

Лучшие практики

Москва, 2013 год

Исследование зарубежной практики в области привлечения и управления пенсионными средствами населения

- РЕЗЮМЕ
- ПЕНСИОННЫЙ РЫНОК США
 - Общая характеристика
 - Типы пенсионных схем США
 - Распределение сбережений между разными типами пенсионных схем
 - Распределение пенсионных активов среди разных типов финансовых управляющих
 - Направления инвестирования пенсионных средств
- VANGUARD GROUP
 - Общее описание и сайт компании
 - Мотивация клиентов
 - Пенсионные продукты
 - Технологическое сопровождение
 - Продвижение услуг





Цель исследования – анализ зарубежной практики в области привлечения и управления пенсионными средствами населения. Анализ проводился по материалам открытых источников: сообщений в медиа, сайтов профильных органов власти и крупнейших пенсионных фондов. География исследования Великобритания, США, Канада.

Методика



Резюме

Проведенный анализ 3 крупных пенсионных рынков как и изучение обзорных источников по мировой отрасли в целом позволяет констатировать отсутствие единых правил игры и, как следствие, подходов к своей деятельности самих участников рынка. Регуляторное разнообразие порождает непохожих друг на друга игроков, которые очень мало напоминают российские НПФ.

В разных странах доминирует либо частный, либо государственный сегмент; немаловажную роль играют структуры, управляющие пенсионными сбережениями работников специфических отраслей, например, общественного сектора. В результате для разных рынков характерен отличающийся профиль ключевого игрока – это может быть частная страховая или инвестиционная компания или территориальная организация, ограниченная нормами того или иного штата или провинции. Кроме того, весьма различны и подходы государств к регулированию пенсионной отрасли: если в одних странах существуют институты страхования части пенсионных активов, нормы доходности, жесткие требования к минимальному размеру капитала операторов, то в других соответствующие моменты де-факто не регулируются и отдаются на откуп рынка.

Все это указывает на отсутствие на сегодняшний день гомогенной мировой пенсионной индустрии как совокупности схожих правил и субъектов. Однако, вытекающая из этого невозможность сформировать единую методологию изучения непосредственно страновых рынков не мешает выделять и анализировать перспективные маркетинговые идеи разных управляющих пенсионными активами, которые с оговорками могут быть задействованы и в других странах.

[Перейти к оглавлению](#)



Пенсионный рынок США

Общая характеристика

Пенсионный рынок США является крупнейшим в мире в денежном выражении. По данным международного страхового гиганта Allianz, в 2009 г. глобальный пенсионный рынок насчитывал €22 трлн., из которых на долю США приходилось 50,5%. Согласно расчетам компании Towers Watson, в 2012 г. пенсионный рынок США занимал 56,6% от совокупного объема 13 крупнейших пенсионных рынков мира. Таким образом, в данном сегменте бизнеса глобальное лидерство США является безоговорочным. Это позволяет сделать вывод о том, что американский рынок служит ориентиром и законодателем мод для всех остальных. Тренды, характеризующие пенсионную отрасль США, до известной степени являются опережающими для мировой индустрии привлечения пенсионных сбережений и управления ими.

[Перейти к оглавлению](#)



Типы пенсионных схем США

Пенсионные сбережения в США распределяются по 6 основным типам пенсионных схем:

- индивидуальные пенсионные счета (IRA);
- планы с определенными взносами (DC);
- частные планы с определенными выплатами (private DB);
- федеральные пенсионные планы;
- пенсионные планы штатов и местного уровня;
- аннуитеты

[Перейти к оглавлению](#)

Распределение сбережений между разными типами пенсионных схем

По данным Investment Company Institute (ICI), во II квартале 2013 г. свыше 75% пенсионных сбережений в США находились в частном секторе (индивидуальные пенсионные счета, планы с определенными взносами, частные планы с определенными выплатами, аннуитеты), а около 24,89% – в государственном секторе (федеральные, штатные и муниципальные планы).

Таблица 1. Распределение пенсионных сбережений по схемам

<i>Тип пенсионной схемы</i>	<i>Участие работника в финансировании пенсии</i>	<i>Доля</i>
Индивидуальные пенсионные счета	Финансирование исключительно работником	27,44%
Планы с определенными взносами	Вместе с работодателем	25,47%
Частные планы с определенными выплатами	Финансирование работодателя	13,46%
Аннуитеты	Финансирование исключительно работником	8,74%
Федеральные пенсионные планы	Финансирование федерацией	7,74%
Пенсионные планы штатов и местного уровня	Финансирование штатом/муниципалитетом	17,74%

Особенностью американского рынка в негосударственной части является в общем **отсутствие безотзывности соответствующих средств**. Даже в рамках планов с определенными выплатами еще до выхода на пенсию нередко возможен перевод средств в другие пенсионные инструменты (например, при увольнении). Для планов с определенными взносами есть возможность не только менять их провайдеров, но и в принципе изымать пенсионные средства, используя их для других нужд. Подобная операция подразумевает выплату налогов и штрафов, но она вполне легальна. Отмечается рост числа участников планов с определенными взносами, изымающих пенсионные средства для покрытия срочных расходов, в том числе по кредитам, что подрывает стабильность пенсионной системы страны.



Существенной и долгосрочной тенденцией для американского рынка является постепенный рост пенсионных сбережений в пенсионных схемах, меньше связанных с работодателем, а именно, в планах с определенными взносами и на индивидуальных пенсионных счетах. Хотя планы с определенными взносами нередко формируются на условиях софинансирования работодателя и работника, а в некоторых случаях индивидуальные пенсионные счета спонсируются работодателем, в целом наблюдается перенос бремени обеспечения жизни на пенсии и инвестиционных рисков с работодателя на работника. По данным Employee Benefit Research Institute, в 1979 г. 84% работников частного сектора являлись участниками планов с определенными выплатами, тогда как в 2009 г. их доля сократилась до 33%. В середине 2000-х аналитики McKinsey даже предполагали, что к 2015 г. объемы средств в планах с определенными взносами будут в 3 раза выше, чем соответствующая величина в планах с определенными выплатами.

[Перейти к оглавлению](#)

Распределение пенсионных активов среди разных типов финансовых управляющих

Операторы пенсионных активов в частном секторе в свою очередь делятся на несколько типов с разными долями и разным инструментарием в рамках той или иной схемы. Так, среди игроков рынка пенсионных сбережений в **рамках индивидуальных пенсионных счетов** 46% средств приходится на взаимные фонды, 9% – на банковские и срочные депозиты, 7% – на компании страхования жизни (остальные 38% распределяются среди отдельных акций, отдельных облигаций, закрытых фондов, биржевых инвестиционных фондов (ETF) и других активов, управляемых через брокерские или трастовые счета).

Планы с определенными взносами делятся на подтипы в зависимости от класса работодателя; самыми распространенными из них являются планы 401(k), 403(b) и 457, названные так по соответствующим параграфам налогового законодательства США. Наиболее распространенным из них является план 401(k), поскольку он приложим к большей части американских компаний частного сектора (планы 403(b) и 457 ориентированы на религиозные, благотворительные, научные, образовательные организации, а также на служащих штатов и муниципалитетов и отдельные организации, не облагаемые налогами). На планы 401(k) приходится 71,21% средств в планах с определенными взносами.

По данным ICI, во II квартале 2013 г. взаимные фонды контролировали 61,5% средств в планах 401(k), 48,5% в планах 403(b), 39% в планах 457 и 56,3% в прочих планах с определенными взносами. В планах 403(b) значимую роль играют страховые компании, чья доля составляет 51% от указанных активов, однако, это едва ли не единственный подsegment рынка, где они опережают взаимные фонды. В целом, можно обосновано утверждать, что именно взаимные фонды являются доминирующим игроком на пенсионном рынке США. Они занимают 32,8% от всего рынка пенсионных активов страны и 43,7% от его негосударственной части. Вместе с тем, подобно другим игрокам рынка взаимные фонды в США не являются операторами только и исключительно пенсионных сбережений. На пенсионные активы взаимных фондов приходится около 42% всех активов под их управлением.

Статистика, находящаяся в открытом доступе, не позволяет привести аналогичные расчеты для других групп игроков рынка, включая страховые компании и банки. Можно лишь отметить, что снижение удельного веса страховщиков в управлении пенсионными сбережениями является длительным трендом. Экспансия взаимных фондов и отнятие ими части рынка именно у страховых компаний констатировались американскими аналитиками рынка еще в 1998 г. Также можно предполагать, что удельный вес пенсионных средств в активах американских страховых компаний и



тем более банков ниже, чем у взаимных фондов, что указывает на меньшую значимость для них данного рынка. Крупнейшими фондами-операторами на американском рынке являются: Fidelity Investments, Vanguard Group, TIAA-CREF, BlackRock Inc., Prudential, Capital Research and Management Company, PIMCO, SSgA, T.Rowe Price.

[Перейти к оглавлению](#)

Направления инвестирования пенсионных средств

Средства, находящиеся в пенсионной системе США, инвестируются в разные инструменты. Так, накопления на индивидуальных пенсионных счетах, распределяются между акциями компаний США (40%), акциями зарубежных компаний (13%), гибридными фондами, совмещающими акции и инструменты с фиксированной доходностью (21%), облигациями (18%) и денежным рынком (9%). Накопления, сформированные в рамках планов с определенными взносами, распределяются похожим образом, хотя и с некоторым увеличением более рискованных вложений – на американские акции из них приходится 45%, на акции зарубежных компаний те же 13%, на гибридные фонды 24%, на облигации 14%, на денежный рынок 5%.

Разнообразие инвестиционных форматов стимулирует участников американского рынка вкладывать пенсионные средства в разные типы фондов: фонды с заданной датой (target date), индексные фонды, фонды жизненного стиля и др. Изобилие вариантов побуждает работников делать все более сложный выбор, учитывающий их возраст, время предполагаемого выхода на пенсию, допустимый для них уровень риска и иные обстоятельства. Высокий уровень конкуренции заставляет финансовых посредников искать новые, более совершенные способы продвижения своих услуг и конкретных продуктов. Кроме того, устройство американского рынка вынуждает компании, оперирующие на нем, прибегать к многообразным предложениям, ориентирующимся как на работника, так и на работодателя (спонсора пенсионного плана), учитывающим разные схемы, предусмотренные действующим законодательством.

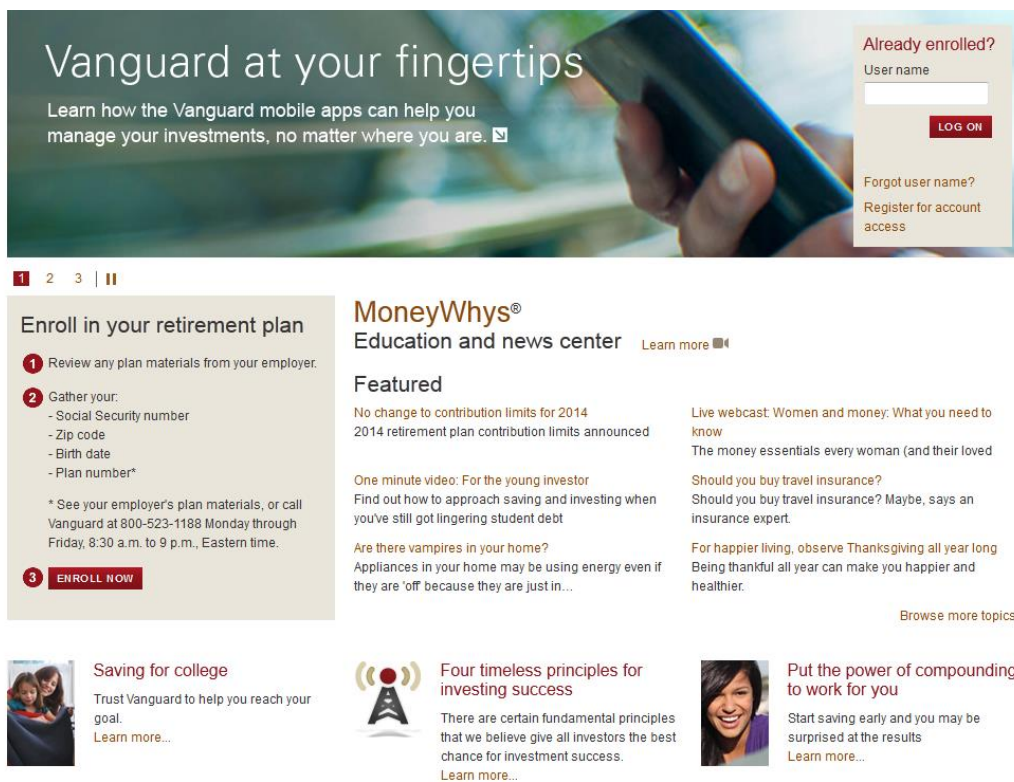
[Перейти к оглавлению](#)



Vanguard Group

Общее описание и сайт компании

Vanguard относится к числу крупнейших американских фондов и, по данным на январь 2013 г., имеет активов под управлением на сумму \$2 трлн. По оценкам специализированного СМИ Pensions & Investments, \$429,9 млрд. из этих средств приходится на пенсионные накопления в рамках планов с определенными взносами. Пенсионные планы для Vanguard выступают как значимая тема, под которую выделен отдельный корпоративный сайт <https://retirementplans.vanguard.com/>.



Интерфейс главной страницы пенсионного сайта Vanguard

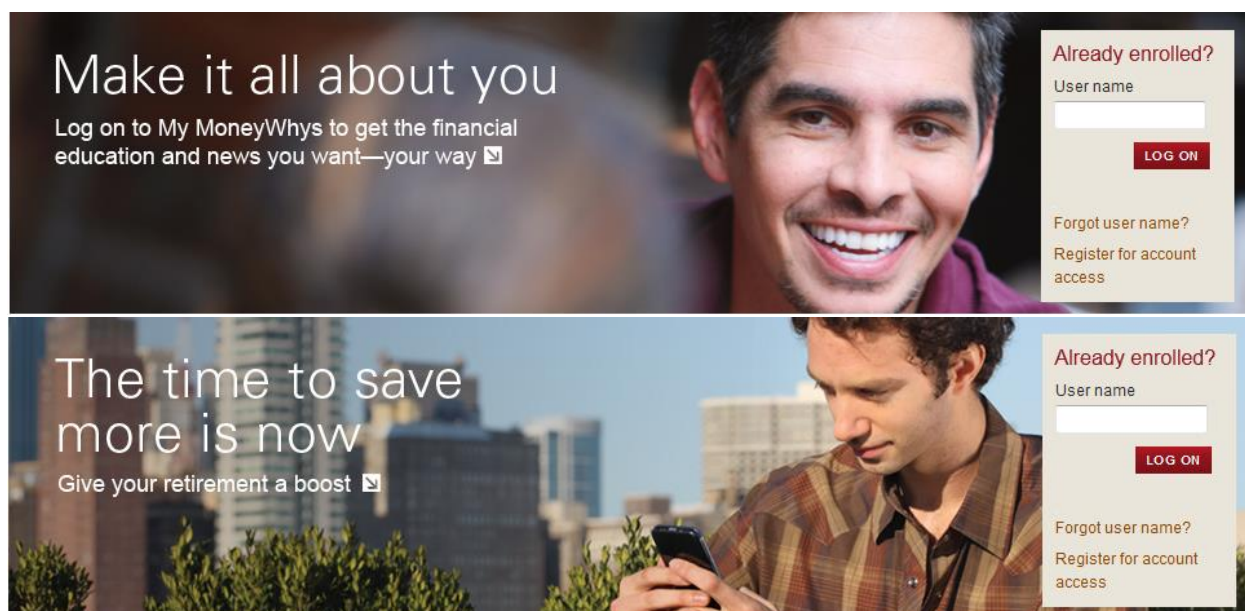
Как можно судить по данному сайту, он обращен в первую очередь к будущему пенсионеру-работнику, т.е. основные усилия компании сосредоточены во взаимодействии с целевой аудиторией в рамках b2c. На левой части экрана потенциальному клиенту предлагается запросить материалы о его текущем пенсионном плане у работодателя, чтобы использовать данную информацию вместе с персональными данными для регистрации в Vanguard. Справа посетитель видит клиентский вход для тех, кто уже является пользователем услуг компании.

Также на главной странице представлен список рекомендуемых новостей со ссылками на полные тексты соответствующих публикаций. Эти материалы объединены в одну рубрику под заголовком (зарегистрированным как торговая марка) MoneyWhys, т.е. «Денежные почему» – образовательный и новостной центр. В данной рубрике представлены разные типы материалов – как текстовые, так и аудио, видео и другие.

Среди них есть как новостные сообщения от компании (например, о том, что в 2014 г. лимиты по пенсионным взносам не будут пересматриваться), так и некая «полезная информация», провайдером которой для своих клиентов выступает Vanguard. Например, среди рекомендуемых публикаций представлен материал о том, как бороться с «домашними вампирами», в роли которых, по мнению авторов, выступают не используемые в данный момент времени электрические устройства. В шуточной манере пользователям дается несколько советов относительно более рационального использования приборов, что должно дать экономию в размере 5-10% от расходов на энергопотребление. Таким образом, компания одновременно создает доверительную атмосферу во взаимоотношениях с пользователем и пытается продемонстрировать ему свою полезность в разных областях управления финансами своих клиентов.

Материалы, на которые ведут новостные ссылки с главной страницы сайта для будущих пенсионеров Vanguard Group, не обязательно связаны именно с пенсионными сбережениями, но прямой рекламы других продуктов они не содержат. Скорее можно говорить о косвенной рекламе: например, имеется ссылка на беседу с представителем сторонней некоммерческой организации, обсуждающим целесообразность покупки страховки для путешествий. В целом, раздел «Денежные почему» позиционируется компанией как удобный инструмент с системой фильтров, позволяющих пользователю самостоятельно отбирать интересующий его контент.

Вместе с тем, на главной странице пенсионного сайта Vanguard Group есть и отдельный блок с ссылками рекламного характера на другие Интернет-страницы Группы, причем они могут быть привязаны к конкретным решениям. Одним из рекламируемых предложений является План 529, предназначенный для сбережения средств на будущую оплату высшего образования. Данный инструмент имеет налоговые преимущества и в этом отношении похож на пенсионные сберегательные планы. У Vanguard данное предложение позиционируется как адресованное родителям несовершеннолетних детей, хотя законодательно последние не обязательно являются бенефициарами и будущими пользователями подобных сбережений.



Баннеры со ссылками на клиентский вход в «Денежные почему» и информационный раздел по дополнительным взносам работников

[Перейти к оглавлению](#)

Мотивация клиентов

В целом, нельзя не констатировать, что мотивирующий комплекс материалов, адресуемых Vanguard существующим и потенциальным клиентам, в очень существенной степени делает акцент на **рациональных аспектах планирования финансового будущего**. Большое число подобных материалов представлено в видео-роликах с дидактической подачей, т.е. в формате своего рода «полезных советов». Большинство тезисов снабжаются конкретными примерами, объясняющими, почему пенсионные сбережения важны и какими они должны быть. Например, в типичном ролике подобного типа говорится о том, что хорошим правилом для жизни после выхода на пенсию



является уровень дохода в размере 70-80% от текущего дохода работника. При годовом доходе в размере \$70000 пенсионные выплаты в рамках государственной соцзащиты (Social security) составят только \$18000 в год, что существенно ниже приемлемого уровня в 70-80%. А раз так, то нужно готовиться к пенсии заранее – путем увеличения взносов в рамках планов 401(k), открытия индивидуального пенсионного счета или обычного банковского денежного счета и в то же время меньшего расходования средств, а также откладывания сроков выхода на пенсию. Основной посыл материала – нельзя подходить к пенсии неподготовленным; а нужную подготовку может обеспечить Vanguard.

Наконец, еще одним заслуживающим упоминания мотивирующим инструментом Vanguard является **возможность сравнить персональную сберегательную стратегию с таковой у «усредненного» участника пенсионной схемы** в рамках компании. Поскольку численность клиентов Vanguard велика и компания располагает соответствующими данными, она предоставляет их клиентам (в рамках личного кабинета). Главным целевым сегментом в данном случае выступают «отстающие» пенсионные инвесторы, имеющие либо более низкую ставку пенсионных сбережений, либо меньший баланс по сравнению с «усредненным» участником. Для таких пользователей разработана специальная «догоняющая стратегия», нацеленная на то, чтобы скорее приблизиться к средним величинам, преодолеть отставание. Вытекающим из этого подхода можно считать и одно из образовательных направлений в рамках Vanguard, носящее название «Такие как я» (People like me). В нем те или иные факты, относящиеся как к пенсионным сбережениям, так и к другим инвестициям, преподносятся в формате живого разговора с обычными людьми, с которыми пользователь может себя ассоциировать. Вероятно, психологически это выглядит убедительнее, чем рекомендации менеджеров компании. Основным месседжем данного направления является вопрос: «Не отстаю ли я от таких же, как я?» Побочными вопросами оказываются детали стратегии пенсионных сбережений, в том числе направления инвестиций. В обобщенном виде эти данные предоставляются компанией в открытом доступе.

[Перейти к оглавлению](#)

Пенсионные продукты

Специфика пенсионной отрасли как таковой и ее американской версии, отличающейся присущими данному национальному рынку регуляторными механизмами, вообще говоря, не подразумевает многообразия продуктовой линейки. По существу, клиенту продается не столько особый продукт, сколько инвестиционные компетенции Vanguard и бренд компании. Предложения, адресованные существующим и потенциальным пользователям услуг фонда, можно классифицировать по степени вовлеченности физического лица-инвестора в формирование и управление своими пенсионными сбережениями.

Точкой отсчета для Vanguard являются планы с определенными взносами. Работник-участник подобного плана волей-неволей становится инвестором – постольку, поскольку на него частично распространяется бремя финансирования своей будущей пенсии. Поэтому первичным предложением для потенциальных клиентов является активное участие в пенсионном плане работодателя. По существу, рядовым продуктом в данном случае является просто выбор Vanguard как финансового управляющего той или иной пенсионной схемы. Очевидно, что компания не может повлиять на размер взносов со стороны работодателя, поскольку соответствующая сумма диктуется факторами, никак не связанными с деятельностью Vanguard (налоговыми льготами, финансовой устойчивостью работодателя и т.п.).



В то же время для большинства сотрудников после согласия на участие в планах с определенными взносами они становятся опцией «по умолчанию», когда нужная сумма списывается с их счета автоматически, еще до того, как заработная плата поступает в их распоряжение. Подобное положение можно охарактеризовать как «пассивное инвестирование», возможность которого и является первичным продуктом, предлагаемым Vanguard своим клиентом. Показательно, что какая-либо артикуляция для данного продукта именно от компании отсутствует, т.е. выбор соответствующей опции может делаться благодаря, прежде всего, силе бренда. Если работник знает Vanguard, он может выбрать данный фонд в качестве управляющего своими пенсионными сбережениями. Аргументы в пользу решения являются универсальными – это возможность автоматического списывания взносов и налоговые преференции.

Однако, «пассивный пенсионный инвестор» не является для Vanguard «оптимальным клиентом», судя по отсутствию особых усилий по привлечению дополнительных участников, которые бы переводили свои пенсионные планы под управление компании. Скорее компания делает ставку на более интенсивное взаимодействие с уже существующей клиентской базой. Апгрейдом «пассивного» продукта является активное участие работника в пенсионном плане работодателя. В данном случае акцент делается на вовлечении участника в управление своими средствами. Первым стимулом для него выступает возможность контролировать направление инвестиций, а вторым – опция по наращиванию взносов. Последний пункт особенно важен, поскольку он ограничивается только условиями конкретного плана и лимитами, устанавливаемыми налоговой службой США. Дополнительным аргументом является также распространенная практика паритета взносов работника и работодателя: повышение отчислений первого может привести к аналогичным действиям второго, чем Vanguard и рекомендует воспользоваться активному пенсионному инвестору. Таким образом, второй продукт, предлагаемый клиенту, – это наращивание взносов в план работодателя и включенность в выбор направлений вложения пенсионных сбережений в рамках этого плана.

Следующий продукт в наборе Vanguard – это инвестирование вне пенсионного плана. Данная опция ориентирована на наиболее активных инвесторов – людей, сильно мотивированных вкладывать дополнительные средства в собственное будущее. Ожидаемо данное предложение распадается на две предусмотренные рынком возможности – открытия в Vanguard индивидуального пенсионного счета либо аннуитета.

На индивидуальный пенсионный счет возможно зачисление до \$5500 ежегодно (либо до \$6500 ежегодно для лиц старше 50 лет). Одна из опций, на которых Vanguard делает акцент в связи с индивидуальным пенсионным счетом, – это перевод на них пенсионных средств (rollover) с планов типа 401(k). В этой связи фонд выделяет важные преимущества, а именно, более широкий набор инвестиционных возможностей, консолидированное видение своих пенсионных счетов, возможность дополнительных взносов, а также возможность позднее перевести данные средства в пенсионный план будущего работодателя. К недостаткам подобного трансфера компания причисляет отсутствие отдельных инвестиционных опций (привязанных к планам типа 401(k)), а также невозможность получения займов, привязанных к средствам на индивидуальном пенсионном счете, хотя такая опция имеется в случае плана 401(k). Еще одним предложением для новых клиентов является перевод их пенсионных сбережений с индивидуального пенсионного счета в другой компании на индивидуальный пенсионный счет Vanguard. Здесь также можно констатировать рассчитанную ориентацию на активных инвесторов, которые и представляют собой основного адресата маркетинговой активности фонда в контексте пенсионных продуктов.

Несколько иначе компания позиционирует аннуитеты. Данный инструмент также описывается как средство отложить больше денег на старость. При этом, в отличие от других пенсионных предложений, Vanguard реализует не только собственные аннуитеты, но и аннуитеты



сторонних партнерских организаций. Как поясняет фонд, аннуитет представляет собой сложный страховой продукт, поэтому перед его приобретением рекомендуется телефонная консультация специалиста компании. В зависимости от потребностей конкретного клиента Vanguard предоставляет разные варианты аннуитета. Если пользователь нуждается в гарантированных платежах, ему предлагается немедленный фиксированный аннуитет, если в гарантированных платежах с потенциалом роста – немедленный переменный аннуитет, если в стабильном доходе, потенциале роста и рыночной защищенности – отложенный переменный аннуитет с пожизненно гарантированными процентными выплатами (guaranteed lifetime withdrawal benefit). Есть и предложения других типов отложенных аннуитетов. Специфика данных продуктов в том, что они выступают по отношению к рассмотренным ранее типам пенсионных продуктов либо как дополнение, либо как субститут. Так, отложенный переменный аннуитет с пожизненно гарантированными процентными выплатами представляет собой страховку на случай отсутствия серьезных пенсионных сбережений – его предлагается купить на средства, аккумулированные на счете 401(k) или на индивидуальном пенсионном счете. К тому же данный тип аннуитета служит защитой от нестабильности рынка. При описании обычного отложенного переменного аннуитета и отложенного фиксированного аннуитета Vanguard указывает на то, что это инструменты, которые могут представлять интерес для пенсионных инвесторов, уже достигших максимума лимитированных вложений и в рамках 401(k), и в рамках индивидуального пенсионного счета, но желающих делать дополнительные сбережения на старость и пользоваться определенными налоговыми льготами.

[Перейти к оглавлению](#)

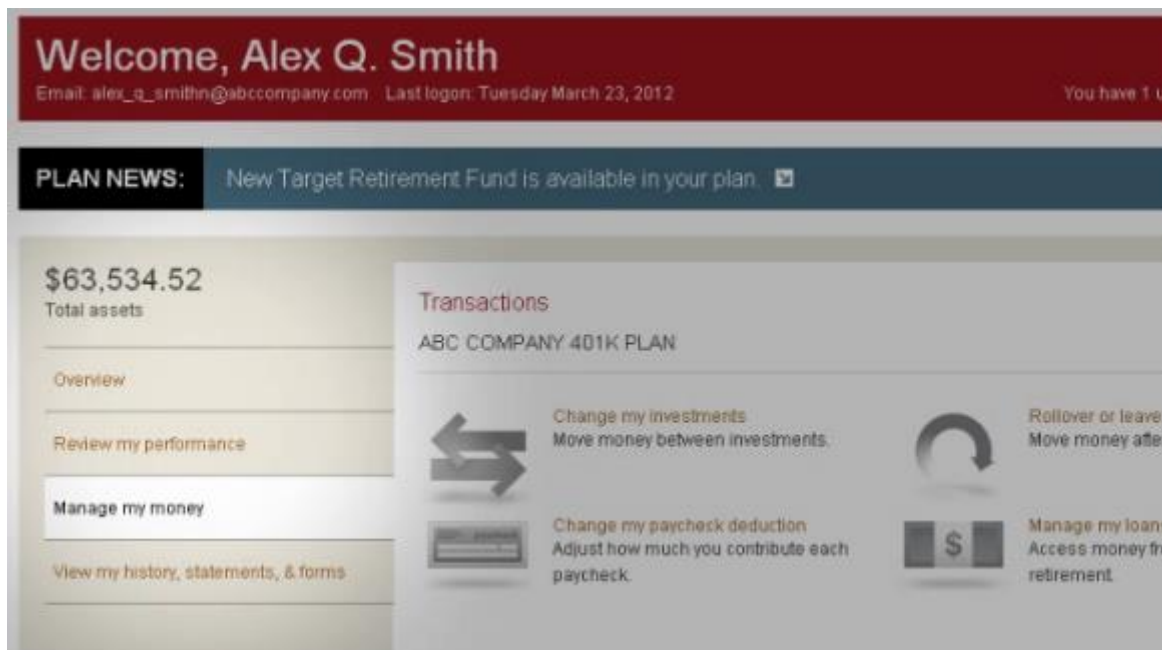
Технологическое сопровождение

Ранее уже указывалось, что клиентам Vanguard предоставляется возможность удаленного управления своими счетами при помощи мобильных устройств (как, впрочем, и стационарных компьютеров). Нельзя сказать, что фонд делает акцент на подобном инструментарии, который сейчас воспринимается как опция, существующая по умолчанию. Основными функциями мобильного Vanguard являются:

- управление собственным пенсионным счетом;
- перемещение денежных средств между разными инвестиционными вариантами;
- изменение величины отчислений из заработной платы;
- знакомство с новостями, подкастами и видением компании;
- получение текстовых сообщений о недавних транзакциях

Другим, не менее важным инструментом для клиента выступает личный кабинет, который был модифицирован фондом в 2012 г. Его ключевыми чертами являются, как и раньше, возможность быстрого доступа к информации по счету, простота выполнения рутинных задач, таких как просмотр истории счета, обработка транзакций, получение обновлений от работодателя, связанных с конкретным пенсионным планом, персональных сообщений, направленных на поддержание пенсионных сбережений «на ходу», а также финансово-образовательной информации и новостей, отобранных в соответствии с предпочтениями клиента.





Вкладка «Управление денежными средствами»

[Перейти к оглавлению](#)

Продвижение услуг

Как уже отмечалось, для Vanguard в содержании его маркетинговой и коммуникационной деятельности характерен акцент на рациональности планирования пенсионного будущего клиента и на привлекательности бренда. Данные черты присущи не только общему предложению компанией своих услуг в области управления пенсионными сбережениями, но и позиционированию отдельных продуктов. Дополнительно можно отметить, что специфика бизнеса Vanguard побуждает компанию уделять существенное место продвижению конкретных инвестиционных инструментов (например, различных фондов с определенной датой), которое направлено на существующих клиентов и побуждает их диверсифицировать пенсионные вложения.

Популяризируя свое предложение по индивидуальному пенсионному счету, компания констатирует, что в фокусе ее внимания находятся сами клиенты. При этом фонд признает, что и другие компании говорят то же самое, но утверждает, что был «выстроен иначе», чтобы указанный фокус действительно присутствовал. В подтверждение этого приводятся следующие данные. Во-первых, за прошедшее десятилетие 90% фондов Vanguard опередили усредненные результаты сопоставимых институтов. Во-вторых, как утверждает компания, ее обслуживание значительно дешевле, чем у конкурентов – в среднем в 5 раз по сравнению с взаимными фондами других аналогичных организаций. В-третьих, Vanguard отмечает широкое разнообразие инвестиционных опций – от фондов акций и облигаций до сбалансированных фондов и фондов с заданной датой. К этому добавляется легкость обращения с индивидуальным пенсионным счетом, простой алгоритм для его открытия. Наконец, Vanguard подчеркивает, что его история началась еще в 1975 г., а в настоящее время он является одной из крупнейших в мире компаний в своей области (взаимные фонды).

Рекламируя свои **индивидуальные пенсионные счета**, компания делает акцент на том, что

она сама проведет всю нужную «бумажную работу», предложит выбор разных типов соответствующих счетов, а также сразу предоставит инвестиционные опции. По мере роста средств на счете клиент сможет рассчитывать на снижение затрат по его обслуживанию и одновременное увеличение уровня персонализации со стороны компании и готовности давать советы.



[Перейти к оглавлению](#)

