



Brussel, 12 november 2020, 13u CET

KBC schakelt versnelling hoger in digitale transformatie en klantenbeleving met “Differently, the next level” en publiceert nieuwe niet-financiële doelstellingen

KBC Groep kondigt vandaag zijn geactualiseerde strategie en niet-financiële doelstellingen aan.

Tijdens de laatste jaren heeft KBC al enorme stappen gezet in de digitale transformatie van zijn activiteiten, zowel intern als in de manier waarop het zijn klanten bedient en flexibel inspelt op hun snel wijzigende noden en verwachtingen.

Johan Thijs, CEO van KBC Groep vat de boodschap als volgt samen : *“In het licht van de snel wijzigende verwachtingen van klanten, hebben we eind 2019 de strategie van onze groep “More of the same, but differently” tegen het licht gehouden en bepaald waar we de komende jaren willen op focussen. Met “Differently : the Next Level” gaan we op de ingeslagen weg verder, maar schakelen we nog een versnelling hoger.*

KBC stelt als bank-verzekeraar de klant steeds centraal en zal met de invulling van deze nieuwe strategie de dienstverlening en klantenbeleving naar een nog hoger niveau tillen. Als uitgangspunt blijven we investeren in onze digitale toepassingen én onze traditionele fysieke bank- en verzekeringskantoren. Met de ondersteuning van Artificiële intelligentie en data-analyse kunnen we oplossings-gedreven werken om op die manier onze klanten proactief te ontzorgen. In België en Tsjechië zullen de particuliere klanten die dat wensen vanaf eind november/begin december voortaan standaard kunnen rekenen op hun persoonlijke, volledig digitale assistente, Kate. Met Kate zet KBC een enorme stap voorwaarts in de dienstverlening aan haar klanten waarbij ontzorging van de klant het Leitmotiv wordt. Kate vormt een centraal onderdeel van een disruptieve strategie met impact op alle producten en processen, maar evenzeer op de manier waarop we onze organisatie aansturen en met onze klanten in contact staan.

De klantbeleving van onze diensten wordt sterk beïnvloed door de snelheid en de eenvoud waarmee we onze klanten kunnen bedienen. Daarom worden nog meer dan voorheen onze interne processen hertekend in functie van end-to-end processing en korte snelle beslissingslijnen. Al deze stappen zullen onze groep in een versneld tempo doen evolueren naar een data-gedreven en oplossingsgerichte digital-first bank-verzekeraar.

KBC zal hierbij gefocust blijven op duurzame en rendabele groei waardoor het vanuit een autonome positie voluit zijn rol in de samenleving en de lokale economie ten behoeve van alle stakeholders zal kunnen blijven vervullen en zijn positie bij de meest performante en meest vertrouwde financiële instellingen in Europa handhaven.”

1. Klantenbeleving en operationele efficiëntie zijn sleutelbegrippen.

Klant-centraal denken zit al jaren in de KBC-strategie. KBC wil zijn klanten minstens die ervaring/beleving geven die ze verwachten, en waar mogelijk hun verwachtingen overstijgen. Klantentevredenheid is gebaseerd op alle ervaringen die klanten hebben met KBC: bij de start van de klantenrelatie, tijdens een verkoop, zowel in een kantoor als via een digitale toepassing,... Met respect voor de klant zoekt KBC daarbij steeds een evenwicht tussen de beleving van de klant en de zorg die KBC heeft voor duurzame groei en winstgevendheid.

De klantenverwachtingen zijn de laatste jaren ontzettend geëvolueerd: snelle, eenvoudige, proactieve en persoonlijke diensten en producten zijn de standaard geworden - ook in de financiële wereld. Technologie maakt dat steeds meer mogelijk.

KBC was al enkele jaren bezig met het digitaliseren van een aantal interne/achterliggende (vaak nog complexe of manuele) processen die er zorgen dat eenvoudige en kwalitatieve producten op een snelle en vlotte manier tot bij de klanten gebracht kunnen worden. In de toekomst gaat KBC nog een stap verder. Voortaan zal KBC producten, diensten, commerciële en Kate-gestuurde processen ontwerpen vanuit een “**digital first**”- invalshoek. Dat impliceert dat ze kunnen worden bijgestuurd of hertekend zodat ze eenvoudiger en gebruiksvriendelijker worden, dat ze schaalbaar zijn en dat ze toelaten om snel en gepast antwoorden te geven op vragen en verwachtingen van klanten. Voor klanten die dat wensen, gaat KBC eveneens de beschikbare data op een slimme en correcte manier gebruiken. Dat moet KBC toelaten om zijn klanten eenvoudige en kwalitatieve producten, snel, vlot en proactief en op een gebruiksvriendelijke manier aan te bieden en dus de klantenbeleving te maximaliseren, wat bijdraagt aan grotere klantentevredenheid en -loyauteit.

2. Proactieve klantvriendelijke oplossingen dankzij artificiële Intelligentie en kwalitatieve data

De afgelopen jaren heeft KBC met zijn omnikanaal distributiemodel al ingespeeld op het veranderend klantengedrag. Fysieke kanalen en digitale kanalen gaan hand in hand om alle klanten te dienen, zowel de steeds grotere groep digitale als minder digitale klanten. Als gevolg van de recente corona lockdown kreeg de samenleving veel sneller dan verwacht een verregerende digitale boost. De belangrijke investeringen in digitale transformatie die KBC de afgelopen jaren maakte, wierpen toen duidelijk hun vruchten af en zorgden ervoor dat KBC zijn klanten feilloos kon blijven bedienen.

KBC gaat de interactie met de klant nog meer “future-proof” en “intelligenter” (i.e. versterkt door Artificiële Intelligentie) maken en wil evolueren van een “omnikanaal” distributiemodel naar een “**digital first**” distributiemodel. In beide modellen “Omnikanaal” en “digital first” blijft de menselijke factor/interactie belangrijk en staat het netwerk van KBC-medewerkers en kantoren volledig ter beschikking van de klanten. In specifieke segmenten zoals Private Banking of Corporate Banking is deze relatie zelfs gepersonaliseerd via de KBC-Relatiebeheerders. Zoals steeds bepaalt de klant zelf via welk distributiekanaal, digitaal of fysiek, er met KBC in contact getreden wordt.

Bij een ‘digital first’ distributiemodel echter, vormen digitale interacties met de klanten de startbasis. KBC zal dan ook op termijn alle relevante oplossingen voor de financiële noden van zijn klanten via mobiele applicaties aanbieden. Naast een digitaal productaanbod zal KBC zijn klanten digitaal advies aanbieden én alle processen en producten ontwikkelen alsof deze digitaal verkocht worden. Voor klanten die dat wensen, zal **Kate** –de nieuwe persoonlijke, digitale assistent –een belangrijke rol spelen in de digitale verkoop en adviesverlening om proactief, op het juiste moment, gepersonaliseerde en relevante oplossingen te bieden. Daarom is operationele efficiëntie van achterliggende processen zo cruciaal.

De medewerkers in het kantorennetwerk en in de contactcenters blijven als vertrouwensbaken functioneren naar de KBC-klanten. Naast het concreet invullen van de vragen en de financiële noden van de klanten zullen

zij het gebruik van digitale processen ondersteunen, stimuleren en opvolgen. Ze worden hierbij ondersteund door artificiële intelligentie, data en data-analyse.

3. Verder inzetten op “Open banking & Insurance” resulteert in Bank-verzekeren+

De voorbije jaren maakten steeds meer klanten kennis met de mobiele toepassingen van KBC. Vroeger bood KBC in zijn mobile app enkel zijn eigen bank- en verzekeringsproducten en -diensten aan. Ondertussen is “Open Banking & Insurance” (OBI) een feit. KBC zal op die ingeslagen weg verder gaan en - niet alleen in België maar ook in de andere kernlanden - ook niet-financiële oplossingen aanbieden, wat het financiële welbevinden van de retail/particuliere klant of de toekomst van bedrijvenklanten ten goede moet komen.

Zowel aan Retail, KMO als aan Corporate klanten zal KBC naast de traditionele bankverzekeringsopties (kredieten, verzekeringen, beleggingen, betaalverkeer) ook minder traditionele maar vaak gebruikte oplossingen aanbieden. De ‘+’ bij “bank-verzekeren +” verwijst precies naar het aanbieden van bredere ‘economische dienstverlening’ door KBC.

Het kan gaan om oplossingen die de klanten helpen :

- om geld te besparen, bijvoorbeeld een voorstel om naar een goedkopere energieleverancier over te schakelen
- om geld te verdienen, denk bijvoorbeeld aan KBC Deals kortingen in België
- om courante betalingen te vergemakkelijken, zoals automatisch betalen van een parkeersessie
- om bedrijfsactiviteiten te ondersteunen, zoals de rapporteringstool van BrightAnalytics.

KBC zal dit uiteraard doen met volledig respect voor de bescherming van de gegevens en privacy van de klanten.

Vertrouwenspartner, ook voor KMO- en bedrijvenklanten

KBC wil de vertrouwenspartner zijn:

- voor financiële en aanverwante diensten (bank-verzekeren+) **voor particuliere en KMO-klanten.**
Kate zal proactief de beslommingen uit handen nemen van particuliere en KMO-klanten om hun financiële noden te vervullen en gebruiksgemak bieden, niet enkel door hun dagelijkse bezigheden te vereenvoudigen maar ook door ervoor te zorgen dat hun bank- en verzekeringszaken eenvoudig en naadloos verlopen (“**digitale benadering**”).
KBC vertrouwt voor die financiële dienstverlening op de eigen oplossingen, terwijl het voor niet-financiële aanverwante diensten een beroep doet op derden.
- voor financiële en ‘strategisch aansluitende diensten **voor KMO’s en bedrijvenklanten.**
Voor deze klanten blijft de **menselijke factor** – in de vorm van KBC-relatiebeheerders – een cruciale rol vervullen, met data en technologie als belangrijkste hefboomen om een full-service aanbod te kunnen bieden via geïntegreerde oplossingen (“**samenspel van menselijke en digitale/phygital benadering**”).
KBC creëert zo een sterke franchise voor financiële adviesdiensten in Europa, verder bouwend op zijn sterke track record in ECM, DCM en hoogkwalitatieve corporate-financediensten.

4. Persoonlijke digitale assistente Kate: ‘KBC’s Assistant To Ease your mind...’

Een grondige analyse van klantenbehoeften levert inzichten op met betrekking tot het gedrag van particulieren, KMO- en bedrijvenklanten en laat toe om op een proactieve en gepersonaliseerde manier en via een continu leerproces relevante bank- en verzekeringsoplossingen aan te bieden en de klantenervaring te maximaliseren. Deze “customer journey” (van analyse, via trigger, tot oplossing ; van voorverkoop naar trigger en na-verkoop) heeft KBC vertaald in een **persoonlijke digitale assistente Kate** die werkt op basis van

Artificiële Intelligentie en daardoor gaandeweg accurater, zeg maar slimmer wordt en de gebruiker door de tijd een almaar betere klantenbeleving bezorgt.

Kate biedt de klant een ongeëvenaard gebruiksgemak door een aantal dagelijkse beslommingen te vereenvoudigen en naadloos en probleemloos te integreren in KBC Mobile. De klant bespaart daardoor tijd én geld.

5. Hoe werkt Kate: Kate2you, you2Kate en Kate4employees

Johan Thijs beklemtoont de cruciale rol van Kate voor de KBC-groep: *“Kate is een centraal onderdeel van een disruptieve strategie met impact op alle producten en processen, maar evenzeer op de manier waarop we onze organisatie aansturen en met onze klanten in contact staan.*

Finaal zullen alle product-, procesontwikkelingen en -updates gestuurd worden door Kate. De interactie tussen de kantoren, KBC Live (ons contactcenter-op-afstand) en Kate wordt gemaximaliseerd om de acceptatiegraad van Kate-gedreven oplossingen te stimuleren. Het succes van producten en diensten wordt individueel opgevolgd om zo een feedback-lus te creëren en de machine te “voeden”, wat op zijn beurt Kate zal toelaten om verder te groeien.”

KBC kan Kate inzetten in alle distributiekanaalen maar opteert ervoor om in eerste instantie te focussen op de mobiele applicatie voor particulieren (KBC Mobile in België en Dokapsy app in Tsjechië) en in een later stadium ook naar bedrijvenklanten (KMO en Corporate) uit te rollen. Kate4Business werd opgestart en de eerste concrete toepassingen worden gepland in de loop van 2021.

In een eerste fase die in Tsjechië start **eind november 2020** en in België **begin december 2020**, zal Kate de KBC Mobile-klant **in België 14 concrete toepassingen bieden en 7 voor de CSOB Dokapsy-app-klant in Tsjechië** (in het Nederlands, Frans en Tsjechisch). Tijdens deze eerste fase zullen deze toepassingen focussen op dienstverlening aan de klant (**Kate2you**). *Een overzicht van de verschillende toepassingen vindt u in de bijlage bij dit persbericht.*

De klant kan **Kate** vragen stellen (**you2Kate**) over zijn financiële basistransacties (geld overschrijven, schadeaangifte, ...). Daarnaast zal hij ook in zijn mobile app regelmatig voorstellen krijgen van KBC (**Kate2you**). Daardoor kan hij maximaal ontzorgd worden en vergroot de bereikbaarheid bij courante eenduidige vragen. **Het staat de klant helemaal vrij om daar al dan niet op in te gaan.** Als hij erop ingaat, zal de oplossing volledig digitaal aangeboden en verwerkt worden. Zo ontlast Kate de medewerkers (**Kate4Employees**) en krijgen zij meer tijd om zich te concentreren op de dienstverlening aan de klant. Wanneer klanten de voorkeur geven aan een niet-digitaal kanaal zal Kate de kantoormedewerkers inzichten verstrekken en zelfs oplossingen suggereren. Dat wordt ook de richting die KBC uitgaat in complexe bedrijfslijnen en/of complexe klantensegmenten.

KBC kiest er bewust voor om in november/december te starten met een beperkt aantal concrete toepassingen. Dat geeft **Kate** de kans om sneller te leren. KBC zal de verkregen feedback aanwenden om - waar nodig - snelle bijstellingen door te voeren. De klanten zullen ervaren dat **Kate** iedere week tot meer in staat zal zijn (een ruimer aantal vragen beantwoorden, klanten helpen met bv. het wijzigen van kaartlimieten, enz.)

Vanaf 2021 zal KBC maandelijks minstens twee nieuwe Kate-gestuurde toepassingen uitbrengen.

Kate is een groepsinitiatief maar de implementatie zal aangepast zijn aan de lokale situatie in elk kernland. In de andere kernlanden van de KBC-groep zal Kate in de komende jaren uitgerold worden. Dat wordt een gezamenlijke groepswijde inspanning waaraan ieder kernland zal bijdragen vanuit zijn specifieke kernmogelijkheden (bv. Tsjechië zal vooral bijdragen aan Kate via zijn chatbot-toepassingen)

6. Pearl + : denk lokaal, creëer en werk in toenemende mate samen

KBC bouwt verder op de sterke bedrijfscultuur 'Pearl' (Performance, Empowerment, Accountability, Responsiveness, Local Embeddedness) die 8 jaar geleden zijn intrede deed in de groep. **KBC voegt er nog een extra dimensie , een '+' aan toe.** Dat betekent dat KBC nog meer zal focussen op **gezamenlijke ontwikkeling** en 'smart copy' van oplossingen, initiatieven, ideeën binnen de groep (vb. op vlak van HR, strategie, finance, retail producten/diensten, ...) zodat ze makkelijk bruikbaar en inzetbaar zijn overal in de groep. KBC tilt **groepswijde samenwerking** tussen de verschillende landen en domeinen naar een nog hoger niveau. Dit laat toe om efficiënter te werken, sneller te schakelen en lokale skills/talenten groepswijd te benutten.

7. Geografisch speelveld

De strategie van KBC blijft gericht op de **zes kernmarkten** (België, Tsjechië, Bulgarije, Hongarije, Ierland en Slowakije) waar KBC verder zal uitkijken naar mogelijke "bolt-on" overnames.

Naast partnerships overweegt KBC ook de overname van **Fintechs** om de uitvoering van de bedrijfsstrategie te ondersteunen en huidige witte vlekken op te vangen.

Tegelijkertijd tilt KBC ook de corporate finance activiteiten naar een hoger niveau. KBC herzag de focus van KBC Securities en zal een **activiteit in adviesverstrekking** uitbouwen, aangepast aan de noden van haar **midcap corporate banking klanten in haar kernmarkten**, maar ook met de mogelijkheid om een **beperkte uitbreiding** te voorzien in de **buurlanden** door gebruik te maken van internationale netwerken om zo de **bestaande klanten beter te kunnen dienen.**

8. AML naar een hoger niveau gebracht

Het antiwitwasbeleid (AML) vormt een essentiële beleidsprioriteit voor KBC Groep. Het wordt centraal aangestuurd en zit ingebed in de bedrijfscultuur. Verantwoord gedrag is een belangrijk facet van de bedrijfscultuur van KBC.

KBC omarmt ook innovaties en technologie op het vlak van AML en maakt in toenemende mate gebruik van vooruitstrevende data-gestuurde detectie en van geavanceerde monitoringinstrumenten op basis van AI-motoren (een gepatenteerd deep-learningmodel). Daardoor kan KBC de stap zetten van een "rule-based" naar een "trend-based" detectie.

9. Ook duurzaamheid naar een hoger niveau

Johan Thijs is heel duidelijk over de duurzaamheidsambities van KBC Groep: **"KBC Groep wil de referentie blijven en zal de lat voor zijn klimaatgerelateerde ambities substantieel hoger leggen. Zo is het onze ambitie om onze uitstoot van broeikasgassen verder te verminderen met 80% tegen 2030 en om al volledig klimaatneutraal te zijn tegen einde 2021 door het verschil te compenseren."**

- SRI-beleggingsfondsen: meer dan een verdubbeling tegen 2025; Sri-fondsen moeten 50% of meer van de nieuwe fondsenproductie vormen tegen 2021.
- Kredieten voor hernieuwbare energie (in % van de totale kredietportefeuille aan de energiesector): doelstelling wordt opgetrokken van 50% naar 65% tegen 2030.
- Rechtstreekse steenkoolgerelateerde financieringen: KBC heeft een bewezen track record over het verminderen van zijn rechtstreekse blootstelling op de steenkoolindustrie en drukt een sterk engagement uit om uit die sector te stappen, met ondersteuning voor het transitieproces van bestaande klanten.
- Groene stroom (in % van het eigen stroomverbruik): doelstelling wordt opgetrokken van 90% naar 100% tegen 2030.
- Vermindering van eigen uitstoot van broeikasgassen (in %, vergeleken met 2015): de doelstelling wordt opgetrokken naar een vermindering met 80% tegen 2030 in plaats van 65%. **KBC zal volledig klimaatneutraal zijn tegen eind 2021 door het verschil te compenseren.**

10. Omzetting van de strategie in niet-financiële doelstellingen – nieuwe doelstellingen tegen 2023



Om de vooruitgang te kunnen meten in de implementatie van de nieuwe strategie introduceert KBC vier nieuwe operationele doelstellingen (te realiseren tegen 2023)

- **Klantentevredenheid (NPS ranking):** de referentie blijven (top-2 score op groepsniveau – gebaseerd op de gewogen gemiddelde ranking in zes kernlanden)
- **% bank-verzekeringssklanten:**
 - o $\geq 85\%$ van de actieve klanten zijn 'bank-verzekeringssklant' (bezitten minstens 1 bank- én 1 verzekeringsproduct van KBC Groep)
 - o $\geq 27\%$ van de actieve klanten zijn 'stabiele bank-verzekeringssklant' (bezitten minstens 2 bank- én 2 verzekeringsproducten van onze groep - in België 3+3)
- **% digitale verkoop (bank/verzekeringen):**
 - o Digitale verkoop $\geq 40\%$ van de bancaire verkoop
 - o Digitale verkoop $\geq 25\%$ van de verzekeringsverkopen (gebaseerd op gewogen gemiddelde van een selectie van kernproducten)
- **STP-score ('Straight Through Processing'),** gebaseerd op de analyse van commerciële kernproducten:
 - o STP $\geq 60\%$ en STP-potentieel $\geq 80\%$

De **STP-ratio** meet hoeveel diensten die digitaal kunnen worden aangeboden, verwerkt worden zonder menselijke tussenkomst, en dat vanaf het moment van de interactie met de klant tot het verstrekken van het finale akkoord door KBC.

Het **STP-potentieel** meet wat de STP-ratio zou zijn indien KBC voor een specifiek proces of product louter het digitale kanaal zou gebruiken in de interactie met de klant.

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

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

Kurt De Baenst, Directeur Investor Relations
Tel.: + 32 2 429 35 73 | E-Mail: kurt.debaenst@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
Tel. 02 429 32 88 Pieter Kussé
E-mail: pressofficekbc@kbc.be

KBC-persberichten zijn beschikbaar op
www.kbc.com
Volg ons op www.twitter.com/kbc_group
Blijf op de hoogte van [alle innovatieve oplossingen](#)
Ga de echtheid van dit document [hier](#) na



Kate, je persoonlijke digitale assistente

14 toepassingen die in 2020 beschikbaar zijn in België

Eerste contact met Kate:

"Dag Johan, ik ben Kate, je persoonlijke digitale assistent. Leuk je te ontmoeten. Wil je even zien wat ik allemaal kan?"

Overschrijving: "Hey Kate, doe een overschrijving van 100 euro naar Jan Peeters".

Verrichting opzoeken: "Hey Kate, heb ik Telenet al betaald?"

Verzekeringsbewijs / Schadeaangifte indienen:

"Hey Kate, toon het verzekeringsbewijs van mijn voertuig."

Hospitalisatie:

"Hey Kate, toon mijn Assurcard-nummer. *Kan ik je helpen met het invullen van je hospitalisatieaangifte?*"

Woningkrediet:

"Hey Johan, wil je je budget weten voor een woningkrediet?"

Je kinderen leren autorijden

"Dag Johan, zal ik je dochter toevoegen aan je autoverzekering? Dan zijn jullie beiden optimaal verzekerd."

Ongebruikte mogelijkheden van een bankkaart aanwijzen.

"Dag Johan, je bankkaart vervalt binnenkort. Wil je gratis je eigen foto op je nieuwe kaart?"



Optimalisatie autoverzekering:

"Dag Johan, door de leeftijd van je wagen kun je nu volgens mij besparen op je autoverzekering. Meer weten?"

Omschakeling energieleverancier

"Dag Johan, je betaalde onlangs je energiefactuur. Wil je weten hoe je vlot van leverancier switcht en geld bespaart?"

Na een storm:

"Dag Johan, dat was nogal een storm. Hopelijk heb je geen schade! Kan ik je helpen om een aangifte te doen?"

Op reis vertrekken:

"Dag Johan, ga je weldra naar het buitenland? Breng alvast je betaalkaarten in orde."

Stop Parking 4411:

"Dag Johan, ik zie dat je terug bij je wagen bent. Mag ik je parkeersessie beëindigen?"

Betaalverkeer

"Dag Johan, op basis van de kosten die je nu betaalt voor je Basisrekening kun je volgens mij besparen. Wil je meer weten?"

Kate, je persoonlijke digitale assistente

7 toepassingen die in 2020 beschikbaar zijn in Tsjechië

Eerste contact met Kate:

"Dag Johan, ik ben Kate, je persoonlijke digitale assistent. Leuk je te ontmoeten. Wil je even zien wat ik allemaal kan?"

Algemene vragen:

Een 1 000-tal algemene vragen en antwoorden over heel wat bankproducten en algemene onderwerpen.

Verzekering voor huisdieren

"Dag Johan, weet je dat je je kat kan verzekeren? Je dierenartskosten worden gedekt!"

Nieuwe debet/kredietkaart

"Dag Johan, je kredietkaart vervalt binnenkort. Wil je weten waar je nieuwe geleverd wordt?"



Eenmalige verzekering:

"Dag Johan, ik kan voor jou een reisverzekering afsluiten."

Herinnering Reisverzekering

"Dag Johan, je bent al in orde! Met je premium verzekering hoef je geen extra reisverzekering meer af te sluiten!"

Energievergelijker (beschikbaar vanaf december)

„Beste Johan, je kan tot 500 euro per jaar besparen door van energieleverancier te veranderen.“