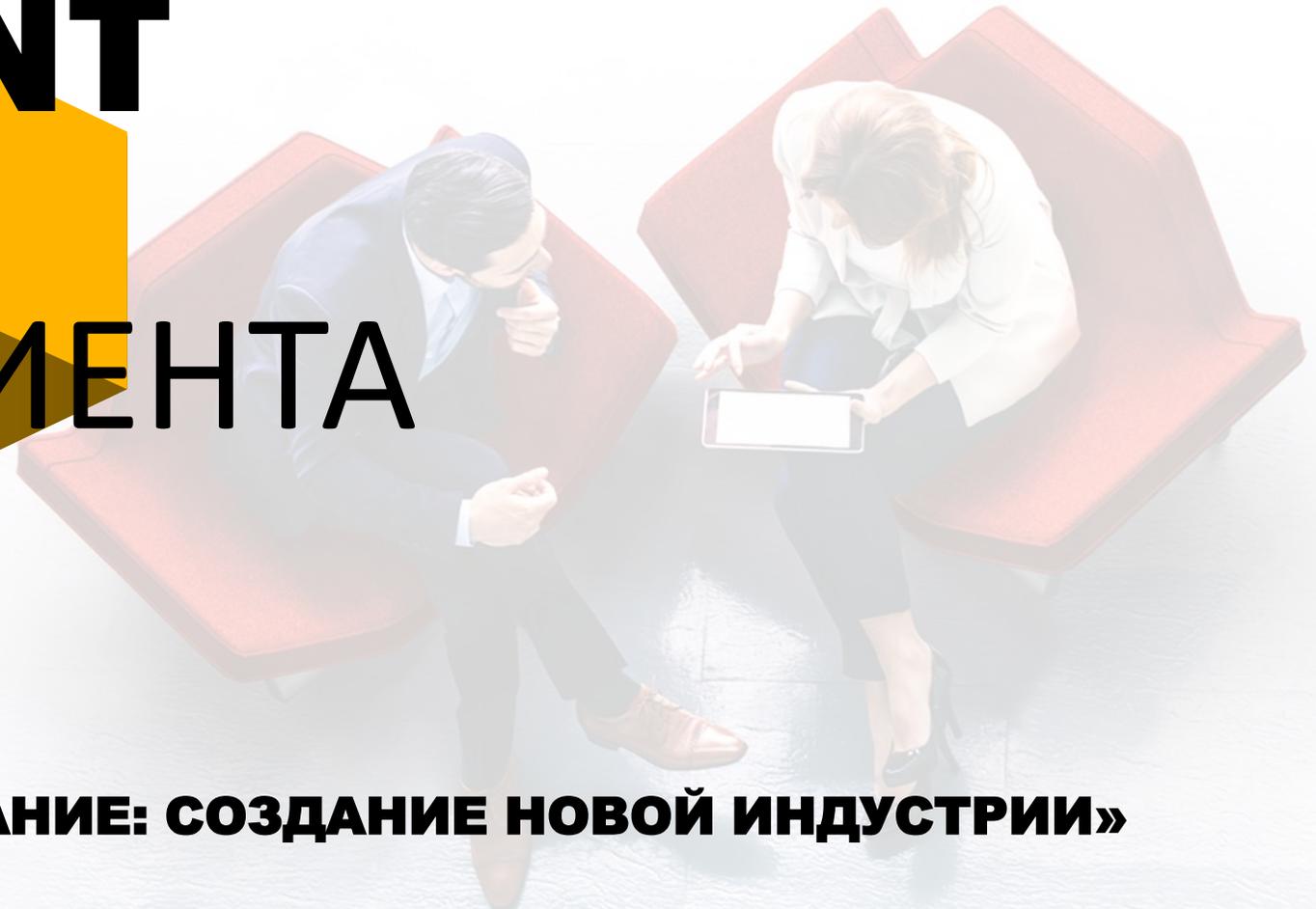


INVESTMENT ADVICE: ВЗЛЯД ОТ КЛИЕНТА

МАРИЯ ГУСЕВА, ACCENTURE

**КОНФЕРЕНЦИЯ НАУФОР
«ФИНАНСОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ: СОЗДАНИЕ НОВОЙ ИНДУСТРИИ»**

9 НОЯБРЯ 2018

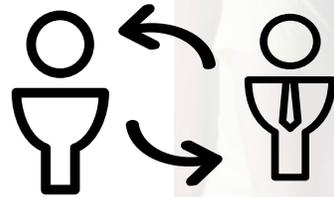


ИНВЕСТИЦИОННОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ КАК СМЕНА ПАРАДИГМЫ

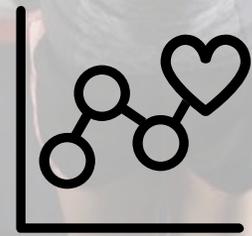
ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ



**ПОНИМАНИЕ КЛИЕНТА
И ИНДИВИДУАЛИЗАЦИЯ
РЕКОМЕНДАЦИЙ**



**РЕГУЛЯРНОЕ И
ДОЛГОСРОЧНОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**



**ПРОЗРАЧНОСТЬ
И ФОКУС НА ИНТЕРЕСАХ
КЛИЕНТА**

ЧЕГО ЖДУТ КЛИЕНТЫ?



ТРИ ПРОФИЛЯ КЛИЕНТОВ



NOMADS

**АКТИВНЫЕ
ПОЛЬЗОВАТЕЛИ
DIGITAL, ГОТОВЫЕ
К НОВОЙ МОДЕЛИ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ**

- Готовы использовать Amazon или Google для инвест. рекомендаций
Не привязаны к традиционным провайдерам, открыты новому.
- Ценят digital инновации
Приветствуют альтернативные пути получения сервиса и консультаций.
- Открыты к online-only
Очень открыты к робо-эдвайзингу



39% от всех клиентов

Они моложе
28% с доходами более \$75k



HUNTERS

**КЛИЕНТЫ,
ПОСТОЯННО
ИЩУЩИЕ ЛУЧШУЮ
СДЕЛКУ ИЛИ ЦЕНУ**

- Ими двигает ценность денег
Это ключевой драйвер их лояльности.
- Ценят советы человека
Не верят в то, что робо-эдвайзинг может дать им все, что им нужно.
- Предпочитают традиционных провайдеров
Не хотят использовать новые технологические платформы



17% от всех клиентов

Они старше
Чаще со средним уровнем доходов



QUALITY SEEKERS

**КЛИЕНТЫ,
ЦЕНЯЩИЕ ВЫСОКОЕ
КАЧЕСТВО И
ОТЗЫВЧИВЫЙ
СЕРВИС**

- Важен приоритет интересов клиента
Уверенность в безопасности личных данных – часто драйвер лояльности.
- Требуют сервис высокого качества
Ожидают что провайдер отзывчив и чувствителен и к потребностям клиента.
- Цена – не ключевой мотиватор
Клиенту важнее доверие и качество сервиса, нежели цена.



44% от всех клиентов

Встречаются во всех возрастных группах
Нет корреляции с уровнем доходов

ШЕСТЬ КЛЮЧЕВЫХ ТРЕНДОВ В ОЖИДАНИЯХ КЛИЕНТОВ



ДАННЫЕ КАК ВАЛЮТА

Понимают ценность персональных данных и готовы ими делиться в обмен на выгоды.

67% готовы предоставить больше личной информации в обмен на персонализированный продукт или лучшую цену.



РОБОПОДДЕРЖКА ПРИВЕТСТВУЕТСЯ

Клиенты готовы получать полностью автоматизированную поддержку, в случае если она позволит получить всю информацию, которая им требуется.

78% клиентов инвестиционного консультирования готовы получать автоматизированную поддержку по аллокации активов.



НОВЫЕ ПУТИ К ДОВЕРИЮ

Самыми важными факторами лояльности называются ожидание, что советники будут действовать в лучших интересах клиента (**41%** указали как главный фактор), и уверенность в том, что их персональные данные будут защищены.



В ПОИСКЕ НОВЫХ МОДЕЛЕЙ

Клиенты готовы рассматривать альтернативные предложения от цифровых игроков типа Google, Apple, Facebook and Amazon (GAFA), особенно среди молодого поколения (**38%** всей аудитории и **46%** от Поколения Y).



ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ НА КАЖДОМ ЭТАПЕ

В ответ на доступ к своим данным, клиенты ожидают более персонализированных рекомендаций.

73% ждут предложений и информации, которые релевантны для них с учетом их этапа жизни, финансовых потребностей и жизненных целей.



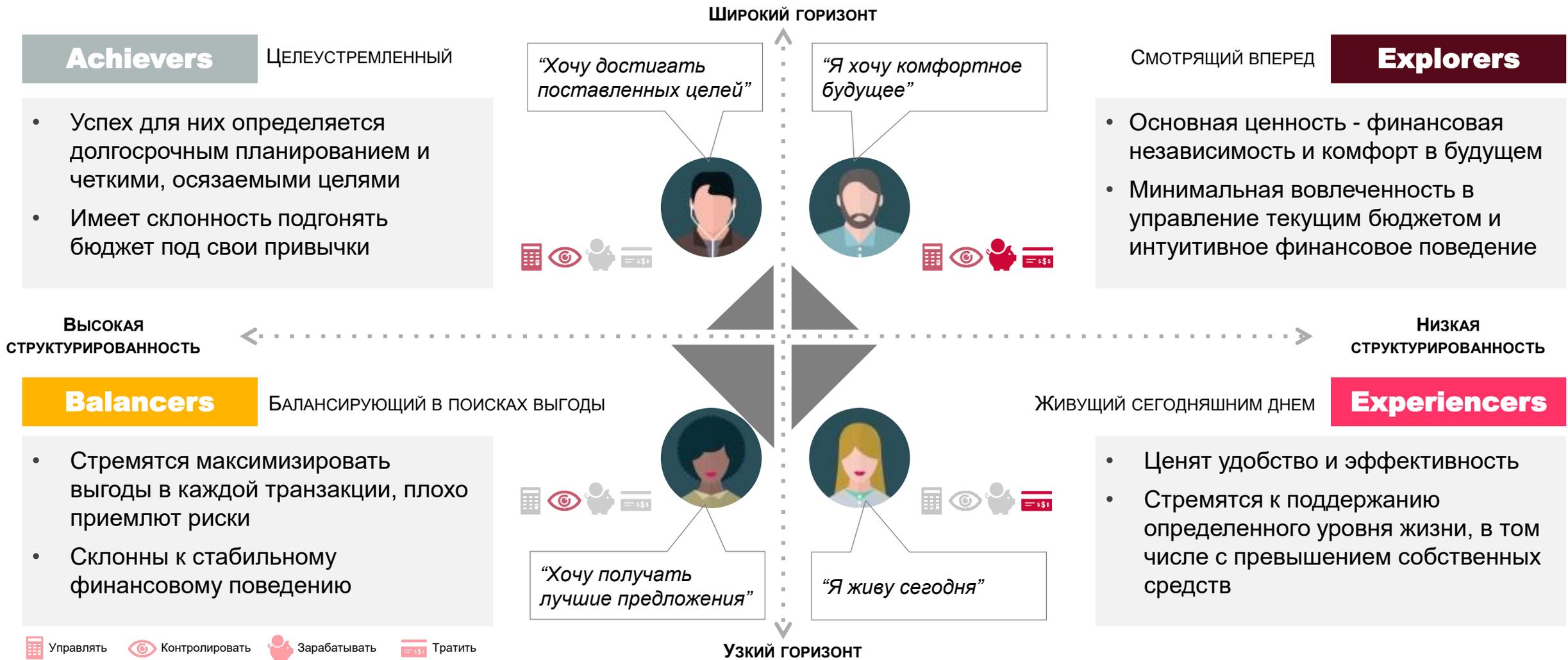
НЕЗАВИСИМОСТЬ ОТ КАНАЛА

Клиенты хотят получать поддержку и информацию онлайн, через мобильные устройства, социальные сети, так и через традиционные личные встречи и звонки.

59% говорят, что им не важно, какой канал использовать для общения с советником.

ИССЛЕДОВАНИЕ FJORD MONEY MINDSETS:

РАЗЛИЧИЯ ЛЮДЕЙ В ИХ ОТНОШЕНИИ К ДЕНЬГАМ ОПРЕДЕЛЯЮТ РАЗНЫЕ ОЖИДАНИЯ ОТ ФИНАНСОВЫХ СЕРВИСОВ

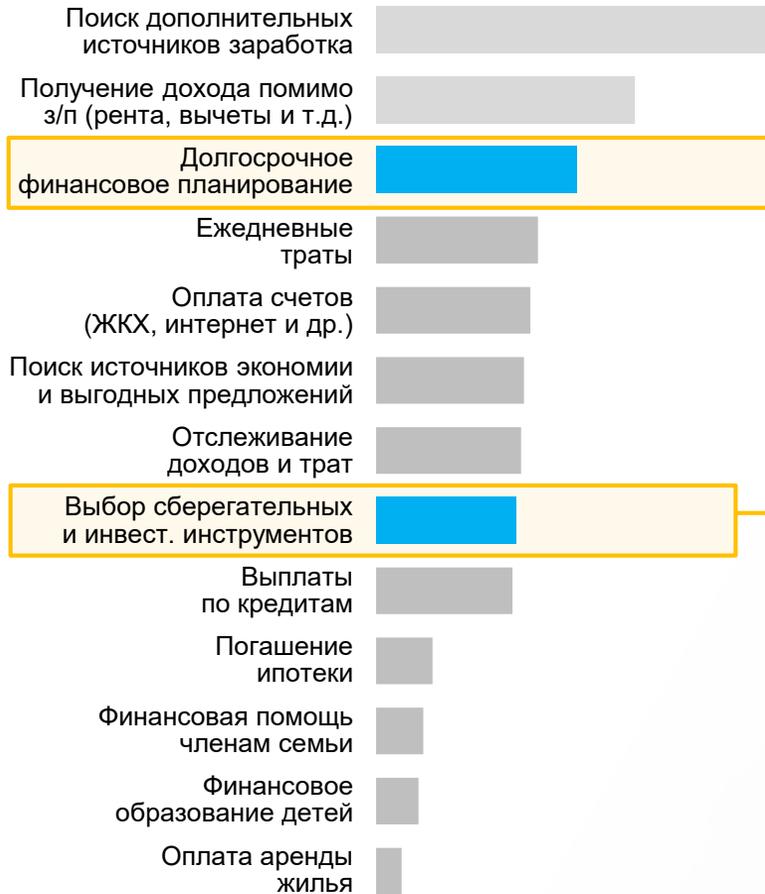


Источник: исследование FJORD by Accenture “Mindset segmentation: Human insights for the Financial Services of the future”

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИИ: ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРОТИВ ВЫБОРА ПРОДУКТОВ

ФИНАНСОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

«Какие из аспектов наиболее актуальны для Вас сейчас и вызывают наибольшие сложности?»



ДОЛГОСРОЧНОЕ ФИНАНСОВОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ



% от респондентов, имеющих проблему и готовность их платить за ее решение

ВЫБОР СБЕРЕГАТЕЛЬНЫХ И ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ

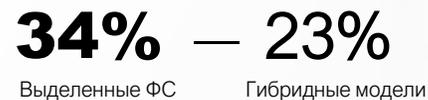


% от респондентов, указавших потребность (при выборе до 3х вариантов)

КАК АДРЕСОВАТЬ УНИКАЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ СЕГМЕНТА ЖЕНЩИН-ИНВЕСТОРОВ?

ЖЕНЩИНЫ ПОЛАГАЮТСЯ НА ВЫДЕЛЕННЫХ СОВЕТНИКОВ КАК НИКТО ДРУГОЙ

Женщины чаще используют модели с выделенными советниками, в то время как мужчины чаще склоняются к гибридным платформам



ЖЕНЩИНЫ ОЗВУЧИВАЮТ МЕНЬШЕЕ ПОНИМАНИЕ СВОИХ АКТИВОВ И ИНВЕСТИЦИЙ

Только 61% женщин указали, что имеют хорошее понимание своих активов и инвестиций



КАК ВЫСТРАИВАТЬ ОТНОШЕНИЯ С МОЛОДЫМ ПОКОЛЕНИЕМ?



МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ СКЛОННО ДОВЕРЯТЬ СОВЕТНИКАМ МЕНЬШЕ, ЧЕМ ТЕХНОЛОГИЯМ

Не готовы доверять рекомендациям своих советников пока не проконсультируются с другим источником

52% — **18%**
Millenials Baby boomers

СЛЕДУЮЩЕЕ ПОКОЛЕНИЕ ЗАИНТЕРЕСОВАНО В УВЕЛИЧЕНИИ СВОЕГО КАПИТАЛА, ДАЖЕ ЕСЛИ ЭТО СОПРЯЖЕНО С БОЛЕЕ ВЫСОКИМИ РИСКАМИ И ЗАТРАТАМИ

Я хочу получать самые лучшие рекомендации, которые возможно, и готов платить за них

33% — **20%**
Millenials Baby boomers

ЧТО ДЕЛАТЬ РОССИЙСКИМ ИГРОКАМ?



ПЕРЕСМОТР БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

**УПРАВЛЕНИЕ
ЗНАНИЯМИ О КЛИЕНТЕ**



**АДАПТАЦИЯ И
КАСТОМИЗАЦИЯ ПРОДУКТОВ**

**МУЛЬТИКАНАЛЬНОЕ
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ**



**АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ
МОДЕЛИ ДИСТРИБУЦИИ**

**ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ
ДЛЯ КЛИЕНТА И СОВЕТНИКА**



**ИНТЕГРАЦИЯ ЧЕРЕЗ OPEN API
И МАРКЕТПЛЕЙСЫ**

**МОНЕТИЗАЦИЯ
ЧЕРЕЗ ADVICE**



**ПЕРЕСМОТР СТРУКТУРЫ
КОМИССИЙ И ИЗДЕРЖЕК**

ЧТО НУЖНО ДЛЯ УСПЕХА?

8 ЭЛЕМЕНТОВ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ДЛЯ ПОБЕДЫ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ



ЦИФРОВОЙ ЦИКЛ ПРИВЛЕЧЕНИЯ

Удобная, клиентоцентричная регистрация



Единый профиль и (кросс-банковское) понимание клиента



УПРАВЛЕНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ

Эффективное обслуживание и поддержка



ЦИФРОВАЯ АНАЛИТИКА

Сфокусированные усилия советника и рекомендации



24/7 ЦИФРОВОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ

Целостный, долгосрочный цикл (рабо)эдвайзинга



AGILE 2X-СКРОСТНОЕ ИТ

Уникальный «опыт клиента» в режиме реального времени



OPEN API BANKING

Интеграция и полное использование возможностей ФинТеха-ТехФина



ДОВЕРИЕ И РАЗВИТИЕ

Управление долгосрочной лояльностью

ВИДЕНИЕ «ЦИФРОВОГО БИЗНЕСА ПО УПРАВЛЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЯМИ»

СПАСИБО!

We create
the Future

MARIA GUSEVA
Accenture Financial Services
Management Consulting

maria.guseva@accenture.com   


accenture

Strategy | Consulting | Digital | Technology | Operations