

Profundo: „Konzepte für den Konsum- und Finanzbereich“



Interview mit Patrick Vallejo,
Geschäftsführer profundo GmbH, Stuttgart

Wie ist Ihre Vertriebsgesellschaft profundo derzeit am Markt aufgestellt?

Vallejo: Wir sehen uns als Berater für den Konsum- und Finanzbereich, der nicht wie am Markt üblich Produkte sondern Konzepte liefert. Wir möchten unseren Kunden nicht nur Finanzeinsparungen präsentieren können, sondern in allen Bereichen des Lebens zu Verbesserungen verhelfen. Dieses erprobte Konzept garantiert Umsatz, wodurch wir auch viele zukünftigen Vertriebsmitarbeiter die Tür zur profundo öffnen können. Unsere Zielsetzungen sind realistisch jedoch auch optimistisch.

Wie erleben Sie die aktuelle Finanzkrise?

Vallejo: Klar spüren auch wir die allumfassende Finanzkrise, die sich schon zur Wirtschaftskrise ausgeweitet hat. Deshalb legen wir mehr denn je hohen Stellenwert auf unsere Bestandskundenbetreuung. Die profundo legt seit Anbeginn großen Wert auf Stra-

tegiepläne und versteht professionelles Coaching auch als wichtiges Instrument um auf Risiken richtig eingestellt zu sein.

Mit der Bestandsimmobilie als Kapitalanlage haben wir vor zwei Jahren schon Weitblick bewiesen. Das Sachwerte, richtige

Werte sind verstehen auch immer mehr unsere Kunden.

Wie gehen Sie jetzt mit Ihren Kunden um?

Patrick Vallejo Vallejo: Wir werden verstärkt bei unseren Bestandskunden machen, bei denen wir den Kunden offensiv mit der Krise entgegen und Ihnen auch die enormen Chancen dieser Zeit darlegen. So wird es in Zukunft auch immer mehr zu Cross-selling kommen.

Des Weiteren bieten wir unseren Kunden attraktive Bonus- und Kundenvergütungssystem an denen der Kunde am Erfolg der profundo mit partizipiert.

Was sind die derzeit am stärksten nachgefragten Dienstleistungen und Produkte Ihres Hauses?

Vallejo: In den letzten Jahren werden immer mehr Bestandsimmobilien von unseren Kunden nachgefragt. Doch auch die „kleinen“ täglichen Einsparungen im Konsumbereich, wofür wir die profundo-Einkaufswelt ins Leben gerufen haben, sind begehrt.

Welche Finanzprodukte werden Ihrer Meinung nach 2009 besonders gut laufen?

Vallejo: Wir sehen 2009 Sachwerte wie die Immobilie ganz weit vorne, hier arbeiten wir mit einem zuverlässigen und erfolgreichen Partner eng zusammen, sodass wir unseren Kunden immer etwas Passendes bieten können. Daneben wird die konservativ ausgerichtete Vermögensverwaltung unserer Ansicht in diesem Jahr eine wichtige Rolle spielen. Dieses Jahr werden auch Rürup-Produkte mehr nachgefragt werden.

Welche neuen Dienstleistungen bieten Sie 2009 Ihren Partnern und Kunden an?

Vallejo: Mit dem neu gegründeten Unternehmen, der profundo Analytics GmbH & Co. KG, haben wir ein einzigartiges Konzept geschaffen, indem der Kunde beispielsweise Einsparungen bei seinen täglichen Einkäufen erhält.

„Wir sehen 2009 Sachwerte wie die Immobilie ganz weit vorne.“

Ebenso haben wir eine eigene Firmenkreditkarte auf den Markt gebracht, die mit exklusiven Zusatzleistungen, vor allem im Bereich Urlaub und Reise, veredelt wurden, die so am Markt nicht üblich sind.

Wer sind Ihre Partner in der profundo Analytics GmbH & Co. KG und welche Geschäfte wickeln Sie darüber ab?

Vallejo: Partner der Analytics sind zum einen Mastercard und zum anderen mall-concept. Neben Online-Einkäufe und Tankrück-erstattungen bieten wir unseren

Kunden eine eigene Kreditkarte sowie exklusive Reiseleistungen an.

„Wir möchten unseren Kunden in allen Bereichen des Lebens zu Verbesserungen verhelfen.“

Patrick Vallejo

auch für Maklerpools ist unser Konzept einer der elegantesten und effizientesten Wege Kunden zu gewinnen.

Welche Ziele verfolgen Sie mit profundo in 2009?

Können neben Vermittlern auch Allfinanzvertriebe oder Maklerpools von Ihren Dienstleistungen profitieren?

Vallejo: Ja, sowohl für Allfinanzvertriebe als

Vallejo: Im Jahr 2009 steht der die Erhöhung des Mitarbeiterstamms mit qualifiziertem Personal an erster Stelle. Wir haben hier drei Bereichen in denen wir neuen Mitarbeiter einen Einstieg bieten können.

1. Bereich: Networker (kein § 34d GewO notwendig)
2. Bereich: Konsum- und Finanzanalysten (kein § 34d GewO notwendig)
3. Bereich: hauptberufliche Finanzdienstleister

Mit dem kürzlich erreichten Ziel, Umzug in das höchste Bürogebäude Stuttgarts, können wir unseren Mitarbeitern so auch ein repräsentatives Umfeld bieten.



Wir können nur Finance.

Es gibt Banken, es gibt Strukturvertriebe und es gibt die eFonds Group.

Als langjähriger Marktführer für geschlossene Fonds haben wir unser Leistungs-Portfolio jetzt auf die vollständige Anlageberatung ausgeweitet. Mit persönlicher 360°-Beratung, außerordentlichem Service und konkurrenzloser Technologie. Nutzen Sie die freie Produktwahl. Behalten Sie die absolute Autonomie über Ihren Kundenstamm. Und kassieren Sie die Provisionen. Vertrauen Sie auf einen zuverlässigen Partner mit KWG-Lizenz und zertifizierter Sicherheit.

www.eFonds.com
Tel. 089-57 94 94-600

eFonds Group

ALL ROUND FINANCE