Od portfolií k lidem, aneb jak upevňovat a udržovat důvěru klientů

ODVĚTVÍ INVESTIČNÍHO PORADENSTVÍ PROCHÁZÍ VÝZNAMNOU TRANSFORMACÍ. HLAVNÍ TŘI FAKTORY, KTERÉ TÁHNOU ZMĚNU PORADENSKÉHO TRHU, JSOU REGULACE, TLAK NA PROVIZE A TECHNOLOGIE. VŠECHNY TŘI FAKTORY BY VŠAK VE VÝSLEDKU MOHLY PROSPĚT JAK PORADCŮM, TAK JEJICH KLIENTŮM.

Regulace stále více tlačí na zodpovědnost poradců za jednání v nejlepším zájmu klienta a maximální transparentnost poplatků a odměn, které poradci pobírají. To je regulatorní trend, který se táhne napříč celým světem a který významně ovlivňuje obchodní modely poradenských společností i v mnoha evropských státech. Česká republika není výjimkou. Zaměření pozornosti na nákladovost investičních produktů a transparentnost odměn pobíraných finančními poradci vede k tlaku na snižování poplatků.

SNIŽOVÁNÍ NÁKLADŮ A EFEKTIVNÍ TIME MANAGEMENT

To ukazuje i nedávná studie společnosti Vanguard, ze které je zřejmý obří přesun aktiv do nízkonákladových fondů a ETF, který se ve světě děje (viz graf 1).

Svět investování bude zřejmě směřovat k nižším poplatkům. A odvětví finančního poradenství bude odkázáno na „dělat více za méně“.

Aby poradci a poradenské firmy zůstaly konkurenceschopné a ziskové, musí se zaměřit na snižování nákladů a efektivní time management – tedy toho, jakými činnostmi tráví svůj čas. Technologie, která automatizuje investiční poradenství, představuje pro firmy velkou příležitost obsluhovat velké množství klientů a dodávat jim jedinečnou přidanou hodnotu.

KLÍČOVÝ JE VZTAHOVÝ MANAGEMENT

Odvětví investičního poradenství se v Česku v mnoha ohledech změnilo. Od používání IŽP, přes investiční fondy, až po ETF. Velká část poradců také přechází z modelu lovce na model farmáře. Tedy od jednorázových provizí za prodej k pravidelné odměně z aktiv pod správou nebo ze zisku z portfolia. To znamená, že navyšování aktiv ve správě a jejich udržení – spíše než počet transakcí – je nyní hlavním cílem úspěšných poradenských praxí. A růst v aktivech pod správou znamená zaměřit svou pozornost a čas na vztahový management – konkrétně na zvyšování důvěry, kterou má klient k poradci – nikoli na portfolio management.

Viktor Hostinský, zakladatel investiční platformy Edward

„Svět poradenství je v procesu velké transformace a prosperovat budou ti, kteří se dokážou nejlépe přizpůsobit. V praxi to znamená transformovat svůj obchodní model z lovce na farmáře. Soustředit se na budování vztahů s klienty a vhodně využít technologie pro automatizaci portfolio managementu,“ uvádí ve své analýze Viktor Hostinský, zakladatel investiční platformy Edward.

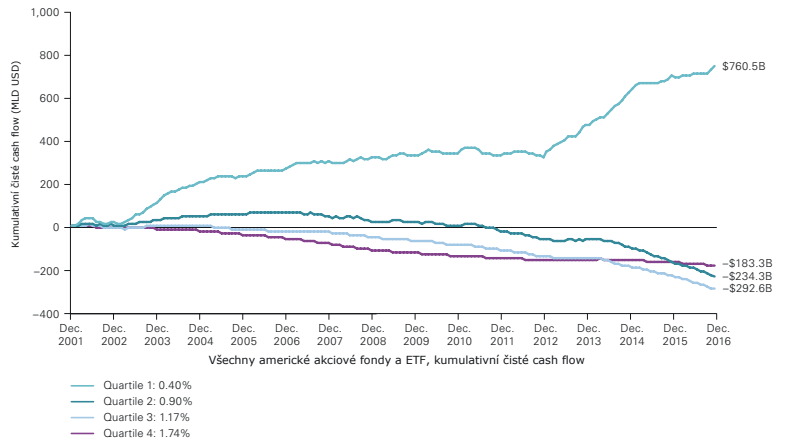
To v žádném případě není myšleno jako snižování investičních znalostí a zkušeností, které poradci mohou poskytnout klientům. Ve skutečnosti, je to uznání hodnoty těchto dovedností, pokud jsou použity tam, kde mají největší dopad. To znamená ve vztazích s klienty. Poradci mohou právě díky svým investičních znalostem a zkušenostem vést klienty k lepším investičním rozhodnutím. Zejména tím, že jim pomohou lépe porozumět všem známému faktu, tedy že investiční „selhání“ často pramení spíše z toho, že investor nedosahuje průměrných výnosů trhu, než z toho, že se mu nedaří svými výnosy překonat trh.

Všichni dobře víme, že překonávat úspěšně výnosy trhu je extrémně obtížné. A stavět na tom svou přidanou hodnotu pro klienty má vysokou míru pravděpodobnosti neúspěchu, a s tím související zklamání klientových očekávání. Využitím svých znalostí a zkušeností směrem k budování vztahu s klientem, jako je behaviorální koučování, poradci zvyšují pravděpodobnost spokojenosti klientů.

ZAMĚŘENÍ NA DŮVĚRU

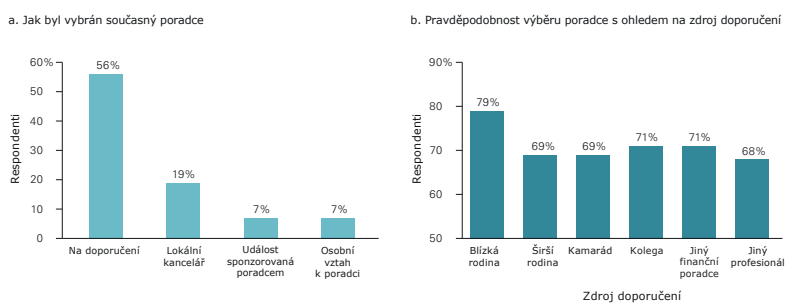
Vanguard minulý měsíc zveřejnil celosvětovou studii, do které zapojil 4000 individuálních investorů. Ptal se jich, jak našli svého současného poradce. Většina odpověděla, že na něj dostali doporučení. Ze studie také vyplynulo, že 78 % respondentů si vybralo poradce, na kterého

Graf 1. Investoři a poradci vybírají nízkonákladové akciové fondy



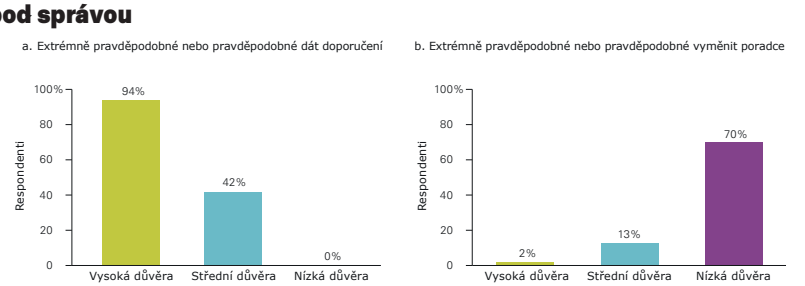
ZDROJ: VANGUARD

Graf 2. Vztahový management znamená rozvoj podnikání



ZDROJ: VANGUARD

Graf 3. Důvěra motivuje dávat doporučení a rozhoduje o udržení aktiv pod správou



ZDROJ: VANGUARD

Pokud lidé věří svému poradci, je pravděpodobné, že ho doporučí ostatním.

dostali doporučení. Takže otázka za všechny peníze zní, na co se mají poradci zaměřit, aby zvýšili své šance, že je jejich klienti doporučí? Jedním slovem: na DŮVĚRU (viz graf 2).

Respondenti ve zmíněné studii uvedli, že pokud věří svému poradci, je extrémně pravděpodobné nebo pravděpodobné, že ho doporučí ostatním. Na tom asi není nic převratného, ale významná je zde velikost důvěry. Od klientů, kteří „hodně“ věří svému poradci, je pravděpodobnost doporučení více než dvojnásobná oproti klientům, kteří mají běžnou důvěru ve svého poradce (viz graf 3).

Pokud tedy chtějí poradci maximalizovat své šance na doporučení, stejně jako si své stávající klienty udržet, potřebují dosahovat vysoké úrovně důvěry, a to si od nich vyžaduje dvě věci: čas a pozornost.

ČÍM DELŠÍ VZTAH, TÍM VYŠŠÍ DŮVĚRA

Co tedy mohou poradci dělat pro zvýšení úrovně jejich důvěry u klientů? Na to bohužel neexistuje jednoduchá odpověď. Vztahy s klienty jsou komplikované, a to, co pomůže získat důvěru jednoho klienta, nemusí fungovat u druhého. Obecně se dá říci, že důvěra roste s časem. A čím delší vztah, tím vyšší důvěra. Takže univerzálním návodem je udržet si klienty co nejdéle.

Možná pomůže, když porozumíme jednotlivým komponentům důvěry. Prvním faktorem důvěry je etika poradce. Tedy, že „jedná v mém nejlepším zájmu“. Druhým je pak funkční pohled (klient věří, že poradce udělá to, „co řekl, že bude dělat“). Ale emoční faktor (klid mysli) je často podceňován. Přitom jeho vliv je největší!

Ve studii Vanguard uvedlo 53 % respondentů emoční faktor jako nejdůležitější část důvěry ve vztahu s poradcem. K posilování důvěry ve vztazích by se měli poradci soustředit na to, aby se klienti cítili důležití, že jsou respektováni a že poradce rozumí jejich cílům a pocitům (viz graf 4).

A jak je obecně známo, není často až tak důležité co říkáte, ale jak to říkáte. Například zeptat se „Jak se mají Eliška a Honzík?“ znamená něco úplně jiného než otázka „Jak se mají děti?“.

PROHLUBOVÁNÍ A ZACHOVÁNÍ KLIENTOVY DŮVĚRY

Klienti nejčastěji ztratí důvěru ve své poradce, protože „nevěnovali dostatek pozornosti mně nebo mému portfoliu“. Existuje několik způsobů jak upevňovat a udržovat důvěru klientů.

- ✓ Buďte klientovým spojencem. Při posuzování investic mnoho klientů hledá zjednodušení, která mohou dobře fungovat při nákupech jiných produktů: dosavadní výkonnost. V in-

vestování je však aktuální nebo dosavadní výkonnost velmi nespolehlivým vodítkem pro budoucí výsledky. Obratné koučování a komunikace může klientům pomoci zvolit lepší přístup k vybírání investic. Nabízí se pár taktik.

- Zaměřte pozornost klienta na dosažení dlouhodobých finančních cílů, ne na dosažení procentního zhodnocení.
- Vzdělávejte klienty jako jejich spojenec. Uznejte, že oba dva – klient i vy – jste vystaveni různým emočně náročným situacím, které mohou vést ke kontraproduktivním rozhodnutím. Vysvětlete jim na svém příběhu, jak vás zkušenosti naučily držet se prověřených investičních pravidel a soustředit se více na dlouhodobé cíle než na aktuální výkonnost.
- Jednejte v nejlepším zájmu svých klientů. Jakmile porozumíte, jak funguje ekonomika klienta z pohledu vašeho podnikání, zjistíte, že nejziskovější jsou pro vás klienti, kteří jsou s vámi co nejdéle a kterým co nejvíce roste majetek. V tu chvíli si uvědomíte, že sedíte s klientem na stejné straně stolu a chcete jednat v jeho nejlepším zájmu. Abyste to klientům dokázali, můžete jim poskytnout nulové nebo výrazně snížené vstupní poplatky a kombinovat průběžný poplatek z aktiv pod správou s výkonnostním poplatkem (viz graf 5).

DŮVĚRA JE NEJCENNĚJŠÍM AKTIVEM

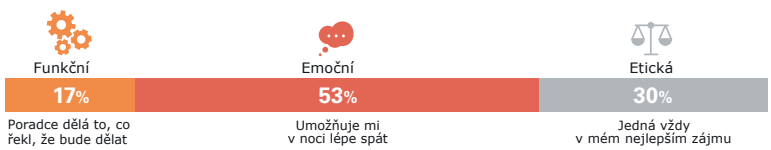
Uvedené závěry nedávné studie společnosti Vanguard mohu potvrdit i z vlastní více než 15leté praxe v investičním poradenství. Důvěra, kterou jako poradce máte u klientů, je vaším nejcennějším aktivem, do kterého je potřeba investovat.

Jako poradce tedy musíte maximum pozornosti směřovat na prohlubování vztahu s klientem a svůj čas co nejvíce investovat do vztahového managementu, protože ten vašemu podnikání přinese nejvyšší zisky. Protože váš čas není nafukovací a den má 24 hodin, musíte na maximum zapojit technologii a zautomatizovat veškeré činnosti, které jsou spojené s portfolio managementem a administrativou (viz graf 6).

FINANČNÍ PLÁN A DLOUHODOBÉ FINANČNÍ CÍLE

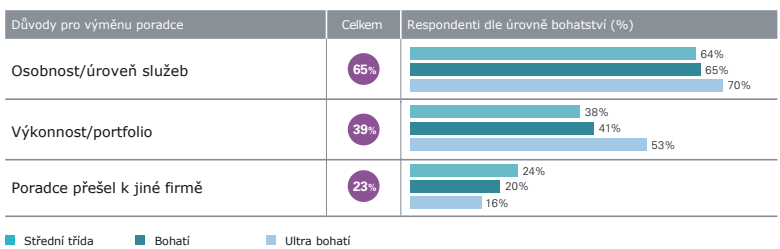
Investiční platforma Edward vznikla právě proto, aby poradci mohli dlouhodobě prosperovat i v nově přicházející době. Umožňuje soustředit pozornost klientů na jejich finanční plán a dosažení dlouhodobých finančních cílů, jako je doživotní renta z portfolia. Zároveň automatizuje veškeré činnosti, které se týkají portfolio managementu.

Graf 4. Komponenty důvěry



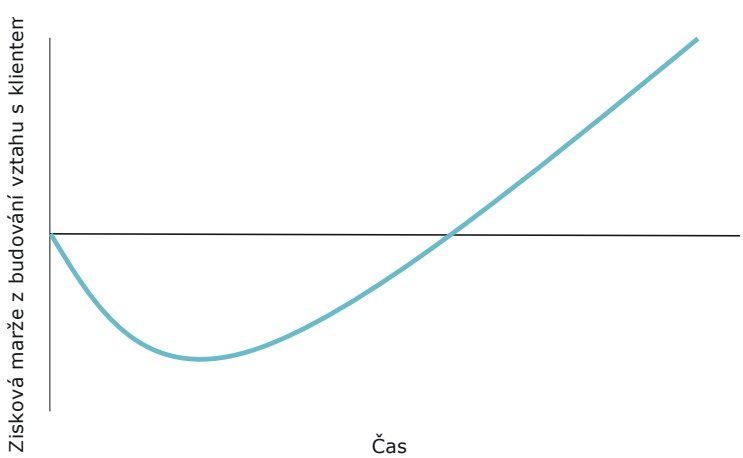
ZDROJ: VANGUARD

Graf 5. Klienti hodnotí výkon poradce více než výkon portfolia



ZDROJ: VANGUARD

Graf 6. Klíčem k ziskovosti je čas



ZDROJ: VANGUARD

Velká část poradců také přechází z modelu lovce na model farmáře.

Edward propojuje klientovo portfolio přímo s jeho finančním plánem a automaticky vypořádává veškeré transakce, přizpůsobuje automaticky portfolio blížícím se cílům, pravidelně portfolio rebalancuje, měnově zajišťuje nebo vyplácí peníze na cíle. Zároveň staví portfolia z nízkonákladových ETF. Při stejné nákladovosti pro klienta tak dokáže vyplácet až dvakrát vyšší pravidelnou odměnu než běžná fondová řešení a dává poradcům možnost využít i výkonnostní odměnu.

ZDROJ: SHUTTERSTOCK

Díky 100% bezpapírové obsluze odpadá i spoustu administrativních úkolů. Poradce se tak může plně soustředit na dlouhodobé budování vztahu se svými klienty, protože Edward se neustále pečlivě stará o řízení jejich portfolia. To je týmová práce, jejímž výsledkem je rostoucí důvěra klienta.

OBCHODNÍ MODEL PORADCE S EDWARDEM

Svět poradenství je v procesu velké transformace a prosperovat budou ti, kteří se dokážou nejlépe přizpůsobit. V praxi to znamená transformovat svůj obchodní model z lovce na farmáře. Soustředit se na budování vztahů s klienty a vhodně využít technologie pro automatizaci portfolio managementu (viz graf 7). |

Graf 7. Obchodní model poradce využívajícího Edwarda

ZDROJ: EDWARD

Svět investování bude zřejmě směřovat k nižším poplatkům.