

Pourquoi les gestionnaires de patrimoine doivent offrir des expériences digitales d'exception ?



Sommaire

Introduction	3
Gagner et conserver des clients devient vraiment plus difficile	4
Trop d'entreprises ne sont pas assez digitales	5
Les conseillers ne sont pas équipés pour répondre aux nouvelles exigences	6
Un enablement plus intelligent permet d'atteindre de meilleurs résultats	7
Établir et entretenir des relations avec les natifs de l'ère digitale	8
Créer des expériences captivantes pour les prospects et clients	9
Améliorer les connaissances et les performances	10
Offrir l'expérience moderne attendue par les clients des gestionnaires de patrimoine	11
A propos de Seismic	12



Introduction

Depuis cinq ans, le secteur des services financiers a été dynamisé par une transformation, voire même une révolution. En particulier, les sociétés de gestion de patrimoine sont aux prises avec des conditions économiques sans précédent et une incertitude qui bouleversent de nombreuses pratiques traditionnelles de gestion des affaires.

Selon Deloitte, le principal facteur de révolution du secteur financier est l'aisance de l'ensemble de la clientèle à l'égard des applications et des canaux digitaux.¹ En d'autres termes, les jeunes investisseurs ne sont plus les seuls à attendre que leurs besoins soient satisfaits par voie digitale. La question est donc de savoir pourquoi tant de conseillers continuent de s'appuyer sur des modes d'interaction manifestement dépassés.

Les entreprises qui ne proposent pas d'expérience digitale sur téléphones portables à leurs clients verront leurs problèmes de mise en relation, d'acquisition et de fidélisation des clients s'aggraver. Pour que les sociétés de gestion de patrimoine aient du succès, les conseillers doivent disposer des bons outils digitaux et des bonnes compétences pour renforcer à la fois les relations avec les clients, mais aussi la croissance à long terme.

¹<https://www2.deloitte.com/us/en/pages/financial-services/articles/trends-in-wealth-management.html>





Gagner et conserver des clients devient vraiment plus difficile

L'imminence de la transmission des grandes fortunes ne fait qu'accentuer l'urgence du passage au digital. Sur le seul marché nord-américain, près de 70 000 milliards de dollars changeront de mains au cours des deux prochaines décennies². Cette tendance aura un impact sur les relations avec les clients existants et il sera de plus en plus important d'utiliser des méthodes plus innovantes pour fidéliser la nouvelle génération de clients, qui ne sont plus si jeunes, qui s'attendent à des services digitaux rapides et fluides.

Si certains cabinets de premier plan intègrent déjà des expériences digitales, de nombreux cabinets sont à la traîne, ne disposant pas des outils nécessaires pour fournir à leurs conseillers les compétences et le contenu dont ils ont besoin pour réussir à l'ère du digital.³

² <https://www.cnn.com/2019/10/21/what-the-68-trillion-great-wealth-transfer-means-for-advisors.html>

³ <https://www2.deloitte.com/us/en/pages/financial-services/articles/trends-in-wealth-management.html>

Trop d'entreprises ne sont pas assez digitales

La diminution des rendez-vous en face à face avec les clients pose des problèmes aux conseillers qui ont l'habitude de nouer des relations et de partager leur expertise en personne, au bureau ou au domicile du client. Il est également difficile d'établir de nouvelles relations, car les conseillers ne peuvent plus compter sur les séminaires, les déjeuners d'affaires et autres événements en présentiel pour conclure de nouvelles affaires.

Aujourd'hui, les conseillers doivent trouver de nouveaux moyens d'être convaincants et attractifs. 60% de la population mondiale a aujourd'hui moins de 40 ans.⁴ Alors que les services digitaux sont devenus la norme, même dans les catégories d'investisseurs plus âgés, il sera encore plus important pour les conseillers d'utiliser des pratiques d'interaction digitale innovantes à mesure que le patrimoine sera transféré à ces jeunes nés à l'ère du digital.

Pour la population née à l'ère du digital, le service est un facteur décisif dans le choix d'une entreprise. Ils attendent des expériences digitales interactives, fluides, automatisées, sans friction, intégrées et collaboratives¹, pour ne citer que quelques-unes de leurs exigences. Ils préfèrent également les réunions virtuelles aux réunions en présentiel et veulent disposer d'un grand choix d'options en libre-service.

Des PDF statiques contenant un jargon complexe ne vont pas les convaincre, surtout si les informations présentées ne sont pas exactes à 100 %. Il faut donc mettre un terme à l'élaboration manuelle de présentations dans lesquelles il est trop facile d'inclure accidentellement des détails erronés.

⁴ <https://www.visualcapitalist.com/the-worlds-population-2020-by-age/>

Les conseillers ne sont pas équipés pour répondre aux nouvelles exigences

La gestion de patrimoine est un secteur subtil et complexe, même dans des conditions économiques idéales. Et aujourd'hui, les conseillers subissent une pression énorme pour comprendre des centaines d'options d'investissement et rester au fait de l'évolution des réglementations, tout en passant à des modes d'interaction avec les clients presque exclusivement digitaux.

Les interactions digitales exigent un ensemble de compétences variées que de nombreux conseillers ne possèdent pas encore. Même les conseillers très expérimentés ont besoin d'une formation pour adapter les techniques et autres pratiques qui ont fait leur succès. Dans ce cas, le défi pour les entreprises consiste à créer des ressources pédagogiques stimulantes - à grande échelle - pour des équipes éparpillées géographiquement.





Un enablement plus intelligent permet d'atteindre de meilleurs résultats

La compréhension des nouvelles options d'investissement, l'évolution des réglementations et la modernisation des modes d'interaction sont des éléments essentiels pour gagner de nouvelles affaires, fournir les services souhaités et prévenir l'effet d'usure.

Pour atteindre et dépasser leurs objectifs, les conseillers ont besoin d'une technologie d'enablement qui les aide à interagir et à construire des relations solides via les canaux digitaux. Ils doivent concevoir des expériences digitales séduisantes et conformes à la réglementation en tirant parti des recommandations de contenu de l'IA, des espaces de collaboration en ligne, des capacités de mise à jour fluides et des modes de présentation de l'information qui se démarquent - et ils doivent se former en permanence pour n'avoir de cesse de s'améliorer.



Établir et entretenir des relations avec les natifs de l'ère digitale

La technologie d'enablement permet aux conseillers de rationaliser leurs activités quotidiennes et d'optimiser le temps qu'ils passent avec leurs clients et prospects, car ils n'ont plus besoin de passer des heures à chercher les ressources les plus pertinentes. Grâce à des conseils automatisés en temps réel sur le contenu à présenter et la sélection du moment opportun, les conseillers peuvent partager ce qu'ils ont de mieux plus rapidement, et donc avec plus de clients dans un délai donné. Et ils peuvent utiliser ces heures gagnées pour entretenir les relations existantes et en construire de nouvelles.

La technologie d'enablement permet également de s'assurer facilement que le contenu partagé par les conseillers est exact et conforme. Grâce à des règles et à une logique intégrées, les logiciels d'enablement permettent aux équipes en charge de la conformité d'examiner plus efficacement le respect des règlements et normes et d'attribuer des rôles spécifiques aux documents, créant ainsi un suivi complet du contenu, qu'il soit approuvé, publié ou périmé.

Créer des expériences captivantes pour les prospects et clients

N'oubliez pas : pour attirer et fidéliser les clients à l'aube de la transmission des grandes fortunes, il est essentiel de proposer les expériences digitales auxquelles s'attendent les héritiers de toutes ces richesses. Et cela signifie donner aux conseillers les moyens de concevoir ces expériences.

Les interactions virtuelles et digitales avec les clients ne sont plus l'exception, elles sont désormais la norme. Et pourtant, les natifs de l'ère digitale s'attendent à ce que ces expériences en ligne soient tout aussi personnalisées et captivantes que les rendez-vous en présentiel. Alors comment élaborer cette expérience en ligne personnalisée exceptionnelle ?

L'interaction est la clé, non seulement parce qu'elle est intrinsèquement plus convaincante, mais aussi parce qu'elle met le client aux commandes de sa propre expérience.

Grâce à une technologie qui permet aux clients de choisir leur propre parcours afin de consommer les informations qu'ils souhaitent dans l'ordre qui leur convient, les conseillers peuvent proposer le libre-service en ligne qu'attend cette nouvelle génération d'investisseurs.

Et pour ajouter une touche personnelle, les espaces clients digitaux permettent aux conseillers de communiquer en toute sécurité avec les clients et de créer du contenu pour eux, afin de répondre en permanence à leurs besoins spécifiques.





Améliorer les connaissances et les performances

Avec le temps supplémentaire consacré à la communication avec les clients et les nombreux nouveaux moyens de le faire, il est plus important que jamais que les conseillers se tiennent au courant du large éventail de produits d'investissement disponibles et des évolutions permanentes du secteur. La technologie d'enablement facilite tout cela et permet aux conseillers de se perfectionner afin de pouvoir interagir efficacement avec les clients dans le nouveau monde digital des services financiers.

Pour aider les conseillers à acquérir ces compétences, la plateforme d'enablement doit offrir une variété de fonctionnalités. Dans un rapport récent, PwC affirme qu'il est important de permettre aux gens d'apprendre de la manière qui leur convient le mieux, par exemple, par le biais de la vidéo, du jeu... Il est également important d'offrir aux employés la possibilité de mettre en pratique de nouvelles compétences - par exemple, en leur demandant d'utiliser leur formation en analyse et en simulation pour aider à personnaliser les solutions d'investissement et les expériences clients de manière plus efficace ⁵. Enfin, les outils d'analyse intégrés doivent permettre de savoir si les contenus de formation et les contenus clients remplissent leur fonction, ce qui permet d'identifier les possibilités d'amélioration.

⁵ <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/asset-management/publications/asset-wealth-managementrevolution-2020.html>

Offrir l'expérience moderne attendue par les clients des gestionnaires de patrimoine

Les sociétés de gestion de patrimoine ne peuvent plus se permettre de s'en remettre aux méthodes traditionnelles d'interaction avec la clientèle. Il est temps de fournir aux conseillers les outils dont ils ont besoin pour susciter l'interaction dans ce nouveau monde digital et pour perfectionner en permanence les nouvelles compétences dont ils ont besoin pour rester performants.

Contactez un expert **Seismic** pour commencer dès aujourd'hui.

Lincoln Financial Group s'est associé à Seismic pour créer un processus de diffusion de contenu conforme et personnalisé à un grand groupe de professionnels de la finance, permettant aux destinataires de planifier une réunion directement à partir d'un e-mail. Le résultat ? L'entreprise a augmenté la fréquence d'interaction avec ses clients et a finalement atteint ses objectifs en exploitant ses précieuses données internes.



Nous devons trouver des moyens de faire passer le bon message, au bon moment et au bon professionnel de la finance et aucune entreprise n'incarne mieux cela que Seismic."

Phil Armas

VP of Digital Business
Lincoln Financial Group



A propos de Seismic

Seismic est le leader mondial de l'enablement, aidant les organisations à interagir avec les clients, à former les équipes et à doper la croissance du chiffre d'affaires. Seismic Enablement Cloud™ est la plateforme d'enablement la plus puissante et la plus unifiée. Elle dote les équipes en charge de la relation client des compétences, du contenu, des outils et des connaissances nécessaires pour se développer et réussir. Des plus grandes entreprises du monde aux startups en passant par les PME, plus de 2 000 entreprises dans le monde font confiance à Seismic pour leurs besoins en enablement. Seismic a son siège social à San Diego et possède des bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Australie.

Pour en savoir plus, veuillez consulter [Seismic.com](https://www.seismic.com) et nous suivre sur [LinkedIn](#), [Twitter](#) et [Instagram](#).

Visit our Website →

