

الف) مقدمه

پس از تکمیل فرم کسب اطلاعات و پرسشنامه ارزیابی تحمل ریسک مشتری توسط وی، تحلیل‌گر فرم‌های مذکور را بررسی کرده و در صورتی که مشتری قسمت‌هایی از فرم را تکمیل نکرده و یا به تمامی سوالات بند الف فرم کسب اطلاعات پاسخ نداده است با راهنمایی لازم از طرف تحلیل‌گر، از او خواسته می‌شود حتی الامکان به تمامی موارد پاسخ دهد. در مورد پرسشنامه، پاسخ به تمامی سوالات به غیر از سوال ۱۹ الزامی است زیرا عدم پاسخ به هر سوال باعث می‌شود مشتری عملاً از آن سوال امتیازی کسب نکند و امتیاز او مشابه گزینه «ریسک‌گریز» و یا «تا حدودی ریسک‌گریز» لحاظ شود و در نتیجه امتیاز نهایی مشتری از پرسشنامه ارزیابی تحمل ریسک را مخدوش کند. سوال ۱۹ یک سوال دو وجهی است که صرف پاسخ دادن به آن نشان دهنده آشنایی مشتری و توانایی او در تحلیل نمودار است و حداقل امتیاز ۲ را به مشتری می‌دهد و در میان گزینه‌ها نیز انتخاب نمودار با نوسان بیشتر روحیه ریسک‌پذیری مشتری را نشان می‌دهد، لذا سوال مذکور اختیاری است و تحلیل‌گر نباید توضیحی در مورد نمودارها به مشتری ارائه دهد. پس از تکمیل کامل فرم کسب اطلاعات و پرسشنامه توسط مشتری، تحلیل‌گر اشکالات و تناقضات احتمالی در پاسخ‌های مشتری را شناسایی کرده و پس از در میان گذاشتن آن با مشتری، اشکالات و تناقضات آن رفع می‌گردد.

در رویه جاری، تحلیل‌گر با توجه به فرم کسب اطلاعات و پرسشنامه ارزیابی تحمل ریسک مشتری، طبق این رویه بابت هر یک از موارد زیر به شرحی که در ادامه آورده شده است، به مشتری امتیاز می‌دهد:

- ۱) ارزیابی تحمل ریسک مشتری
- ۲) اهداف و برنامه‌های سرمایه‌گذار
- ۳) سن سرمایه‌گذار
- ۴) وضعیت افراد تحت تکفل
- ۵) سایر موارد مورد نظر تحلیل‌گر

در نهایت تحلیل‌گر با جمع نمرات کسب شده از ۵ مورد فوق، امتیاز کل مشتری را محاسبه می‌نماید. نتیجه تحلیل همراه با اهداف مشتری از مشاور، میزان ریسک قابل تحمل توسط مشتری، در آنها در فرم ثبت نتیجه تحلیل اطلاعات مشتری نوشته شده و به مشتری ارائه می‌شود. در صورتی که مشتری نظری مغایر با نتیجه نهایی تحلیل‌گر داشته باشد و یا موارد یا محدودیت‌های خاصی مد نظر مشتری باشد، در ادامه فرم ثبت نتیجه تحلیل اطلاعات مشتری ذکر کرده و نتیجه نهایی طبق نظر مشتری اعمال می‌گردد. نتیجه نهایی توسط مشتری و تحلیل‌گر امضا می‌شود و ملاک انتخاب و مشاوره به مشتری در شرکت قرار می‌گیرد.

ب) نحوه محاسبه امتیاز مشتری

امتیاز مشتری بر اساس پنج معیار توسط تحلیل‌گر به شرح زیر انجام می‌پذیرد:

ب-۱) ارزیابی توان تحمل ریسک مشتری

تحلیل‌گر به عنوان مسئول ارزیابی اطلاعات مشتریان، در خصوص میزان توان مشتری برای تحمل ریسک با توجه به پاسخ‌های مشتری به سوالات چند گزینه‌ای و طبق جدول زیر، امتیاز مشتری از این قسمت را محاسبه می‌کند.

رویه تحلیل اطلاعات مشتریان - حقیقی

جدول (۱): امتیاز سوالات پرسشنامه ارزیابی توان مشتریان در تحمل ریسک

| سوال | گزینه | الف | ب | ج | د |
|------|-------|-----|---|----|---|
| ۱ | ۰ | ۱ | ۳ | ۵ | |
| ۲ | ۰ | ۱ | ۲ | ۳ | |
| ۳ | -۱ | ۰ | ۲ | ۴ | |
| ۴ | ۰ | ۲ | ۴ | ۶ | |
| ۵ | ۲ | ۴ | | | |
| ۶ | ۵ | ۳ | ۱ | ۰ | |
| ۷ | ۴ | ۲ | ۰ | -۲ | |
| ۸ | ۰ | ۱ | ۳ | | |
| ۹ | ۵ | ۳ | ۱ | ۰ | |
| ۱۰ | ۰ | ۱ | ۲ | ۳ | |
| ۱۱ | ۴ | ۰ | | | |
| ۱۲ | ۰ | ۱ | ۳ | | |
| ۱۳ | ۵ | ۳ | ۱ | -۱ | |
| ۱۴ | ۰ | ۲ | ۴ | ۶ | |
| ۱۵ | ۵ | ۳ | ۱ | ۰ | |
| ۱۶ | ۰ | ۲ | ۴ | ۶ | |
| ۱۷ | ۵ | ۳ | ۱ | ۰ | |
| ۱۸ | ۰ | ۲ | ۴ | ۶ | |
| ۱۹ | ۶ | ۴ | ۳ | ۲ | |

سپس با توجه به امتیاز کسب شده توسط مشتری از پرسشنامه، امتیاز مشتری از این قسمت مطابق ردیف ۲ جدول زیر مشخص شده و در فرم ثبت نتیجه تحلیل اطلاعات مشتریان آورده می‌شود.

رویه تحلیل اطلاعات مشتریان - حقیقی

جدول ۲: امتیاز مشتری از پرسشنامه ارزیابی تحمل ریسک

| مجموع امتیاز مشتری از پرسشنامه | ۰ تا ۱۸ | ۱۹ تا ۳۶ | ۳۷ تا ۵۴ | ۵۵ تا ۷۲ | ۷۳ تا ۹۰ |
|--------------------------------|------------|---------------------|----------|--------------------|-----------|
| توصیف مشتری از نظر ریسک پذیری | محافظه کار | تا حدودی محافظه کار | متعادل | تا حدودی ریسک پذیر | ریسک پذیر |
| امتیاز مشتری | ۱ | ۳ | ۵ | ۷ | ۹ |

ب-۲) اهداف و برنامه‌های مشتری

اهداف و برنامه‌های مشتری از این سرمایه‌گذاری با توجه به بندهای ۲ و ۳ قسمت الف فرم کسب اطلاعات مشتری و همچنین با توجه به وضعیت درآمد و بدهی مشتری و میزان وابستگی وی به درآمد مشتری نزد شرکت، که در جداول بندهای ۱ و ۶ فرم کسب اطلاعات از او استعلام شده، مشخص شده و امتیاز مناسب طبق نظر تحلیل گر به مشتری تعلق می‌گیرد. بر این اساس هر چه هدف مشتری دست‌یابی به موارد ضروری‌تر برای زندگی او باشد (به طور مثال تامین مخارج معمول زندگی) و یا میزان وابستگی او به درآمد بیشتر باشد؛ این مسئله امتیاز وی از این قسمت را به سمت ۳- سوق می‌دهد. ولی اگر هدف سرمایه‌گذار از سرمایه‌گذاری خود، تامین نیازهای ضروری نباشد (به‌طور مثال مسافرت تفریحی) و وضعیت درآمد و بدهی و برنامه‌های مشتری به نحوی باشد که میزان وابستگی او را به درآمد این سرمایه‌گذاری کاهش دهد، امتیاز وی از این قسمت صفر و یا ۱ خواهد بود. لذا در این بخش تحلیل گر با توجه به نکات فوق نمرات ۳- تا ۱+ را به مشتری اختصاص داده و امتیاز وی را در فرم تحلیل وارد می‌کند.

ب-۳) سن سرمایه‌گذار

امتیاز این قسمت بر این اساس تدوین شده است که هر چه سن مشتری پائین‌تر باشد میزان ریسک‌پذیری او بیشتر است لذا سن کمتر از ۳۵ سال را به عنوان بالاترین درجه ریسک‌پذیری قرار داده و هرچه سن مشتری بالاتر باشد میزان ریسک‌پذیری او کمتر فرض می‌شود، تا جایی که برای سن بالاتر از ۷۵ سال کمترین میزان ریسک‌پذیری در نظر گرفته می‌شود. بنابراین امتیاز مشتری بر اساس سن وی و طبق جدول زیر تعیین و در فرم تحلیل نوشته می‌شود.

جدول ۳: امتیاز بندی سنی مشتری

| سن سرمایه‌گذار | کمتر از ۳۵ | ۳۵ تا ۴۵ | ۴۵ تا ۵۵ | ۵۵ تا ۶۵ | ۶۵ تا ۷۵ | ۷۵ به بالا |
|----------------|------------|----------|----------|----------|----------|------------|
| امتیاز | ۱,۵ | ۱ | ۰,۵ | صفر | -۰,۵ | -۱ |

ب-۴) وضعیت افراد تحت تکفل

تحلیل گر در این قسمت با توجه به تعداد افراد تحت تکفل مشتری و شرایط سنی و شغلی آن‌ها و نیز درآمد و هزینه‌های آنها طبق جداول بند (۱) فرم کسب اطلاعات و همچنین میزان وابستگی مالی آنها به مشتری و یا مشارکت آنها در پرداخت هزینه‌های مشتری، امتیاز این قسمت را از ۲- تا

رویه تحلیل اطلاعات مشتریان - حقیقی

+۲ اعمال می‌نماید. بطور مثال بدیهی است که تعداد زیاد فرزندان و وابستگی مالی آنها به مشتری این امتیاز را به سمت ۲- سوق می‌دهد، و یا دارا بودن شغل و منبع درآمد برای افراد تحت تکفل و یا مشارکت آنها در تامین هزینه‌های مشتری؛ این امتیاز را به سمت عدد ۲ سوق می‌دهد.

ب-۵) سایر موارد مورد نظر تحلیل‌گر

در این قسمت تحلیل‌گر با توجه به سایر مواردی که ممکن است در موارد قبل لحاظ نشده باشد و یا نیاز به تعدیل داشته باشد و از نظر تحلیل‌گر برای تعیین مشاوره مناسب برای مشتری اهمیت دارد، مانند ارزیابی تحلیلی‌گر از وضعیت فعلی مشتری، عملکرد و واکنش مشتری در تجربیات قبلی، شناخت قبلی مشاور، افق زمانی مورد نظر مشتری برای رسیدن به برنامه‌های مختلف و مصاحبه حضوری با وی از ۳- تا ۰ امتیاز به مشتری اختصاص می‌دهد. بدیهی است هر چه از نظر تحلیل‌گر، مشتری با توجه به مواردی که در این بند گفته شد، ریسک‌گریزتر باشد نمره او به ۳- نزدیک تر خواهد بود و برعکس.

مشتری ریسک‌گریز: به مشتری گفته می‌شود تحمل ریسک آن بسیار کم می‌باشد.

مشتری با ریسک‌پذیری متعادل: مشتری متعادل نامیده می‌شود که میزان ریسک‌پذیری وی در حد معقول و نرمال باشد.

مشتری ریسک‌پذیر: این مشتری حاضر است ریسک‌های بزرگی را بپذیرد.

د) به رویت مشتری رساندن نتایج تحلیل

تحلیل‌گر موظف است نتایج تحلیل خود را در "فرم ثبت نتیجه تحلیل اطلاعات مشتریان" درج نموده و به رویت مشتری برساند. در صورتی که مشتری نظری مغایر با تحلیل‌گر داشته باشد و یا ذکر موارد دیگری را برای انتخاب و مشاوره خود لازم بداند، نظر خود را در فرم تحلیل نوشته و نظر نهایی او ملاک انتخاب و مشاوره در شرکت قرار می‌گیرد، در غیر این صورت نتیجه نهایی که تحلیل‌گر با توجه به امتیاز مشتری مشخص کرده است ملاک انتخاب و مشاوره در شرکت قرار می‌گیرد.