

Brussel, 24 juni 2016

Belfius: vandaag leader in mobile banking, in 2020 dé digitale referentie

Elke dag opnieuw komen er meer dan 1.000 nieuwe gebruikers bij van de apps van Belfius. Hoe valt dat succes te verklaren? Hun eenvoud, hun gebruiksvriendelijkheid en de breedste waaier aan toepassingen op de Belgische markt. Voor Belfius is technologische innovatie immers in de eerste plaats een unieke kans om nog dichter bij zijn klanten te staan en hen het beste van het beste qua ervaring en tevredenheid te kunnen aanbieden. Daarom heeft Belfius van 'mobile' zijn belangrijkste distributiekanaal gemaakt. Belfius is vandaag al de nummer 1 in mobile banking in België en het stelt alles in het werk om in 2020 dé digitale referentie te worden. Om dit aan te tonen lanceert Belfius op zaterdag 25 juni een nieuwe communicatiecampagne.

Eind 2016 zullen de gebruikers van de Belfius-apps met 850.000 zijn. Belfius is daarmee wereldwijd één van de snelste groeiers en de onbetwiste voorloper in mobiel bankieren op de Belgische markt. Het laat zich onder meer inspireren door vooraanstaande marktspelers zoals Facebook, Google of YouTube. De bankverzekeraar volgt de technologische vernieuwingen op de voet, met slechts één doel: die oplossingen en diensten aanbieden die klanten in deze steeds mobieler wereld verwachten.

Inloggen en je saldo checken in een fractie van een seconde, je beleggingen raadplegen en beheren, een reisbijstandsverzekering afsluiten, de limiet van je kredietkaart aanpassen, op alle mogelijke manieren betalingen doen... Bijna elke maand worden de bankapps van Belfius verrijkt, met nieuwe functies of verbeteringen, om nog beter tegemoet te komen aan de verwachtingen van de klanten, in functie van hun behoeften, voorkeuren, gewoonten en hun feedback.

'Omnichannel' en 'mobile first' om zo dicht mogelijk bij zijn klanten te staan

In het digitaal universum blijven de kantoormedewerkers van Belfius een cruciale rol spelen. Op elk sleutelmoment bieden hun kennis en ervaring de klant een onmiskenbare toegevoegde waarde. Die expertise wil Belfius in de toekomst nog meer benutten, zodat de klant via welk kanaal ook – digitaal of fysiek – steeds de beste ervaring heeft.

Proactiviteit, transparantie, efficiëntie, en ook empathie en individuele service zijn de kernwoorden van die bankrelatie. Dankzij de data-analyse van zijn 25 miljoen maandelijkse digitale contacten wil Belfius zijn klanten de meest relevante producten, diensten en persoonlijk advies aanbieden, op het juiste moment en via het juiste kanaal, met respect voor hun privéleven.

Realtime tevredenheid wordt de norm

Vooraf voor alle dagelijkse verrichtingen verwachten klanten van een bank steeds meer een realtime service. Belfius investeert dan ook voortdurend in zijn mobiele toepassingen én in zijn interne processen, om voor zijn basisproducten die kwaliteitsvolle service in realtime aan te bieden, papierloos en geheel veilig.

Op vandaag kan er al heel wat. Om iedereen te laten kennismaken met die features en het gebruiksgemak van zijn apps – en ze eens uit te testen - lanceert Belfius vanaf morgen 25 juni 2016 een grootse communicatiecampagne.

Deze campagne loopt zowel in de geschreven pers, als online en mobile (met o.m. billboards, filmstrips, interactieve video's, sociale media) en via affichage op strategische plaatsen. Ook bij de mediakeuze wilde Belfius innoveren door verschillende types van innoverende formaten te gebruiken en het accent te leggen op videoformaten.

Coming soon. Verwacht rond midden juli!

Via deze campagne richt Belfius zich voornamelijk tot jongeren. 20- tot 30-jarigen gebruiken immers massaal de Belfius-apps en loggen gemiddeld ongeveer 30 maal per maand in. M.a.w.: bijna elke dag.

Om hen op een originele manier kennis te laten maken met alle voordelen van de Belfius-apps, mikt Belfius met zijn nieuwe campagne vanaf midden juli specifiek op die jongeren.

Meer info binnenkort.

Perscontact

Ulrike Pommee

ulrike.pommee@belfius.be / press@belfius.be

02 222 02 57

www.belfius.com