

Argenta turnt app om tot kortingskaart

10 maart 2021 06:07

De Antwerpse spaarbank schakelt Cake, het fintechbedrijf van Davy Kestens, in om klanten extra's te laten verdienen bij aankopen. Later krijgen die klanten mogelijk zelfs een vergoeding als ze hun gebruiksgegevens afstaan aan andere bedrijven.

Daarmee voegt Argenta zich bij het steeds langer wordende rijtje banken die klanten aan zich willen binden door ook niet-financiële diensten aan te bieden via hun app. Al gaat de groep daar lang niet zo ver in als grootbanken als Belfius of KBC, die zelfs woningzoekertjes of voetbalhoogtepunten tonen met hun smartphoneapp. 'We willen heel dicht aanleunen bij waar onze klanten echt naar op zoek zijn', zegt Argenta-topman Marc Lauwers.

De Antwerpse bank houdt het momenteel bij zogenaamde 'cashbacks'. Vanaf deze zomer krijgen klanten die daarvoor kiezen een deel van hun aankopen terugbetaald als ze met hun Argenta-rekening die gekoppeld is aan de app van de bank shoppen bij Torfs, Foodmaker, Ava Papierwaren, Lukoil en 50 andere merken. Het aanbod geldt zowel voor de houders van een gratis zichtrekening als voor de klanten die intekenden op de nieuwe, betalende rekeningformules die Argenta begin dit jaar introduceerde.

Om die service te kunnen aanbieden gaat Argenta in zee met Cake, het fintechbedrijf van Davy Kestens. Die lanceerde Cake begin vorig jaar als een app die klanten de kans geeft hun verschillende bankrekeningen centraal te beheren, meer inzicht te krijgen in hun uitgaven en om toch nog iets te kunnen verdienen aan hun bankrekening. Dat doet het via samenwerkingen met een vijftigtal partners waar klanten korting kunnen krijgen bij een aankoop. Maar ook door de financiële data van zijn gebruikers geanonimiseerd ter beschikking te stellen van andere bedrijven.

Datadividend

'Voor een bedrijf als pakweg Delhaize kunnen die gegevens nuttig zijn om na te gaan welk bedrag mensen op een zondagochtend uitgeven in hun winkels', geeft Kestens als voorbeeld. 'Maar in tegenstelling tot een gigant als Facebook vinden wij dat de klant zelf ook geld moet verdienen als hij data vrijwillig ter beschikking stelt van derden. Daarom keren we onze gebruikers elke maand de helft uit van wat we ontvangen op die gegevens. Een datadividend, zeg maar.'

Ook Lauwers zegt gecharmeerd te zijn door het concept van een datadividend. Maar voorlopig introduceert de bank die formule nog niet bij haar klanten. 'We willen eerst bereiken dat onze klanten goed vertrouwd zijn met de andere diensten die we nu lanceren. De cashbackfunctie bieden we aan in de voor de klant vertrouwde omgeving van de app. We ondernemen sowieso nooit iets met de gegevens van onze klanten, tenzij die zich daar volledig van bewust zijn en er hun toestemming voor hebben gegeven.'

Wat levert de nieuwe service financieel op? De ruim 45.000 gebruikers die sinds vorig jaar de Cake-app hebben gedownload - voor hen verandert er niets na de deal met Argenta - verdienen gemiddeld zo'n 11 euro op hun rekening. 'Maar achter dat cijfer zitten enorm grote verschillen. Ik verdiende zelf bijvoorbeeld 300 euro aan cashbacks en datadividenden. Bij een aantal gebruikers is dat zelfs meer dan 1.000 euro', zegt Kestens.

Kapitaalronde

De deal met Argenta, waar 560.000 klanten de app gebruiken, betekent een enorme groeispurt voor Cake. 'We hebben vorig jaar bewezen dat ons model werkt, nu willen we dat op een grotere schaal uitrollen', zegt Kestens. 'Op termijn zullen we daarbij een nieuwe kapitaalronde organiseren om die groei te ondersteunen.'

Mogelijk stapt op dat moment ook Argenta in het kapitaal. Om de nieuwe samenwerking te financieren gaf de bank Cake een converteerbare lening van 1,5 miljoen euro. 'Bij een mogelijke volgende kapitaalronde beslissen we of we die lening al dan niet omzetten in aandelen in het bedrijf', zegt Lauwers.

Pieter Suy