



ARGENTA, ALTIJD DICHTBIJ

De noodzaak van een wendbare organisatie

Argenta, altijd dichtbij

De noodzaak van een wendbare organisatie

Rentevolatiliteit, sterk toenemende regelgeving, digitalisering en de war for talent... De banken en verzekeraars hebben het niet onder de markt. Uit gesprekken met Argenta-topmensen blijkt dat de wijzigende (markt)omstandigheden deze Belgische speler richting transformatie sturen, waarbij onder meer de samenwerking met TriFinance de transformatie op gang helpt te brengen. De nadruk ligt daarbij op pragmatisme.

Maar liefst 10 belangrijke uitdagingen telt de sector en in het bijzonder Argenta, waar we met een aantal topmensen konden praten over hoe zij - in samenwerking met TriFinance - naar de broodnodige transformatie kijken. De nadruk ligt daarbij op pragmatisme.

'We halen hoge tevredenheidscijfers, zowel bij onze klanten als onze medewerkers,' zegt Marc Lauwers, CEO van Argenta. 'Ik zou daaruit kunnen afleiden dat Argenta het momenteel goed doet, maar ik blijf voorzichtig. De wereld verandert met een rotvaart.'

Dat Lauwers naar de tevredenheid van zowel klanten als medewerkers verwijst, spreekt boekdelen. Hij maakt meteen duidelijk waarom Argenta een buitenbeentje in de bank- en verzekeringssector is. Het is de bank die nabijheid (en dus bankkantoren) extreem belangrijk acht, maar die mobiel bankieren een vanzelfsprekende aanvulling op die kantoorstrategie vindt.



Marc Lauwers
Chief Executive Officer Argenta Bank- en Verzekeringsgroep

LAWINE AAN REGELGEVING

Het neemt niet weg dat Argenta net als zijn sectorgenoten de jongste jaren een aantal nieuwe uitdagingen voorgeschoteld kreeg. Sinds de financiële crisis van 2008 hebben diverse overheden het wetgevend kader voor financiële producten en diensten sterk gewijzigd. Die ontwikkeling bezorgt Marc Lauwers duidelijk hoofdbrekens.

‘Er komt een lawine aan regelgeving op ons af,’ zegt hij. ‘Neem bijvoorbeeld alles wat data betreft. Daar heb je een luik rond “data protection” en een luik rond “datasharing”. De GDPR-regelgeving is nog maar enkele jaren oud, maar er blijft regelgeving bijkomen en er is nog heel wat in aantocht.’

Het framework voor datasharing waarnaar Marc Lauwers verwijst legt bijvoorbeeld de regels vast voor de omgang met niet-persoonlijke data, en het delen en hergebruik daarvan voor commerciële doeleinden. *‘Net als goederen of kapitaal moeten gegevens vrij kunnen circuleren,’* zegt TriFinance Business Manager **Stéphanie Struelens**. *‘Het probleem is evenwel dat GDPR de datacirculatie sterk beperkt omdat de definitie van persoonlijke data heel ruim is en je al snel veel data die enigszins gelinkt zijn aan een persoon niet vrij kunt gebruiken.’*

Gevolg is dat bank-verzekeraars bij elke analyse moeten nagaan of de databron wel gebruikt mag worden voor die analysedoeleinden. *‘Mag je als bank de energiefactuur van klanten gebruiken in de risicoanalyse,’* zegt Stéphanie, *‘als blijkt dat klanten met hoge facturen meer gevaar lopen hun lening niet te kunnen terugbetalen. Dat zijn lastige vraagstukken.’*

Stéphanie Struelens heeft al sinds 2018 een go-betweenrol tussen Argenta en TriFinance. Ze volgt de diverse problematieken van nabij. Stéphanie wijst erop dat ook de rapportageregels constant veranderen en worden uitgebreid. Een van de eerste projecten die ze volgde, betrof de invoering van de IFRS 9 boekhoudnorm in 2018. Om compliant te zijn dienden bank-verzekeraars hun modellen voor de berekening van expected credit losses aan te passen, waarvoor dan provisies moesten worden aangelegd.

De scope van IFRS 9 was duidelijk: classificatie en waardering van financiële instrumenten, bijzondere waardevermindering van financiële activa en administratieve verwerking van afdekkingstransacties. In een project met strakke deadlines opgelegd door de regelgever werkte TriFinance een framework uit voor de bepaling van het kredietrisico op kredietkaarten volgens IFRS 9.

TriFinance leverde daarbij ook operationele ondersteuning aan de afdeling Kredietrisico. Verschillende consultants analyseerden Argenta's kredietrisico in de Belgische en Nederlandse portefeuilles door opvolging van de evoluties van verschillende KPI's & Dashboards (o.a. Exposures, Defaults, Loan Loss voorzieningen, IBNR, Concentratierisico). De belangrijkste conclusies werden gerapporteerd aan de Kredietrisicocomités.



Stéphanie Struelens
Business manager
Financial Institutions,
TriFinance

**Er komt een lawine aan
regelgeving op ons af**



REGELGEVING ROND DUURZAAMHEID SCHIET ALLE KANTEN OP

Naast data zijn overheden en andere gremia druk in de weer om duurzaamheid, sustainability of ESG (kort voor Environmental, Social en Governance) in regels te gieten. De problematiek staat hoog op de TriFinance-agenda, en de organisatie volgt de ontwikkelingen op de voet.

'De complexiteit in het ESG-verhaal zit hem in het feit dat de regelgevers voorlopen op de feiten,' zegt Marc Lauwers. 'Dat levert heel wat regels op die niet noodzakelijk op elkaar zijn afgestemd. Zo is er een steeds grotere verplichting aan rapportering, niet alleen van je eigen inspanningen, maar ook van die van je klanten.'

'De vraag stelt zich nu al waar we die rapportagedata moeten halen,' merkt de Argenta-CEO op. 'Bij de aanmaak van een duurzaamheidsrapport voor de ECB rond klimaatrisico's, was het alvast zo dat TriFinance support leverde bij de datacaptatie en de rapportering. Dat was geen sinecure.'

De nieuwe regelgeving dreigt het er niet gemakkelijker op te maken. *'We hebben niet van elke klant het Energie Prestatie Certificaat van zijn woning,' zegt Marc Lauwers. 'Bovendien is er nog de verplichting om klanten die willen beleggen een vragenlijst te laten invullen rond duurzaamheid. Die vloeit voort uit de erg complexe SFDR-regelgeving. Ik snap heel goed dat duurzaamheid een element wordt in de zorgplicht die banken tegenover hun klanten hebben, maar vervullen wij onze zorgplicht wel als we die klant onvoorbereid op de vragenlijst loslaten? De toezichthouders leggen de lat snel heel hoog. Wij vragen ons vooral af hoe we dit onze klanten ten goede kunnen laten komen, hoe we hen kunnen meenemen in dit verhaal.'*

JUISTE PRODUCTMIX ALS ANTWOORD OP DE RENTEVOLATILITEIT

Een tweede grote uitdaging voor de bank- en verzekeringssector is de rente, die door de inflatie na jaren daling weer in stijgende lijn zit. Van de actoren vraagt die challenge een echte paradigmashift. Voor Argenta is het een goede zaak. Door zijn activiteiten heeft de bank relatief hoge renteinkomsten. Positief, nu er recent bij de Europese Centrale Bank geen strafrente meer moet betaald worden op de overvloedige liquiditeiten.

Toch heeft Argenta niet op dit moment gewacht. Het stimuleerde de verkoop van niet-rentegebonden producten zoals verzekeringen en beleggingen, terwijl het tevoren vooral focuste op spaarproducten en leningen.

'Wij willen in de diepte en in de breedte groeien,' zegt CCO Inge Ampe. 'Met een sterkere focus op verzekeringen en beleggingen verbreden we onze activiteiten. Daarnaast hebben we er ook voor gekozen om betalend bankieren in te voeren. Onze gratis zicht- en spaarrekening was en is een belangrijk product, maar nu betaalt zo'n 20 procent van de klanten voor diensten met toegevoegde waarde.' Denk in dit geval maar aan een hogere kredietkaartlimiet of een online-aankoopverzekering.

De betaalpakketten waren een belangrijk project voor Argenta. Ze hadden immers een grote impact op de klant. Grosso modo vallen de meeste rekeningen binnen het gratis basispakket, maar klanten die meer comfort of diensten willen, betalen daarvoor een maandelijks bijdrage. *'TriFinance was betrokken bij de implementatie van dat project,' zegt Stéphanie Struelens. 'Ons engagement gold de businessanalyse en de change die met de implementatie gepaard gingen. Wij focusten voornamelijk op de communicatie met de klant en op opleidingen voor kantoor en hoofdzetel. In wezen hebben we de uitrol van dit project mee gefaciliteerd.'*

Argenta heeft namelijk gekozen voor een duidelijke risicospreiding



Inge Ampe

Chief Commercial Officer Argenta Bank- en Verzekeringsgroep

OOK BUITEN HET BESTAANDE MODEL GROEIEN?

'In een positieve renteomgeving komen we niet op deze strategie terug,' zegt Marc Lauwers. Argenta heeft namelijk gekozen voor een duidelijke risicospreiding. Het zijn ongetwijfeld de tijden die erom vragen, net als het goedehuisvader-principe dat Argenta sinds zijn oprichting huldigt. 'Wij zorgen ervoor dat onze cost/income-ratio stelselmatig 65 procent of lager is,' onderstreept Marc Lauwers. 'Voor ons is dat een buffer en een manier om voorzichtig om te springen met risico.'

De uitbreiding van het productaanbod leidde tot een stevige groei binnen het bestaande model, maar momenteel onderzoekt Argenta of het ook buiten dat model kan groeien. Daarbij geeft Inge Ampe twee opties aan: *'We kunnen op de businessmarkt actief worden en/of uitzoeken wat we in Wallonië verder kunnen ontwikkelen.'*

Toen Inge Ampe een business case bestelde voor uitbreiding van de activiteiten naar Wallonië werd TriFinance Project Manager **Wouter Spitaels** gevraagd hieraan mee te werken. Later haakte hij aan bij het team van **Stefaan De Backer**, de programmadirecteur onder wie het project rond uitbreiding naar het professionele segment liep. Dat project bestond uit verschillende project streams rond, bijvoorbeeld, het strategisch kader, de klantenservice, capabilities en het operating model. TriFinance nam de leiding over de 'klantenservice'-stream en werkte de kanaalstrategie uit.

'Naast een locatie-analyse hebben we ook de kanaalvoorkeuren van de Argenta-klant in kaart gebracht,' zegt Wouter Spitaels. 'Het servicemodel dat we de Raad van Bestuur hebben voorgesteld is gebouwd op sleutelmomenten van die klantengroep, zoals het opzetten van een professionele activiteit, dagelijks financieel beheer of het aangaan van een professioneel krediet.'

Onze klanten verwachten dat ze altijd kunnen terugvallen op een van onze mensen voor advies

Myriam Thomas
Head of Lending
Argenta Bank- en
Verzekeringsgroep



OMNICHANNEL

CCO Inge Ampe benadrukt hoe cruciaal het is om de klant en zijn verwachtingen ten gronde te kennen en daarvoor de juiste kanaalstrategie te ontwikkelen. Die verwachtingen veranderen en vallen volgens Inge Ampe uiteen in twee blokken: convenience en klantenadvies. *'Op convenience werken we vooral via onze online kanalen,'* aldus de CCO. *'We willen ons daarbij enten op wat de beste digitale spelers zoals Google en Apple aanbieden.'* Met deze strategie staat Argenta ongetwijfeld niet alleen. In een sector waarin het ene na het andere bankkantoor gesloten wordt, is de Argenta-aanpak op vlak van advies wel opvallend.

Marc Lauwers is duidelijk: *'Wij kiezen voor een omnichannelbenadering. Het kantoor speelt een kernrol in de adviesverlening. Het gros van de verkoop van verzekeringen en beleggingen gebeurt nog steeds in het fysieke kantoor.'* Inge Ampe vult aan: *'Wij stellen vast dat 18 tot 24-jarigen vaker onze kantoren binnenlopen dan 25 tot 34-jarigen. 3 op de 4 klanten die online een rekening openen, accepteren trouwens ons aanbod om een fysiek gesprek met een kantoorhouder te hebben.'*

Argenta wil via beide kanalen ook dicht bij zijn klanten staan. Nabijheid is niet voor niets een van de kernwaarden van de bank-verzekeraar, naast de andere waarden: ondernemerschap, pragmatiek en eenvoud. Inge Ampe: *'Onze klanten verwachten dat ze altijd kunnen terugvallen op een van onze mensen voor advies. Dat kan ook digitaal zijn. Ik verbaas me er steeds over hoe we de Belg overschatten als het op financiële kennis aankomt. 90% onder ons heeft die immers niet of nauwelijks. De meeste mensen zijn niet financieel opgeleid en voelen zich daarom niet comfortabel bij bankieren. Kort door de bocht is bankieren voor de gemiddelde Belg even complex als het invullen van zijn belastingaangifte.'*

Director Lenen **Myriam Thomas** ziet ook een belangrijke evolutie in de verwachting van de klanten: *'ze worden mondiger, eisen snelheid en willen dat je alles meteen juist aanpakt. Verschillende contacten, die voor ons soms nodig zijn, zien zij als nutteloos. Daarom moeten we onze processen continu verbeteren om de klanten een zo goed mogelijke dienstverlening te kunnen bieden.'* Daartoe is een gedetailleerd beeld van de customer journey vereist, bijvoorbeeld in de mobile app.

'Gedurende anderhalf jaar hadden we product ownership van de mobile app voor de introductie van nieuwe bankproducten en de toevoeging van nieuwe functionaliteiten,' zegt TriFinance business manager Stéphanie Struelens. *'Samen met het team leverden we op tweewekelijkse basis diverse (deel)features op in een Agile/SAFe manier van werken.'*

De uitdagingen waren niet mis. Voor een succesvol verloop van het project waren stakeholder management en een inzicht in de customer journey vereist, maar ook een goede kennis van de front- en back-endintegraties.



Data verschaffen ons cruciale inzichten in onze portefeuille

DATA, PROCESSEN, MENSEN

Regelgeving, rentevolatiliteit en veranderende klantenverwachtingen: afgaand op de ervaringen van de Argenta-toplui zijn het allicht de drie belangrijkste uitdagingen waar de bankensector voor staat. Om die uitdagingen het hoofd te bieden, hebben bank-verzekeraars onmiskenbaar nood aan betere inzichten in data, maar ook aan optimaal functionerende processen & systemen. De echte waardecreatie komt er pas als ook de juiste mensen met de juiste vaardigheden en attitudes aan boord zijn. In het gehele plaatje nemen data intussen een centrale plaats in. Ze zijn richtingbepalend. Managers en executives hebben ze nodig om de juiste beslissingen te nemen. *'Data verschaffen ons cruciale inzichten in onze portefeuille,'* zegt Myriam Thomas. *'Steeds vaker gebeurt de aansturing van beslissingen op basis van data.'*

TriFinance creëerde in dit verband specifieke inzichten in aan kredietrisico gerelateerde data. Die inzichten leidden tot beter beheer van de kredietenportefeuille. Met behulp van een dashboard kan Argenta nu zowel de kwaliteit als de pijnpunten van het kredietacceptatieproces in kaart brengen. De verdere opvolging met de kantoren wordt daardoor een stuk makkelijker.

Met de juiste mix van domeinkennis en procesmethodologie optimaliseerden TriFinance experts meteen ook een aantal operationele en commerciële processen. De diverse uitdagingen waarmee de sector zich geconfronteerd ziet, kunnen maar ten gronde worden aangepakt als organisaties ook hun processen systematisch reviewen en optimaliseren. *'De concrete aanpak verschilt van proces tot proces,'* zegt Stéphanie Struelens *'en hangt af van het doel van de optimalisatie. Je kunt bestaande processen verbeteren,*

stroomlijnen en leaner maken of je kunt from scratch starten en herontwerpen. Een derde optie is natuurlijk een hybride gecombineerde aanpak.' In de meeste organisaties zijn leidinggevendenden echter zo getraind dat ze problemen zo snel mogelijk willen oplossen. Een houding die perfect in het huidige efficiëntiedenken past. Paradoxaal genoeg lopen ze daardoor het gevaar niet altijd de beste oplossing te vinden.

'Net zoals Argenta is TriFinance voorstander van een cultuur van continue verbetering,' zegt Stéphanie. *'Je voorkomt daarmee dat je vooral brandjes aan het blussen bent. Plus: de implementatieroadmap zal meer doordacht zijn en beter geïntegreerd.'* Uitgangspunt daarbij is altijd het end-to-end transparant maken van processen voor alle betrokkenen. Een structurele aanpak van procesmonitoring, procesanalyse, root cause analyse van issues, ... is daarvoor vereist. Pas daarna wordt de oplossing uitgewerkt. Procesreviews zijn met andere woorden de aanleiding tot projecten en niet andersom. Die aanpak is bij Argenta standaard. Zo heeft de bank-verzekeraar al jaren de gewoonte om de proceskwaliteit continu te meten. Daardoor gaan er vroegtijdig alarmsignalen af wanneer er iets fout loopt. *'Als je processen transparant in kaart brengt en continu up-to-date houdt, verkleint de kans dat je een doos van Pandora opent,'* zegt Stéphanie Struelens. *'Bovendien krijg je grip op de organisatie en kun je sneller inspelen op veranderende noden van de klant, de infrastructuur, de regelgeving, ...'*

Onderzoek dat TriFinance voerde, bracht alvast aan het licht dat banken en bedrijven die zich organiseren op basis van value streams en integrale bedrijfsprocessen daarmee zowel het engagement als de veranderbereidheid bij hun medewerkers verhogen. In een tijd waar wendbaarheid een absolute noodzaak is, is de winst snel uitgeteld.

Emotionele intelligentie en soortgelijke competenties worden belangrijker

Ann Brands

Chief Operating Officer Argenta Bank- en Verzekeringsgroep



VAN JOBZEKERHEID NAAR CARRIÈREZEKERHEID

Banken en verzekeraars die investeren in data-analytics, en proces- en systeemoptimalisatie moeten daarvoor wel de juiste mensen met de juiste vaardigheden en attitude aantrekken. En dat op een moment waarop heel wat babyboomers met pensioen gaan, de instroom afneemt en de nood aan een nieuw type profielen toeneemt. In de bankwereld zijn dat vooral mensen met expertise in data en IT, maar laat dat blijkens onderzoek van TriFinance nu net de vaardigheden zijn waarnaar de meeste organisaties prioritair op zoek zijn.

'We doen er alles aan om het medewerkers naar hun zin te maken en hen flexibiliteit en groeikansen te bieden,' zegt COO **Ann Brands**. *'Maar een magisch recept is er niet. Je moet continu op de verschillende domeinen blijven werken: een leuke werkomgeving, marktconforme remuneratie, opleidingen, ...'*

'Vroeger konden we mensen jobzekerheid bieden,' zegt Hanne Coolkens. *'Nu gaat het om loopbaanzekerheid.'* De *Expert Recruitment & Employer Branding* bij Argenta voegt toe: *'Eigenlijk zoeken we in de eerste plaats mensen die bereid zijn om zich te ontwikkelen, samen met ons.'*

NIEUWE COMPETENTIES BELANGRIJKER

De challenges waarvoor de Argenta-toplui de organisatie geplaatst zien, hebben een belangrijke weerslag op de profielen die de bank-verzekeraar zoekt.

'Emotionele intelligentie en soortgelijke competenties worden belangrijker,' klinkt het bij Myriam Thomas. *'Medewerkers van Operations zijn allang geen uitvoerders meer',* zegt Ann Brands. *'Door de toegenomen digitalisering zijn een aantal taken nu geautomatiseerd of gerobotiseerd. Voor de andere taken is een upscaling van de vaardigheden noodzakelijk. We proberen onze mensen mee te nemen in deze evolutie.'*

Ook voor een diversiteit aan profielen doet Argenta een beroep op TriFinance. Geleidelijk aan verruimden zo de scope en vaardigheden van de TriFinance-consultants bij de bank-verzekeraars. Ann Brands: *'Nu hebben we nood aan profielen die zich specialiseren in analyse, in data en in procesbewaking en het fijne is dat TriFinance ons hiermee kan helpen. Het is heel belangrijk dat een partner hierin mee evolueert.'*

EEN FIT MET DE ARGENTA-CULTUUR

'TriFinance is al jaren een partner van ons,' zegt Ann Brands. Dat komt voor een groot deel door de combinatie van diensten die de consultant aanbiedt: een mix van operationele ondersteuning en transformatieprojecten. Die zorgt ervoor dat Argenta een beroep kan doen op TriFinance voor zowel de implementatie van een veranderproject als voor support bij bestaande processen, waardoor de interne medewerkers de kans krijgen om mee te werken aan de projecten. Ook het feit dat TriFinance aanwezig is in zowel finance, risk, operations, human development als de commerciële afdeling is daarbij belangrijk. Het zorgt voor een transversale kennis van de organisatie, die alles vergemakkelijkt en versnelt.

De samenwerking tussen TriFinance en Argenta steunt op een win-win. *'Wij krijgen hulp, TriFinance kan zijn mensen laten groeien. Dat is hun purpose,'* zegt Ann Brands. Dat tweerichtingsverkeer merkt Hanne Coolkens ook in de communicatie: *'Er is ruimte voor transparante feedback en open communicatie.'*

Over de opvolging door TriFinance zijn alle gesprekspartners unaniem positief. Meer nog, ze appreciëren de proactiviteit. *'TriFinance weet vaak vooraf waar we nood aan hebben,'* zegt Hanne Coolkens.

Ze trekt het graag wat breder. *'Er is een war for talent, maar die wordt sterk gecreëerd door de bedrijven zelf. Wij vinden het bij potentiële medewerkers bijvoorbeeld heel belangrijk dat er een fit is met onze cultuur.'* Door de jarenlange samenwerking met TriFinance is die fit alvast gegarandeerd.



Hanne Coolkens
Expert Rekrutering & Employer Branding
Argenta Bank- en Verzekeringsgroep

DE NOODZAAK VAN EEN WENDBARE ORGANISATIE

In de toekomst ziet Marc Lauwers de turbulente en uitdagende situatie niet snel veranderen. *'Ik verwacht meer van hetzelfde,'* is zijn antwoord op de vraag hoe de bankwereld er binnen vijf jaar aan toe zal zijn. *'Nog steeds veranderende klantenverwachtingen, nog steeds een lawine aan regelgeving en nog steeds een volatiele rente-omgeving.'* Een wendbare organisatie is dan ook absolute prioriteit...

Zeker omdat bank-verzekeraars geen keuze hebben. *'De vele verplichtingen vragen van ons veel inspanningen, onder meer om aan de regels te voldoen,'* zegt de Argenta-topman. *'Maar je hebt geen keuze. Als je niet aan de vereisten beantwoordt, komt er misschien een moment dat je license to operate in gevaar is. Dat klanten, bedrijven of overheden beslissen dat ze niet meer met jou in zee willen. Dat je geen draagvlak meer hebt.'*


Wouter Spitaels
Project Manager Financial Institutions, TriFinance

Met Wouter Spitaels (Project Manager Financial Institutions) is bij Argenta een TriFinance-medewerker actief die in korte tijd al heel wat van de organisatie gezien heeft. *'Toen ik net afgestudeerd was, kon ik bij TriFinance beginnen,'* zegt Wouter. *'Mijn eerste project was bij Argenta, waar ik het team van kredietacceptatie kon versterken. Ik kwam er terecht in een TriFinance-team van zo'n tien à vijftien mensen dat gedurende twee à drie jaar aan insourcing deed. Wij namen een deel van het kredietacceptatieproces over. Na drie maanden schoof ik door naar het team dat het curatief beheer van kredieten voor zijn rekening neemt. Mijn operationele kennis in dit domein was de perfecte hefboom om vervolgens ook procesoptimalisaties voor te stellen. Na dat project kon ik mijn kredietkennis nog verder uitbouwen als kredietrisicoanalist. Op twee jaar tijd had ik dus vier jobs gedaan.'*

Na tweeënehalf jaar andere projecten bij andere klanten vroeg CCO Inge Ampe Wouter om de commerciële niet-financiële risico's van Argenta in kaart te brengen. *'De brug slaan tussen business en risk management was een topprioriteit,'* zegt hij. Daarna volgde allicht het meest complexe project, het heronderhandelen van de verloning van de zelfstandige agenten. *'Het commissiemodel was niet langer actueel en moest herbekeken worden. Het was mijn taak om samen met de interne collega's van verschillende Argenta departementen (Finance, Risk, Legal, Distributie, etc.) een nieuw model uit te werken en goedgekeurd te krijgen. Een stevige kluit, maar ik ben erg blij dat er een model werd goedgekeurd dat de strategische visie van Argenta reflecteert.'*

Het is dan ook weinig verwonderlijk dat Wouter Spitaels zich als een vis in het water voelt, zowel bij Argenta als TriFinance. *'Ik krijg enorm veel vertrouwen, ook van directieleden als Inge Ampe. Dat ik naast de geweldige opdrachten ook de resultaten en inzichten mag presenteren aan het management- en directiecomité is ontzettend leerrijk. Ook tussen de TriFinance-mensen bij Argenta – dat zijn er gemiddeld zo'n 15 – heerst een goede sfeer. We komen regelmatig samen om kennis te delen en elkaar ook naast het werk te leren kennen, iets wat ik in de huidige hybride werkcultuur enorm apprecieer. Tot slot ben ik grote fan van de Me inc.®-visie waarbij je aan het stuur staat van je eigen loopbaan. Gesprekken met je mentor helpen je om je carrière vorm te geven en je ambities te bespreken. Die kijk op loopbaanontwikkeling vind ik echt top.'*

**Ik geniet van de
vrijheid die ik krijg.
Van Argenta en van
TriFinance**



**Focus on the future
of your business,
leave your mark
with TriFinance**

GEÏNSPIREERD DOOR HET VERHAAL VAN ARGENTA?

Ontdek meer TriFinance klantenverhalen en businessinzichten op trifinance.be of neem contact op via info@trifinance.be

Copyright © TriFinance 2022. Alle rechten voorbehouden.

Dit artikel maakt deel uit van een reeks klantenverhalen en oplossingsgerichte artikelen die TriFinance in co-creatie met klanten heeft ontwikkeld.

We willen alle deelnemers bedanken voor hun bijdrage.

Colofon:

Tekst en fotografie: Spyke

Vormgeving: Jan Vertongen

Concept, coördinatie & redactie: Dirk van Bastelaere

TriFinance Belgium NV/SA
Uitbreidingstraat 80, 2600 Antwerpen

www.trifinance.be | info@trifinance.be

TriFinance
BEYOND ADVISORY