



Има огромна разлика, между това да сте страхотен инвеститор и да управлявате успешно инвестиционна компания. Разликата е, че при второто осъзнавате, че каквато и доходност да се направи, или пък колкото и добри съвети да се дадат на клиентите, те са безполезни, ако не бъдат следвани.

Добрият съвет, заслужава много повече от това, което клиентите плащат за него. Средно добрият съвет, от друга страна не струва нищо, защото той така или иначе няма да бъде последван.

Добрите мениджъри на фондове, използват един прост трик – те са откровени и честни в комуникацията с клиентите си, за да могат да дадат на последните добра визия относно това какво могат да очакват от инвестициите си. Те се опитват да им помогнат да се вслушват в добрите инвестиционни съвети.

Като цяло финансовите консултанти не се славят с особено добра репутация. Те са известни с това, че обикновено са добри продавачи на услуги, докато портфолио-мениджърите се смята, че не изпълняват присъщите им функции особено добре.

Обикновено се смята, че мениджърите се фокусират върху краткосрочни цели и представяне, в усилията си да се представят по-добре от конкурентите си, което да им позволи да привлекат повече клиенти.

Трябва да се има в предвид обаче, че до голяма степен поведението на мениджърите се предопределя от инвеститорската психология. Инвеститорите имат склонност да теглят средствата си от един фонд при първи симптоми на проблеми за пазара, или при доходност, която изостава зад тази на пазара, или на конкурентите.

Ето защо, на мениджърите, до голяма степен им се налага да се придържат към краткосрочните цели, ако искат да управляват успешна финансова институция.

В среда, в която инвеститорите могат да избират между хиляди инвестиционни фондове, те нямат достатъчно информация, или време да проучват, за да вземат мотивирано решение. Ето защо, често поглеждат към историческото представяне на един фонд. За съжаление обаче, то може да е реализирано в следствие на специфични фактори, или дори голяма доза късмет и никога да не се повторят вече в бъдеще.

Та какво остава на финансовите консултанти? Да са безкрайно откровени със своите клиенти, за да избягнат „свъръхочаквания“, както и да ги насочат към това, какво могат да очакват като доходност за техните трудно изкарани средства.