Наша Газета
nashagazeta.ch
Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

REYL о миллениалах: Поколение Y наследует миллионы | REYL et les les Millennials : la génération Y hérite des millions

Auteur: Михаэль Вельти, Женева , 16.07.2018.

(DR)

На наших глазах происходит не только качественная смена типов услуг, существующих на рынке, но и профиля клиентов, на которых эти услуги ориентированы. Профессионалы анализируют новую ситуацию и делают выводы.

|

La sphère des services se transforme, y compris des services bancaires. Elle doit s’adapter au nouveau profile de ses clients.

REYL et les les Millennials : la génération Y hérite des millions

Миллениалами (или поколением Y) называют людей, родившихся в период между 1990-2000 годами. Сегодня их возраст варьируется от 20 до 30 лет, и в ближайшем будущем они станут наследниками семейных активов, заработанных беби-бумерами – людьми, родившимися во время послевоенного демографического бума. Поскольку миллениалов одновременно относят и к так называемому «цифровому поколению», эти общие черты будут иметь решающее значение для планирования имущества и будущих семейных структур.

Для беби-бумеров большое значение имело накопление материальных ценностей, таких как собственное жилье, загородный дом или автомобиль. В отличие от них, поколение Y больше заинтересовано в получении новых впечатлений, поездках в новые места, работе за границей или попросту в испытании себя на прочность. Они любят делиться своим опытом и знаниями в Интернете и соцсетях.

Вопрос не в том, хорошо это или плохо, а в том, какие последствия это будет иметь для финансовой отрасли. В особенности это касается такой категории клиентов, как предприниматели или сверхсостоятельные люди (Ultra High Net Worth Individuals, UHNWI). Нынешнее поколение клиентов должно хорошо продумать процесс наследования семейных активов, а также организацию планирования преемственности внутри компании и семьи.

Кто выигрывает от процесса технологизации?

Банки будут сталкиваться с клиентами, владеющими доступом к широкому объему специализированной информации, доступной в Интернете. Часто это будут люди, информированные даже лучше, чем среднестатистический консультант в самом банке. При этом у последних будет все меньше времени для подготовки к переговорам с клиентами, а также для удовлетворения их специфических потребностей.

Как правило, в крупных банках количество клиентов, приходящихся на одного консультанта, будет продолжать расти, поскольку за счет технологизации процессов в банке может быть сэкономлено значительное количество времени. Дополнительное время обычно затрачивается на более внимательное обслуживание, оценку потребностей клиента, а также выработку решений. Тем не менее, такая ситуация встречается все реже: в то время как крупные банки пытаются повысить свою эффективность и закрепить за консультантами все большее количество клиентов, небольшие узкоспециализированные частные банки стремятся оказать более комплексную поддержку клиенту.

Таким образом, банки должны быть готовы к изменениям: смена поколений уже началась, потребности беби-бумеров растут, а благодаря влиянию миллениалов, они информированы гораздо лучше, чем десять лет назад. Соответственно, требования к банкам будут стремительно расти. При этом каждое финансовое учреждение должно принять решение о внедрении инноваций либо в модель обслуживания, либо в технологическую область. В обоих случаях речь идет о так называемом «пользовательском опыте».

Спрос на банки нового поколения

Банки должны что-то предложить поколению Y. Сегодня речь уже не идет просто об управлении средствами клиентов. Клиент выбирает контент и формирует модель деловых отношений. Для миллениалов наличие счета в банке, где он может хранить унаследованные миллионы – это не событие всей жизни и не эксклюзивный сервис. В запросах клиентов встречаются абсолютно разные тенденции: с одной стороны, существуют группы клиентов, которые не хотят видеть сложных схем в структуре своего депозита, но ценят активное и пассивное управление фондами с целью формирования капитала. С другой стороны, инвесторы устали от однообразных предложений банков со стандартизированной системой управления активами, уделяющих мало внимания или вовсе не учитывающих индивидуальных пожеланий клиентов.

Поколение Y заставит банки переосмыслить некоторые вещи: обычные банковские счета быстро и без проблем будут перенесены онлайн, одним нажатием клавиши. Таким образом, банкам необходимо будет предложить миллениалам что-то новое, то, что удовлетворит их потребности при взаимодействии с банком и придаст реальную ценность этим взаимоотношениям. Люди поколения Y больше заинтересованы в решениях, соответствующих их потребностям и желаниям, чем в брендах и продуктах. Они получают информацию о таких услугах онлайн и ищут рекомендации у своих друзей и экспертов.

Для того, чтобы миллениалы могли полностью сосредоточиться на своих увлечениях за пределами финансового мира, банки должны стать финансовыми учреждениями нового поколения. Это означает максимальное движение навстречу клиенту, а также внедрение инновационных предложений в банковские традиции. К таковым, с одной стороны, относятся такие услуги как доступность, скорость, опыт и финансовое ноу-хау. С другой стороны, востребованы конкретные навыки в сфере социальных сетей для формирования интересных предложений и выстраивания диалога с клиентом. Необходимо целостное представление о взаимодействии с клиентом. На практике это означает, что может потребоваться непрерывное обучение или круглосуточное обслуживание, ведь клиенты находятся по всему миру, в разных часовых поясах и иногда хотят быстро решить какую-либо проблему. Правильное понимание новых вызовов помогает профессионалам находить ответы на них.

Об авторе: Михаэль Велти – глава подразделения банка REYL & Cie Ltd в Цюрихе, управляющий директор департамента по управлению крупным частным капиталом.

www.reyl.com

Source URL:
https://nashagazeta.ch/news/economie/reyl-o-millenialah-pokolenie-y-nasleduet-milliony