vragen te reageren. In de suggestiebox kunnen klanten hun advies rechtstreeks deponeren.
- De KBC-kantoren stimuleren de **wisselwerking** tussen lokale ondernemers door ontmoetingen en bedrijfsbezoeken te organiseren.
- Als bank-verzekeraar bekijkt KBC **samen met de ondernemer zijn business, optimaliseert die en onderzoekt in onderling overleg de groeimogelijkheden**.

Ten slotte biedt **KBC betaaloplossingen op maat van de cliënt** met de nadruk op eenvoud en zekerheid. KBC ontwikkelde samen met Atos Worldline de **[KBC-Clickshop](#)**: een zelfbouwpakket waarmee ondernemers een eenvoudige webwinkel kunnen opzetten. De ondernemer kiest zelf de lay-out van zijn website (kleuren, logo en winkelstijl). In het pakket zijn de gebruikelijke onlinebetaalmethoden opgenomen, zoals bank- en kredietkaarten. KBC is daarmee de eerste financiële instelling die een geïntegreerde weboplossing aanbiedt aan ondernemers die willen inspelen op het wijzigende koopgedrag van hun klanten. Onderzoek van Insites Consulting toont namelijk aan dat 57% van de Belgen het afgelopen jaar online geshopt heeft. Dat is een groei van 13% ten opzichte van 2012. Daarbij wordt een bedrag van meer dan 2 000 euro per jaar gependend. Een webwinkel kan dus een belangrijk bijkomend verkoopkanaal zijn voor de ondernemer.



KBC Groep NV

Havenlaan 2 – 1080 Brussel
Viviane Huybrecht
Directeur Corporate
Communicatie /
woordvoester
Tel. 02 429 85 45

Persdienst
Tel. 02 429 65 01 Stef Leunens
Tel. 02 429 29 15 Ilse De Muyer
Fax 02 429 81 60
E-mail: pressofficekbc@kbc.be

KBC persberichten zijn beschikbaar
op www.kbc.com of kunnen verkregen worden
door een mail te sturen
naar pressofficekbc@kbc.be

Volg ons op www.twitter.com/kbc_group
[#alleskanbeter](https://twitter.com/alleskanbeter)
