

## המהפכה השקטה של הצרכנות הפיננסית

כתב: עומר גטניו

בשנים האחרונות מתחוללת מהפיכה שקטה בהרגלי הצריכה של אזרחי העולם. גם לישראל הגיעה מהפיכה זו והיא מאלצת את יצרני המוצרים, ספקי השירותים והמשווקים למיניהם להיות יצירתיים יותר ולחשוב מחדש על תפיסות העבר: בעברית קוראים לזה "האחדה", בלעז זה נשמע קצת יותר טוב - "קונסולידציה".

זה נמצא בכל מקום והפך לטבע שני אצל כלנו. פעם קנינו מוצרי מזון בהתאם להתמחות המוכר: בשר אצל הקצב, ירקות אצל הירקן, לחמים ודברי מאפה במאפיה, מוצרי בסיס במכולת השכונתית, אך היום אנחנו רוצים לקנות הכול אצל ספק אחד, במקום אחד עם מגוון רחב ובעיקר במינימום זמן. דוגמה נוספת ניתן לראות בשוק הטלקום - פעם צרכנו שירותים מספקים שונים בנפרד, טלפון נייד, טלפון ביתי, תשתית אינטרנט, תוכן אינטרנט, כבלים, שיחות לחו"ל... היום הכול ארוז כחבילת שירותים כוללת, תחרותית ובאמצעות ספק אחד.

תהליך דומה קורה גם בתחום הפיננסי וליתר דיוק, בהרגלי הצריכה של שירותים פיננסיים. הצרכן הישראלי, בשונה ממה שנהוג לחשוב, הופך להיות יותר ויותר מתוחכם. אם בעבר, משק בית נהג לרכוש מוצרים פיננסיים שונים ממשווקים שונים, מיצרנים שונים ובפלטרמות ניהול שונות, כל מוצר במקום אחר - קצבה נרכשה בקרן פנסיה באמצעות סוכן ביטוח, חיסכון קצר נרכש דרך קרן נאמנות או תיק מיועץ באמצעות יועץ בנקאי, חיסכון בינוני נרכש בקופת גמל דרך מגוון משווקים, ריסק למקרה מוות באמצעות הסוכן, הרי שהיום אנו עדים לשינוי. את השינוי מובילים כוחות השוק, אך גם הרגולציה האקטיבית, המאלצת את נותני השירותים והמשווקים בתחומי החיסכון והפיננסים, לראות את תמונת הלקוח המלאה לפני המלצה על פעולה כזו או אחרת וכן להסתמך יותר ויותר על תשלום עבור ייעוץ או שירות ישירות מכיסו של הלקוח, על פני עמלות המשלמות מיצרן המוצר על מכירה חד פעמית של המוצר. לא רחוק היום בו המרווחים על מכירת המוצרים יהיו רזים מדי או לא יהיו בכלל, מה שיאלץ את כל נותני השירותים בענף-הסוכנים, המשווקים הישירים של המוסדיים וכן מערכי הייעוץ בבנקים, לשנות את המודל העסקי ששירת אותם נאמנה עד כה ולהתחיל לחשוב על מודלים המבוססים על תשלום עבור ייעוץ חד פעמי או מתמשך מהלקוח.

אך לא רק על המודל העסקי מבוסס המעבר לקונסולידציה של שירותים. הצרכן מוכן לשלם מכיסו עבור ייעוץ או שירות בעלי ערך עבורו, בדמות קבלת תמונה מלאה במקום אחד של נכסיו והתחייבויותיו ונגישות מלאה למגוון הפתרונות הקיימים בשוק המקומי והבינלאומי. הצרכן מצפה מנותן השירותים להיות רב תחומי בידע, בכישורים וביכולות, שיעניק לו מענה על מגוון צרכים בשוק רווי שינויים ורפורמות בקצב מסחרר בתחומי המיסוי, החיסכון, הפרישה ועוד.

מהפיכה זו מהווה איום עבור כל נותני השירותים שלא ישכילו לזהות את רצונם של הצרכנים וימשיכו לנהוג כימים ימימה. רבים מתוכם ימצאו עצמם יום אחד, ולא בעוד הרבה זמן, עם פחות לקוחות, עם הכנסה נמוכה משמעותית עבור כל לקוח ועם דרישות שירות גבוהות יותר מבעבר.

כמובן שקיימת גם הזדמנות גדולה עבור אלו שישדרגו את עצמם מבחינת ידע מקצועי, כלי עבודה מתקדמים ושקופים ללקוח וכן עם יכולות רב תחומיות העונות על צרכים מגוונים של הלקוח. אותם נותני שירותים יוכלו להיחשף ללקוחות אמידים ומתוחכמים יותר היודעים להעריך ולתגמל עבור שירות יוצא דופן. הדרך להגיע להזדמנות זו חייבת לעבור דרך השקעה מתמשכת בצבירת ידע, בהכשרה מקצועית ובהרחבה משמעותית של מגוון השירותים אותם יהיה חייב משרד היועץ להעניק ללקוחותיו. בנוסף, מתגלה צורך באנשי מקצוע מיומנים שאינם קיימים היום במערכי הייעוץ השונים, המתמחים באנליזה פיננסית ותומכים בפעילותם של נותני השירותים ללקוחות הקצה.

עבור הלקוחות, מדובר בלא פחות מפריצת דרך; לראשונה, יחשפו בפני הלקוחות שירותים שהיו נגישים לשכבה מאוד מצומצמת של צרכנים ויאפשרו למשקי בית שאינם נמנים בהכרח על האלפיון העליון, ליהנות משירותים פיננסיים כוללים תחת קורת גג אחת, באמצעות אנשי מקצוע מצוינים הרואים את טובת הלקוח ומחויבים רק אליו.

\*הכותב הינו יו"ר איגוד המתכננים הפיננסיים בישראל ומנכ"ל "The Service תכנון פיננסי (א.פ.י) בע"מ".

The Service Financial Planning (F.P) Ltd.

Maskit 8, Herzliya Pituach

03-9707070

[info@theservice.co.il](mailto:info@theservice.co.il)

[www.theservice.co.il](http://www.theservice.co.il)



## **The Silent Revolution**

By Omer Gattenio CFP®

Over the past few years, a silent revolution has been brewing in global consumption patterns. The revolution has also reached Israel, and it has forced producers, service providers and marketers to be more creative and to rethink previous assumptions. In Hebrew, the term is “Haachada”; in English it sounds a bit better: “Consolidation”.

It’s everywhere and it has become second nature to all of us. Once we bought food based on the expertise of the seller: Meat from the butcher, vegetables from the greengrocer, bread and baked goods from the bakery and basic food items from the local grocery store. However, today we want a “one-stop shop” that sells a broad range of products that takes a minimum investment of time on our part. Another example can be seen in the telecom market - we used to purchase individual services from various suppliers: Fixed line, mobile, internet infrastructure, internet content, cable TV, international long-distance, etc. Today everything is bundled into a single package at a competitive price from a single supplier.

A similar process is underway in the financial industry, or more specifically, the consumption patterns of financial services. The Israeli consumer, contrary to what is commonly believed, is becoming more and more educated. In the past, Israeli households purchased financial products from various salespeople, providers and management platforms: Pensions from insurance agents, short-term savings through mutual funds or portfolio advice from a bank, medium term investments through provident funds sold by various marketers, life insurance through an insurance agent, etc. Today, we are witnessing a change in the market. This shift is being driven by the powers of the market as well as regulatory changes that are requiring service providers to look at the total picture of the client before making any recommendations, and to shift from commission-based compensation from the sale of products to fee-only compensation. We are not far from the day when the profitability from the sale of products will be slim to none, an event that will force all financial service providers - agents, in-house sales teams and advisers at the banks to change their business models and to think of new models, based on one-time or ongoing fee-only advice paid by the client.

That said, it is not just the shift to consolidation that is forcing the change in the business model. Consumers are prepared to pay out-of-pocket fees for advice or added-value services in exchange for getting a view of the entire picture of their financial assets and liabilities, as opposed to a focus on a single area. Consumers want access to the entire range of financial solutions available in both the domestic and international markets. Consumers expect financial providers to have a broad range of knowledge and abilities that will provide solutions to a wide range of needs in a market, with ever changing regulation in taxation, savings, retirement and more.

The Service Financial Planning (F.P) Ltd.

Maskit 8, Herzliya Pituach

03-9707070

[info@theservice.co.il](mailto:info@theservice.co.il)

[www.theservice.co.il](http://www.theservice.co.il)



The revolution is a threat to service providers who cannot identify the changing demands of consumers, and who will continue to act as if nothing has changed. One day in the not too distant future, many of them will find themselves with fewer clients, significantly lower income per client and with greater demands for service than in the past.

Of course, there is a huge opportunity for those service providers who strengthen their professional knowledge, use advanced tools that are transparent to the client and who have expertise and abilities in multiple areas that can answer the wide ranging needs of clients. These providers can be exposed to educated, high net-worth clients who can value and pay for exceptional service. The path to this opportunity lies through continued knowledge gathering, professional training and the broadening of the range of services offered to clients. Additionally, there is a need for qualified professionals who are not currently part of the various financial advisory profession, who can specialize in financial analysis and who can support the activities of financial service providers to the end user.

For clients, this is nothing less than a breakthrough. For the first time, clients will be exposed to services that were previously available only to a very small number of consumers, and will allow households that are not in the top tier of wealth, to receive comprehensive financial services under one roof, through capable professionals who are dedicated solely to the benefit of the client.

*The author is the chairman of the Union of Financial Planners in Israel and the CEO of "The Service Financial Planning (F.P.) Ltd".*