

Brussel, 8 april 2016

KBC omarmt de digitale toekomst

Omnikanaalstrategie werpt zijn vruchten af

KBC focust in zijn 'klant centraal'-strategie op een omnikanaalbenadering. Op een toegankelijke manier reikt KBC oplossingen aan waar en wanneer de klant ze nodig heeft. Oplossingen die hem/haar ook daadwerkelijk tijd helpen te besparen. KBC Groep NV investeerde de voorbije twee jaar zo'n 240 miljoen euro in het feilloos/naadloos laten interageren van zijn bankkantoren/verzekeringsagentschappen, regionale adviescentra, websites en mobiele toepassingen. Informatie uit de verschillende kanalen wordt geïntegreerd zodat snel, maximaal en gericht kan worden ingespeeld op de specifieke behoefte van de klant. En zo kan die op zijn beurt waardevolle tijd besparen.

Het succes van deze omnikanaalbenadering in België valt af te lezen uit het aantal nieuwe klanten (netto meer dan 27 000) en gebruikers van online (+/- 1 100 000 voor KBC Touch en KBC Invest samen) en mobiele toepassingen (500 000), de gestegen klantentevredenheid en -trouw en stijgende NPS-scores¹. Eind 2015 had een vijfde van de gezinnen die klant zijn bij KBC Bank minstens drie bankproducten én drie verzekeringsproducten van KBC.

KBC blijft dan ook verder investeren in nieuwe 'klant centraal'-projecten en omarmt daarbij de digitale uitdagingen en opportuniteiten. Tijdens een persconferentie vandaag geven Daniel Falque, CEO KBC Divisie België en Erik Luts, algemeen directeur Directe Kanalen een stand van zaken en lichten ze de belangrijkste initiatieven toe die voor de klanten een belangrijke tijdswinst opleveren en het gebruiksgemak vergroten:

- Regionale adviescentra in Hasselt, Leuven, Gent, Antwerpen en Brugge verruimen de bereikbaarheid buiten de normale kantooruren, mede dankzij spraak- en videobellen en chat;
- KBC-bankkantoren: meer bankieren op afspraak, investering in nieuwe kantoorconcepten zoals Bambookantoren en KBC Cube in Hasselt;
- nieuw: KBC Touch voor blinden en slechtzienden;
- KBC Touch: een hele reeks nieuwe mogelijkheden zoals online lening op afbetaling sluiten, overzicht en detail van verzekeringspolissen, medische vragenlijst invullen voor schuldsaldoverzekeringen, rechtstreeks afspraken maken met adviseur, autoservice (verzekering en inschrijving wagen met bestelling nummerplaat), enz.
- KBC Touch voor ondernemers;
- KBC Invest: app voor tablet of pc om beleggingsportefeuilles en spaarplannen op te volgen, een adviseur realtime mee te laten kijken, beleggingsvoorstellen vanop afstand te ondertekenen;
- KBC Mobile: meer dan 500 000 gebruikers, een kwart is jonger dan 26 jaar, 56% is tussen 26 en 55 jaar oud. Voortaan ook aanmelden en verrichtingen tekenen met simpele duimafdruk op iPhone;
- KBC Assist-app om ongeval of schadegeval aan auto of woning aan te geven.

¹ NPS = net promotor score, de mate waarin iemand aanbeveelt aan familie of vrienden.

Daniel Falque, CEO van KBC België licht toe: *“KBC bereidt zich grondig voor op de toekomst. Wijzigend klantengedrag en technologische ontwikkelingen bepalen mee de weg die KBC inslaat. De evolutie naar digitalisering versnelt en is duidelijk. De klant bepaalt daarbij het tempo. KBC neemt constant nieuwe initiatieven, ontwikkelt nieuwe oplossingen en past zijn distributienetwerk en structuur aan om zich maximaal voor te bereiden op de toekomst. Omdat KBC streeft naar een langetermijnrelatie met zijn klant, staat een unieke en optimale klantenbeleving centraal. De KBC-klant heeft verschillende mogelijkheden om zijn financiële transacties te behartigen. Hij bepaalt zelf wanneer en via welke mogelijke toepassing hij geholpen wil worden. Daarom heeft KBC gekozen voor een omnikanaalstrategie. KBC zorgt ervoor dat alle kanalen (toepassingen) interactief en realtime met elkaar verbonden zijn en communiceren. Zo is KBC er wanneer en waar de klant zijn bank-verzekeraar nodig heeft. KBC investeerde de voorbije twee jaar al heel wat middelen in deze omnikanaalbenadering.”*²

Werken met mensen van hier voor klanten van hier

*“KBC-klanten vragen vandaag toegankelijke oplossingen die het hen gemakkelijk maken en waardoor ze tijd kunnen besparen. Daarom zet KBC maximaal in op snelheid, bereikbaarheid en betrouwbaarheid. Om nog dichter bij de klant te staan, bouwde KBC het afgelopen jaar zijn **regionale adviescentra (RA)** uit in elk van de vijf provincies waar KBC aanwezig is. Die RA’s in Hasselt, Leuven, Gent, Antwerpen en Brugge worden bemand door medewerkers die effectief vertrouwd zijn met de klant én de regio. KBC-adviseurs bieden er de klanten via spraak- of videobellen of chat oplossingen voor hun dagelijkse bank- en verzekeringsvragen. Op sommige dagen voeren de RA’s meer dan 100 gesprekken met onze klanten en het aantal neemt gestaag toe, ook omdat we de service verder uitbreiden”,* zegt Daniel Falque, CEO van KBC België.

De RA’s zijn bereikbaar elke werkdag van 8 tot 22 uur en op zaterdag van 9 tot 17 uur. Ze vormen een ondersteuning voor de bankkantoren en digitale kanalen en krijgen van de KBC-klanten een hoge Net Promotor Score.

Sinds 1 maart 2016 bieden de RA’s ook digitale ondersteuning aan klanten die via KBC Touch een krediet (lening op afbetaling of LOA) sluiten. Als een klant in KBC Touch een lening op afbetaling simuleert en daarbij een specifieke vraag heeft, kan hij via een knop op het scherm rechtstreeks in contact komen met een KBC-medewerker. Die kan hem advies geven, zodat hij zijn simulatie kan afwerken en de lening op afbetaling zelfs online kan afsluiten. In maart werden 16% van de LOA’s volledig online afgesloten, tegenover 5% vorig jaar. Tellen we daarbij echter de leningen die online gesimuleerd werden maar in het kantoor of RA afgerond, dan wordt zo’n 40% van de leningen op afbetaling online geïnitieerd. De komende maanden zullen de RA’s ook voor andere basisdiensten en woningkredieten, verzekeringen en beleggingen ondersteuning bieden aan KBC-klanten.

Het bakstenen KBC-bankkantorennetwerk past zich eveneens aan de wijzigende klantenbehoeften aan. Sinds 2013 werken zo’n 320 KBC-bankkantoren in de namiddag enkel op afspraak. Op die manier vergroot KBC de toegankelijkheid, maakt het meer tijd vrij voor advies en oplossingen op maat en kan de klant tijd besparen. Klanten en personeel reageren hier heel positief op. Daarom is KBC dit voorjaar een pilootproject gestart waarbij in éénzelfde cluster **bankieren op afspraak** in alle 17 kantoren wordt toegepast. Later dit voorjaar wordt dit pilootproject geëvalueerd.

² zie ook persberichten van 17 juni 2014 en 3 juni 2015 op www.kbc.com.

KBC blijft ook investeren in **nieuwe kantoorconcepten**. KBC telt vandaag 18 Bambookantoren of **kantoren van de toekomst**, die maximaal inzetten op een omnikanaalbeleving. Sinds begin dit jaar opent KBC ook **Bambookantoren op grote locaties zoals in Hasselt. Gent Kouter** volgt eind april.

Op de Cordacampus in Hasselt opende KBC een **KBC Cube**, een open ontmoetingsruimte waar particuliere en ondernemersklanten on-site worden ondersteund. Iedereen – ook niet KBC-klanten – die met vragen zit over bankverzekeren, kan er terecht. Via dit nieuwe pop-upconcept wil KBC zijn dienstverlening beter, sneller toegankelijker en oplossingsgericht maken.

Digitale wereld in beweging: nieuwste technologieën zorgen voor opportuniteiten

“Voor de directe kanalen KBC Touch³, KBC Mobile, KBC Invest en de KBC-website past KBC de nieuwste technologieën toe om het gebruik gemakkelijk, veilig en snel te maken voor de klant. Niet alleen worden nieuwe toepassingen ontwikkeld, de bestaande toepassingen worden constant verfijnd en vernieuwd, ook dankzij inbreng van de klant, om de beleving voor de klant zo optimaal mogelijk te maken”, zegt **Erik Luts, algemeen directeur Directe Kanalen**.

Of het nu gaat om particulieren, ondernemingen, handelaars, vrije beroepers of start-ups, KBC nodigt de klant uit om nieuwe ideeën aan te brengen of verbeteringen aan bestaande toepassingen kenbaar te maken.

KBC-website

Zo werd de vernieuwde website (www.kbc.be en www.kbc.be/ondernemen) volledig aangepast aan het surfgedrag van de klanten. De site biedt vandaag meer gepersonaliseerde inhoud, afgestemd op de behoeften van de klant of waar die naar op zoek is, en vertrekt niet langer vanuit een productaanbod.

KBC Touch, nu ook voor blinden en slechtzienden

KBC Touch, de app waarmee de klant via tablet of pc zijn bankzaken en verzekeringen kan regelen, telt vandaag meer dan een miljoen gebruikers.

Begin april lanceerde KBC overigens ook een versie van **KBC Touch voor blinden en slechtzienden**, die is uitgerust met begeleidende spraaktechnologie en een hoger schermcontrast.

KBC Touch werd uitgebreid met nieuwe transacties: leningen op afbetaling, een verzekeringsoverzicht, een woningkrediet simuleren, een woningverzekering of schuldsaldoverzekering sluiten. Daarnaast kan de klant ook vanuit zijn luie stoel de **medische vragenlijst** van zijn KBC-Schuldsaldoverzekering invullen.

KBC Touch is er ook voor ondernemers. Zij zien vlot, binnen eenzelfde omgeving, het overzicht van zowel hun zakelijke als hun privérekeningen en kunnen binnen deze omgeving ook overschrijvingen uitvoeren.

KBC-Online for Business is het zakelijke onlinebankingpakket bij uitstek voor ondernemers. Met de uitgebreide professionele functies kunnen rapporten opgevraagd worden en afgedrukt, overschrijvingen kunnen digitaal getekend worden met meerdere personen en gelinkt met een boekhoudpakket.

Ondernemers kunnen trouwens op een nieuwe en eenvoudige methode aanmelden en transacties tekenen in KBC-Online for Business. Dit kan met de KBC Mobile Sign app, een smartphone-applicatie die de kaartlezer en e-businesskaart vervangt.

³ Vanaf 12 april 2016 zal KBC-Online geleidelijk afgebouwd worden.

KBC Invest

Via de **KBC Invest-app** voor tablet of pc volgen meer dan 70 000 gebruikers hun beleggingsportefeuilles en spaarplannen op de voet. Nieuw is dat de klant zijn vertrouwde KBC-adviseur mee kan laten kijken in zijn beleggingsportefeuille, wat adviesverlening op zijn maat vergemakkelijkt en optimaliseert. Verder kunnen klanten via e-voorstel beleggingsvoorstellen vanop afstand ondertekenen.

De klant krijgt duidelijke en recente informatie om zijn beleggingsbeslissingen te onderbouwen. Dankzij een overzichtelijk en herkenbaar overzicht (dashboard) van zijn beleggingen kan de belegger die beleggingen vanuit verschillende invalshoeken bekijken (rendement en risico, spreiding over activaklassen t.o.v. de doelportefeuille, enz.). Meldingen en berichten bij belangrijke gebeurtenissen (bv. vervaldagen, marktgebeurtenissen, enz.) waarschuwen de klant om eventueel actie te ondernemen.

KBC Invest vervolledigt hiermee het aanbod van online sparen en beleggen. KBC Touch is er voor de traditionele spaarder. Voor de meer ervaren spaarder of belegger, die toch nog graag advies op zijn maat wenst, is er KBC Invest. **Bolero**, opgericht in 1999 en toen Belgische pionier in online brokerage, is er met zijn *execution only-service* voor iedere belegger die zelf zijn portefeuille wil beheren en opvolgen. Eind mei lanceert Bolero bovendien een **specifieke app voor Android-smartphone** en later dit jaar komt er ook een app voor Android-tablets aan. Tot dan kunnen Android-gebruikers hun beleggingen online opvolgen via het volledig responsive Bolero-platform.

KBC Mobile is de gebruiksvriendelijke en gratis mobile banking-app van KBC waarmee de klant zijn zicht- en spaarrekeningen kan raadplegen, geld kan overschrijven tussen rekeningen en tussen twee smartphones, geld kan opnemen zonder bankkaart aan een KBC-/CBC-bankautomaat, zijn prepaid kredietkaart kan opladen, onlineaankopen kan betalen, transacties van de kredietkaart kan checken en verzekeringsfacturen en de via Zoomit aangeboden facturen kan raadplegen en betalen. KBC Mobile telt vandaag bijna 500 000 gebruikers, een kwart daarvan is jonger dan 26, 56% is tussen 26 en 55 oud. Klanten kunnen zich nu met een simpele duimafdruk aanmelden en verrichtingen tekenen op hun iPhone: kaartlezer of bankkaart zijn overbodig. KBC Mobile ondergaat later dit jaar een make-over en wordt nog gebruiksvriendelijker.

KBC Mobile Pay is een functie waarmee de klant mobiel kan betalen in zowel fysieke winkels als online. KBC/CBC is de eerste bank die deze betaalknop aanbiedt in België. Colruyt Group was de eerste winkelketen die KBC Mobile Pay ook promootte in zijn winkels. Sinds begin 2016 kan de klant bij de 400 winkels van de Colruytgroup met zijn smartphone betalen. Maandelijks gebeuren er al zo'n 150 000 mobiele betalingen.

KBC Assist

KBC lanceerde recent ook een nieuwe versie van **KBC Assist**, een gepersonaliseerde mobiele app waarmee de klant altijd en overal, eenvoudig én digitaal, een ongeval of schadegeval aan de woning of wagen kan melden aan KBC, of zelf zijn risicoprofiel kan aanpassen. De klant ziet via de app onmiddellijk welke verzekeringsdekking hij geniet. Zijn aangifte komt altijd bij de juiste tussenpersoon terecht. In KBC Assist kunnen ook foto's van waardevolle voorwerpen veilig opgeslagen worden. Bij aangifte van diefstal of verlies komen die van pas.

Nieuwe technologieën, fintech, blockchain en communitywerking

KBC bekijkt ook hoe het nieuwe technologieën, communitywerking (samenwerking met spelers in andere sectoren) of fintech kan gebruiken om zijn omnikanaalaanpak en dienstverlening nog beter af te stemmen op de behoeften van zijn klanten.

Recente initiatieven zoals **Storesquare** (een e-commerceplatform voor handelaars ontwikkeld samen met Roularta en Unizo), **Citylife** (een loyalty-/betaalplatform met VikingCo en LRM) en **Eggsplore** (een Europees FinTech-ecosysteeminiatief, met als stichtende structurele partners Belfius, BNP Paribas Fortis, Cresco,

Euroclear, ING, KBC, McKinsey, Proximus, SmartVentures en SWIFT), geven KBC een beter inzicht in wat reilt en zeilt in de maatschappij.

KBC sluit zich aan bij bestaande ecosystemen, maar neemt ook zelf initiatief. Denk maar aan de oprichting van **Start it@kbc**, een early-stage incubator die in november 2013 in Antwerpen werd opgericht samen met een aantal partners (Accenture, Flanders DC, Universiteit Antwerpen, Cronos en Mobile Vikings). Vandaag is **Start it@kbc** uitgegroeid tot de grootste incubator in België met vestigingen in Antwerpen, Hasselt, Leuven, Gent, Kortrijk en Brussel en met zo'n 300 start-ups die zo'n 700 medewerkers tewerkstellen. Of **FarmCafe**, het platform dat (412) ondernemers uit de land- en tuinbouwsector inspiratie geeft om verder te groeien.

En last but not least ontwikkelde Bolero onlangs een **blockchain**applicatie voor de oprichting van een secundaire markt voor de verkoop van crowdfundingaandelen.

Zaak met toekomst, niet alleen voor KBC, ook voor de KBC-klanten

KBC heeft de ambitie om de referentie te zijn inzake toegankelijkheid en oplossingsgerichtheid. Dat de 'klant centraal'- en omnikanaalaanpak werkt, bewijzen de resultaten en de stijgende klantentevredenheid. In elke leeftijdscategorie krijgt KBC een hogere NPS-score van de omnikanaalklant dan van de klant die maar één kanaal gebruikt, bv. het bankkantoor of online.

De digitale uitdagingen en het veranderende klantengedrag zijn ook uitdagingen voor de KBC-ondernemersklanten.

In februari 2016 peilde onderzoeksbureau Profacts in opdracht van KBC, Unizo en Comeos naar het gedrag en de verwachtingen van consumenten inzake omnikanaal winkelen. Bij retailers informeerde Profacts naar de interactie tussen de klassieke winkel en het onlineverkoopkanaal. Wat blijkt? De verwachtingen van de Belgische consument rond keuzemogelijkheden, snelheid en levering zijn sterk geëvolueerd. De klant wil zelf kunnen bepalen wanneer en hoe hij zijn aankopen doet.

Deze vaststellingen zetten KBC ertoe aan om zijn klanten-ondernemers, retailers te helpen bij hun omnikanaalaanpak.

*"Als partner van de ondernemer wil KBC er alles aan doen om handelaars te laten groeien en voor te bereiden op de toekomst. Daarom biedt KBC nu al betaaloplossingen voor fysieke én onlineverkoop. Met de **campagne 'Zaak met Toekomst'** die we in april starten, gaan we nog een stap verder: we helpen ondernemers zich te wapenen voor de toekomst. Via www.zaakmettoekomst.be krijgen ze enerzijds een zicht op wat consumenten verlangen, en anderzijds informatie en tips van experts over hoe ze kunnen inspelen op die verlangens van de consument. Ze doen er inspiratie op, maar ontdekken ook hoe collega-handelaars vandaag al hun omnikanaalstrategie succesvol uitbouwen", besluit Daniel Falque.*

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](https://twitter.com/kbc_group)
