Capgemini Contacts:
Frida Anderberg
PR-chef Capgemini Sverige
frida.anderberg@capgemini.com
0706 585 120

Robin Segerfeldt
Ansvarig för sektorn kapitalförvaltning
Capgemini Consulting
robin.segerfeldt@capgemini.com
0707 480 049

Merrill Lynch Contacts:
Carl Fried
Burson-Marsteller för Merrill Lynch
carl.fried@bm.com
0765 461 212

Steen Foldberg
Director
Merrill Lynch Global Wealth Management
steen_foldberg@ml.com
+352 621 177 417

Krisen minskar kundernas förtroende för kapitalförvaltare

Med ökad transparens och förbättrad riskhantering kan kapitalförvaltarna återfå kundernas förtroende

Stockholm – 24 juni 2009 – Den finansiella krisen har skadat det förtroende som High Net Worth Individuals (HNWIs; personer med mer än 1 miljon USD i nettotillgångar) har för marknaden, reglerande myndigheter, finansiella institutioner och portföljförvaltning. Det visar 2009 års World Wealth Report som idag presenteras av Merrill Lynch Global Wealth Management och Capgemini. Förluster och minskat förtroende har fått många dollarmiljonärer att flytta sin förmögenhet mot säkrare investeringar. För att minska risk har de också fördelat investeringar mellan fler olika aktörer. Rapporten visar att mer än 25 procent av dollarmiljonärerna har tagit ut sina tillgångar eller lämnat sin kapitalförvaltare helt och hållet under 2008.

”Vår undersökning visar att kapitalförvaltningsföretagen prioriterar kundnöjdhet, men ändå är det många som inte helt förstår vad som får förmögna kunder att stanna kvar eller lämna dem”, säger Robin Segerfeldt, ansvarig för sektorn kapitalförvaltning på Capgemini Consulting. ”Många kapitalförvaltningsföretag missbedömer även hur nöjda deras egna kundrådgivare är med företagets tjänster och verktyg. För att behålla och attrahera kunder måste kapitalförvaltare öka transparensen i kommunikationen med sina

kunder, exempelvis i rådgivning och kundrapporter. De måste även tillhandahålla bättre riskinformation."

World Wealth Report är baserad på enkäter som fler än 1350 rådgivare, 200 HNWI-kunder och mer än 60 chefer inom kapitalförvaltning har svarat på. Resultaten visar att kvalitet på tjänsterna, online-möjligheter och riskhantering, speciellt gällande rapportering och transparens, är nyckelfaktorer för att behålla kunder i framtiden.

Skilda uppfattningar mellan rådgivare och HNWIs om vad som får en kund att stanna

Rådgivare förstår generellt nyckelfaktorerna i kundrelationen – hela 88 procent av de undersökta HNWIs och 87 procent av rådgivarna säger att kvaliteten på tjänsterna är "mycket viktig" och en nyckelfaktor för att få kunder att stanna.

Men rådgivarna missbedömer några av de faktorer som kunderna värderar högt. Skillnaden i uppfattning mellan rådgivare och kund lämnar utrymme för förbättring inom följande områden:

- Onlinetjänster ansågs vara "mycket viktiga" enligt 66 procent av kunderna, men endast av 32 procent av rådgivarna – ett gap på 34 procentenheter.
- Uppfattningen om rapporteringens kvalitet skilde sig med 24 procentenheter
- Uppfattningen om riskhantering och kapacitet för due dilligence hade ett gap på 19 procentenheter.
- Uppfattningar angående avgiftsstrukturer visade på ett gap på 18 procentenheter.

Holistisk riskutvärdering kan lugna kunderna

73 procent av tillfrågade HNWIs angav att riskhantering och kapacitet inom due dilligence var en viktig faktor i valet av rådgivare. Endast 54 procent av rådgivarna menade att detta var en anledning till varför en kund stannade kvar eller inte. Genom att utveckla bättre och mer transparenta processer kring riskhantering så kan kapitalförvaltare börja återfå kundernas förtroende.

En mer holistisk riskvärdering kan hjälpa kunderna och rådgivarna att fatta bättre investeringsbeslut. En sådan riskvärdering skulle kunna innefatta finanspsykologi, scenarioanalys och tydligare diversifieringsprinciper för att hjälpa kunder att förstå, exempelvis den verkliga effekten av en kedja oväntade händelser som t.ex. inkomstbortfall, och oväntade händelser på marknaden.

Att stödja rådgivaren är också en nyckelfaktor för kapitalförvaltarna

Av de rådgivare som var missnöjda med det stöd och support de får från sina företag, förlorade 90 procent av dem kunder under 2008. Det ligger i företagens intresse att försäkra sig om att rådgivarna är nöjda med tjänsteutbud och support.

Under 2008 var rådgivarna mest missnöjda med sitt företags kommunikation och direktiv under själva finanskrisen, men även över kundernas möjlighet att få rapporter och status online.

"Förra årets händelser har fundamentalt ändrat hur kunder ser på investeringar. Många har behövt gå igenom sina strategier och portföljer och anpassat förväntningarna till en mer långsamt växande marknad", säger Steen Foldberg, Director Merrill Lynch Wealth Management." De företag som verkligen förstår vad deras kunder har gått igenom och kan investera i de resurser och verktyg som hjälper dem framåt kommer att ha de största möjligheterna att lyckas i framtiden."

Om Merrill Lynch Global Wealth Management

Merrill Lynch Global Wealth Management (GWM) är en ledande global aktör inom förmögenhetsförvaltning och investeringstjänster för privatpersoner och företag. Med ungefär 16 000 finansiella rådgivare och mer än 1,1 biljoner under förvaltning, är företaget ett av världens största inom sitt område. Mer är två tredjedelar av GWMs kapital under förvaltning är från klienter med nettotillgångar värda över 1 miljon USD (HNWIs).

Inom GWM, tillgodoser avdelningen för Private Banking & Investment skräddarsydda lösningar för klienter (Ultra-HNWIs) med extremt högt nettovärde genom att erbjuda närheten av en mindre firma, men resurserna från ett ledande globalt företag inom finansiella tjänster. Dessa klienter hanteras av över 160 rådgivare inom privat förmögenhetshantering tillsammans med experter inom områdena Investment Managment, Concentrated Stock Management och Intergenerational Wealth Transfer Strategies. Merrill Lynch Global Wealth Management är en del av Bank of America Corporation.

Om Capgemini

Capgemini är en av världens största leverantörer av konsult-, teknik- och outsourcingtjänster. Vi gör det möjligt för våra kunder att förändra sin affärsverksamhet och åstadkomma enastående

resultat med hjälp av teknologi. Tillsammans med oss får våra kunder insikten och möjligheten att öka sin frihet på marknaden genom vårt unika sätt att samarbeta – Collaborate Business Experience – och genom vår globala leveransmodell Rightshore®, som möjliggör ett erbjudande av rätt resurser på rätt plats till ett konkurrenskraftigt pris. Capgemini finns i fler än 30 länder med över 90 000 anställda globalt, varav cirka 1300 i Sverige, och 2008 omsatte vi 8,7 miljarder Euro. Mer information finns på http://www.se.capgemini.com.

Note to Editors/Reporters: För att ladda ner World Wealth Report 2009, vänligen se; www.capgemini.com/worldwealthreport