

Interview de Quinten Fraai, General Manager de la division « Direct Channels » auprès de ING
Bank Belgium.

(par Stéphan Darimont. Banking Boulevard. Bruxelles. Septembre 2012)

Quinten Fraai s'exprime au sujet des réalisations et des défis à venir de l'équipe responsable des services de banque en ligne de son institution. Les différents canaux de distribution de produits bancaires par la voie numérique sont passés en revue. Quinten Fraai définit enfin le profil des collaborateurs que la banque recherche pour son département « Direct Channels ».

Stephan Darimont (SD) Bonjour Monsieur Fraai

Quinten Fraai (QF) Bonjour

(SD) : Vous dirigez un département qui se nomme "Direct Channels", pourriez-vous nous en décrire brièvement les activités ?

(QF) : Bien sûr, mais avant cela peut-être quelques mots au sujet d'ING. ING est positionnée en Belgique en tant que banque-directe universelle. Universelle, car elle propose une vaste gamme de produits à tous les segments de clientèle ; et directe parce que notre offre est proposée à notre clientèle via les canaux directs de distribution que sont les "direct channels". Et de quoi s'agit-il ? Les direct channels se composent de tous les canaux par lesquels nos services sont proposés à notre clientèle par la voie numérique. Premier exemple : ING.be, notre portail web. Mais également [Homebank](#) : Notre plateforme bancaire en ligne par laquelle nos clients peuvent effectuer leurs transactions bancaires depuis chez eux ; sans oublier notre canal bancaire mobile, grâce auquel on a toujours sa banque en poche.

(SD) : Bien. Et quelle méthode appliquez-vous pratiquement ?

(QF) : L'équipe des *Direct Channels* se compose d'un petit groupe de professionnels hautement qualifiés dont l'unique mission consiste à faire en sorte que notre offre de services en ligne soit aussi conviviale que possible. Ce qui veut dire en somme : accessible, simple et très, très intuitive. Et nous y sommes parvenus en développant plusieurs domaines d'expertise, dont par exemple : La "web-intelligence" qui nous permet d'analyser ce qui se passe online, sur internet ainsi que sur notre canal de "home-banking". Mais également "on-line sales" (ventes en ligne) qui nous permet de mettre notre offre à disposition de la façon la plus conviviale que possible. Et enfin « change », et "change delivery" : Il est pour nous extrêmement important que nos canaux de distribution directs soient constamment à jour (**updated**) et mis à niveau (« **up-graded** ») et ceci en respectant nos délais ainsi que nos critères de qualité.

(SD) : Très bien et quels résultats avez-vous obtenus à ce jour?

(QF) : Nous vendons en ligne et nous vendons même énormément. A ce jour nous avons vendu largement plus d'un million de produits via nos canaux de distribution en ligne. Mais nous veillons également à ce que ces canaux de distribution soient toujours disponibles. Ainsi avec 99,9% de disponibilité de notre site web par exemple, nous sommes toujours présents et nous plaçons dans

le top trois de ce marché. Et enfin avons-nous développé de nouvelles fonctionnalités. J'en citerais une : « Mobile Banking ». Nous avons développé le canal "Mobile Banking" en 6 mois , ce à la plus grande satisfaction de nos clients. Dans les *App Stores*, ils nous attribuent 4 à 5 étoiles ce qui est excellent, mais également de nos propres enquêtes il ressort que plus de 50 pourcents de nos clients nous attribuent un 9 ou un 10 sur une échelle de 10 pour notre *appli (app)* mobile.

(SD) : A quels changements peut-on s'attendre selon vous dans les prochaines années dans le domaine du retail banking?

(QF) : Et bien je pense que pas mal de défis passionnants attendent encore l'équipe des "direct channels". A quoi ressemblera par exemple la prochaine *appli (app)* pour le mobile banking? Mais ce n'est pas tout. Les tablettes s'implantent très vite sur ce marché .Et il s'en vend de plus en plus en remplacement de PCs. Alors, une bonne *appli (app)* bancaire pour tablettes? Et enfin je pense qu'on verra aura encore pas mal de développements dans le domaine du banking sur PCs. A quoi ressemblera la prochaine application clientèle sur PC? Une chose est sûre. Dans tout ce que ING entreprendra, nous placerons au cœur de nos préoccupations la convivialité des applications-clients.

(SD) : Quel impact l'évolution de la banque a-t-elle sur votre recrutement et quels profils sont actuellement recherchés?

(QF) : L'équipe des Direct Channels est toujours à la recherche de talents. Et nous ne recherchons pas nécessairement des personnes disposant d'une expérience bancaire. Ce qui est bien plus important pour nous c'est le fait de disposer d'une bonne expérience du service à la clientèle , et dans cet esprit être également à même de transformer ses idées en actions.