

bpost banque va à contre-courant et renforce ses liens avec le client. En ligne comme sur le terrain !

*bpost banque célèbre, cet automne, son 25^e anniversaire.
Mais plutôt que de s'attarder sur le passé, l'entreprise préfère se tourner vers l'avenir.*

Afin d'anticiper les besoins de demain, dans un monde en proie à de profonds bouleversements, bpost banque mise sur l'étoffement de son offre de comptes à vue et va augmenter le spectre des connexions digitales avec sa clientèle.

La banque prévoit également d'investir dans son réseau d'agences, le plus étendu et accessible du pays, aussi bien au niveau du personnel que du matériel, afin que les volets en ligne et hors ligne se renforcent mutuellement pour une expérience client optimale.

Bruxelles, le 23 octobre 2020. Dans les années ayant suivi la crise financière de 2008 dont elle est sortie plus forte contrairement à la majorité du secteur, en raison notamment de sa proximité avec les clients, l'ancienne Banque de la Poste a su se réinventer complètement en proposant une offre de services bien plus large sur le long terme, sous le nom de bpost banque. Ces cinq dernières années, la banque qui se targue d'être un *'fast follower'*, est passée à la vitesse supérieure sur le plan du numérique, toujours dans un esprit d'innovation pragmatique. En effet, elle a pris le parti d'investir de façon ciblée dans des technologies éprouvées et qui font la différence pour ses clients.

Aujourd'hui, alors que le monde tente lentement mais sûrement de s'adapter à une réalité nouvelle, bpost banque a jugé qu'il était temps d'opérer une seconde transformation et d'ouvrir le prochain chapitre de son histoire.

« Des études¹ ont démontré qu'au cours des derniers mois, les entreprises comme les consommateurs avaient réalisé un bond de cinq ans en matière d'adoption du digital. Les événements récents ont donc donné un coup d'accélérateur à un certain nombre de tendances et d'évolutions existantes », explique **Frank De Keyser, CEO de bpost banque**. « Le monde de demain sera bien différent de ce qu'il est à l'heure actuelle et bpost banque veut être prête à affronter ce nouvel environnement qui apportera son lot de défis et d'exigences. C'est pourquoi nous devons anticiper dès maintenant. »

Concrètement, bpost banque a prévu d'étendre et de renforcer stratégiquement son offre de services à plusieurs niveaux :

1. **Étoffement de l'offre de services de comptes à vue** : afin de mieux servir les divers profils de clients, d'éliminer les frais inutiles et de récompenser ses usagers les plus fidèles, bpost banque va repenser ses différents types de comptes à vue. Ces offres vont se distinguer davantage les unes des autres et s'enrichiront de nouvelles options : possibilité (grâce à la mise en œuvre de la directive PSD2) de consulter, via l'app, ses comptes dans d'autres banques, d'effectuer des virements instantanés, apparition de nouvelles fonctionnalités numériques, etc. Le compte de base b.compact restera, en outre, disponible gratuitement pour les utilisateurs digitaux actifs, afin de contrer le nombre excessif de comptes dormants.
2. **Davantage de connexions numériques** : plusieurs projets sont en cours de développement. Citons, par exemple, l'étoffement du MOBILEbanking, l'une des plus récentes applications bancaires de Belgique mais aussi et surtout l'une des plus innovantes et appréciées. Elle permet, entre autres, à n'importe qui de devenir client en ouvrant un compte de manière entièrement autonome et sans contact. Il sera désormais aussi possible de consulter toutes sortes de documents officiels en ligne via eBox, de réinitialiser le code PIN de sa

¹ <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/the-covid-19-recovery-will-be-digital-a-plan-for-the-first-90-days>

carte, de bientôt recevoir des extraits de compte par e-mail, de demander des solutions de crédit en ligne, etc. Notons que près de 50 % des utilisateurs de PCbanking sont âgés de 60 ans et plus.

3. **Renforcement de la proximité et des services physiques** : par ailleurs, bpost banque va également étoffer son offre de services en agence. Cette évolution se fera à deux niveaux :
- a. D'une part, la banque mise sur la formation du personnel de terrain, afin que ses conseillers actuels deviennent de véritables spécialistes dans leurs domaines, notamment en matière d'hypothèques et de placements financiers.
 - b. D'autre part, elle va investir dans 400 Selfbanks flambant neufs qui offriront plus de possibilités. Les clients qui le souhaitent pourront par exemple continuer d'y imprimer leurs extraits de compte et encoder leurs paiements. Cet investissement s'accompagnera d'une optimisation : les machines en doublons dans une même agence ne seront pas remplacées, pas plus que les appareils qui ne sont presque plus utilisés. Cette opération s'effectuera de manière très réfléchie. Pour 91,5 % des utilisateurs de Selfbank, rien ne changera dans leur agence, tandis que les 8,5 % restants auront toujours un Selfbank à disposition près de chez eux. Autre point important, le plus vaste réseau d'agences du pays restera intact !

« Nos clients ont choisi bpost banque pour la qualité de son service et sa proximité. C'est pourquoi nous allons volontairement à contre-courant des tendances du marché, en investissant aussi bien en ligne que sur le terrain, dans les personnes, les prestations et l'infrastructure », poursuit le CEO Frank De Keyser. « L'étoffement de nos activités numériques vient donc compléter notre présence physique. Pour nous, 'en ligne' ne signifie pas 'à distance'. C'est au contraire une opportunité de renforcer nos connexions avec nos clients actuels et, espérons-le, d'établir de nouveaux liens avec ceux qui sauront apprécier cette approche à sa juste valeur. »

Dans le cadre de cette transformation qui nécessite des investissements très importants et vu le climat actuel qui a fait considérablement chuter les taux d'intérêt ainsi que les marges d'intermédiation, bpost banque reverra également sa politique de prix. Ceci ne signifie pas que tous ses tarifs augmenteront systématiquement, au contraire : pour un grand nombre de clients, le 'daily banking' sera même meilleur marché. Toutefois, il est important que les usagers posent les bons choix en fonction de leurs besoins réels. C'est pourquoi la banque met tout en œuvre pour les conseiller au mieux, avec un accompagnement didactique et des tutoriels, afin qu'ils sélectionnent les options qui correspondent le mieux à leur mode de vie, leur âge, leur mobilité et leur degré de familiarité avec le numérique. Les nouveaux tarifs entreront en vigueur dès le 1^{er} janvier 2021.

A propos de bpost banque :

Fondée en 1995, bpost banque est une banque belge autonome s'appuyant sur un modèle unique de partenariat. Elle est détenue à parts égales (50/50) par bpost et BNP Paribas Fortis et gérée par un comité de direction indépendant. bpost banque propose ses services financiers à plus de 650 000 consommateurs belges.

Dans un monde financier de plus en plus complexe et imprévisible, bpost banque considère que ses produits et services doivent être sûrs et accessibles à tous. Ces valeurs se traduisent au quotidien par un slogan propre à bpost banque : « Soyons clairs ».

Pour ce faire, bpost banque se veut une banque toujours plus simple, plus sûre et pour tous. « bpost banque » s'écrit toujours en minuscules, même en début de phrase. Le nom de la banque existe dans les trois langues nationales : bpost bank (NL), bpost banque (FR) et bpost Bank (ALL).

Pour plus d'info:

bpost banque Wouter Baelde Corporate Communication Manager Wouter.Baelde@bpostbank.be 02 545 63 24 0470 80 92 19	Vademecom Vincent Morrens Head of Media Relations vm@vademecom.be 02 269 50 21 0475 93 25 16
---	--