



GENERÁCIÓRÓL GENERÁCIÓRA

Kitüntetett figyelemben és személyre szabott szolgáltatásokban részesülnek a Friedrich Wilhelm Raiffeisen ügyfelei. A Raiffeisen Bank privátbanki szolgáltatója Magyarország egyik vezető szereplője a családi vagyonok megőrzésének.

Ritka, amikor egy szolgáltató egyszerre két rangos elismerésben is részesül a hazai és a nemzetközi piacon, a Raiffeisen Bank privátbanki szolgáltatójának azonban idén sikerült a bravúr.

Áprilisban az EMEA Finance magazin a legjobb privátbanki szolgáltatónak választotta Magyarországon, majd júliusban a Blochamps Hungary is értékelte teljesítményét a hazai szakmai díjak átadóján. Itt a Raiffeisen Private Banking lett az év privátbanki szolgáltatója 2018-ban, emellett pedig három másik kategóriában is díjat kapott.

Bálint Attila, az üzletág vezetője, egyben a bank befektetési alapkezelőjének vezérigazgatója a siker titkát ügyfeleik bizalmában látja, amely több mint

20 éve töretlen. A bank 1996-ban úttörőként indította el privátbanki szolgáltatását, ami pár évvel a rendszerváltás után merész vállalkozásnak számított. Akkoriban a Raiffeisennek sem lakossági, sem prémium szolgáltatása nem volt, így egyből a koronaésszerrel kezdtek, miután egyre több visszajelzés érkezett a náluk bankoló vállalatok vezetőitől, hogy szívesen intéznék magánpénzügyeiket is házon belül. Azóta is meghatározó szereplői a hazai piacnak, és ma már több mint 500 milliárd forintot kezelnek az üzletágban. A Raiffeisen független kereskedelmi bank tudott maradni, ahol többségében legalább tízéves múlttal dolgozó szakemberek segítik ügyfeleiket a fix, alacsony kamatot biztosító eszközökkel erősebb hozamokkal bíró lehetőségekhez.



Bálint Attila, a Raiffeisen Private Banking üzletág vezetője,
a Raiffeisen Befektetési Alapkezelő Zrt. vezérigazgatója

Jól mutatja a szolgáltatót övező lojalitást, hogy az új ügyfelek gyakran régi kliensek ajánlására érkeznek hozzájuk. A Blochamps Hungary felmérése szerint míg máshol akár több mint 100 ügyfél jut egy privátbankárra, addig Raiffeisennél ez a szám 50 körüli, ami erős személyes kapcsolatokat, a kliensek mélyebb ismeretét és ennek köszönhetően testreszabott ajánlatokat jelent. Hosszú távú együttműködésben gondolkodnak, ez azonban megköveteli a kommunikáció magas minőségét.

„Megbecsüljük az ügyfeleinket és az idejüket. Odafigyelünk arra, milyen vagyonelemeket tartanak fontosnak vagy mi fér bele a kockázatvállalási hajlandóságukba, és nem traktáljuk őket olyan termékekkel, amelyek kívül esnek az érdeklődési körükön” – magyarázza Bálint Attila.

Az alapvető továbbképzéseken túl nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy a befektetési tanácsadók folyamatosan fejlődjenek a soft skillek terén, értenek például az apró gesztusokból, és ügyeljenek

arra, hogy mindig a kliens pénzügyi tudásához igazítva fogalmazzanak. Törekednek az ismeretek bővítésére és az edukációra is, ami Bálint Attila szerint a jövőben fokozottan fontossá válik. *„Jelentős generációváltás figyelhető meg a piacon. Az elsőgenerációs vagyonszerzők átadják a vagyont a következő nemzedéknek, az utódok azonban nem feltétlenül vannak felkészülve erre”* – mutat rá az üzletágvezető.

Az új generáció kommunikációs szokásait figyelembe véve a digitalizáció a Raiffeisen működésében is egyre hangsúlyosabb: a papírt tablet és e-mail-ek helyettesítik, a portfólió áttekintését pedig számos új megoldás segíti. A Raiffeisen Bank “Elevator Lab” elnevezésű nemzetközi fintech együttműködési programja is tovább bővült, ugyanakkor még jobban a közép-kelet-európai térségre összpontosít, hiszen ezúttal csaknem kétszer annyi pályázat érkezett ebből a régióból, mint az előző szakaszban. ■