

Nieprawidłowości w Wells Fargo

29.08.2018.

Jeden z największych amerykańskich banków zasłynął z otwierania „kont-widm” przez nękanymi wyśrubowanymi planami sprzedażowymi pracowników. Teraz okazuje się, że ofiarami sprzedaży niepotrzebnych produktów stawali się także najzamożniejsi klienci pionu private banking.

Wells Fargo nadal nie może zejść z czołówek serwisów informacyjnych. W 2016 r. instytucja została ukarana przez regulatora CFPB grzywną za otwieranie nieświadomym klientom rachunków i kart kredytowych. Rok później, po przeglądzie praktyk banku, okazało się, że „kont-widm” mogło być wielokrotnie więcej, niż się spodziewano. Nawet 3,5 mln rachunków uruchomiono tylko po to, aby pracownicy mogli zrealizować narzucone plany sprzedażowe.

Serwis Yahoo! pisze o podobnych problemach w pionie private banking Wells Fargo. Również tam głównym problemem były wyśrubowane oczekiwania wobec doradców i system wynagradzania, który tworzył konflikt interesów. Pracownicy musieli realizować szczegółowe plany sprzedaży, w których przewidywano minimalne ilościowe progi dla poszczególnych typów produktów.

Misselling dla najzamożniejszych

Przykładowo, doradcy mieli obowiązek sprzedania zamożnym klientom minimalnej ilości skomplikowanych produktów takich jak strategie opcyjne. Różnego rodzaju alternatywne inwestycje nie zawsze były odpowiednie dla osób powierzających Wells Fargo zarządzanie swoim majątkiem. Dla banku generowały jednak dodatkowe przychody z prowizji, obok opłat za usługi wealth management pobieranych od sumy aktywów w zarządzaniu.

Dodatkowo opiekunowie klientów zamożnych byli skłaniani do jak najszerzej sprzedaży krzyżowej (cross sell). Mieli oferować kredyty hipoteczne, pożyczki, usługi zarządzania nieruchomościami i inne produkty z oferty banku. Praktyka ta, powszechna w bankowości detalicznej, w przypadku private banking może doprowadzić raczej do zniechęcenia klientów, zwłaszcza najbardziej świadomych swoich finansowych potrzeb.

Narzędziem „uproduktowienia” najzamożniejszych klientów były także usługi planowania finansowego. Doradcy byli zobowiązani sprzedać pakiet doradztwa (kosztujący nawet 68 tys. dolarów rocznie) każdemu klientowi o aktywach powyżej 5 mln dolarów. Plan miał zidentyfikować luki, do których pracownik miał dopasować produkty finansowe.

Jak wskazują byli pracownicy Wells Fargo informujący o nieprawidłowościach w pionie wealth management, strategie stosowane przez bank tworzyły konflikt interesów. Doradca stawał przed wyborem – postawić na pierwszym miejscu interes klienta, ale narazić się na negatywne konsekwencje niezrealizowania planów sprzedażowych albo sprzedawać produkty, które w wielu przypadkach nie przynosiły żadnych korzyści klientowi lub wręcz narażały go na dodatkowe ryzyko.

Powyższa sytuacja powinna być ważnym elementem w dyskusji o prowadzeniu bankowego private banking. Czy doradca private banking ma być prawdziwym doradcą - któremu Klient będzie mógł zaufać, czy też następuje już ewolucja w kierunku sprzedawcy usług? A jeśli nie będzie korzyści z doradcy - to po co Klientom usługi "doradztwa" i czy nie otworzy to dalszego pola dla fintechów (patrz artykuł o

początkach ekskluzywności w Revolut) ?

źródło: Michał Kisiel, Bankier.pl