

Brussel, 18 mei 2015

KBC reageert op berichten m.b.t. verschuivingen binnen en tussen distributiekkanalen

Naar aanleiding van een artikel dat zaterdag in De Tijd verscheen, wenst KBC volgende duiding te geven.

Tijdens een Investor Day in juni 2014, heeft KBC zijn ambities voor de toekomst duidelijk gemaakt : KBC wil zijn blik en energie maximaal op de klant richten, de klant centraal stellen (customer centricity) en bouwen aan duurzame langetermijnrelaties met zijn klanten.

Met die ambitie voor ogen, werden het voorbije jaar een hele reeks initiatieven en projecten opgestart (cfr. ook de verschillende persberichten op www.kbc.com daarover). KBC is in beweging, en het gaat sneller dan vroeger.

KBC ziet het als zijn plicht om de toekomst van KBC en zijn medewerkers voor te bereiden, veilig te stellen en het vertrouwen van zijn klanten blijvend te verdienen. Stilstaan is achteruit gaan.

Wijzigend klantengedrag leidt tot verschuivingen binnen en tussen distributiekkanalen

De veranderingen hebben alles te maken met het feit dat de wereld rondom ons, de concurrentie, de nieuwe spelers op de markt niet stilzitten. Maar ook met het wijzigende klantengedrag. Een trend die al een tijdje geleden is ingezet en niet alleen in de financiële sector. De klanten vandaag vragen een andere manier van bankieren en verzekeren. Dat leidt bij KBC in toenemende mate voor een verschuiving tussen de verschillende distributiekkanalen en een toename van de digitalisering. Die trend zal zich nog doorzetten maar hoe de verschuiving in de toekomst exact zal verlopen en met welke snelheid, is zeer moeilijk in te schatten. Het hangt ervan af hoe snel klanten hun gedrag zullen veranderen. Zoals aangegeven op de Investor Day vorig jaar, zorgt KBC alvast dat het klaar staat en past het zich aan op het tempo van de klant. KBC merkt overigens dat deze aanpak loont en de klantentevredenheid jaar na jaar toeneemt.

KBC wil voor haar klanten een snelle, eenvoudige en ruime toegang verzekeren tot oplossingen op maat van hun behoeften, via verschillende kanalen. Dat betekent dat er **intern verschuivingen** (kunnen) zijn **binnen de distributiekkanalen en tussen de distributiekkanalen** (bankkantoren/verzekeringsagentschappen, regionale adviescentra, website KBC-Touch (opvolger van KBC-Online) of de KBC Mobile Banking app /mobile apps).

Het belangrijkste is evenwel dat KBC blijft investeren in **alle distributiekkanalen of touch points met de klant om zo te voorzien in een snelle, betrouwbare en ruime toegang tot de oplossingen die KBC biedt.**

Bankkantoren netwerk: investeringen in Bamboe-kantoren/kantoren van de toekomst samen met selectieve sluitingen

In de toekomst blijft KBC inzetten op zijn omni-kanaalstrategie en blijft investeren in alle kanalen, ook in het fysieke/bakstenen kanaal. Dat betekent dat een bankkantoor kan omgevormd worden tot een Bamboe-kantoor/kantoor van de toekomst, automatenkantoor, eventueel geherlokaliseerd worden of ook gesloten kan worden. Alles hangt af van het klantengedrag en de evoluerende (concurrentiële, economische, bedrijfsmatige, ...) omgeving waarin een kantoor zich bevindt. Elke winkel maakt bij voorbeeld ook regelmatig een balans op van zijn werking op basis van aankoopgedrag klanten, eventuele nieuwe concurrentie in de buurt of aanpassingen door bestaande concurrentie, gewijzigde omgevingsfactoren (vb. verkeerssituatie).....

Wat het aantal bankkantoren betreft, is voorzien en reeds eerder dit jaar aangekondigd (en ook meegedeeld aan het betrokken personeel) dat een 10-tal heel kleine bankkantoren met maximaal 3 medewerkers (op een totaal van 717 KBC bankkantoren) in de loop van de komende maanden gesloten worden. De klanten werden of worden persoonlijk op de hoogte gebracht en voortaan verder geholpen in naburige kantoren. Trouwens in de meeste gevallen betekent een sluiting van een bankkantoor enkel het sluiten van een fysieke locatie. De kantoordirecteur of relatiebeheerder verhuist naar een naburig kantoor en blijft het vertrouwde gezicht voor de klanten van het kantoor dat gesloten wordt.

De Vlerick-studie waarnaar in het artikel in De Tijd verwezen wordt, was een reflectiedocument voor een interne studiedag waarbij ook de input van Vlerick werd gevraagd. Zoals op de Ondernemingsraad al eerder werd aangegeven, heeft KBC de verantwoordelijkheid om regelmatig na te denken over de toekomst en daarbij alle mogelijke scenario's en assumpties.

Regionale adviescentra: ruimere toegankelijkheid en bereikbaarheid voor onze klanten en ondersteuning voor de bankkantoren en verzekeringsagenten

Ook de **regionale adviescentra** maken deel uit van de omni-kanaalstrategie. Dergelijke regionale adviescentra zijn reeds operationeel in Oost-Vlaanderen en Limburg en nieuwe centra zijn gepland in elke regio en KBC Brussels in het najaar. Om nog dichterbij de klanten te staan. KBC zet mensen en middelen in waar ze het verschil willen en kunnen maken naar de klanten toe. KBC-klanten vandaag vragen toegankelijke oplossingen, die het hen makkelijk maken. Daarom zet KBC maximaal in op snelheid, bereikbaarheid, betrouwbaarheid.

Vb. klant verliest bankkaart of ze gaat plots stuk. Maar de klant vertrekt de dag nadien naar het buitenland en heeft dus dringend een nieuwe kaart nodig. Hij belt naar zijn vertrouwd KBC-kantoor overdag en kan zijn nieuwe kaart, vandaag al, tot 20u 's avonds ophalen in het regionaal adviescentrum in zijn regio.

Ook wat **bereikbaarheid** betreft, wil KBC het tempo van de klant volgen. Zo heeft KBC begin dit jaar de **openingsuren** van al zijn bankkantoren verruimd van 9u tot 18u elke dag. In de praktijk is die bereikbaarheid zelfs ruimer omdat medewerkers in de kantoren flexibel kunnen werken en bvb. een langere middagpauze nemen om boodschappen te doen en dan 's avonds om 19u nog een klant te ontvangen voor een adviesgesprek.

De regionale adviescentra zorgen dan voor een nog ruimere bereikbaarheid tot 20u vandaag (mogelijks tot 22u in de toekomst).

Als klanten in de toekomst zouden verwachten om van bepaalde diensten te kunnen gebruik maken tussen 22u 's avonds en 8u 's morgens of in het weekend, dan wil KBC ook daarop inspelen. Die beschikbaarheid /ondersteuning zou dan via moderne technologie (vb videotelefonie, video chat) kunnen gebeuren, maar eventueel ook door fysieke aanwezigheid. Alles hangt af van hoe de noden dan de klanten in de toekomst evolueren.

Voor bepaalde diensten kan de klant dit trouwens nu al via KBC-Touch, KBC-Mobile Banking of de nieuwe gelanceerde KBC-Invest.

KBC: de vaste wil om de referentie te zijn nu en in de toekomst

KBC heeft de vaste wil om de veranderingen die bedoeld zijn om de toekomst voor te bereiden en de klanten nog beter te bedienen, zoals steeds door te voeren met respect voor zijn medewerkers, via een open en constructieve dialoog met alle betrokkenen en binnen een duidelijk kader dat toelaat de impact van de veranderingen op te vangen.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Viviane Huybrecht, directeur Corporate communicatie/woordvoester KBC-groep
Tel +32 2 429 85 45 - E-mail: pressofficekbc@kbc.be

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 zenden naar pressofficekbc@kbc.be

Volg ons op www.twitter.com/kbc_group
