



Communiqué de presse

Bruxelles, 12 novembre 2020, 13h CET

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

" *Differently, the next level* "

et dévoile de nouveaux objectifs non financiers

Aujourd'hui, le groupe KBC présente sa stratégie actualisée et ses objectifs non financiers.

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.

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 toujours 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. À partir de fin novembre/début décembre, les clients en Belgique et en République tchèque qui le souhaitent pourront d'office compter sur Kate, notre assistante digitale personnelle. 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. Kate est le pivot d'une stratégie disruptive qui aura un impact sur tous les produits et processus, sur la façon dont nous dirigeons notre organisation et sur notre interaction avec nos clients.

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 et l'efficacité opérationnelles sont cruciaux

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 permettent de lui fournir rapidement des produits simples et de qualité. À l'avenir, KBC ira encore plus loin dans cette voie. Dorénavant, les processus commerciaux et ceux pertinents pour Kate seront conçus dans une optique « **digital first** » . Cela signifie qu'ils seront adaptés ou redéfinis dans un souci de simplification, de manière à les rendre plus simples et plus 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 KBC.

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. Focalisation constante sur les résultats de l'"Open banking & Insurance" mène à « bancassurance+ »

Ces dernières années, de plus en plus de clients se sont familiarisés avec les applications 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 par KBC.

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.

Le partenaire de confiance, aussi des PME / du segment corporate

KBC veut aussi être un partenaire de confiance

- pour les services financiers et connexes (Bancassurance+) **pour les clients Retail/PME.**
Kate s'efforcera activement de décharger les clients PME et Retail des tracas inhérents à leurs besoins financiers en simplifiant leurs activités quotidiennes et en leur proposant une offre de bancassurance simple et transparente. (l'approche "digitale").
KBC s'appuie pour ces services financiers sur ses propres solutions. Pour les services non financiers connexes, KBC fait appel à des tiers.
- En ce qui concerne les services financiers et les services proches de la stratégie **pour PME/entreprises**
Pour ces clients, le **facteur humain** reste primordial, par l'intermédiaire de chargés de relations, les données et la technologie servant de leviers vers une proposition de service complet en offrant des solutions intégrées ("**maîtriser l'association entre l'humain et le numérique/phygital**"). Ce faisant, KBC crée une solide franchise de services de conseil financier en Europe, en s'appuyant sur ses solides antécédents en matière d'ECM, DCM et de capacités de corporate finance de haute qualité.

4. Kate, l'assistante numérique personnelle. 'KBC's Assistant To Ease your mind...'

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 du client de manière proactive et personnalisée, le tout soutenu par un processus d'apprentissage continu. KBC a traduit ce parcours du client (de l'analyse au déclencheur, puis à la solution,

de la prévente au déclencheur puis à l'après-vente) en une **assistante numérique personnelle** pilotée par l'IA. **Appelée Kate**, elle gagnera progressivement en précision et en intelligence et améliorera donc en permanence l'expérience client globale de l'utilisateur.

Kate offre aux clients une facilité d'utilisation inégalée en simplifiant certaines routines quotidiennes et en s'intégrant de manière transparente et fluide dans l'app Mobile de KBC, permettant ainsi aux clients de gagner du temps et de l'argent.

5. Comment fonctionne Kate: Kate2you, you2Kate et Kate4employees

Johan Thijs souligne le rôle crucial que Kate jouera pour le groupe KBC: "**Kate est l'élément central d'une stratégie disruptive, qui a un impact sur tous les produits et processus et sur la façon dont nous dirigeons notre organisation, de même que la manière dont nous interagissons avec nos clients.**

Au final, l'ensemble de la conception et des mises à jour des produits et des processus sera dirigé par Kate. L'interaction entre les agences, KBC Live (le centre de contact à distance) et Kate est maximisée afin de stimuler, entre autres, le recours aux solutions proposées par Kate. Le taux de réussite, tant au niveau du produit que du service et de l'individu, fait l'objet d'un suivi en permanence dans une boucle de rétro-information qui vise à "alimenter la machine" et à favoriser la montée en puissance de Kate".

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 (PME et grandes entreprises). Kate4Business est déjà lancé et les premiers projets seront déployés en 2021.

Dans la première phase, qui doit débiter **fin novembre en République tchèque et début décembre 2020 en Belgique**, Kate proposera **14 options en Belgique avec l'application KBC Mobile et 7 options en République tchèque avec l'application ČSOB DoKapsy** (en tchèque, français et néerlandais). Dans cette première phase, ces options seront focalisées sur le "service au client" (**Kate2you**). *Vous trouverez un aperçu de ces options en annexe au présent communiqué de presse.*

Les clients peuvent interroger **Kate (you2Kate)** concernant leurs transactions financières de base (transfert d'argent, demande d'indemnisation d'assurance, etc.). Mais ils recevront aussi régulièrement via Kate (**Kate2you**) des propositions personnalisées de KBC dans leur application mobile afin de garantir un confort maximal et d'accroître l'accessibilité pour les questions simples. **Les clients sont entièrement libres d'accepter ou non une telle proposition.** S'ils l'acceptent, la solution sera proposée et traitée de manière entièrement numérique. De cette manière, Kate allégera aussi la charge de travail du personnel KBC (**Kate4employees**) dans les agences. Ils pourront alors se concentrer exclusivement sur le service au client. Si des clients préfèrent utiliser un canal analogique, Kate proposera des conseils et même des solutions au personnel des agences. Telle sera la voie à suivre dans les secteurs d'activité complexes et/ou les segments de clientèle complexes.

KBC a délibérément choisi de commencer avec un nombre limité de possibilités en novembre/décembre. **Kate** aura ainsi la possibilité d'étendre rapidement ses connaissances. KBC collectera les retours d'information et procédera dans la foulée aux ajustements nécessaires. Les clients remarqueront que **Kate** s'améliorera de semaine en semaine (capacité de répondre à un plus grand nombre de questions, d'aider les clients à effectuer certaines actions telles que la modification des limites de leur carte de crédit, etc. ...).

À partir de 2021, KBC lancera au moins deux nouvelles possibilités de Kate chaque mois.

Kate est une initiative du groupe, mais sa mise en œuvre sera adaptée à la situation locale de chaque pays clé. Dans les années à venir, Kate sera déployée dans les autres pays où le groupe KBC est actif. Ce déploiement à l'échelle du groupe sera un effort global commun, auquel chaque pays clé contribuera à la hauteur de ses capacités essentielles (La Division République tchèque, par exemple, y contribuera avec son expérience du chatbot).

6. Pearl + : penser au niveau local, créer et travailler toujours plus ensemble

KBC poursuit le développement de sa forte culture d'entreprise "Pearl" (Performance, Empowerment, Accountability, Responsiveness, Local Embeddedness) qui a été déployée dans le groupe il y a huit ans. **KBC y ajoute à présent une dimension supplémentaire, un "+"**. Cela signifie que KBC se concentrera de plus en plus sur le **développement conjoint** et la copie intelligente des solutions, initiatives et idées au sein du groupe (dans des domaines tels que les RH, la stratégie, les finances et les produits/services retail) afin de les rendre faciles à utiliser dans tout le groupe. KBC élève cette **coopération à l'échelle du groupe**, entre les différents pays et domaines, à l'échelon supérieur. Cela permettra de travailler plus efficacement, de réagir plus promptement au changement et de tirer parti, à l'échelle du groupe, des talents et des compétences locaux.

7. Terrain d'action géographique

La stratégie de KBC reste axée sur ses **6 pays clés** (Belgique, République tchèque, Bulgarie, Hongrie, Irlande et Slovaquie), où KBC continuera à explorer les possibilités d'acquisitions 'bolt-on'.

Outre les partenariats, KBC envisage aussi l'acquisition de **FinTechs** afin de soutenir le déploiement de la stratégie et de combler les lacunes actuelles.

Dans le même temps, KBC intensifiera ses activités de financement d'entreprises. KBC a réexaminé la mission de **KBC Securities** et est en train de développer une **franchise de services de conseil**, adaptée à sa **clientèle de midcaps dans ses pays clés**, tout en permettant aussi une **expansion limitée** dans les pays voisins, en s'appuyant sur les réseaux internationaux **afin de servir encore mieux ses clients existants**.

8. Intensification de la lutte contre le blanchiment d'argent

La lutte contre le blanchiment d'argent est une priorité pour le Groupe KBC. Elle est dirigée centralement et profondément inscrite dans la culture du groupe. Le comportement responsable est inscrit dans la culture d'entreprise de KBC.

Dans le domaine de la lutte contre le blanchiment d'argent, KBC choisit résolument la voie de l'innovation et de la technologie, en utilisant de plus en plus des outils de détection et de surveillance avancés, basés sur des données et utilisant le moteur AI (modèle d'apprentissage approfondi breveté), passant d'une détection basée sur des règles à une détection basée sur des tendances.

9. Accent davantage mis sur le caractère durable

Johan Thijs est très clair sur les ambitions du Groupe KBC en matière de durabilité : **"Le groupe KBC veut rester une référence et va relever sensiblement la barre de ses ambitions en matière de climat. Ainsi, KBC a l'ambition de réduire encore ses émissions de gaz à effet de serre de 80% d'ici 2030 et d'atteindre la neutralité climatique totale fin 2021 en compensant la différence"**.

- Fonds ISR: leur nombre va plus que doubler d'ici 2025 ; fonds ISR \geq 50% de la production de nouveaux fonds d'ici 2021.
- Prêts aux énergies renouvelables (en % du portefeuille global de crédits au secteur de l'énergie): objectif porté de 50 % à 65 % d'ici 2030.
- Financement direct lié au charbon: KBC a fait ses preuves dans la réduction de l'exposition directe au charbon et s'engage formellement à sortir du charbon, en soutenant ses clients dans leur transition.
- Électricité verte (en % de la propre consommation d'électricité) : objectif porté de 90 % à 100 % d'ici 2030.
- Réduction des propres émissions de GES (en %, par rapport à 2015) : objectif de réduction porté de 65 % à 80 % d'ici 2030. **KBC atteindra la neutralité climatique totale dès fin 2021, en compensant la différence.**

10. Traduction de l'actualisation de la stratégie en orientations non financières. Nouveaux objectifs d'ici 2023

Differently: the next level From key priorities to operational targets



Afin de mesurer les progrès accomplis dans le déploiement de la stratégie, KBC fixe quatre nouveaux objectifs opérationnels (à atteindre d'ici 2023)

- **Classement NPS des clients:** l'objectif est de rester la référence (score dans le top 2 au niveau du groupe - basé sur la moyenne pondérée du classement dans 6 pays clés)
- **% de clients de bancassurance (BA):**
 - o $\geq 85\%$ des clients actifs doivent être des clients BA (au moins 1 produit bancaire et 1 produit d'assurance du groupe);
 - o $\geq 27\%$ des clients actifs doivent être des clients de bancassurance stables (au moins 2 produits bancaires et 2 produits d'assurance (Belgique 3 + 3)).
- **% de ventes numériques (banque/assurance)**
 - o Ventes numériques $\geq 40\%$ des ventes de produits bancaires;
 - o Ventes numériques $\geq 25\%$ des ventes de produits d'assurance;
 - (par référence à la moyenne pondérée des produits de base sélectionnés).
- **Score STP ('straight through processing')**, basé sur l'analyse des principaux produits commerciaux :
 - o STP $\geq 60\%$ et potentiel STP $\geq 80\%$;

Le ratio STP mesure combien de services, qui peuvent être offerts numériquement, sont traités sans aucune intervention humaine, et ce depuis le premier contact avec un client jusqu'à l'approbation finale par KBC.

Le potentiel STP mesure quel serait le ratio STP si KBC utilisait uniquement le canal numérique dans son interaction avec les clients, pour un processus ou produit donné.

Pour tout complément d'information, veuillez contacter:

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

Kurt De Baenst, Directeur Investor Relations
Tél.: + 32 2 429 35 73 | E-Mail: kurt.debaenst@kbc.be

KBC Groupe SA

Avenue du Port 2 – 1080 Bruxelles

Viviane Huybrecht
Directeur Communication Corporate/
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 de KBC sont disponibles sur www.kbc.com

Suivez-nous sur www.twitter.com/kbc_group

Restez au courant de nos [solutions innovantes](#)

Kate, votre assistante digitale personnelle

14 cas qui seront déployés en Belgique en 2020

Premier rendez-vous avec Kate:

"Bonjour Jean, je m'appelle Kate, Je suis votre assistante digitale personnelle. Curieux de savoir ce que je peux faire pour vous?"

Transfert d'argent : Bonjour Kate, fais un virement de 100€ à Arthur Dupont.

Rechercher des transactions: Bonjour Kate, ai-je payé ma facture Telenet ce mois-ci?

Preuve d'assurance / Introduire une déclaration de sinistre pour une voiture:

Bonjour Kate, montre-moi le certificat d'assurance de ma voiture

Hospitalisation:

Bonjour Kate, montre-moi mon Assurcard. Puis-je vous aider à compléter votre demande pour l'assurance hospitalisation?

Crédit hypothécaire:

"Bonjour Jean, voulez-vous savoir le maximum que vous pouvez rembourser pour votre crédit hypothécaire?"

Les enfants apprennent à conduire

"Bonjour Jean. Je constate que votre fille apprend à conduire. Puis-je l'ajouter à votre assurance auto?"

Incitants aspects inutilisés du compte à vue.

"Bonjour Jean, la validité de votre carte expire bientôt. Vous pouvez personnaliser votre carte. Voulez-vous le faire tout de suite?"



Optimisation Assurance Auto:

"Bonjour Jean, je constate que votre voiture a plus de 5 ans. Je pense donc qu'une optimisation de votre couverture d'assurance s'impose."

Transition énergétique:

"Bonjour Jean, je vois que vous avez payé votre fournisseur d'énergie. Voulez-vous savoir combien vous pouvez économiser dans votre situation?"

Après la tempête:

"Bonjour Jean. Quelle tempête cette nuit! J'espère qu'elle n'a pas fait de dégâts chez vous? Je suis là si vous avez besoin de moi (assistance/déclaration de sinistre)"

En voyage:

"Bonjour Jean, je vois que vous voyagez à l'étranger. N'oubliez pas de vérifier la limite de votre carte de crédit et de régler les settings pour les paiements hors UE." Voulez-vous le faire tout de suite?"

Stop Parking 4411:

"Bonjour Jean, je vois que vous avez rejoint votre voiture. Puis-je arrêter votre session de stationnement?"

Paiements

"Bonjour Jean, passer du Compte Base au Compte Plus vous fera économiser de l'argent. Voulez-vous en savoir plus?"

Kate, votre assistante digitale personnelle

7 cas à déployer en République tchèque en 2020

Premier rendez-vous avec Kate:

"Bonjour Jean, je m'appelle Kate, je suis votre assistante digitale personnelle, Curieux de savoir ce que je peux faire pour vous?"

Questions d'ordre général:

Environ 1 000 questions et réponses portant sur de nombreux produits bancaires et sur des sujets généraux.

Assurance animaux de compagnie

"Chère Ellen, savez-vous que vous pouvez assurer votre chat? Vos notes de vétérinaire seront couvertes!"

Fourniture d'une carte de débit/crédit

"Chère Ellen, la validité de votre carte de crédit expire bientôt. Voulez-vous vérifier où la nouvelle sera envoyée?"



Assurance à caractère unique:

"Chère Ellen, je peux vous arranger une assurance voyage."

Rappel Assurance Voyage

"Chère Ellen, vous êtes déjà en règle! Avec votre assurance premium, pas besoin de contracter une assurance voyage en plus".

Comparateur énergétique (sera lancé d'ici décembre)

„Chère Ellen, vous économiserez jusqu'à 500 € par an en changeant de fournisseur d'énergie"