**“Hey Kate, lanceer je onze nieuwe campagne voor KBC?”**

*TBWA en KBC introduceren Kate, de digitale KBC-assistent, in België.*

KBC zorgt voor een heuse primeur. Met Kate, de nieuwe digitale KBC-assistent, zorgt de bank-verzekeraar voor een innovatieve stap in haar digitale transformatie. Kate leidt namelijk niet alleen de bankzaken en verzekeringen van KBC-klanten in goeie banen, maar vindt ook persoonlijke documenten terug, koopt een trein- of busticket én doet besparingsvoorstellen. TBWA en Mindshare stonden in voor de lancering van Kate in ons land.

Met de lancering van Kate schakelt KBC alweer een versnelling hoger in haar klantenbeleving. Met de nieuwe digitale KBC-assistent laat KBC haar klanten namelijk tijd en geld besparen. Zo helpt Kate bijvoorbeeld om een betaling te doen, vertelt of het loon is gestort, en kan Kate het verzekeringsbewijs van de wagen tonen. Kate werkt zowel via chat als via spraak.

Kate biedt ook 'proactieve diensten' aan. Op die manier krijgen KBC-klanten persoonlijke voorstellen, bijvoorbeeld om te besparen op hun energiefactuur. Was er een storm in de buurt? Dan zal Kate vragen of er schade was en helpen om een schadeaangifte in te dienen.

Voor de introductie van Kate in België creëerde TBWA een campagne met een hoog lanceringsgevoel; de focus van de creatie ligt op de functionaliteiten. Het innovatieve karakter van Kate werd op een speelse manier meegenomen in alle media. De reclamespot werd geregisseerd door Jeroen Mol, in een productie van Czar, en is volledig in België gedraaid.

Kate zal de komende dagen overal opduiken. In de mediastrategie, uitgewerkt door Mindshare, wisselen generieke en contextuele inlassingen elkaar af. In tv, radio en print kan België al een eerste keer kennismaken met Kate. In de slimme digitale OOH én digitaal spelen we in op de verschillende gebruiksmomenten.