

Un service de conciergerie numérique

Swiss4 révolutionne le monde des applications financières

Dans un monde où la numérisation transforme radicalement chaque secteur, la finance n'est pas en reste. Fondée à Genève en 2020, la société Swiss4 s'illustre dans ce renouveau numérique en intégrant un service de conciergerie haut de gamme à son offre financière. Ce développement marque une évolution significative dans l'industrie, proposant non seulement des services financiers, mais aussi un agent *lifestyle* accessible directement depuis l'application mobile et à même de fournir un accompagnement sur mesure dans l'organisation des loisirs des membres, notamment les voyages, l'hôtellerie et la gastronomie.

De manière plus large, l'application propose un compte multidevises (CHF, EUR et GBP) permettant des transactions quotidiennes partout dans le monde. En tant que membre principal de Mastercard, Swiss4 est également le premier acteur financier en Suisse à émettre des cartes de débit World Elite, qui offrent une gamme étendue d'avantages, notamment des assurances et assistances de haut de gamme.



SWISS4

Une combinaison de services unique en son genre

Si elle n'est pas la première entreprise à proposer des services financiers numériques, Swiss4 se distingue par l'intégration de son service de conciergerie numérique. Cette fonctionnalité, accessible en tout temps partout dans le monde, permet aux membres de Swiss4 de bénéficier d'un soutien personnel pour leurs exigences de planification et de réservation. La réactivité est garantie avec des agents disponibles en

Zhina Asmaei.

moins de cinq minutes via un *chat* intégré à l'application, promettant une expérience sans accroc.

Les avantages de ce service de conciergerie sont multiples et particulièrement attrayants pour sa clientèle. Les utilisateurs profitent de recommandations personnalisées pour des voyages, des restaurants et des divertissements. Swiss4 propose en outre un accès à des événements internationaux prestigieux, tels que le Festival de Cannes, le Grand Prix de Monaco ou encore le tournoi de Roland Garros. L'adhésion à Swiss4 offre également des opportunités uniques de surclassement pour les réservations faites avec le service *lifestyle* de Swiss4 dans plusieurs enseignes renommées, comme Four Seasons et Rosewood.

L'approche de Swiss4 va au-delà de la simple prestation de services; elle vise à offrir une gestion *lifestyle* entièrement numérique, qui se

veut à la fois un catalyseur d'engagement et de fidélité. Cette orientation client permet une compréhension profonde des besoins de chaque utilisateur, grâce à des contenus et des expériences taillés sur mesure, accessibles dans la section *lifestyle* de l'application. Zhina Asmaei, co-fondatrice et directrice générale de Swiss4, relève: «Lorsqu'un utilisateur réserve un événement ou un voyage, il bénéficie d'office d'avantages significatifs, enrichissant son expérience. Swiss4 promet ainsi non seulement une facilité d'accès, mais aussi une qualité de service irréprochable».

Une innovation portée par la tradition suisse

Swiss4 tire parti de l'excellence traditionnelle de la banque suisse pour offrir une expérience numérique de pointe. Ce mélange innovant de tradition et de modernité se reflète dans chaque aspect de l'application, conçue et hébergée intégralement en Suisse, garantissant ainsi la sécurité et la confidentialité des données des utilisateurs.

Zhina Asmaei résume ainsi l'ambition de l'entreprise: «Notre objectif est de rendre l'expérience client la plus fluide possible, en proposant un modèle de services financiers influencé par l'héritage de la banque privée suisse, en particulier par le biais de notre service de conciergerie numérique. Nous avons conçu Swiss4 comme un écosystème financier intégré pour soutenir nos clients dans tous les aspects de leur vie». Swiss4 redéfinit les contours du secteur des applications financières. Avec son service de conciergerie numérique, la société ne se contente pas de répondre aux besoins financiers de ses clients, elle enrichit leur quotidien en offrant une commodité jusqu'alors réservée à une sélection restreinte de clients. Ce modèle pourrait bien devenir une référence pour l'avenir des services financiers, marquant le début d'une ère où finance et *lifestyle* fusionnent en une seule expérience personnalisée. ■

JOËL LUCAS

