

THIBAUT DE BARSY, CANDIDAT AU TITRE DE MARKETER DE L'ANNÉE 2010 (2/DER)

«Keytrade, meilleure alternative aux grandes banques!»

La course au titre de «Marketer de l'année 2010» est lancée. Ce prix est organisé conjointement par la Fondation Marketing et «Trends-Tendances». Deuxième candidat: Thibault de Barsy, directeur des ventes et du marketing de Keytrade Bank.

TRENDS-TENDANCES. Quel est votre parcours?

THIBAUT DE BARSY. Après avoir terminé mes études d'ingénieur commercial à Solvay, j'ai commencé ma carrière chez Belgacom, où j'ai rapidement basculé dans sa filiale mobile, Proximus. J'y ai passé cinq ans, plus particulièrement dans le domaine du B-to-B. Mon plus gros défi a consisté en 2002, année de la portabilité, à éviter de perdre trop de clients. L'opération que nous avons lancée à cette fin a porté ses fruits. Deux ans plus tard, Proximus avait perdu un très faible pourcentage de parts de marché dans le segment B-to-B. Mon épouse et moi sommes ensuite partis en Malaisie où j'ai travaillé chez Maxis Communications, le Proximus local. Après deux ans, nous sommes revenus au

pays où j'ai été engagé, en juin 2007, chez Keytrade Bank en tant que directeur des ventes et du marketing. Ma mission consistait à accélérer la croissance de la banque. En trois ans, nous avons plus que doublé le nombre de clients qui est passé de 62.000 à près de 127.000.

Comment traduisez-vous la bonne vieille théorie des quatre «P» (produit, promotion, prix, place) du marketing dans votre «business»?

J'insiste sur la promotion. Mais je préfère parler d'activation de la marque via des innovations originales. C'est ainsi que nous avons lancé plusieurs actions inédites telles que le parrainage de nouveaux clients (une première dans la finance!) ou l'action 6% d'intérêt pendant trois mois.



Repères

- ★ 38 ans.
- ★ Marié, deux enfants.
- ★ **Formation** : ingénieur commercial (Solvay).
- ★ **Carrière** : Belgacom, Proximus, Maxis Communications, Keytrade Bank.
- ★ **Fonction actuelle** : directeur des ventes et du marketing de Keytrade Bank.
- ★ **Loisirs** : jazz, art contemporain, plongée sous-marine.

De quoi êtes-vous le plus fier cette année?

D'être arrivé en deuxième position derrière BNP Paribas Fortis dans une enquête qui avait pour thème: «A quelle

banque pensez-vous spontanément quand on parle de placement?».

Keytrade Bank est donc perçue comme la meilleure alternative aux grandes banques quand on parle de placement. Une autre satisfaction est de voir que les campagnes que l'on a élaborées en Belgique sont reprises dans le groupe Crédit agricole dont nous faisons partie.

Dans quel domaine devez-vous encore progresser?

La crise nous a plutôt bien réussi. A présent, mon défi consiste à prouver la valeur ajoutée de Keytrade dans un contexte post-crise.

Un bon chef, une bonne équipe, un bon produit, un bon équilibre de vie : de quoi ne pourriez-vous pas vous passer?

Une bonne équipe car tout ce que l'on a réussi à faire, on l'a fait en équipe. Je ne peux pas me passer de mon équipe d'autant plus qu'elle est très riche et très réduite (quatre personnes).

Si vous gagnez, comment avez-vous l'intention de fêter votre victoire?

En organisant une grande fête avec nos partenaires créatifs et médias.

© PROPOS RECUEILLIS
PAR SANDRINE VANDENDOOREN

ÉLECTION
du Marketer
de l'année 2010
bientôt sur

trends.be

Nous vous avons présenté successivement les deux candidats au titre de «Marketer de l'année 2010», Nicolas Lambert, directeur marketing d'Alken-Maes et Thibault de Barsy, directeur des ventes et du marketing de Keytrade Bank. Le 7 octobre, nous vous présenterons en bref les deux candidats néerlandophones: Bart Claes (JBC) et Johan Van Dyck (Duvell). Les lecteurs de Trends-Tendances pourront voter pour le candidat francophone de leur choix sur notre site Internet.