

Für Privatbanken und Vermögensverwalter

Neukunden via Internet

Vermögensverwaltung ist ein persönliches Geschäft. Der moderne Kunde will sich seinen Kundenberater selber aussuchen können und zwar wie gewohnt im Internet. Diese Wahlmöglichkeit wird ein neuer Erfolgsfaktor im Private Banking.

Folge der Bankenkrise: Wählerische Kunden

Die Finanzkrise von 2008 hat diesen Paradigmenwechsel noch beschleunigt: Selten zuvor waren so viele Privatanleger in Bewegung wie heute. Viele haben ihrem bisherigen Vermögensverwalter innerlich gekündigt und halten nun nach individuell passenden Alternativen Ausschau. Da kommt das Internetportal Switzerbank.com wie gerufen.

Videoporträts von Vermögensverwaltern

So funktioniert es: Privatanleger mit Einlagen von mindestens 100'000 CHF suchen auf Switzerbank.com ihren persönlichen Vermögensverwalter nach Bank, Standort, Kompetenzen und weiteren Kriterien. Der Clou: Professionell produzierte Video-Interviews vermitteln dem Benutzer auch ein Bauchgefühl dafür, ob er sich mit diesem Kundenberater wohl fühlen würde («Sympathie-basiertes Matching»).



Erfolgsgeschichten

Jedes Porträt auf Switzerbank.com wird durchschnittlich 300 Mal pro Monat von einem interessierten Internetbenutzer aus dem In- oder Ausland begutachtet. Einzelne porträtierte Vermögensverwalter erhielten mehrere Anfragen pro Monat und es ergaben sich auch schon Neugeschäfte mit Anlagebeträgen im zweistelligen Millionenbereich (vgl. Switzerbank.com > Infos > Newsletter 06).

Die Datenbank wächst kontinuierlich

Nach einem Jahr präsentierte Switzerbank.com bereits 75 Kundenberaterporträts von 21 Schweizer Banken und 15 unabhängigen Vermögensverwaltungsfirmen. Die Betreiber verlangen keine Vermittlungsprovisionen. Die Publikationsgebühren betragen je nach Porträtumfang pauschal 1'400 bis 2'400 CHF pro Jahr.

Medieninteresse (Auszug)

SF IOVORIO SF TAGESschau 3sat cash Handelszeitung PRIVATE BANKING SUMMIT

ACADEMY
MANAGEMENT EXCELLENCE
FOR BEST EXECUTION