



Communiqué de presse

Bruxelles, 19 juin 2020, 12h CEST

KBC passe à la vitesse supérieure en matière de transformation numérique et d'expérience client:

" Differently, the next level "

Faites connaissance avec Kate, votre assistante digitale personnelle.

Ces dernières années, KBC a progressé à pas de géant dans la transformation numérique de ses activités, tant sur le plan interne que dans la manière de servir ses clients et de répondre de manière flexible à leurs besoins et attentes en perpétuelle évolution. Le confinement imposé par l'épidémie du Covid-19 a clairement révélé que les clients sont de plus en plus nombreux à opter pour les solutions numériques et deviennent de plus en plus exigeants en la matière.

Johan Thijs, CEO du groupe KBC, résume le message en ces termes: *" Fin 2019, confrontés à l'évolution très rapide des attentes de nos clients, nous avons soumis notre stratégie "More of the same, but differently", à une analyse critique et sélectionné les points sur lesquels nous voulons nous concentrer dans les prochaines années. Avec "Differently : the Next Level", nous confirmons la voie dans laquelle nous nous sommes engagés tout en passant à la vitesse supérieure.*

En tant que bancassureur, KBC accorde en effet une place centrale au client et déploie cette nouvelle stratégie pour hisser la qualité de son service et l'expérience client à un niveau supérieur. À cette fin, nous continuerons à investir dans nos applications numériques et dans nos agences bancaires et d'assurance traditionnelles. Aidés par l'intelligence artificielle et l'analyse des données, nous suivrons une approche orientée solutions pour faciliter proactivement la vie à nos clients. Désormais, les clients qui le souhaitent pourront d'office compter sur Kate, notre assistante digitale personnelle, que nous présentons en primeur aujourd'hui à la presse. Avec Kate, KBC fait un énorme pas en avant dans le service au client, en choisissant pour fil conducteur de leur rendre la vie de tous les jours plus facile.

L'expérience que les clients ont de nos services dépend directement de la rapidité et de la simplicité avec lesquelles nous les leur fournissons. Plus que jamais auparavant, nous remodelons nos processus internes en favorisant le traitement de bout en bout ainsi que des lignes décisionnelles courtes. Ces différentes étapes donneront à notre groupe l'impulsion nécessaire pour le transformer rapidement en un bancassureur s'appuyant sur les données et privilégiant les solutions numériques. Ce faisant, KBC restera concentré sur une croissance durable et rentable qui lui permettra, en conservant son autonomie, de jouer pleinement son rôle dans la société et au service de l'économie locale, à la satisfaction générale des parties prenantes. Notre groupe

conservera ainsi sa place parmi les organismes financiers les plus performants et les plus réputés d'Europe. »

1. L'expérience client aura une place encore plus centrale et l'importance de l'efficacité opérationnelle sera accrue.

La stratégie de KBC est depuis longtemps déjà axée sur la centricité client. KBC compte garantir une expérience client à la mesure de leurs attentes et qui les dépasse même dans la mesure du possible. La satisfaction du client est la somme de **toutes** les expériences que les clients accumulent au fil de leur relation avec KBC: au moment où la relation client se noue, lors des ventes de produits tant en agence que par voie numérique,... Respectueux du client, KBC cherche toujours un bon équilibre entre l'expérience client et le souci de KBC d'entretenir une croissance et une rentabilité durables.

Ces dernières années, les attentes des clients ont fortement évolué: services rapides et produits simples, proactifs et personnalisés sont devenus la norme ... y compris dans le secteur financier. La technologie améliore sans cesse les possibilités.

KBC s'emploie, depuis plusieurs années déjà, à numériser certains processus internes/sous-jacents (souvent encore complexes ou manuels) qui sont "invisibles" pour le client, mais qui permettent de lui fournir rapidement des produits simples et de qualité. À l'avenir, KBC ira encore plus loin dans cette voie. Dorénavant, KBC concevra, adaptera ou remaniera les produits, services et processus de base de manière à les rendre simples et conviviaux, plus utilisables à grande échelle et aptes à permettre à KBC de répondre rapidement et de manière plus appropriée aux questions des clients. Pour les clients qui le souhaitent, KBC utilisera également les données disponibles de manière intelligente et correcte. Cela doit permettre à KBC de proposer rapidement des produits simples et de haute qualité, de manière proactive et conviviale, maximisant ainsi l'expérience client et favorisant ainsi la satisfaction et la fidélisation.

2. Proposer des solutions proactives et conviviales, grâce à l'intelligence artificielle et à des données de qualité

Ces dernières années, KBC a déjà réagi à l'évolution du comportement des clients avec son modèle de distribution omnicanal. Les canaux physiques et numériques se complètent pour servir tous les clients, aussi bien la population croissante de clients numérisés que celle de ceux qui le sont moins. Le confinement dû au Covid-19 a eu pour effet de faire basculer notre société au numérique beaucoup plus vite que prévu. Les investissements majeurs dans la transformation numérique réalisés par KBC ces dernières années ont clairement porté leurs fruits et ont permis de continuer à servir les clients de manière irréprochable.

KBC va rendre l'interaction avec le client encore plus "future proof" et "intelligente" (épaulée par l'intelligence artificielle) et veut passer d'un modèle de distribution "omnicanal" à un modèle de distribution "**digital first**". Dans les deux modèles "Omnicanal" et "Digital First", le facteur humain/l'interaction restent importants et le réseau des collaborateurs KBC et des agences est entièrement au service des clients. Dans les segments spécifiques comme Private Banking ou Corporate Banking, cette relation est même personnalisée par les Chargés de relations. Comme toujours, le client décide quel canal de distribution, numérique ou physique, il utilise dans ses relations avec la banque ou l'assureur.

Dans le modèle de distribution "digital first", KBC prend pour base de départ l'interaction digitale avec les clients. KBC proposera donc à terme toutes les solutions pertinentes pour les besoins financiers des clients par l'intermédiaire d'applications mobiles. En plus de la gamme de produits numériques, KBC proposera à ses clients des conseils numériques et développera tous les processus et produits comme s'ils étaient vendus sous forme numérique. Pour les clients qui le souhaitent, la vente et le conseil numériques seront épaulés par **Kate** – la nouvelle assistante digitale personnelle - qui jouera un rôle important en proposant de manière proactive au moment opportun des solutions pertinentes et personnalisées. C'est la raison pour laquelle l'efficacité opérationnelle des processus sous-jacents est un facteur crucial.

Les collaborateurs du réseau d'agences et des contact centers continueront à jouer leur rôle de personnes de confiance vis-à-vis des clients. Non seulement ils répondront concrètement aux questions et aux besoins financiers des clients mais ils soutiendront, stimuleront et surveilleront aussi l'utilisation des processus numériques. Dans l'accomplissement de cette tâche, ils pourront compter sur le soutien de l'intelligence artificielle, des données et de l'analyse des données.

3. Poursuivre l'objectif "Open banking & Insurance" pour aboutir à la bancassurance

Ces dernières années, de plus en plus de clients se sont familiarisés avec les application mobiles de KBC. Dans le passé, KBC ne proposait que ses propres produits et services bancaires et d'assurance dans son application mobile. Entre-temps, "Open banking & Insurance" est devenu un fait. KBC poursuivra dans cette voie et proposera, non seulement en Belgique mais aussi dans les autres pays clés, des solutions non financières facilitant la vie aux clients retail et, à l'avenir aussi, aux clients entreprises.

En plus des solutions de bancassurance traditionnelles (crédits, assurances, investissements, paiements), KBC proposera aussi des solutions moins traditionnelles mais fréquemment utilisées aux particuliers, aux PME et aux entreprises. Le signe "+" dans "bancassurance +" illustre plus spécifiquement la fourniture de "services économiques" plus larges.

Il peut s'agir de solutions pour aider les clients:

- à réduire leurs dépenses, par exemple une proposition de passer à un fournisseur d'énergie moins cher;
- à récupérer un peu d'argent, songez par exemple aux réductions de KBC Deals en Belgique;
- à faciliter les paiements quotidiens, comme le paiement automatique d'une session de parking;
- à soutenir des activités commerciales, par exemple avec l'outil de reporting BrightAnalytics.

Tout cela bien entendu dans le respect total de la protection des données et de la vie privée des clients.

4. Pearl⁺ : think local, create and work increasingly together

KBC développera encore sa culture d'entreprise forte Pearl (Performance, Empowerment, Accountability, Responsiveness, Local Embeddedness), lancée il y a 8 ans **mais en y ajoutant aussi un "+" comme dimension supplémentaire**. Cela signifie que KBC se concentrera encore davantage sur **le développement conjoint** de solutions, d'initiatives et d'idées au sein du groupe (par exemple dans les domaines RH, de la stratégie, des finances, des produits/services retail, ...) afin de les rendre faciles à utiliser et à déployer dans tout le groupe. KBC accélérera aussi **la coopération interne** à l'échelle du groupe, entre les différents pays et domaines. Cela permettra à KBC de travailler plus efficacement, de changer plus rapidement et de combler les éventuelles lacunes en compétences locales à l'échelle du groupe.

5. Quels sont les signes distinctifs que le client remarquera en premier lieu? L'assistante digitale personnelle Kate

Une analyse approfondie des besoins des clients permet de comprendre le comportement des particuliers, des PME et des entreprises, de proposer des solutions bancaires et d'assurance pertinentes et de maximiser l'expérience client de manière proactive et personnalisée, grâce à un processus d'apprentissage continu. KBC a confié le "parcours du client" à une assistante digitale personnelle: **Kate** qui fait appel à l'intelligence artificielle pour gagner progressivement en précision, en intelligence, au point de garantir à l'utilisateur une expérience client toujours meilleure au fil du temps.

Pour ses clients, **Kate** sera synonyme d'une facilité d'utilisation inégalée en simplifiant un certain nombre de préoccupations quotidiennes et en les intégrant de façon transparente et sans faille dans KBC Mobile. Le client économisera ainsi du temps et de l'argent.

KBC peut déployer Kate dans tous les canaux de distribution mais choisit de la réserver dans un premier temps à l'application mobile pour les particuliers (KBC Mobile en Belgique et l'application Dokapsy en République tchèque) et de la déployer ultérieurement pour les clients professionnels. Kate est une initiative du groupe, mais son déploiement sera adapté à la situation locale de chaque pays clé.

Comment fonctionne Kate ?

Le client peut poser à **Kate** des questions concernant ses transactions financières de base (transfert d'argent, déclaration d'assurance, ...). Mais il recevra régulièrement dans son application mobile des propositions discrètes de KBC visant à lui rendre la vie de tous les jours plus facile. **Le client conserve l'entière liberté d'accepter ou non ces propositions.** S'il accepte, la solution sera proposée et traitée selon un processus entièrement numérique.

Dans une première phase, qui débutera en **novembre 2020**, **Kate** proposera aux clients KBC Mobile en Belgique et aux clients ayant l'application CSOB Dokapsy en République tchèque un certain nombre de possibilités (en néerlandais, anglais et tchèque).

Dans KBC Mobile:

- le client pourra par exemple effectuer des virements par reconnaissance vocale (en enrichissant **Kate** de l'option vocale, KBC rend aussi cette offre plus accessible aux clients moins numérisés);
- le client pourra demander son numéro de carte Assurcard (numéro de carte d'hospitalisation) et **Kate** transformera automatiquement, de manière proactive et intelligente, cette question en une demande d'indemnisation dans le cadre de l'assurance hospitalisation;
- **Kate** proposera au client des moyens d'économiser sur sa facture d'énergie ou de payer une session de parking par 4411, etc.

Dans l'app CSOB Dokapsy:

- **Kate** comparera les prix des fournisseurs d'énergie pour le client;
- **Kate** assistera le client dans le cadre de ses assurances pour animaux domestiques, assurances- voyage, de ses cartes de crédit ou de débit perdues/volées.

KBC a délibérément choisi de lancer un nombre limité de possibilités en novembre. Cela permettra à **Kate** d'enrichir rapidement son bagage de connaissances et à KBC de capter rapidement un feedback et de corriger le tir en cas de besoin. Le client remarquera que de semaine en semaine, **Kate** sera capable de répondre à un nombre sans cesse croissant de questions.

6. Comment KBC prépare-t-il son personnel à cette nouvelle transformation numérique?

KBC reste toujours fidèle à son ambition de bien préparer son organisation et ses collaborateurs à affronter l'avenir et continue donc d'investir massivement dans la formation et les compétences de ses collaborateurs. Cet été, KBC lancera KBC-Stipple en Belgique. KBC-Stipple est une plateforme d'apprentissage et de talents basée sur l'intelligence artificielle, qui permettra aux collaborateurs de faire le point de leurs compétences numériques, fonctionnelles et personnelles actuelles ("profil de compétences personnel") et de les comparer aux besoins ("ensemble de compétences") de l'avenir. Avec l'aide de leur supérieur direct, ils pourront ainsi prendre en temps opportun les mesures nécessaires et suivre les formations requises pour affiner leurs compétences.

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter:

Viviane Huybrecht, Directeur Communication Corporate / Porte-parole du groupe KBC.
Tél.: +32 2 429 85 45 - E-mail: viviane.huybrecht@kbc.be

KBC Groupe SA

Avenue du Port 2, 1080 Bruxelles
Viviane Huybrecht
Directeur Corporate Communication/
Porte-parole
Tél. 02 429 85 45

Service presse

Tél. 02 429 65 01 Stef Leunens
Tél. 02 429 29 15 Ilse De Muyer
Tél. 02 429 32 88 Pieter Kussé

E-mail: pressofficekbc@kbc.be

Les communiqués de presse KBC sont disponibles à l'adresse www.kbc.com
Suivez-nous sur www.twitter.com/kbc_group
Restez au fait de toutes nos solutions innovantes
Vérifiez l'authenticité de ce document ici
