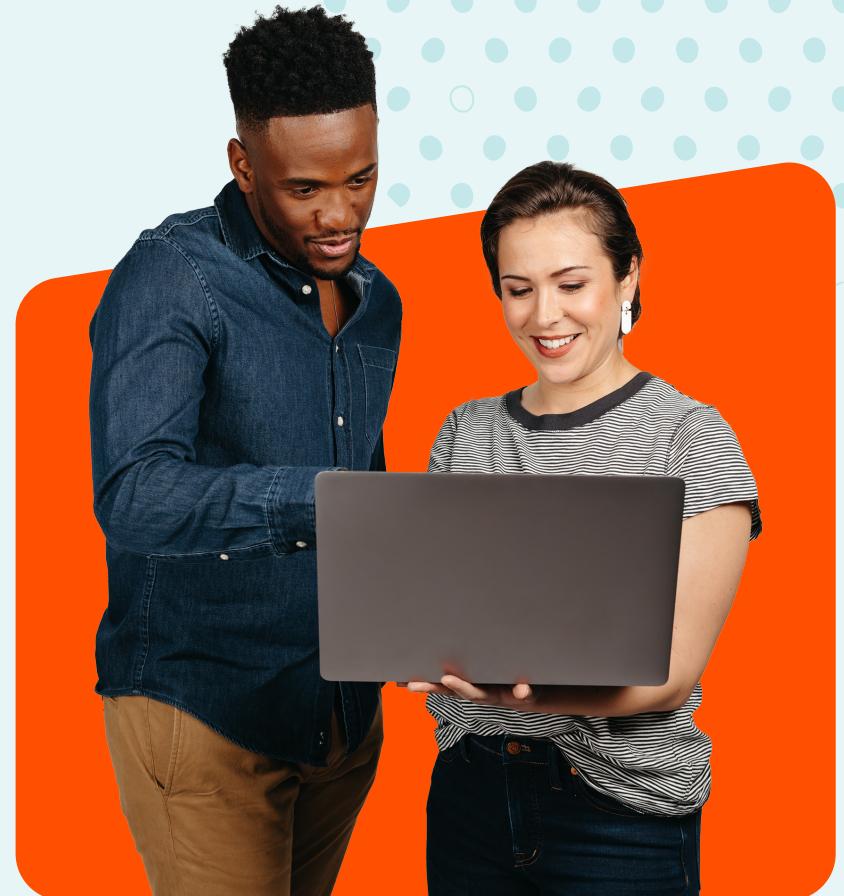


WHITEPAPER

Die zwei Gesichter eines Pitchbooks



Einleitung

Wie jeder Wiederverkäufer, Relationship-Manager und Berater weiß, ist das Pitchbook ein äußerst wichtiges Verkaufsinstrument für Vermögensverwaltungs- und Vermögensberatungsfirmen. Ob es sich nun um einen großen Fondskomplex handelt, der versucht, einen großen Investor an Land zu ziehen, oder um eine kleine Vermögensberatungsfirma, die sich an einen einzelnen Anleger wendet - das Pitchbook steht in der Regel im Mittelpunkt der Kundengespräche. Pitchbooks helfen Verkäufern dabei, den Kunden zu vermitteln, welchen Wert ihr Unternehmen bietet und wie sich ihre Anlageangebote und Dienstleistungen von denen der Konkurrenz unterscheiden.

Um diese Ziele zu erreichen, enthalten die Pitchbooks in der Regel einen Überblick über das Unternehmen und seine Anlagephilosophie, Beschreibungen des Anlageangebots und der Art und Weise, wie es umgesetzt und verwaltet wird, sowie eine Erörterung der Anlageleistung des Unternehmens und seiner Erfolgsbilanz. Mit anderen Worten: Pitchbooks sind ausgefeilte Pakete, die die Geschichte erzählen, wie ein Vermögensverwaltung oder Vermögensberatungsunternehmen in einzigartiger Weise qualifiziert ist, die Anlageziele eines Kunden zu erreichen.





Entscheidendes Dokument ungeschickt erstellt

Da Pitchbooks eine so entscheidende Rolle im Verkaufsprozess spielen, würde man erwarten, dass Vermögensverwaltungs- und Vermögensberatungsfirmen über kohärente und effiziente Prozesse und Technologien verfügen, um sie zu produzieren.

Aus einer Vielzahl von Gründen ist dies jedoch bei vielen Firmen nicht der Fall. Stattdessen kämpfen die Marketingspezialisten, Wiederverkäufer, Kundenberater und Berater dieser Firmen immer noch damit, die Pitchbooks auf die gute alte Art und Weise zu produzieren. Dazu gehören manuelle Prozesse, sich wiederholende Aufgaben, Altsysteme, unterschiedliche Plattformen und viele verschiedene Informationsquellen. Weitere Faktoren, die die Pitchbook-Produktion behindern, sind sich ändernde regulatorische Anforderungen, schlechte abteilungsübergreifende Kommunikation und das Fehlen eines designierten - und befugten - End-to-End-Prozessverantwortlichen.

Aufgrund dieser veralteten und ineffizienten Prozesse können Marketing-Teams mehrere Tage benötigen, um ein qualitativ hochwertiges, maßgeschneidertes und konformes Pitchbook zu erstellen. Lange Durchlaufzeiten kommen den Mitgliedern des Vertriebsteams und den Finanzberatern nicht gerade entgegen, die oft kurzfristig ein Pitchbook benötigen, um sich schnell entwickelnde Opportunities bei Kunden und Interessenten nutzen zu können.

Wenn ein Pitchbook nicht fertig ist, wenn es gebraucht wird, können Opportunities verpasst werden. Wenn Marketingteams den Produktionsprozess überstürzen, finden oft Fehler ihren Weg in die Pitchbooks, was für Vermögensverwaltungsfirmen und Berater weitere Probleme und Risiken mit sich bringt.

Ein neues Produktionsparadigma

Im Gegensatz dazu überdenken vorausschauende Vermögensverwaltungs- und Vermögensberatungsfirmen ihre alten Wege und implementieren neue Prozesse im Marketingbereich, die Automatisierungssysteme nutzen. Durch die Eliminierung manueller Schritte und die Automatisierung der Datenerfassung und der Zusammenstellung von Dokumenten bieten diese Systeme Marketing-Teams einfachere, schnellere und weniger fehleranfällige Möglichkeiten, die benötigten Vertriebsmaterialien zu produzieren und zu liefern.

Marketingteams, die diese Systeme nutzen, können jetzt maßgeschneiderte und vollständig konforme Pitchbooks und andere Materialien in einem Bruchteil der Zeit erstellen, die mit den alten Prozessen benötigt wurde.

Um den Unterschied zwischen den alten und neuen Prozessen und Arbeitsabläufen zu veranschaulichen, skizziert der folgende Vergleich die wichtigsten Schritte, die ein Marketingmitarbeiter unternehmen muss, um ein fertiges, "kundengerechtes" Pitchbook zu erstellen. Ebenfalls enthalten sind die geschätzten Zeiten für jeden Schritt (basierend auf dem Input von Branchenmitgliedern und der direkten Erfahrung von Seismic mit Kunden). In diesem Beispiel ist das erforderliche Ergebnis eine fertige Powerpoint-Folienpräsentation.



In den folgenden Tabellen sind die Arten von Inhalten, die in der Regel erforderlichen Schritte und die geschätzte Zeit aufgeführt, die Marketingteams für die Erstellung von Pitchbooks benötigen. Die erste Tabelle stellt den Prozess ohne ein Automatisierungssystem dar. Die zweite Tabelle zeigt die Zeiteinsparungen und Effizienzsteigerungen, die mit Hilfe von Automatisierungssystemen in diesem Prozess erzielt werden können.

Pitchbook-Produktion:

Traditioneller Prozess

Inhalt / Datenelement	Quelle	Methode der Zusammenstellung	Geschätzter Aufwand
Ausgangsmaterialien			
Aktuelles, genehmigtes Power-Point Template	In einem von mehreren Content Repositories	Durchsuchen der Repositories nach dem Dokument, Überprüfen, ob es sich um das korrekte Dokument handelt	30 Minuten
Unternehmenslogo, Farben und andere Brand-Elemente			
	Interne Grafik-Design-/Marketing-Abteilung oder externer Anbieter/Partner	E-Mails und Telefonate zur Abstimmung, Übertragen der Daten	4 Stunden
Thematische Fotos und Illustrationen für unterschiedliche Zielgruppen / Industrien	Siehe oben oder aus externen stock photos und Grafik-Anbietern	Kontakt mit den Ressourcen aufnehmen, auswählen, herunterladen	2 Stunden
Unternehmensinformation			
Gründungsjahr, Unternehmensart, Besitzverhältnisse und Struktur, Kultur usw.	Kommunikationsabteilung (oder Marketing Content Repository)	Dateien auswählen, kopieren, prüfen und herunterladen bzw. endgültig kopieren	1,5 Stunden
AUM, Industrierang, Preise, Auszeichnungen ...	Siehe oben	Siehe oben	30 Minuten

Inhalt / Datenelement	Quelle	Methode der Zusammenstellung	Geschätzter Aufwand
Firmenleitung, Fund Manager, andere Teammitglieder oder Biografien	Content repository oder direkt vom Portfolio Manager oder der Investmentabteilung	Email und/oder Telefonate, auf Antworten warten, Korrekturen absprechen, neue Materialien erstellen falls notwendig, Genehmigungen abwarten	4 Stunden
Mitarbeiteranzahl	Personalabteilung	Email, Telefonate für aktuelle Zahlen	1 Stunde
Zentrale und Niederlassungen	Marketing Content Repository	Systemzugang, korrekte Dateien finden und herunterladen	30 Minuten
Überblick Kundenbasis	Siehe oben	Siehe oben	30 Minuten
Investmentansatz			
Investment Philosophie, Prozessüberblick, Fokus, Spezialisierung	Marketing Content repository	Finden und Verifizieren der notwendigen Materialien, Herunterladen	30 Minuten
Managementprozesse und Investitionsangebot			
Beschreibung des Kunden-Onboarding, Support, Client Reporting und Kontenprüfungen	Marketing Content repository oder Shareholder Service Abteilung	Finden der Materialien im Repository, Emails, Telefonate zur Bestätigung der Aktualität, ggfs. Update	1/2 Tag
Anlagentypen und Modellportfolios: <ul style="list-style-type: none"> Aktien (Small/Middle/Large Cap, Wachstum, Value, International usw.) Anleihen (Treasuries, Muni's, Unternehmen) Investmentfonds (Aktien-, Renten- und Geldmarktfonds) Alternativen (Optionen, Futures- Immobilien, etc.) Börsengehandelte Fonds (ETFs) Forex 	Interne Quellen, einschließlich Investment Operations oder Portfoliomanagement mit Input aus Vertrieb/Verkauf. Externe Quellen, einschließlich Datenbanken von Rating-Agenturen, Anbietern von Marktdaten usw.	Identifizieren und Zusammenstellen von Inhalten für die Erstellung eines Foliensatzes, der die Merkmale der Investitionsinstrumente darstellt, an denen der potenzielle Kunde angesichts seines Profils und der vor dem Meeting gesammelten spezifischen Informationen am ehesten interessiert ist.	Ca. 3 Tage (beinhaltet viele Interaktionen mit internen Gruppen und externen Anbietern, manuelle Datenerfassung und -Prüfung, Formatierung etc)
Glaubwürdigkeit, Nachweise und Erfolge/Referenzen			
Erfolgsbilanz in Industrie oder Segment	Marketing Content Repository	Suchen der notwendigen Informationen, auf Richtigkeit und Aktualität prüfen	1/2 Tag

Inhalt / Datenelement	Quelle	Methode der Zusammenstellung	Geschätzter Aufwand
Investment Performance mit gleichrangigen Unternehmen oder Institutionen oder ähnlichen Einzelinvestoren	Investment Management oder Portfolio Management	E-Mail-Austausch, Telefonate zur Ermittlung der besten Vergleiche, Zusammenstellen von Kunden-/Investmentauswahl und Performance Informationen, Überprüfung der Genauigkeit	1 Tag
Marketing Operations- / Produktionsprozess			
Anforderungen und Timelines mit dem Salesteam abstimmen	Distribution team	Meetings, Telefonate, Emails	1 Stunde
Koordination / Traffic Management der Materialauswahl	Marketing als Anlaufstelle für diverse Abteilungen	Diverse Aktion mit den unterschiedlichen Beteiligten	1 Tag
Einbinden verschiedener Daten, Text- und Grafikelemente in die PowerPoint-Vorlage	Interne Marketingmitarbeiter oder externe Grafikdesign Ressourcen	Zusammenstellung aller Inhalte und Grafiken in einer ausgewählten PowerPoint-Vorlage	1 Tag
Überprüfen durch Marketing	Marketingleitung	Überprüfung des Entwurfs der Präsentation, Rückmeldung an die Designer, Editieren	1/2 Tag
Überprüfen durch Business	Investment Ops oder Portfolio Management	Überprüfen der Anmerkungen, Editieren	1/2 Tag
Überprüfen durch Compliance/Legal	Compliance / Rechtabteilung	E-Mails und Telefonate mit Compliance-Mitarbeitern, Feedback einholen, Änderungen vornehmen, nachträgliche Überprüfungen	2 Tage
Überprüfen durch Distribution / den Sales owner oder Präsentierenden	Wiederverkäufer, Relationship Manager, Vertrieb, Berater usw.	Teilen der Präsentation kurz vor Fertigstellung mit dem Präsentierer/Meeting-Owner, letzte Feinabstimmungen	2 Stunden
Marketing-Stunden			98 Stunden
Berücksichtigung von Überschneidungen (ca 1/3 des Gesamtaufwandes)			< 33 Stunden >
Angepsster Stundenaufwand			65 hours
			Ca. 8 Tage



Pitchbook-Erstellung:

Mit Einsatz eines Automatisierungssystems

Inhalt / Datenelement	Quelle	Methode der Zusammenstellung	Geschätzter Aufwand
Ausgangsmaterialien			
Aktuelles, genehmigtes Power-Point Template	In einem von mehreren Content Repositories	Der Marketingmitarbeiter trifft eine Auswahl aus einem Menü oder Suchfeld, und das System stellt automatisch die aktuelle, genehmigte PowerPoint-Vorlage zur Verfügung.	2 Minuten
Unternehmenslogo, Farben und andere Brand-Elemente			
	Interne Grafik-Design-/Marketing- Abteilung oder externer Anbieter/ Partner	Vorab genehmigte Grafikdesign- Elemente und andere Assets können im Inhaltsspeicher des Automatisierungssystems zur sofortigen Auswahl und zum Herunterladen gespeichert werden.	2 Minuten
Thematische Fotos und Illustrationen für unterschiedliche Zielgruppen / Industrien	Siehe oben oder aus externen stock photos und Grafik-Anbietern	Benutzer können über Menüauswahlen auf vorab genehmigte Fotos, Illustrationen und Designelemente zugreifen und erhalten dann automatisch Materialien, die für eine bestimmte Branche oder einen bestimmten Kundentyp spezifisch sind, wodurch der Überprüfungs- und Auswahlprozess beschleunigt wird.	30 Minuten
Unternehmensinformation			
Gründungsjahr, Unternehmensart, Besitzverhältnisse und Struktur, Kultur usw.	Kommunikationsabteilung (oder Marketing Content Repository)	Für jede dieser Komponenten werden vorab genehmigte, aktuelle Komponenten im Content- Repository eines Systems gespeichert. Der Benutzer wählt ein Kontrollkästchen oder ein Menü aus, und dieser Inhalt steht sofort zum Herunterladen zur Verfügung.	2 Minuten
AUM, Industrierang, Preise, Auszeichnungen ...	Siehe oben	Siehe oben	5 Minuten
Firmenleitung, Fund Manager, andere Teammitglieder oder Biografien	Content repository oder direkt vom Portfolio Manager oder der Investmentabteilung	wie oben, oder wenn die Materialien in einer anderen Datenbank verwaltet werden, können direkte Links zu diesen Ressourcen in das Automatisierungssystem eingebaut werden, um sofortigen Zugang zu den aktuellsten Dateien und Daten zu erhalten	2 Minuten



Inhalt / Datenelement	Quelle	Methode der Zusammenstellung	Geschätzter Aufwand
Mitarbeiteranzahl	Personalabteilung	Siehe oben	2 Minuten
Zentrale und Niederlassungen	Marketing Content Repository	Speicherung/Aktualisierung im Content-Repository des Automatisierungssystems; Benutzer erhält sofortigen, automatisierten Zugriff auf aktualisierte Elemente über Menüauswahl oder Kontrollkästchen	1 Minute
Überblick Kundenbasis	Siehe oben	Siehe oben	1 Minute
Investmentansatz			
Investment Philosophie, Prozessüberblick, Fokus, Spezialisierung	Marketing Content repository	Da die aktuellsten, genehmigten Inhalte im Repository des Systems gespeichert werden, erhalten die Benutzer schnellen und einfachen Zugriff, müssen aber auch nicht überprüfen, ob es sich um die richtigen Informationen handelt; dies wurde zuvor von den Inhaltseigentümern bestätigt, als sie die Inhalte im Repository veröffentlicht haben.	1 Minute
Managementprozesse und Investitionsangebot			
Beschreibung des Kunden-Onboarding, Support, Client Reporting und Kontenprüfungen	Marketing Content repository oder Shareholder Service Abteilung	Auf vorab genehmigte Materialien, die im Repository gespeichert sind, kann sofort über ein Menüsystem oder ein Suchfeld zugegriffen werden. Wenn die benötigten Informationen in einem anderen System gespeichert sind, automatisiert ein direkter Link zu dieser Ressource den Prozess des "Aufrufs", so dass die Informationen dem Anfragenden schnell zur Verfügung gestellt werden können.	1-2 Minuten
Anlagentypen und Modellportfolios: <ul style="list-style-type: none"> Aktien (Small/Middle/Large Cap, Wachstum, Value, International usw.) Anleihen (Treasuries, Muni's, Unternehmen) Investmentfonds (Aktien-, Renten- und Geldmarktfonds) Alternativen (Optionen, Futures-Immobilien, etc.) Börsengehandelte Fonds (ETFs) Forex 	Interne Quellen, einschließlich Investment Operations oder Portfoliomanagement mit Input aus Vertrieb/ Verkauf. Externe Quellen, einschließlich Datenbanken von Rating-Agenturen, Anbietern von Marktdaten usw.	Dies sind in der Regel die inhaltsreichsten Folien in einem Pitchbook. Wie andere Inhaltsselemente können vorgefertigte, vorab genehmigte Module, die Anlageprodukte und Modellportfolios abdecken, erstellt, gespeichert und im Inhaltsspeicher eines Automatisierungssystems gepflegt werden. Die Inhaltseigentümer verwalten und aktualisieren diese Inhalte und geben sie zur Verwendung frei, wenn sie in das Repository eingestellt werden. Marketingexperten können auf die Komponenten zugreifen, sie auswählen, herunterladen und so zusammenstellen, dass sie für die jeweilige Opportunity am relevantesten sind.	1 Stunde (Obwohl der Zugriff, die Auswahl und das Herunterladen schnell erfolgt, verbringen Marketingmitarbeiter in der Regel Zeit damit, diese Komponenten so zusammenzustellen, wie sie es für das Meeting am vorteilhaftesten finden, und dann ihre Auswahl mit dem Meeting-Besitzer zu überprüfen und spätere Anpassungen vorzunehmen.)



Inhalt / Datenelement	Quelle	Methode der Zusammenstellung	Geschätzter Aufwand
Glaubwürdigkeit, Nachweise und Erfolge/Referenzen			
Erfolgsbilanz in Industrie oder Segment	Marketing Content Repository	Schneller & einfacher Zugriff über einfache Menüauswahlen oder Kontrollkästchen in der Benutzeroberfläche des Content- Repository.	1 to 2 Minuten
Investment Performance mit gleichrangigen Unternehmen oder Institutionen oder ähnlichen Einzelinvestoren	Investment Management oder Portfolio Management	Siehe oben	1 to 2 Minuten
Marketing Operations- / Produktionsprozess			
Anforderungen und Timelines mit dem Salesteam abstimmen	Distribution team	Meetings, Telefonate, Emails	1 Stunde
Koordination / Traffic Management der Materialauswahl	Marketing als Anlaufstelle für diverse Abteilungen	Diverse Aktion mit den unterschiedlichen Beteiligten Meist automatisiert, jetzt	30 Minuten
Einbinden verschiedener Daten, Text- und Grafikelemente in die PowerPoint-Vorlage	Interne Marketingmitarbeiter oder externe Grafikdesign Ressourcen	Zusammenstellung aller Inhalte und Grafiken in einer ausgewählten PowerPoint-Vorlage	2 Stunden
Überprüfen durch	Marketing	Marketingleitung Überprüfung des Entwurfs der Präsentation, Rückmeldung an die Designer, Editieren	30 Minuten
Überprüfen durch Business	Investment Ops oder Portfolio Management	Überprüfen der Anmerkungen, Editieren	30 Minuten

Inhalt / Datenelement	Quelle	Methode der Zusammenstellung	Geschätzter Aufwand
Überprüfen durch Compliance/Legal	Compliance / Rechtabteilung	Da das Compliance-Team Regeln für die Einbeziehung von Haftungsausschlüssen und anderen Compliance-Sprachen während der Einsatzphase festgelegt hat, ist praktisch sichergestellt, dass die mit dem Automatisierungssystem gebauten Materialien vollständig konform sind. Aus diesem Grund wird die Konformität überprüft	2 Stunden (wenn diese Präsentation für eine stichprobenartige Überprüfung durch Compliance ausgewählt wurde); andernfalls 1 oder 2 Minuten
Überprüfen durch Distribution / den Sales owner oder Präsentierenden	äufer, Relationship Manager, Vertrieb, Berater usw.	Teilen der Präsentation kurz vor Fertigstellung mit dem Präsentierer/ Meeting-Owner, letzte Feinabstimmungen	2 Stunden: Die Vertriebsteams werden ihre Präsentation immer in irgendeiner Weise anpassen oder "optimieren" wollen. Dies ist eine Zeitzuteilung für diese Eventualität
Marketing-Stunden			10,4 Stunden
Berücksichtigung von Überschneidungen (ca 1/3 des Gesamtaufwandes)			< 3,4 Stunden >
Angepsster Stundenaufwand			7 Stunden
			Weniger als ein kompletter Arbeitstag



Fazit

Automatisierungssysteme können die Produktionszeiten für geschäftskritische Materialien wie Pitchbooks von acht Tagen auf nur sieben Stunden reduzieren. Dies ist durch den Wegfall vieler manueller und sich wiederholender Schritte, die Marketing-Teams in den traditionellen Produktionsprozessen für Pitchbooks durchlaufen müssen, möglich.

Die Systeme können die Unterlagen nicht nur schneller bereitstellen, sondern erhöhen auch deren Genauigkeit durch Minimieren oder Eliminieren menschlicher Fehler. So können Marketingteams stressfreier arbeiten, weil der schnellste und einfachste Weg zur Herstellung eines Pitchbooks gleichzeitig auch ein regelkonformer Weg ist. Probleme, die ansonsten unweigerlich auftreten, wenn bei der Einhaltung knapper Fristen Abstriche gemacht werden müssen, gehören damit der Vergangenheit an.

Und schließlich werden wichtige Mitarbeiter aus zahlreichen Abteilungen von Last-Minute-Anfragen und "dem adhoc-Löschen von Bränden" entlastet, die ansonsten notwendig wären, um schnell auf eine mögliche Verkaufschance reagieren zu können.

Die traditionelle Art und Weise, wie Asset Management Unternehmen Pitchbooks erstellen, ist somit reif für eine komplette Erneuerung und Umgestaltung. Automatisierungssysteme sind bahnbrechende Technologien, die den Asset-Management- und Wealth- Management-Firmen helfen können, ihre schmerzhaften ineffizienten und veralteten Produktionsprozesse endlich abzulösen.

Zahlreiche führende Asset-Management- Unternehmen haben diesen Übergang bereits vollzogen und die Vorteile erkannt. Firmen, die noch immer auf die althergebrachte Art und Weise Pitchbooks und andere Marketingunterlagen produzieren, sollten sich diese neuen Automatisierungssysteme genau ansehen, da sie sonst Gefahr laufen, von agileren Konkurrenten abgehängt zu werden.



[Request a demo. →](#)

Über Seismic

Seismic ist die branchenführende Marketing und Sales Enablement Lösung, die Go-to-Market-Teams aufeinander abstimmt. Dabei werden beide Teams in die Lage versetzt, mit Kunden und Interessenten zu interagieren und eine positive Customer Experience zu schaffen, die Wachstum fördert. Die Storytelling Platform™ von Seismic bietet innovative Möglichkeiten für Marketingexperten, um die Bereitstellung von Inhalten über alle Kanäle zu orchestrieren. Und für den Vertrieb, um mit potenziellen Kunden in jedem Schritt der Customer Journey auf eine überzeugende, relevante Weise zu kommunizieren. Mehr als 600 Unternehmen, darunter IBM, American Express und Quest Diagnostics, haben Seismic zu ihrer bevorzugten Sales Enablement Plattform gemacht. Die Storytelling-Plattform™ von Seismic verfügt über entsprechend Schnittstellen zu den wichtigsten Business-Anwendungen inkl. u.a. von Microsoft, Salesforce, Google und Adobe sowie in der Finanzindustrie zu Bloomberg oder Morningstar. Der Hauptsitz von Seismic befindet sich in San Diego, mit Niederlassungen in Nordamerika, Europa und Australien. In Deutschland ist das Unternehmen von Düsseldorf aus aktiv.

Um zu sehen, wie Seismic von Unternehmen Ihrer Branche eingesetzt wird, besuchen Sie unsere Homepage seismic.com.

