

Press release

Julie Vichi
Marketing & Communications
Tel: +352 451 452 130
Email: lupress@deloitte.lu

Private banking adapting to emerging customer demands

On Tuesday 27 October, 140 professionals from the Luxembourg banking industry gathered at Deloitte Luxembourg's Private Wealth Conference. The event set the scene for an in-depth discussion on the recent development affecting the private banking industry.

“Private wealth managers are seeing an exponential change in their clients’ expectations and behavior. A majority of clients expect services and products fully tailored to their situation and specific needs, and this requires complex financial structures and a new, personalized approach. The banks in Luxembourg are now reviewing their business model to accommodate the emerging requirements of the high-end customer segment,” explains Pascal Rapallino, Partner, Tax at Deloitte Luxembourg.

Going digital

One of the emerging trends discussed at the conference, was the fact that private banking customers are expecting to interact with their relationship manager outside of normal office hours and via the channel of their choice, such as mobile applications and other digital solutions. The private banking industry can no longer limit their client interaction to traditional meetings.

“The digital communication channels will certainly not replace the in-person interaction with clients, but complement the existing services. Clients are placing increasing importance on three aspects of their business relationship; one is the value proposition offered by the banking partner, the second is the corresponding pricing model and the third is the ease of interaction with their relationship manager. The development of digital solutions is therefore key,” adds Pascal Martino, Partner Advisory & Consulting and Digital Leader at Deloitte Luxembourg.

Earlier this year, Deloitte Luxembourg developed a new, online tool named Anywealth, allowing users - mainly relationship managers and compliance functions - to get information on the regulatory, fiscal and KYC/AML requirements applicable to a particular cross-border investment in real time.

New pricing models

Services such as tax reporting and tax reclaim, viewed before by clients as value-added services, are no longer viewed as such and are now considered by clients as being part of a basic service offering. Players in the private banking industry are therefore increasingly considering outsourcing these examples of non-core services and focusing their attention and investment on the core aspects of their value proposition. Emerging competitors from areas outside of the banking sector are further provoking a change in the banks' established business and pricing models.

“Through its service offering, the private banking industry in Luxembourg is targeting the UHNWI and HNWI clients and striving to become a preferred jurisdiction for this segment, as opposed to developing general services for the mass affluent market,” concludes Pascal Rapallino.

L'adaptation du private banking face aux nouvelles demandes des clients

Le mardi 27 octobre, 140 professionnels du secteur bancaire luxembourgeois se sont réunis à l'occasion de la Conférence de Deloitte Luxembourg sur le patrimoine privé. L'événement a préparé le terrain pour une discussion approfondie sur le récent développement qui touche le secteur du private banking.

« Les gestionnaires de patrimoine privé assistent à une profonde mutation des attentes et du comportement de leurs clients. La plupart des clients s'attendent à des services et à des produits entièrement adaptés à leur situation et à leurs besoins spécifiques. Cela implique des structures financières complexes ainsi qu'une nouvelle approche personnalisée. Les banques au Luxembourg sont en train de revoir leur modèle commercial afin de s'adapter aux nouvelles exigences du segment des clients haut de gamme, » explique Pascal Rapallino, Partner Tax chez Deloitte Luxembourg.

La numérisation

Une des nouvelles tendances évoquées durant la conférence concernait les clients du secteur du private banking qui s'attendent à interagir avec leur gestionnaire relation client en dehors des heures de bureau normales ; et ce, via le canal de leur choix, tel que les applications mobiles et autres solutions numériques. Le secteur du private banking ne peut plus limiter l'interaction de leurs clients à des réunions traditionnelles.

« Il est certain que les moyens de communication numériques ne vont pas remplacer les interactions en personne avec les clients. En revanche, ils vont compléter les services existants. Les clients accordent une importance de plus en plus forte à trois aspects de leur relation commerciale ; le premier est la valeur proposée par le partenaire bancaire, le deuxième est le modèle de tarification correspondant et le troisième est la facilité d'interaction avec leur gestionnaire relation client. De ce fait, le développement des solutions numériques est capital, » ajoute Pascal Martino, Partner Advisory & Consulting et Digital Leader chez Deloitte Luxembourg.

Cette année, Deloitte Luxembourg a développé un nouvel outil en ligne nommé « Anywealth », permettant aux utilisateurs (principalement des gestionnaires relation client et des services chargés de la vérification de la conformité) d'obtenir des informations sur les exigences concernant la réglementation, la fiscalité, la vigilance à l'égard de la clientèle et la lutte contre le blanchiment d'argent applicables à un investissement transfrontalier spécifique en temps réel.

Les nouveaux modèles de tarification

Auparavant, les services tels que la déclaration de revenus et la restitution de l'impôt étaient vus par les clients comme des services à valeur ajoutée. Ils sont désormais considérés par les clients comme faisant partie d'une offre de services de base. De ce fait, les acteurs du secteur du private banking envisagent de plus en plus de sous-traiter ces exemples de services auxiliaires ainsi que de concentrer leur attention et leur investissement sur les aspects essentiels de leur valeur proposée. Les nouveaux concurrents n'appartenant pas au secteur bancaire sont même à l'origine d'un changement au niveau de l'activité établie des banques et de leurs modèles de tarification.

« Au moyen de son offre de services, le secteur du private banking au Luxembourg cible les clientèles UHNWI et HNWI et s'efforce de devenir le secteur privilégié par ce segment, plutôt que de développer des services généraux pour le marché des personnes aisées, » conclut Pascal Rapallino.

Private Banking passt sich an neu aufkommende Anforderungen der Kunden an

Am Dienstag, den 27. Oktober trafen sich 140 Fachleute des Luxemburger Bankensektors bei der Private Wealth Conference von Deloitte Luxemburg. Die Veranstaltung bildete ein Forum für eine intensive Diskussion über die jüngsten Entwicklungen, mit denen die Private-Banking-Branche konfrontiert ist.

„Private Vermögensverwalter erleben einen außergewöhnlichen Wandel der Erwartungen und des Verhaltens ihrer Kunden. Eine Mehrheit der Kunden erwartet Dienstleistungen und Produkte, die exakt auf ihre Situation und ihre speziellen Bedürfnisse angepasst sind, und das erfordert komplexe Finanzstrukturen und eine neue personalisierte Herangehensweise. Die Banken in Luxemburg überprüfen derzeit ihr Geschäftsmodell, um den neu aufkommenden Anforderungen ihres gehobenen Kundensegments Rechnung zu tragen,“ erläutert Pascal Rapallino, Partner Tax bei Deloitte Luxemburg.

Digitalisierung

Einer der auf der Konferenz diskutierten neuen Trends war die Tatsache, dass Private-Banking-Kunden erwarten, auch außerhalb der üblichen Geschäftszeiten über Kommunikationskanäle ihrer Wahl mit ihren Kundenberatern in Kontakt treten zu können, beispielsweise über mobile Anwendungen und andere digitale Lösungen. Die Private-Banking-Branche kann ihre Kundeninteraktion nicht länger auf traditionelle Treffen beschränken.

„Die digitalen Kommunikationskanäle werden persönliche Kontakte mit Kunden sicher nicht ersetzen, aber sie werden die bestehenden Dienstleistungen ergänzen. Kunden messen drei Aspekten ihrer Geschäftsbeziehung zunehmende Bedeutung bei. Das ist zum einen das Nutzenversprechen ihres Bankpartners, zweitens das entsprechende Preismodell und drittens der Komfort bei der Interaktion mit ihrem Kundenberater. Die Entwicklung digitaler Lösungen spielt daher eine Schlüsselrolle,“ ergänzt Pascal Martino, Partner Advisory & Consulting und Digital Leader bei Deloitte Luxemburg.

In diesem Jahr entwickelte Deloitte Luxemburg bereits ein neues Online-Tool mit dem Namen Anywealth, das Benutzern – vor allem Kundenberatern und Compliance-Beauftragten – ermöglicht, Informationen über aufsichtsrechtliche und steuerliche Bestimmungen sowie über Anforderungen im Bereich KYC/AML, die eine bestimmte grenzüberschreitende Anlage betreffen, in Echtzeit zu erhalten.

Neue Preismodelle

Dienstleistungen wie Steueranmeldungen und Steuerrückforderungen, die von Kunden früher als Mehrwertdienste betrachtet wurden, haben diesen Status heute nicht mehr und gehören aus der Sicht der Kunden zum Basisangebot. Daher ziehen Akteure des Private Banking immer mehr in Erwägung, solche Beispiele für Dienstleistungen außerhalb ihres Kerngeschäfts zu outsourcen um ihre eigene Aufmerksamkeit und ihr Engagement den zentralen Aspekten ihres Nutzenversprechens zu widmen. Neue Mitbewerber von außerhalb des Bankensektors sorgen für einen weiteren Wandel der etablierten Geschäfts- und Preismodelle der Banken.

„Mit ihrem Dienstleistungsangebot will die Private-Banking-Branche in Luxemburg UHNWI und HNWI ansprechen und sich darum bemühen Luxemburg zum bevorzugten Land für dieses Segment zu machen, statt allgemeine Dienstleistungen für den breiteren Markt für vermögende Kunden zu entwickeln,“ so das Fazit von Pascal Rapallino.

About Deloitte

"Deloitte" is the brand under which tens of thousands of dedicated professionals in independent firms throughout the world collaborate to provide audit, consulting, financial advisory, risk management, and tax services to selected clients. These firms are members of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), a UK private company limited by guarantee. Each member firm provides services in a particular geographic area and is subject to the laws and professional regulations of the particular country or countries in which it operates. DTTL does not itself provide services to clients. DTTL and each DTTL member firm are separate and distinct legal entities, which cannot obligate each other. DTTL and each DTTL member firm are liable only for their own acts or omissions and not those of each other. Each DTTL member firm is structured differently in accordance with national laws, regulations, customary practice, and other factors, and may secure the provision of professional services in its territory through subsidiaries, affiliates, and/or other entities.

About Deloitte in Luxembourg

In Luxembourg, Deloitte consists of more than 90 partners and around 1,800 employees and is amongst the leading professional service providers on the market. For over 65 years, Deloitte has delivered high added-value services to national and international clients. Our multidisciplinary teams consist of specialists from different sectors and guarantee harmonised quality services to our clients in their field. Deloitte General Services, société à responsabilité limitée, is an affiliate of the Luxembourg member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, one of the world's leading networks of professional services firms.