



Financial Planning. Zielgruppe, Beratungskonzept, Akquise, Qualität

Nadine Schumacher

Broschiert – 132 Seiten
Edition Financial Services
VDM Verlag Dr. Müller
ISBN 3-936755-05-1

Inhaltsübersicht

Einführung in die Thematik des Financial Planning im Private Banking.....	17
Definitionen und Abgrenzungen	17
Definition Private Banking	17
Abgrenzung zu anderen Geschäftsfeldern	18
Definition Financial Planning	18
Abgrenzung zu alternativen Beratungsdienstleistungen	19
Methodik/Konzept.....	22
Formal-logischer Prozessablauf	22
Schwerpunkte und Ziele	25
Instrumente.....	25
Qualitätsdimensionen/-kriterien	27
Qualitätsbegriff	27
Besonderheiten, Ziele und Bedürfnisse vermögender Privatkunden	29
Angebotsumfeld.....	32
Anbieter	32
Angebotsformen	33
Gestaltungsmöglichkeiten, Qualität und Erscheinungsformen in der Informationsphase.....	34
Bedarfserkennung	34
Kundenauswahl/-selektion.....	34
Kundenansprache/-kontaktaufnahme	36
Akquisitionsgespräch.....	38
Vorbereitung und Durchführung	38
Honorarvereinbarung.....	40
Gewinnung des Kunden für die neue Dienstleistung.....	45
Ergebnisdokumentation.....	46
Erfolgsfaktoren in der Informationsphase	46
Interne Kommunikation positiver Erfahrungen.....	46
Qualifikation des Finanzplaners.....	47
Rahmenbedingungen	48
Gestaltungsmöglichkeiten, Qualität und Erscheinungsformen in der Analyse.....	50
Datenaufnahme	50
Bedeutung und Durchführungsmöglichkeiten	50
Vorbereitung der Datenaufnahme	51
Durchführung.....	52
Datenaufbereitung für die Analyse	54
EDV-gestützte Analyse.....	54
Datenübertragung in das EDV-System.....	54
Analyse und Bewertung der aktuellen Situation	55
Maßnahmenplanung.....	60
Gestaltungsmöglichkeiten, Qualität und Erscheinungsformen in der Strategiephase.....	62
Strategiegespräch	62
Ergebnispräsentation.....	62
Feinabstimmung	64
Dokumentation	65
Dokumentationsmedium	65
Inhalt/Elemente des Finanzplanes.....	67
Umfang	68
Betreuung.....	69
Hilfestellung im Vorfeld der Umsetzung.....	69
Anhang	70