

E-BOOK

Warum Kunden im Wealth Management digitale Erlebnisse verlangen



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Kunden gewinnen und halten wird immer schwieriger	4
Zu viele Firmen sind nicht digital genug	5
Berater sind nicht auf die neuen Anforderungen vorbereitet	6
Smarteres Enablement führt zu besseren Resultaten	7
Beziehungen zu Digital Natives aufbauen und pflegen	8
Überzeugende Erlebnisse für Interessenten und Kunden schaffen	9
Fachkompetenz und Leistung verbessern	10
Die zeitgemäße Betreuung bieten, die Kunden im Wealth Management erwarten	11
Über Seismic	12



Einleitung

In den letzten fünf Jahren waren Transformation und Disruption die treibenden Kräfte in der Finanzdienstleistungsbranche. Insbesondere Wealth Management Firmen haben mit noch nie dagewesenen wirtschaftlichen Bedingungen und Unsicherheiten zu kämpfen, die viele traditionelle Geschäftsmodelle auf den Kopf stellen.

Laut Deloitte ist der wichtigste Disruptor in der Finanzbranche der Komfort der Kunden im Umgang mit digitalen Anwendungen und Kanälen.¹ Mit anderen Worten: Es sind nicht mehr nur jüngere Anleger, die ihre Bedürfnisse digital erfüllt sehen wollen. Es stellt sich also die Frage, warum sich so viele Berater weiterhin auf eindeutig veraltete Formen der Interaktion verlassen.

Firmen, die ihren Kunden keine mobilen, digitalen Erlebnisse bieten, werden feststellen, dass sich ihre Herausforderungen bei der Kundenakquise, -bindung und -aktivierung zunehmend verschärfen. Damit Wealth Management Unternehmen erfolgreich sind, brauchen Berater die richtigen digitalen Tools und Fähigkeiten, um langfristige Kundenbeziehungen und Wachstum zu erzielen.

¹<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/financial-services/articles/trends-in-wealth-management.html>





Kunden gewinnen und halten wird immer schwieriger

Der sich abzeichnende große Vermögenstransfer macht die Digitalisierung noch dringlicher. Allein auf dem nordamerikanischen Markt werden in den nächsten zwei Jahrzehnten fast 70 Billionen Dollar den Besitzer wechseln.² Dieser Trend wird sich auf bestehende Kundenbeziehungen auswirken und macht es immer wichtiger, innovativere Methoden einzusetzen, um die nächste Generation von Kunden, die auch nicht mehr so jung ist aber schnelle, nahtlose digitale Dienstleistungen erwartet, zu halten.

Während einige führende Unternehmen bereits digitale Erlebnisse integrieren, hinken viele Unternehmen hinterher, da ihnen die Instrumente fehlen, um ihren Beratern die Fähigkeiten und Inhalte zu vermitteln, die sie für den Erfolg im digitalen Zeitalter benötigen.³

² <https://www.cnbc.com/2019/10/21/what-the-68-trillion-great-wealth-transfer-means-for-advisors.html>

³ <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/financial-services/articles/trends-in-wealth-management.html>

Zu viele Firmen sind nicht digital genug

Der Rückgang der persönlichen Kundenkontakte stellt Berater, die es gewohnt sind, Beziehungen aufzubauen und ihr Fachwissen persönlich im Büro oder bei einem Kunden zu Hause weiterzugeben, vor Herausforderungen. Neue Kontakte zu knüpfen stellt ebenfalls eine Herausforderung dar, da sich Berater nicht mehr auf Seminare, Lunch-and-Learn-Veranstaltungen und andere Live-Events verlassen können, um neue Geschäfte zu machen.

Berater müssen heute neue Wege finden, um überzeugend und ansprechend zu sein. 60 % der Weltbevölkerung sind heute unter 40 Jahre alt.⁴ Obwohl digitale Dienstleistungen auch in älteren Anlegersegmenten erwartet werden, wird es mit der Verlagerung des Vermögens auf jüngere Digital Natives noch wichtiger für Berater, innovative, digitale Engagement-Praktiken anzuwenden.

Für Digital Natives ist der Service ein entscheidender Faktor bei der Auswahl eines Unternehmens. Sie erwarten digitale Erfahrungen, die ansprechend, transparent, automatisiert, reibungslos, integriert und kollaborativ sind, um nur einige ihrer Anforderungen zu nennen. Außerdem bevorzugen sie virtuelle Meetings gegenüber persönlichen Treffen und wünschen sich ein hohes Maß an Selbstbedienungsoptionen.

Statische PDFs mit komplexem Fachjargon werden sie nicht überzeugen - vor allem, wenn die präsentierten Informationen nicht zu 100 % korrekt sind. Das bedeutet, dass die manuelle Erstellung von Präsentationen, bei der es nur allzu leicht passieren kann, dass versehentlich falsche Angaben gemacht werden, ein Ende haben muss.

⁴ <https://www.visualcapitalist.com/the-worlds-population-2020-by-age/>

Berater sind nicht auf die neuen Anforderungen vorbereitet

Die Vermögensverwaltung ist selbst unter idealen wirtschaftlichen Bedingungen eine komplexe und komplizierte Branche. Berater stehen heute unter enormem Druck, Hunderte von Anlageoptionen zu verstehen und mit den sich ändernden Vorschriften Schritt zu halten - und das alles bei gleichzeitiger Umstellung auf fast ausschließlich digitale Interaktionen mit Kunden.

Digitale Interaktionen erfordern spezielle Fähigkeiten, über die viele Berater noch nicht verfügen. Selbst gestandene Berater müssen geschult werden, um ihre Techniken und bewährten Vorgehensweisen anzupassen. Die Herausforderung für Unternehmen besteht darin, interessante Schulungsressourcen in großem Umfang für geografisch verstreute Teams zu entwickeln.





Smarteres Enablement führt zu besseren Resultaten

Neue Anlageoptionen, sich ändernde Bestimmungen und modernere Kontaktmethoden zu verstehen ist entscheidend für Neukundengewinnung, Erbringung der erwarteten Dienstleistungen und Vermeidung von Kundenverlusten.

Um ihre Ziele zu erreichen und zu übertreffen, benötigen Berater eine Enablement-Technologie, die sie bei der Interaktion und dem Aufbau starker Kundenbeziehungen über digitale Kanäle unterstützt. Sie müssen ansprechende und richtlinienkonforme, digitale Erlebnisse schaffen, indem sie KI-gestützte Content-Empfehlungen, Online-Kollaborationsumgebungen, nahtlose Aktualisierungsfunktionen und herausragende Arten der Informationsdarstellung nutzen - und sie müssen immer dazulernen, um sich kontinuierlich zu verbessern.



Beziehungen zu Digital Natives aufbauen und pflegen

Enablement-Technologie ermöglicht es Beratern, ihre täglichen Aktivitäten zu verschlanken und ihre Zeit mit Kunden und Interessenten zu maximieren, da sie nicht mehr stundenlang nach den wichtigsten Ressourcen suchen müssen. Mit automatisierten Hinweisen darauf, welche Inhalte wann präsentiert werden sollten, können Berater den besten Content schneller weitergeben und somit mehr Kunden innerhalb eines bestimmten Zeitfensters erreichen. Und sie können die gewonnenen Stunden nutzen, um bestehende Beziehungen zu pflegen und neue zu knüpfen.

Mit Enablement-Technologie lässt sich zudem leicht sicherstellen, dass die von den Beratern weitergegebenen Informationen korrekt und vorschriftsmäßig sind. Dank integrierter Funktionen und Logik können Compliance-Teams Angaben effizienter überprüfen und dokumentenspezifische Aufgaben zuweisen, um einen vollständigen Audit Trail für genehmigte, veröffentlichte und abgelaufene Inhalte zu erstellen.

Überzeugende Erlebnisse für Interessenten und Kunden schaffen

Denken Sie daran: Ein entscheidender Faktor für die Kundengewinnung und -bindung im Hinblick auf den großen Vermögenstransfer ist die Verfügbarkeit digitaler Dienstleistungen, die die Empfänger all dieses Vermögens erwarten. Und das bedeutet, Beratern die Mittel an die Hand zu geben, um diese Möglichkeiten zu schaffen.

Virtuelle und digitale Kundeninteraktionen sind nicht mehr die Ausnahme, sondern die Norm. Und dennoch erwarten Digital Natives, dass diese Online-Erlebnisse genauso personalisiert und ansprechend sind, wie es bei persönlichen Treffen der Fall wäre. Wie kann man also eine personalisierte Online-Erfahrung schaffen, die sich von anderen abhebt?

Interaktivität ist der Schlüssel, nicht nur, weil sie von Natur aus fesselnder ist, sondern auch, weil sie den Kunden in die Lage versetzt, seine Erfahrungen selbst zu steuern. Mit Technologie, die es Kunden ermöglicht, ihren eigenen Weg zu wählen, so dass sie die gewünschten Informationen in der gewünschten Reihenfolge abrufen können, können Berater den Online Self-Service nachahmen, den die neue Anlegergeneration erwartet. Für eine zusätzliche persönliche Note können Berater in digitalen Kundenräumen sicher mit ihren Kunden kommunizieren und Informationen zusammenstellen, die auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind.





Fachkompetenz und Leistung verbessern

Durch so viel mehr Zeit und Möglichkeiten für Kundenkommunikation ist es wichtiger denn je, dass Berater über das breite Spektrum der verfügbaren Anlageprodukte und aktuelle Branchenentwicklungen auf dem Laufenden bleiben. Enablement-Technologie erleichtert all dies und ermöglicht Beratern auch Weiterbildungen, damit sie in der neuen, digital geprägten Welt der Finanzdienstleistungen effektiv mit ihren Kunden interagieren können.

Um Beratern beim Aufbau dieser Fähigkeiten zu helfen, sollte eine Enablement-Plattform eine Vielzahl von Möglichkeiten bieten. In einem kürzlich erschienenen Report erklärt PwC: "Es ist wichtig, den Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben, auf die Art und Weise zu lernen, die am besten zu ihnen passt, z. B. über Videos oder spielerische Simulationen... Es ist auch wichtig, Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben, ihre neuen Fähigkeiten anzuwenden, z. B. indem sie ihre Ausbildung in Analyse und Darstellung nutzen, um Investment-Lösungen und Kundenerfahrungen zielgerichteter zu gestalten".⁵ Diese vielseitigen Lernerfahrungen sollten einfach zu erstellen sein und über Mobilgeräte zur Verfügung gestellt werden, damit Berater jederzeit und überall lernen können. Darüber hinaus sollten integrierte Analysefunktionen konkrete Erkenntnisse darüber liefern, ob Schulungsinhalte und kundenbezogener Content ihre Aufgabe erfüllen, was wiederum Möglichkeiten zur Verbesserung beider Bereiche aufzeigt.

⁵ <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/asset-management/publications/asset-wealth-managementrevolution-2020.html>

Die zeitgemäße Betreuung bieten, die Kunden im Wealth Management erwarten

Wealth Management Firmen können sich nicht weiter auf traditionelle Kommunikationswege mit Kunden verlassen. Es ist an der Zeit, Beratern die nötigen Instrumente an die Hand zu geben, um Kunden-Engagement in der digitalen Welt voranzutreiben und die neuen Fähigkeiten, die sie für ihren Erfolg benötigen, zu erweitern.

Sprechen Sie mit einem Seismic-Experten, um loszulegen.

Die Lincoln Financial Group hat sich mit Seismic zusammengetan, um einen Prozess zur Verteilung von regelkonformem und personalisiertem Content an eine große Gruppe von Finanzexperten zu entwickeln, der es den Empfängern ermöglicht, direkt aus der E-Mail heraus einen Termin zu vereinbaren. Das Ergebnis? Das Unternehmen konnte eine höhere Kontaktrate mit seinen Kunden erzielen und erreichte letztendlich seine Ziele dadurch, dass es auf der Grundlage aussagekräftiger Daten handelte.



“Wir mussten Wege finden, um die richtige Botschaft zum richtigen Zeitpunkt zum richtigen Finanzexperten zu bringen, und kein Unternehmen verkörpert das mehr als Seismic.”

Phil Armas

VP of Digital Business
Lincoln Financial Group

Über Seismic

Seismic ist der weltweit führende Anbieter im Bereich Enablement, der Unternehmen dabei hilft, Kunden zu begeistern, Teams zu befähigen und das Umsatzwachstum zu beschleunigen. Die Seismic Enablement Cloud™ ist die leistungsfähigste ganzheitliche Enablement-Plattform, die kundenseitige Teams mit den richtigen Kompetenzen, Content, Tools und Insights ausstattet, um zu wachsen und zu gewinnen. Mehr als 2.000 Organisationen auf der ganzen Welt, von den größten Unternehmen bis hin zu Start-ups und kleinen Unternehmen, vertrauen Seismic bei der Erfüllung ihrer Enablement-Anforderungen. Seismic hat seinen Hauptsitz in San Diego und verfügt über Niederlassungen in Nordamerika, Europa und Australien.

Um mehr zu erfahren, besuchen Sie [Seismic.com](https://www.seismic.com) und folgen Sie uns auf [LinkedIn](#), [Twitter](#) und [Instagram](#).

Besuchen Sie unsere Website →

