



> Peter Van Dessel,
Verantwoordelijke ondernemers

Wist u dat?

Het spreekwoord 'vertrouwen komt te voet maar vertrekt te paard' geldt ook voor klantentevredenheid. Wie draagt in uw zaak hiervoor de verantwoordelijkheid?

De uiteindelijke beleving door uw klant ligt meestal in de som van diverse indrukken, dus draagt elke medewerker zijn steentje bij. Een klantgerichte attitude maakt daarom het best deel uit van uw bedrijfscultuur. Een duidelijke visie over klantgerichtheid, betrokkenheid van heel uw organisatie en ieders vrijheid om snel en accuraat op klachten te reageren, zijn hierbij cruciaal. In een verder digitaliserende omgeving is de zorg voor uw klanten een continu aandachtspunt.

Comfort voor uw klant, dat is uw drijfveer. Transacties online of mobiel afhandelen is een win-win situatie. Betalingen gebeuren makkelijk en veilig én bieden bovendien tijd- en efficiëntiewinst voor de ontvanger.

i Hebt u vragen? Uw account manager maakt graag tijd voor een persoonlijk gesprek.



Expertise: ban cash, win tijd

We evolueren naar een casharme samenleving en daar heeft u baat bij: het is niet enkel veiliger, u wint er bovendien veel tijd mee. Bent u als ontvanger mee? Bereid u tijdig voor door betalingen via een terminal en apps mogelijk te maken.

> Pagina 2



Opinie: klantgericht vanbuiten én vanbinnen

Dat uw medewerkers die rechtstreeks met klanten contact hebben klantgerichtheid hoog in het vaandel dragen, lijkt vanzelfsprekend. Maar wist u dat het loont als ook de mensen achter de schermen klantgericht denken?

> Pagina 4



Vraag & antwoord: hoe betaalt en ontvangt u mobiel?

Mobiel betalen is de toekomst, omdat het veel voordelen biedt voor zowel betaler als ontvanger. Kiest u voor de Bancontact-app of de SEQR-app?

> Pagina 6



Portret: de 5 waarden van Paul & Georges Lenssen

Verzinkerij Lenssen heeft een heel trouw klantenbestand. De broers Lenssen doen dan ook nooit toegevingen wat kwaliteit en service betreft. 25 jaar geleden kozen ze samen voor een duurzame investering: de overkapping van hun zinkbad.

> Pagina 8



> Hoe vervelend is het als mensen geld uit de muur halen dat u daarna zelf terug moet gaan storten?

Casharm werkt verrijkend

Bancontact | Betaal-apps | Trends

Het briefje van 20 euro mag dan wel net vernieuwd zijn, in de praktijk neemt het belang van bankbiljetten snel af. Stefan Van Peteghem merkt op dat we geleidelijk maar zeker evolueren naar een samenleving waarin cash een marginaal verschijnsel is. In de nabije toekomst worden kaart- of smartphonebetalingen de regel en cashbetalingen de uitzondering. Springt u tijdig mee op de trein?



> Stefan Van Peteghem, regioverantwoordelijke bij Bank J.Van Breda & C°

Hoe evolueert het gebruik van cash?

“We gaan duidelijk naar een cash-arme samenleving. De laatste jaren daalde het aantal cashstortingen in onze bank jaarlijks met 10%. Vandaag zien apothekers het aantal cashbetalingen als het ware van maand tot maand dalen. Cash wordt meer en meer als last beschouwd, want betalingen kunnen efficiënter, sneller, goedkoper, veiliger ... In Scandinavische landen betaalt u zelfs op de bus nog moeilijk met cash. Gaan we daar in België ook naartoe?”

Hoe kunnen ondernemingen zich voorbereiden op deze evolutie?

“Een zaak zonder Bancontact-terminal lijkt niet meer van deze tijd. Het is écht 5 voor 12, want er komt een volgende drastische evolutie aan: betalingen via smartphone. Binnenkort gebruiken klanten ook hun bankkaart steeds minder ten voordele van de

"Als u nú niet op de trein springt, mist u ook de volgende trein."



Getuigenis

Johan De Wilde van De Wilde BVBA: “De opvolging van onbetaalde facturen nam een groot deel van mijn tijd in beslag. Nu bezit elk team dat op de baan is een terminal. Mijn cliënten appreciëren deze vlotte manier van werken.”

smartphone. Vijf jaar geleden vergat ik soms mijn gsm, maar ging ik nooit op pad zonder portefeuille. Nu is dat omgekeerd. Ook al meegemaakt? Stel u voor wat er met uw activiteit gebeurt als de komende jaren 30% van uw klanten geen fysieke portefeuille meer hebben? Geen elektronisch betaalmiddel aanbieden lijkt me niet enkel weinig klantgericht, maar ook een groot risico voor uw omzet. Consumenten laten aankopen steeds meer afhangen van de betaalmogelijkheden.”

Hoe overtuigt een ondernemer zijn klant om elektronisch te betalen?

“Door elektronisch betalen proactief te promoten. Wanneer u een afspraak maakt met een klant, kan u al aankondigen dat u liever betaald wordt met de kaart of zelfs geen cash meer aanvaardt. Zo geeft u uzelf een dynamisch en professioneel imago en bereikt u snel meer dan 80% elektronische betalingen.”

Welke voordelen heeft een casharme werking?

“In de eerste plaats natuurlijk veiligheid. In België is er elke dag gemiddeld één overval in een apotheek, juwelier of horecazaak. Ik ken apothekers die volledig cashloos werken, omdat ze ooit overvallen zijn. Het veiligheidsaspect is zo'n

uitdaging voor deze doelgroep, dat ook de belangenverenigingen vragende partij zijn voor een casharme en indien mogelijk cashloze werking.

“Casharm werken biedt veiligheid en een enorme tijdwinst.”

Daarnaast is er een groot impliciet voordeel dat velen niet meerekenen: tijdwinst. De tijd die u besteedt aan geld tellen, wekelijks storten bij uw bank, nikkelpvragen ... gebruikt u beter om te werken of privé quality time te nemen. Reken daar nog uw transportkost, eventuele kastekorten en valse biljetten bij en u haalt zonder twijfel vanaf dag één voordeel uit elektronische betalingen.

Een bijkomend argument in het nadeel van cash is de budgettaire evenwichtsoefening van zowat alle overheden. Fiscale fraude en controle over de cashhandel staan hierin centraal. Cashstortingen zijn momenteel begrensd tot 3.000 euro en die grens zal niet meteen versoepelen. Cash blijft natuurlijk een perfect legitiem betaalmiddel, zeker als back-up bij stroom- of andere pannes bijvoorbeeld. Maar het papieren geld krijgt steeds meer een negatieve bijklank.”

Hoeveel kosten elektronische betalingen vandaag nog?

“De prijs van een Bancontact-terminal is gedaald, dankzij de toegenomen concurrentie. Wanneer er straks andere spelers op de markt opduiken, zoals Google Pay en Paypal, zet dit de prijs verder onder druk. Bovendien kosten kleine betalingen de ontvangers steeds minder, iets wat velen niet beseffen. Op een betaling van 5 euro betaalt u 5 cent. Als u veel betalingen per maand ontvangt, valt de totale kostprijs écht mee. Alles in acht genomen, hebt u er alleen voordeel bij.”

Hoe ondersteunt Bank J. Van Breda & C° cliënten bij casharm werken?

“We nodigen onze cliënten uit voor een persoonlijk gesprek, want iedereen heeft een andere visie of problematiek. We presenteren de verschillende alternatieven voor cash en ondersteunen onze cliënten bij de praktische kant van de zaak. We komen tussen in de kostprijs van de eenmalige aankoop van een terminal en bezorgen promomateriaal zoals stickers of affiches waarmee ze hun klanten sensibiliseren.”

i Meer weten? Uw account manager geeft u graag advies.

Klantvriendelijkheid als kern van de zaak

Klantbewust werken | Peilingen | Management

Dat de klant koning is, weet iedereen. Toch blijkt het niet altijd evident om eigen doelen te verzoenen met die van klanten. Na 17 jaar managementervaring in de marketing- en retailwereld, richtte Els Dhaeze haar bedrijf Pitopia op. Daarmee biedt ze een strategie aan om uw onderneming vanbinnen en vanbuiten klantgericht te maken.



> Els Dhaeze, auteur van 'Uit liefde voor de klant'

Hoe belangrijk is klantvriendelijkheid?

“Veel bedrijven focussen op kosten besparen en efficiënt werken. Daardoor verliezen ze soms uit het oog dat ze werken voor een klant. Zeker voor beginnende KMO's is het verleidelijk om vooral business opportuniteiten en winstmarges voorop te stellen en minder prioriteit te geven aan de omgang met klanten. Met een consistent klantgedrag groeien ze misschien wat trager in het begin, maar op lange termijn is hun succes meer duurzaam. Consumenten voelen immers heel goed aan welke bedrijven klantgerichtheid hoog in het vaandel dragen.”

"Klantgerichte ondernemingen hebben op lange termijn meer succes."

Hoe weet een KMO wat zijn klanten verwachten?

“Door systematisch te luisteren naar klanten en niet te denken dat u hen kent omdat u met hen gaat eten of een voetbalmatch bekijkt. Naast klantenervaringen zijn ook klantenverwachtingen meetbaar en dat hoeft niet veel te kosten. Bijvoorbeeld:

1. De **Net Promotor Score** onderzoekt de ultieme vraag 'Zou uw klant u aanraden aan derden?'. Zeker voor KMO's zonder budget voor grote reclamecampagnes is het cruciaal om dit te begrijpen. U hoopt immers dat uw klanten als ambassadeurs uw producten en diensten helpen verkopen.
2. Met de **Customer Effort Score** vraagt u klanten te vergelijken hoe moeilijk ze de stappen bij de samenwerking met uw zaak op voorhand inschatten en hoe ze dit achteraf ervaren.
3. Bij **Social Listening** vatten softwareprogramma's samen wat mensen op het internet zeggen over uw zaak.”

"Ook wie achter de schermen werkt, moet klantgericht denken."

Klantgerichtheid van poetsdame tot CEO



Els Dhaeze bundelde haar ervaringen en die van meer dan 50 bedrijven en 200 klanten in een handig doe-boek. Zij beschrijft alle stappen die een bedrijf doorloopt

om meer klantgericht te werken.

“Ik heb mijn boek geschreven in de taal van zowel de poetsdame als de CEO en zowel salesmensen als interne IT'ers. Alle lagen en afdelingen begrijpen het. Het is geen boek om in één keer te lezen en dan weg te leggen. U houdt het doe-boek het best ergens bij de hand. 1/3 van het boek bestaat uit vragen. Kies een vraag en discussieer erover met collega's. Verder staan er veel voorbeelden in. De bedoeling is dat alle medewerkers meedenken.”

Els Dhaeze

Lannoo

ISBN 978 94 0142 170 6

www.uitliefdevoordeklant.be

Win dit boek

Stuur voor donderdag 30 april een e-mail met als onderwerp “klantenliefde” naar wineenboek@bankvanbreda.be. Vermeld uw voornaam, naam en adres! Een onschuldige hand zal 10 winnaars uitloten. Zij ontvangen het boek in de maand mei op het adres vermeld in de e-mail.

Eén deelname per persoon en per e-mailadres.

Hoe kan een KMO meer klantgericht werken?

“Al uw medewerkers dienen op elk moment te beseffen dat ze werken voor een klant. De klant ‘betaalt’ immers de lonen. Ook wie achter de schermen werkt, moet klantgericht denken. Anders bereikt u uw doel niet. Denk samen met alle medewerkers een visie uit, waarbij het duidelijk is voor welke klantwaarden uw bedrijf staat. Beschouw dit van bij het begin als een prioriteit. Wanneer u klantgerichtheid pas na een tijdje oplegt aan uw mensen, duurt het vaak drie tot vijf jaar om hen in een nieuwe *mindset* te brengen.”

Hoe motiveert een KMO medewerkers om klantbewust te zijn?

“De basisregels moeten duidelijk zijn. Maar u kan uw medewerkers ook voorstellen laten doen ten voordele van de klant en hen de vrijheid geven om die uit te voeren. Laat bijvoorbeeld een customer service medewerker zelfstandig beslissen om ontevreden klanten tot een maximumbedrag terug te betalen. Verder is het belangrijk dat al uw medewerkers eens contact hebben met klanten. Zo krijgen ze meer respect voor hen, zoeken ze mee naar oplossingen en is er een grotere verbondenheid. *Bottom up* acties leiden vaak tot praktische en makkelijk uitvoerbare suggesties. Daarnaast creëert u er intern een breder draagvlak mee.”

"Alles begint bij uw bedrijfscultuur."

“Vaak hebben medewerkers het gevoel dat ze niet weten wat ze met feedback van klanten kunnen doen, of dat er niets mee gebeurt. Daarom is het gestructureerd verzamelen van klanteninformatie belangrijk en worden acties best teruggekoppeld naar alle medewerkers. Alles begint met andere woorden bij uw bedrijfscultuur.”

Klantgericht worden: zes belangrijke stappen

- 1. Ken uw klanten goed: luister en meet.** Ken niet enkel hun behoeftes wat producten en diensten betreft, maar ook hun verwachtingen en ervaringen tijdens elk contactmoment met uw bedrijf.
- 2. Deel alle klanteninfo met al uw werknemers.** Zo leren ook zij de klanten goed kennen en daarop inspelen.
- 3. Bepaal welke perceptie een klant van uw bedrijf heeft.** Maak duidelijke keuzes in uw bedrijfswaarden.
- 4. Zorg dat al uw processen klantgericht zijn.** Interne processen maken het medewerkers vaak gemakkelijk, maar ze moeten vooral voor de klant makkelijk zijn.
- 5. Maak uw objectieven klantgericht.** Denk na hoe u KPI's (Key Performance Indicators) meer klantgericht maakt en ze vertaalt naar CPI's (Customer Performance Indicators).
- 6. Wees consistent.** Zorg dat al uw medewerkers de klant op eenzelfde manier benaderen, zodat die eenduidig weet wat hij van uw bedrijf kan verwachten.



> Betalen via de SEQR-app

Hoe betaalt & ontvangt u mobiel?

We zoomen in op de twee belangrijkste apps waarmee u vandaag eenvoudig elektronisch via smartphone betaalt: de Bancontact/Mister Cash-app (BC/MC) en de SEQR-app.

Om te starten downloadt u eerst een van beide gratis apps. Daarmee kan u betalingen uitvoeren van smartphone naar smartphone. Maar ook transacties in fysieke en online winkels zijn mogelijk. Iedereen die de app heeft, kan hem overal en op ieder moment gebruiken. U moet uiteraard wel over een internetverbinding beschikken, via wifi, 3G of 4G.

Bancontact/Mister Cash-app

Deze app is gelinkt aan uw debetkaart. Vooraleer iemand een betaling uitvoert, wordt automatisch een QR-code gegenereerd, hetzij online in de webshop, hetzij op het aankoopticket in een winkel. Als de koper deze code met een smartphone scant en vervolgens met de pincode bevestigt, wordt de betaling uitgevoerd. Vooral in webshops wordt de app al veel gebruikt; in winkels loopt de app nog proef.

De kosten voor de handelaar zijn identiek als voor online kaartbetalingen: een vast tarief, verhoogd met een commissie op het betaalde bedrag.

Voor betalingen onder vrienden beschikken zowel betaler als ontvanger over de app. Wie betaalt kiest de optie 'betalen'; de ontvanger kiest 'ontvangen' en genereert een QR-code. De betaler scant de code en bevestigt om de transactie te voltooien.

SEQR-app (spreek uit: secure)

Deze app is niet gelinkt aan een debetkaart, maar aan een zichtrekening, ongeacht bij welke bank. Betalen gebeurt door met de app aan de kassa een unieke QR-code te scannen. SEQR kan

geïntegreerd worden in kassasystemen. Bevestig met pincode en de betaling is geregistreerd.

Dit systeem werkt dus zonder terminal (geen aankoop of abonnement nodig) en de handelaar betaalt slechts een vast en beperkt tarief per transactie. Dit is dus prijsgunstiger dan BC/MC.

Troeven van mobiel betalen

Betalen via scanning van een QR-code is veilig, snel en efficiënt, zowel voor klant als handelaar. Transacties verlopen sneller dan met een kaartlezer en het geeft een zaak bovendien een modern imago. Dat SEQR de laagste transactiekost in de markt aanbiedt, zorgt ongetwijfeld voor een snelle, verdere integratie bij handelaars.

Veiligheid

Beide apps zijn beveiligd door een pincode en de dagelijkse betaallimiet is vastgelegd op 250 euro. BC/MC is geïntegreerd met Card Stop en bijgevolg snel te blokkeren. SEQR werkt via Europese domiciliëring en is makkelijk te beheren via homebanking.

Toekomstperspectieven

We evolueren naar draadloos betalen via smartphone of bankkaart, waarbij u enkel een pincode invoert wanneer het bedrag dit vereist.



Meer weten? Uw account manager geeft u graag advies.

De Vlaamse woonbonus sinds januari 2015

Als u leent om uw successierechten, schenkingsrechten of de aankoop, bouw of verbouwing van uw gezinswoning te betalen, kan u veelal genieten van een belastingvermindering. Het fiscale voordeel voor uw enige en eigen woning wordt de 'woonbonus' genoemd. We gaan hier kort in op de Vlaamse regelgeving voor aanslagjaar 2016, maar u moet uw eigen situatie in detail bekijken.

Bedragen voor de berekening van de woonbonus

- Basisbedrag: maximaal 1.520 euro per belastingplichtige.
- Dit bedrag wordt verhoogd met 760 euro gedurende de eerste tien jaar.
- Gezinnen met minstens drie kinderen ten laste op 1 januari volgend op het jaar van afsluiting van de lening, krijgen nog een verhoging van 80 euro. Dat geldt eveneens voor de eerste tien jaar. Mindervalide kinderen worden fiscaal dubbel geteld.(*)

De twee verhogingen gelden enkel als op 31 december van het inkomstenjaar uw eigen woning ook uw enige woning blijft. Anders is de verhoging definitief verloren.

Belastingvermindering

Op bovenstaande bedragen krijgt u in Vlaanderen 40% belastingvermindering sinds 1 januari 2015, verhoogd met de gemeentebelasting. Hou er rekening mee dat voor het Vlaams gewest de bedragen niet langer geïndexeerd worden. Deze vermindering omvat zowel de intresten, kapitaalaflossingen als verzekeringspremies. Vaak worden de verzekeringspremies niet langer in mindering gebracht, omdat het plafond reeds bereikt is door de intresten en het kapitaal.

Andere leningsvoorwaarden

- De lening moet een hypothecaire lening zijn en een looptijd hebben van minstens tien jaar.
- Een herfinancieringslening die u na 1 januari 2015 afsluit ter herfinanciering van een lening van vóór 1 januari 2015, blijft de fiscale vermindering genieten van voorheen. Die is gewoonlijk gunstiger, zoals u ziet in het schema hiernaast.

Lening ander onroerend goed

Als u vandaag een lening afsluit voor een onroerend goed dat niet uw eigen woning is en dat een belastbaar onroerend inkomen oplevert, blijft u de betaalde intresten in mindering hiervan toepassen. Zo kan u de fiscale druk op het onroerend inkomen wegwerken of minimaliseren. Hieraan is dus niets gewijzigd.



> Marc Gielis, belastingconsulent bij Bank J.Van Breda & C°

| Overzicht | Uiterlijk | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|------------------|
| | 31/12/2014 | Vanaf 01/01/2015 |
| Basisbedrag | 2.280 euro | 1.520 euro |
| + omwille van 'enige woning' | + 760 euro | + 760 euro |
| + omwille van kinderlast(*) | + 80 euro | + 80 euro |
| Totaal | 3.120 euro | 2.360 euro |
| Fiscaal voordeel | Marginaal voordeel (minimaal 30%) | 40% |

i Meer weten? Uw account manager geeft u graag advies.



> Georges Lenssen en zijn broer Paul, de oprichters van Verzinkerij Lenssen

De 5 waarden van Georges en Paul Lenssen

ONZE ONDERNEMING ONZE PASSIE

Namen: Paul (°1952) en Georges Lenssen (°1953)

Onderneming: Verzinkerij Lenssen

Verwezenlijkingen: Georges Lenssen studeerde economische wetenschappen terwijl zijn broer Paul een opleiding volgde tot industrieel ingenieur. Tijdens hun studies zaten ze samen op kot en ook in hun latere leven bleven ze onafscheidelijk. Eerst gingen ze aan de slag in de verzinkerij van hun vader. Na diens overlijden richtten de broers in 1988 hun eigen verzinkerij op. En de klanten, die kwamen mee. Verzinkerij Lenssen is ondertussen een van de grootste verzinkers in de Benelux. Ze verzinken onder andere profielijzers voor de (serre) bouw.

"Ecologisch werken rendeert."

- 1. Tweede mening** "Wij hebben elk ons eigen domein, maar bij moeilijke beslissingen is het fijn om een tweede mening te krijgen. Het geeft een gerust gevoel als we beiden akkoord gaan. Wij denken allebei geëngageerd mee en we zeggen eerlijk onze mening tegen elkaar."
- 2. Kwaliteit** "Vriend en vijand zullen beamen dat onze kwaliteit bij de beste in de Benelux behoort. Wij gebruiken altijd het meest hoogwaardige zink. Ook op de huidige, meer concurrentiële markt houden we daaraan vast. Als we aan de geboden prijs geen kwaliteit kunnen bieden, nemen we de opdracht liever niet aan. Zo behouden we onze goede naam."
- 3. Service** "Wij hebben een heel trouw klantenbestand, omdat er bijna nooit iets misloopt. Met ons performant magazijnbeheer hebben we veel klanten gewonnen. Een klant zei mij ooit dat wij in 30 jaar tijd het eerste bedrijf waren dat zijn materiaal zo correct terugbezorgde. Dat was het mooiste compliment."
- 4. Duurzame innovatie** "Je moet steeds inspelen op vraag en aanbod en alle opportuniteiten uitdokteren. 25 jaar geleden voelden we aan dat milieu belangrijker werd. Daarom investeerden we in een overkapping van ons zinkbad. Daarmee vangen we de dampen op. Vroeger moesten we betalen voor ons afval, nu wordt het omgezet in nieuwe grondstoffen. Ecologisch werken rendeert."
- 5. Correct personeelsbeleid** "Een vakbondsmedewerker zei eens dat de vakbond overbodig zou zijn, als alle bedrijven waren zoals wij. Wij behandelen ons personeel altijd correct en zijn steeds duidelijk over onze perspectieven."

www.bankvanbreda.be

Bank J.Van Breda & C° NV
Ledeganckkaai 7, 2000 Antwerpen, tel. 03 217 53 33
BTW BE 0404 055 577, RPR Antwerpen, FSMA 014377 A
Ver. uitg.: Luk.Lammens@bankvanbreda.be
Eindredactie: Annik.Piessens@bankvanbreda.be

Bank J.Van Breda & C° respecteert uw privacy. Uw gegevens werden opgenomen in ons bestand om u te informeren over onze diensten en aanbiedingen. U hebt inzage- en correctierecht. Indien u dat wenst, kan u verzet aantekenen tegen het gebruik van deze gegevens voor direct marketing. Uw gegevens kunnen worden doorgegeven aan derden met wie Bank J.Van Breda & C° contractueel of via haar aandeelhoudersstructuur verbonden is. Bijkomende inlichtingen: Openbaar Register Commissie Persoonlijke Levenssfeer.