



Microsoft Dynamics CRM

35% meer nieuwe klanten voor Keytrade Bank met Microsoft Dynamics CRM als motor van "Member Get Member" project



"Microsoft Dynamics CRM geeft ons de mogelijkheid onze klanten steeds beter te leren kennen. Ons streefdoel is om met elke individuele klant een relevante dialoog aan te gaan."

Olivier Debehogne, Sales & Marketing Director, Keytrade Bank



Het Member Get Member (MGM) project van Keytrade Bank belooft al sinds 2007 elke klant voor het aanbrengen van nieuwe klanten. Keytrade Bank wilde echter een stap verder gaan in deze campagne met een meer persoonlijke begeleiding. Dit kan enkel indien er informatie voorhanden is over de acties van elke afzonderlijke klant. Dankzij een link tussen de MGM website en de Microsoft Dynamics CRM-oplossing die Travi@ta bij Keytrade Bank installeerde, is de campagne succesvoller dan ooit.

VMS-Keytrade was in 1998 de eerste Belgische online beleggingsite. In 2002, na de overname van RealBank, verwerft VMS-Keytrade het bankstatuut en verandert de naam in Keytrade Bank. Vandaag maakt Keytrade Bank deel uit van de Groep Crédit Agricole, maar met behoud van haar autonomie en unieke filosofie. Zo blijft Keytrade Bank in België de onbetwiste marktleider inzake online transacties, met een breed gamma aan beleggingsproducten.

land: België, Nederland, Luxemburg, Zwitserland
sector: Financiële diensten - Bank

profiel

Keytrade Bank is reeds 10 jaar de leider in België in het online beleggen en bankieren met meer dan 160.000 klanten. Naast het unieke productaanbod op de belangrijkste wereldbeurzen, biedt ze immers ook een compleet gamma aan online bankdiensten aan: zichtrekeningen, spaarrekeningen, termijnrekeningen, debetkaarten en kredietkaarten.

uitdaging

Keytrade Bank zocht een manier om meer inzicht te krijgen in de verschillende stappen van het Member Get Member project, waarbij bestaande tevreden klanten (peters) nieuwe klanten (petekinderen) werven voor Keytrade Bank en beide hiervoor beloond worden.

oplossing

Travi@ta ontwikkelde in de bestaande Microsoft Dynamics CRM-oplossing de nodige workflows ter ondersteuning van het MGM project, oa. het wegschrijven van de input op de landingspage naar de CRM-database.

voordelen

- inzicht in elke tussenstap van het MGM-project, als basis voor strategische bijsturing
- Gepersonaliseerde herinneringsmails voor niet reagerende peters of petekinderen
- De integratie van een wedstrijdelement als extra stimulans
- Snellere uitbetaling van de beloning betekent minder belasting voor de helpdesk
- 35% meer nieuwe klanten tegen een lagere acquisitiekost
- Het 360° beeld van de klant wordt uitgebreid met MGM-data

software & services

Microsoft Dynamics CRM



De voorbije vijf jaar steeg het aantal klanten van Keytrade Bank van 60.000 naar maar liefst 167.000. Dit is enerzijds te danken aan een uitbreiding van het gamma en anderzijds het logische gevolg van de uitstekende klantenservice.

“Als ‘fair prices’ bank belonen wij de klanten voor hun inspanningen. Wij hebben immers geen dure kantoren, de klanten doen alles zelf en kunnen hiervoor beroep doen op de gebruiksvriendelijke website en goed bereikbare helpdesk. Keytrade Bank was de eerste bank die haar klanten betaalde per verrichting”, vertelt Sales & Marketing Director Olivier Debehogne.

Dat Keytrade Bank voluit inzet op user experience, werd recent opnieuw beloond, met een superscore van 4,6 op 5 voor de nieuwe iPad applicatie op iTunes. Het bedrijf telt vandaag 120 medewerkers en realiseert een omzet van 50 miljoen euro in België, Nederland, Luxemburg en Zwitserland. De Assets under Management (AUM) bedragen 6 miljard euro.

Member Get Member : Klanten als tevreden ambassadeurs

De Net Promotor Score (NPS) van Keytrade Bank – een graadmeter van de klantenloyauteit – toonde aan dat maar liefst 55% van de klanten een score van 9 of 10 geeft op de vraag: “Op een schaal van 0 tot 10, hoe waarschijnlijk is het dat u Keytrade Bank zou aanbevelen aan anderen.” Waarbij 10 overeenkomt met het antwoord ‘zeer waarschijnlijk’. Deze uitzonderlijk hoge score inspireerde de marketingafdeling tot het Member-Get-Member (MGM) project, waarbij elke klant (peter) die een nieuwe klant (petekind) aanbrengt, hiervoor 30 euro beloning ontvangt van Keytrade Bank. De nieuwe klant ontvangt hetzelfde bedrag als verwelkoming. Op die manier spaart Keytrade Bank onnodige kosten uit aan een onpersoonlijke massacampagne, zodat ze haar diensten goedkoop kan blijven aanbieden. Bovendien wordt de klant beloond voor het werk dat hij zelf verricht.

«Het MGM-project werd eind 2007 gelanceerd en kende intussen negen ‘waves’, waarvan het succes telkens toeneemt. Een belangrijke voorwaarde om de acquisitiekost laag te houden, is een degelijke automatisering van het proces. Voor de eerste acht waves gebruikten we een maatwerkapplicatie, waarbij het petekind met de petercode een nieuwe account kon openen», legt Olivier Debehogne uit.



“Dankzij Microsoft Dynamics CRM kende het Member Get Member project een groei van 35% en leverde de laatste wave ons 5.000 nieuwe klanten op”

v.l.n.r.: Christophe Bernard, Marketing CRM Officer en Olivier Debehogne, Sales & Marketing Director, Keytrade Bank.

Een belangrijk nadeel van de maatwerktoepassing, was dat de tussenliggende stappen niet geregistreerd werden: hoeveel peters stuurden de uitnodiging door, naar hoeveel petekinderen, wie van hen opende die uitnodigingen, wie stuurde het op zijn beurt door? Een hoop kostbare informatie ging op die manier verloren.

« Omdat wij heel sterk geloven in promotie via onze klanten, hebben we meer inzicht nodig in elke stap van het MGM-project. Hoe beter we onze klanten kennen, hoe beter we hen kunnen begeleiden », aldus Olivier Debehogne.

Microsoft Dynamics CRM boost negende MGM wave

Keytrade Bank werkt sinds 2010 met Microsoft Dynamics CRM, een krachtig klantenbeheerssysteem, geleverd en geïmplementeerd door Travi@ta. Hierin worden alle klantgegevens bewaard en zijn ook diverse workflows ontwikkeld voor de ondersteuning van (tele)salescampagnes.

Olivier Debehogne : “Wij geloven sterk in gepersonaliseerde campagnes. Microsoft Dynamics CRM zorgt op verschillende niveaus in de klantenrelatie voor de nodige triggers om tot actie over te gaan. De klant blijft steeds in controle en bepaalt wat hij wil ontvangen.”

Keytrade Bank legde in augustus 2012 aan Travi@ta hun specifieke wensen voor rond het MGM project. Travi@ta ontwikkelde vervolgens in nauwe samenwerking met het web agency een tool in CRM die elke klantenactie op de landing page van de campagne capteert en registreert in de CRM database. Een aantrekkelijk webdesign werd gecombineerd met extra gebruiksgemak. Verder was er ook ruimte voor een persoonlijke boodschap van de peter naar het petekind.

“Deze CRM-tool was de motor voor de negende wave van het MGM-project en het resultaat was verbluffend. Dankzij het inzicht in de klantenacties, konden we volautomatische gepersonaliseerde herinneringsmails sturen en dit volledig conform de wet op de bescherming van persoonsgegevens. De nieuwe website is ook erg aantrekkelijk en laat toe om mails te versturen naar contacten uit Hotmail, Google en Yahoo, of e-mailadressen die je manueel ingeeft. Ook kan je met één klik je Petercode delen via Facebook en Twitter. Tevens informeerden we de klanten wekelijks over de opbrengsten van de vijf best scorende peters. Dit werkte als een rode lap op een stier”, aldus Christophe Bernard, Marketing CRM Officer bij Keytrade Bank. “Ook de uitbetaling van de beloning verloopt nu sneller en geautomatiseerd. Bij de vorige waves was dit nog een vertraagd manueel proces dat heel veel telefoontjes naar de helpdesk veroorzaakte.”

RANG	Aantal peetvaders	Aantal petekinderen	WINST
# 1	1	91	€2730
# 2	1	39	€1170
# 3	1	23	€690
# 4	2	18	€540
# 5	1	16	€480

**Uw persoonlijke code :
MM35211**

Uw vriend moet deze code op het
openingsformulier vermelden om
de promotie te genieten.

"Wekelijks informeerden we de klanten over de opbrengsten van de vijf best scorende peeters. Dit werkte als een rode lap op een stier."

*Christophe Bernard, Marketing CRM Officer,
Keytrade Bank*

"Dankzij Microsoft Dynamics CRM kende het Member Get Member project een groei van 35% en leverde de laatste wave ons ruim 5.000 nieuwe klanten op", vertelt Olivier Debehogne.

Over Travi@ta

Christophe Bernard : "Met dit project bewees Travi@ta zich opnieuw als een betrouwbare partner. Dankzij de goede analyse van het project, was de tool op minder dan een maand gebruiksklaar. Het project was een samenwerking tussen veel partijen: Travi@ta, het web agency, en de Sales, IT en Marketing afdelingen van Keytrade Bank. Dankzij de transparante en proactieve werkwijze van Travi@ta, verliep alles erg vlot. We wisten steeds op voorhand welke stappen Travi@ta ging ondernemen, wat de impact hiervan zou zijn op ons systeem en welke specialist hiervoor zou langskomen."

Hoe ziet Keytrade Bank de toekomst met CRM ?

"Een campagne zoals MGM gaat gepaard met heel wat e-mailverkeer. Wij willen onze klanten echter niet belasten met communicatie die niet van toepassing is voor hun situatie. Microsoft Dynamics CRM geeft ons de mogelijkheid onze klanten steeds beter te leren kennen. Ons streefdoel is om met elke individuele klant een relevante dialoog aan te gaan", besluit Olivier Debehogne.



voor meer informatie

Microsoft: +32 (0)2 503 31 13 of www.microsoft.be

Keytrade Bank: www.keytradebank.com

Travi@ta
YOUR CRM EXPERTS
Microsoft Dynamics CRM

Tel. +32 (0)2 721 88 80

www.traviata.eu - info@traviata.eu