

Financial Planning Suite

Phase 2

Das Konzept zur Vernetzung der Finanzplanung vom Retailbereich bis zum Private Banking

In den letzten Ausgaben des finEST planner report haben wir ein Konzept für die Unterstützung von Finanzplanung vom Retailbereich bis hin zum Private Banking vorgestellt, die Financial Planning Suite.

Schlagworte:

- Dokumentation
- Kundengruppen
- Online-Kundenabfragen

Dieses softwaregestützte Konzept funktioniert in drei Phasen:

Phase 1: Erfassung und Beratung im Retailbereich mit einer Expressberatung

Phase 2: Analyse der in Phase 1 eingegebenen Kundendaten und Filterung nach festgelegten Kriterien

Phase 3: Optimierung mit einer Professionalberatung, individualisierter Expertise und persönlicher Präsentation der Ergebnisse

In der vorherigen Ausgabe wurde die Phase 1 detailliert beschrieben. In dieser Ausgabe erläutern wir die Phase 2 „Analyse des Kundenstamms“ im Detail. In der nächsten Ausgabe folgt eine ausführliche Beschreibung der Phase 3.

Die Analyse der eingegebenen Kundendaten

In der Phase 1 ist eine zeitlich und wirtschaftlich vertretbare und dennoch individuelle Beratung des gesamten Kundenkreises inklusive des Retailbereiches erfolgt.

In der Phase 2 werden alle angefertigten Finanzpläne zentral in einer Datenbank gespeichert. Diese Finanzpläne enthalten neben den internen und damit schon vorher bekannten Produkten auch die externen Produkte des Kunden, die bislang noch nie erfasst wurden.

Die Aufgaben, die in der Phase 2 erfolgen, sind:

1. **Sammeln:** Sicherung und Dokumentation des Analyse- und Beratungsprozesses
2. **Filtern:** Herausfiltern von Kundengruppen mit flexiblen Attributen
3. **Publizieren:** Online-Kundenabfrage

Sammeln

Im Zuge der MiFID und der Beraterrichtlinien ist es wichtig, den Analyse- und Beratungsprozess zu dokumentieren und zu sichern. Zu diesem Zweck enthält die Financial Planning Suite eine zentrale interne Datenbank, die dazu dient, die Finanzpläne mit ihren Analysen und Beratungshinweisen abzulegen. Natürlich kann auf die hinterlegten Daten weiterhin zu-

Autor + Kontakt

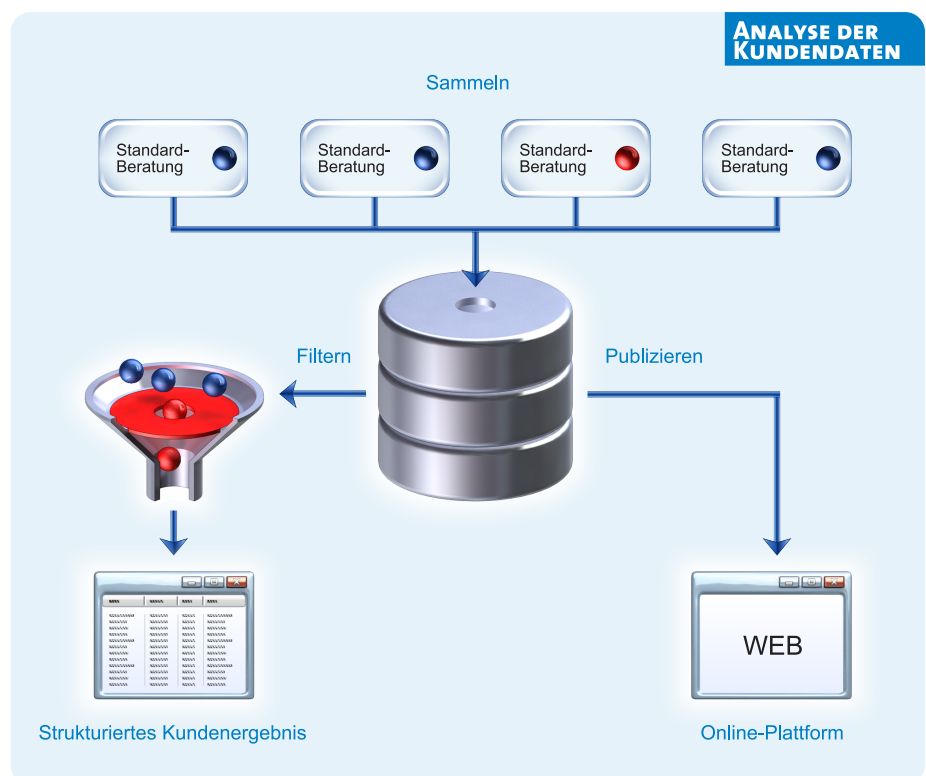
Michael Gschwind,
GGF, CFEP
Gschwind Software GmbH

Tel.: +49 (0) 2408-70490
info@gschwind-software.de
www.gschwind-software.de

gegriffen werden. Entscheidend im Hinblick auf die Dokumentationspflicht ist aber, dass ein einmal fertiggestellter und gesicherter Finanzplan nicht mehr verändert werden darf. Bei einer erneuten Beratung zu einem späteren Zeitpunkt kann er natürlich trotzdem als Grundlage benutzt werden. Wenn für einen Kunden im Laufe der Zeit mehrere Finanzpläne erstellt wurden, so kann anhand der abgespeicherten Pläne der Verlauf der finanziellen Entwicklung des Kunden dargestellt und analysiert werden.

Filtern

Aus den insgesamt eingegebenen und gesicherten Kundendaten können anhand der Filterfunktion Kunden mit bestimmten Attributen



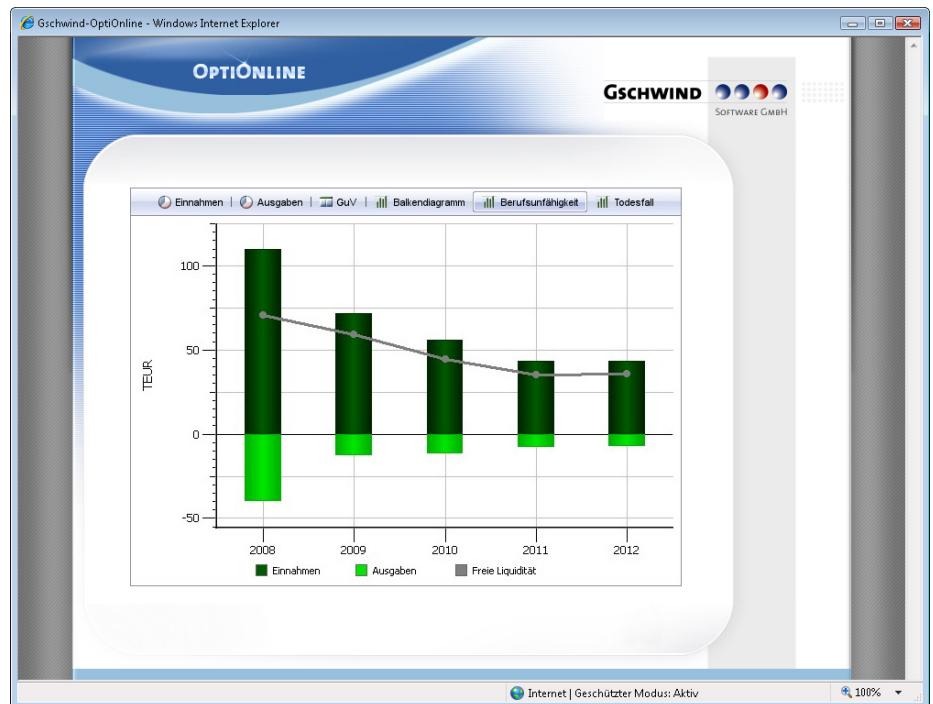
ten per Mausklick aus der Gruppe der Kunden herausgefiltert werden. Dazu hat jedes Institut die Möglichkeit, selbst Filter zu definieren, so dass eine hohe Flexibilität hinsichtlich des Anwendungsbereichs der Software gegeben ist. In einem solchen Filter ist nicht nur die Eingabe einer einzelnen Eigenschaft (z.B. „liquides Vermögen von mehr als EUR 200.000) möglich. Es können Kundentypen definiert werden, indem verschiedenste Kriterien miteinander verknüpft werden. Im folgenden Bild wird zur Veranschaulichung ein Kundentyp „Älterer vermögiger Herr“ durch die Kombination von verschiedenen Kriterien definiert. Ein solcher durch Filter definierter Kundentyp kann in allen Auswertungen angewandt werden aber auch mit anderen Kriterien, wie „Kunde ist immobilienlastig und risikobereit“, kombiniert werden. Dadurch ist nicht nur die Strukturierung des gesamten Kundenstamms sondern auch eine vertriebsorientierte Kundenansprache möglich.

Publizieren

Wie oben bereits gezeigt, sind sämtliche Kundendaten in der Datenbank gespeichert. Bezüglich der letzten Beratung gibt es über eine Web-Oberfläche für den Endkunden eine weitere Besonderheit: Nach spezieller Authentifizierung kann er sich seine eigenen Daten wie seine aktuelle Privatbilanz oder die Aufteilung von Einnahmen und Ausgaben ansehen. Durch einen angeschlossenen Wertpapier-Informationssdienst kann das liquide Vermögen immer auf einem aktuellen Stand gebracht werden, so dass ein aktueller Finanzstatus für den Kunden jederzeit einsichtig ist. Diese Funktionalität schafft einen erheblichen Mehrwert für den Kunden, der so aktiv in den Beratungspro-

zess eingebunden wird. Dadurch wird eine starke Kundenbindung erzeugt.

des Kundenstamms und über eventuelle Beratungsschwächen zu verschaffen. Es können



Veränderungen in der Praxis

Der Einsatz der Financial Planning Suite vereinfacht die Arbeitsprozesse in Banken oder bei Finanzdienstleistern grundlegend.

Erstmals ist es möglich, den gesamten Bereich der Finanzplanung zu strukturieren und zu vernetzen. Einmal eingepflegte Kundendaten bleiben erhalten und sind – wenn das gewünscht ist – allen Beratern zugänglich. Einmal durchgeführte Planungen sind an zentraler Stelle gespeichert, können problemlos gefunden und genutzt werden und müssen nicht in den Verzeichnissen und Unterverzeichnissen jedes einzelnen Beraters gesucht werden.

*Nicht mit Erfindungen,
sondern mit Verbesserungen
macht man Vermögen.* (Henry Ford)

Der größte Mehrwert ist aber die Möglichkeit, den gesamten Kundenstamm mit den oben beschriebenen Filterungsmöglichkeiten in kürzester Zeit zu durchsuchen und eine bestimmte Kundengruppe herauszufiltern. Dies ist sinnvoll und hilfreich beim Vertrieb bestimmter neuer Produkte, es kann aber auch dazu genutzt werden, sich – an übergeordneter Stelle – einen generellen Überblick über die Struktur

zum Beispiel sehr einfach Kunden herausgefiltert werden, die im Hinblick auf die Anlage ihres Vermögens noch nicht erschöpfend beraten worden sind.

Durch die Online-Plattform wird der Schritt zu einer direkten Einbindung des Endkunden vollzogen. Außerdem entspricht die Nutzung des Internets inzwischen den allgemeinen Anforderungen, die viele Kunden an ihren Finanzdienstleister stellen. Auch kann die Online-Abfrage eine Entlastung des Beraters darstellen, da die Kunden sich selbst in Ruhe ihren aktuellen Status anschauen können. In ein Gespräch mit dem Berater gehen sie dementsprechend gut vorbereitet und informiert.

Fazit:

Der Beratungsprozess ist durch die Speicherfunktion im Sinne der MiFID und der Beratterrichtlinien dokumentierbar. Durch die Möglichkeit, sämtliche Kunden und ihre Vermögenswerte nach selbst definierbaren Kriterien zu filtern, kann der gesamte Kundenstamm besser klassifiziert und beraten werden. Die Web-Anwendung OptiOnline bezieht den Kunden in den Beratungsprozess ein und verstärkt so die Kundenbindung.