

तथ्य-शोधणे आणि आर्थिक नियोजन

प्रकरणाचे घटक	पाठ्यक्रम शिकण्याची निष्पत्ती
क तथ्य शोधणे म्हणजे काय?	9.1
ख तथ्य शोधण्याचा वापर	9.2, 9.3, 9.4
ग मूल्यमापन आणि विश्लेषण	9.4
घ उत्पादनाची वैशिष्ट्ये आणि लाभ ग्राहकाच्या परिस्थितीशी पडताळून पाहणे	9.5
च शिफारस करणे	9.5

शिकण्याची उद्दिष्टे

या प्रकरणाच्या अभ्यासानंतर तुम्हाला खालील गोष्टी करता आल्या पाहिजेत:

- तथ्य शोधण्याच्या प्रक्रियेचे वर्णन करणे;
- तथ्य शोधण्याच्या उद्दिष्टांना रुपरेषा देणे;
- तथ्य शोधणे अर्ज वापरणे;
- तथ्य शोधणे अर्जाच्या विविध विभागांची चर्चा करणे;
- तथ्ये शोधणे अर्जाद्वारे गोळा करण्यात आलेल्या माहितीचे मूल्यमापन आणि विश्लेषण कसे करायचे हे समजावून सांगणे;
- ग्राहकासाठी योग्य उत्पादनांची निवड कशी करायचे हे समजावणे;
- ग्राहकाला शिफारस कशी करायची याचे वर्णन करणे; आणि
- शिफारस करतांना लाभाचे स्पष्टीकरण देणाऱ्या कागदपत्रांचा वापर कसा करायचा हे समजावून सांगणे.

ओळख

तथ्य शोधणे हा आर्थिक नियोजन प्रक्रियेचा अतिशय महत्वाचा भाग आहे. एक विमा एजंट म्हणून तथ्य शोधण्याच्या प्रक्रियेचा वापर ग्राहकाने त्याच्या जीवनातील आर्थिक उद्दिष्टे कुठपर्यंत साध्य केली आहेत हे समजण्यास कशा प्रकारे होईल हे आपण या प्रकरणात शिकणार आहोत. त्याचसोबत तुम्ही खालील गोष्टीही शिकाल:

- ग्राहकाच्या विविध उद्दिष्टांसाठी किती रक्कम आवश्यक आहे हे काढणे;
- ही उद्दिष्टे पूर्ण करण्यासाठी आधीच काही तरतूद केली असल्यास (जर असेल) ती दर्शवणे;
- त्याशिवायही आणखी रक्कम आवश्यक असल्यास ती ठरवणे;
- ही तूट भरून काढण्यासाठी ग्राहकाला मदत करणे; आणि
- ग्राहकाची आर्थिक नियोजन प्रक्रिया पुन्हा रुळावर आणणे.

तथ्ये शोधण्याची प्रक्रिया बघितल्यानंतर त्यातून मिळालेल्या माहितीचे विश्लेषण कसे करायचे आणि त्यानुसार ग्राहकांना योग्य उत्पादन कसे सुचवायचे याची आपण चर्चा करू. शिफारस करण्यात आलेली उत्पादने ग्राहकाला सादर करणे, अर्ज भरणे आणि आवश्यक कागदपत्रे गोळा करणे यासारख्या औपचारिकता पूर्ण करणेही आपण पाहणार आहोत.

महत्वाचे शब्द			
या प्रकरणामध्ये खालील शब्द आणि संकल्पनांचे स्पष्टीकरण देण्यात आले आहे.			
तथ्ये-शोधणे	आर्थिक स्रोत	मुद्देसूद मुलाखत	वैयक्तिक तपशील
कौटुंबिक तपशील	रोजगाराबाबतचे	आर्थिक तपशील	संपत्ती

	तपशील		
दायित्व/कर्ज	मूल्यमापन	विश्लेषण	शिफरसी करणे
गरजा	प्राधान्य	लाभाचे स्पष्टीकरण	खात्रीशीर लाभ
खात्री नसलेले लाभ	तुमच्या ग्राहकाला जाणून घ्या (केवायसी)		

क) तथ्ये शोधणे म्हणजे काय?

तथ्ये-शोधणे ही एक प्रक्रिया आहे ज्यामुळे विमा सल्लागाराला खालील गोष्टी करता येतात:

- ग्राहकाच्या आर्थिक नियोजनाच्या गरजा समजून घेणे;
- त्यांचे प्रमाण ठरवणे; आणि
- गुंतवणुकीसाठी उपलब्ध स्रोतांच्या आधारे त्यांचा प्राधान्यक्रम ठरवणे.

तथ्ये शोधणे अर्ज भरणे ही आर्थिक नियोजन प्रक्रियेतील सर्वात पहिली पायरी आहे. आपण 8व्या प्रकरणात पाहिले की तथ्ये-शोधण्यामुळे ग्राहकाची सध्याची आर्थिक स्थिती काय आहे, ते कुठे उभे आहेत आणि भविष्यात काही बदल अपेक्षित आहे का हे समजते.

तथ्ये चांगल्या पद्धतीने शोधली तर आर्थिक नियोजनही चांगल्या प्रकारे करता येते. तथ्ये-चांगल्या पद्धतीने शोधल्याशिवाय तुम्ही शिफारस केलेले उत्पादन ग्राहकाच्या गरजांसाठी योग्य आहे का हे शोधण्यासाठी

तुमच्याकडे दुसरे कुठलेही साधन नसेल. तथ्ये शोधणे अर्जामध्ये बऱ्याच प्रश्नांची उत्तरे द्यायची असतात ज्यामध्ये तुमच्या ग्राहकाचे स्वरूप, स्थिती, उत्पन्न आणि भविष्यातील आकांक्षा यांचा समावेश होतो. बऱ्याच प्रश्नांना तपशीलवार उत्तरे देणे अपेक्षित असते; तर काहींमध्ये तत्वांबद्दल निवेदन करणे अपेक्षित असते, जसे ग्राहकाचा दृष्टीकोन, भावना आणि काळज्या.

पारंपारिक पद्धतीने तथ्ये शोधणे हे त्याचसाठी आयोजित केलेल्या एका मुलाखतीद्वारे केले जाते आणि बहुतेक विमा एजंट ज्यांना व्यावसायिक आणि व्यक्तिगत सेवा द्यायची आहे ते या पद्धतीवरच अवलंबून असतात.

क)1 तथ्ये शोधण्याची उद्दिष्टे

ती खालील प्रमाणे आहेत:

गरजा ओळखणे

- ग्राहकाच्या सुरक्षा, बचत आणि आरोग्य विम्याच्या बाबतीत काय गरजा (जर असल्यास) आहेत हे जाणून घेणे हे तथ्ये शोधण्याचे मुख्य उद्दिष्ट आहे. तथ्ये शोधण्याच्या चांगल्या प्रक्रियेद्वारे सल्लागाराला प्रत्येक गरजेसाठी किती रकमेची आवश्यकता आहे हे शोधणे, त्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी आधीच करण्यात आलेली तरतूद आणि त्या पूर्ण करण्यासाठी ज्या रकमेची आणखी आवश्यकता आहे, त्याची माहिती मिळाली पाहिजे.
- उदाहरण
- रामला त्याच्या मुलाच्या शिक्षणासाठी पैसे साठवायचे आहेत. तथ्ये शोधण्याच्या प्रक्रियेद्वारे विमा एजंट रवी त्याला ही गरज

ओळखण्यास मदत करू शकतो, ही रक्कम त्याला कधी लागेल, किती रक्कम लागेल आणि गृहित धरलेल्या मोबदल्याच्या आधारे हे उद्दिष्ट पूर्ण करण्यासाठी दर महिन्याला किती गुंतवणूक करावी लागेल याचा हिशेब तो करू शकतो.

- राम जर आधीपासूनच दर महिन्याला एक ठराविक रक्कम गुंतवत असेल तर तो योग्य आर्थिक उत्पादनामध्ये पुरेशी रक्कम गुंतवतो आहे का याचे रवी मूल्यमापन करू शकेल. काही रक्कम कमी पडू शकते का (जर असल्यास) हे ओळखण्यास आणि ती कशी उभी करायची यासाठी एजंट त्याला मदत करू शकतो.

ग्राहकाची माहिती गोळा करणे

- ग्राहकाच्या नेमक्या गरजा ओळखण्यासाठी त्यांच्यावर अवलंबून व्यक्ती, आर्थिक स्रोत आणि नोकरीची स्थिती इत्यादी वैयक्तिक तपशील माहिती असणे आवश्यक आहे. या प्रक्रियेमध्ये सध्याच्या आरोग्याबाबतचा तपशील आणि जीवन विमा तसेच इतर निवृत्ती योजनांचा तपशील आवश्यक असतो. ग्राहकाचे वैयक्तिक लक्ष्य, इच्छा आणि भविष्यातील उद्दिष्टे हे देखील जाणून घेणे आवश्यक असते. तथ्ये जाणून घेण्याच्या चांगल्या प्रक्रियेत केवळ प्रत्यक्ष गरजाच नाही तर भावनिकदृष्ट्या विचार करतांना निर्माण झालेल्या गरजांचाही समावेश होतो.
- उदाहरण
- मुलाच्या शिक्षणासाठी इच्छित रक्कम साठवण्याचे लक्ष्य गाठण्यासाठी रवीला रामला मदत करायची असेल तर रामच्या

कुटुंबामध्ये कमावत्या व्यक्ती किती आहेत, अवलंबून व्यक्तित्ची संख्या किती आहे, रामला किती मुले आहेत (त्यांची सध्याची वये), त्यांचा सध्याचा पगार आणि त्यांची बचत याबाबत अधिक तपशील जाणून घेणे आवश्यक आहे.

ग्राहकाच्या आर्थिक स्रोताचे विश्लेषण करणे

- आर्थिक नियोजन उत्पादनामध्ये गुंतवणूक करण्यासाठी ग्राहकाकडे किती पैसा उपलब्ध आहे हा देखील तथ्ये शोधण्याचा महत्वाचा उद्देश आहे. ग्राहकाला सर्व स्रोतांमधून मिळणारे उत्पन्न आणि ज्यावर ते खर्च होते यांचे सखोल विश्लेषण करून ही माहिती मिळवली जाते. ग्राहकाच्या सध्याच्या भांडवली स्रोतांचाही आणि जी कर्ज फेडणे आवश्यक आहे त्यांचाही आढावा घेणे आवश्यक असते. दोन्ही बाबतीत जर सकारात्मक संतुलन असेल तर आर्थिक नियोजनासाठी पुरेसा निधी उपलब्ध असल्याचे दिसेल. अतिरिक्त निधी उपलब्ध नसेल तर ग्राहक कर्जाचे पुनर्नियोजन करत नाही किंवा खर्च कमी करत नाही तोपर्यंत फारसे काही करता येणार नाही.
- उदाहरण
- तथ्ये शोधण्याच्या प्रक्रियेद्वारे रवी रामच्या आर्थिक स्रोतांचे विश्लेषण करेल. तो सर्व उत्पन्न आणि खर्च, त्याची सध्याची संपत्ती आणि दायित्वे विचारात घेईल आणि निधी अतिरिक्त/कमी आहे हे काढेल. अतिरिक्त निधी उपलब्ध असल्यास एजंट रामच्या मुलांच्या शिक्षणसाठी गुंतवणुकीची योजना तयार करेल.

अपेक्षित बदलांसाठी तरतूद

- ग्राहकाच्या परिस्थितीत काही बदल होऊन त्याच्या सध्याच्या आर्थिक स्थितीत काही फरक पडणार आहे का हे देखील तथ्ये शोधण्याच्या प्रक्रियेद्वारे शोधले जाते. उदाहरणार्थ, ग्राहकाला पगार वाढण्याची अपेक्षा आहे का किंवा नजिकच्या भविष्यात त्याला वारसाने काही मिळणार आहे का, किंवा त्याचे कुटुंब वाढणार आहे का, मोठे घर खरेदी करणार आहे का किंवा तो बेकार होणार आहे का?
- आर्थिक परिस्थितीत झालेल्या प्रत्येक अपेक्षित बदलामुळे ग्राहकाची भविष्यातील गुंतवणूक कायम राहण्यावर परिणाम होऊ शकतो. यामुळे ग्राहक सध्या किती गुंतवणूक करू शकतो हे ठरवता येते.
- **उदाहरण**
- रवी रामशी खालील चर्चा करेल:
- त्याला त्याचे कुटुंब आणखी वाढवायचे आहे का;
- नजिकच्या भविष्यात नोकरीत बदलाची त्याची योजना आहे का;
- सध्याच्या नोकरीत त्याला पगारवाढ अपेक्षित आहे का;
- घर, कार इत्यादी संपत्ती खरेदी करायची त्याची योजना आहे का.

ख) तथ्ये शोधण्याचा वापर करणे

एका मुद्देसूद प्रश्नावलीद्वारे तथ्ये शोधणे ही सर्वात सामाईक पद्धत आहे. ग्राहकाची औपचारिक मुलाखत न घेता ही प्रश्नावली भरणे शक्य आहे (उदाहरणार्थ टेलिफोनद्वारे मुलाखत किंवा पोस्टाद्वारे ग्राहकाशी संपर्क करणे). मात्र आपण मुलाखतीमध्ये प्रश्नावलीचा वापर कसा केला जातो याचा विचार करू.

:



प्रश्न 9.1

तथ्ये शोधण्याचे उद्देश काय आहेत?

ख)2 तथ्ये-शोधणारे अर्ज

तथ्ये शोधणारा अर्ज विविध विभागांमध्ये विभागला असतो ज्यामध्ये ग्राहकाचे तपशील असतात. या विभागांमध्ये खालील तपशीलांचा समावेश होतो:

- वैयक्तिक तपशील;
- कौटुंबिक तपशील;
- रोजगाराचा तपशील;
- आर्थिक तपशील;
- सध्याचा विमा आणि गुंतवणूक;
- मासिक उत्पन्न आणि खर्चाचे विश्लेषण;
- आर्थिक नियोजनाची उद्दिष्टे आणि विचारात घेण्याचे मुद्दे; आणि
- भविष्यातील बदल.

जाणून घ्या

जिथे संयुक्त आर्थिक नियोजनाची गरज असते, म्हणजे पती-पत्नी किंवा व्यवसायातील भागीदार तिथे प्रत्येक व्यक्तिसाठी समान माहिती आवश्यक असेल.

प्रत्येक विभागामध्ये काही प्रश्न असतील. मात्र ते ज्या पद्धतीने वापरले जातील त्यात स्वाभाविकपणे काही बदल असतील. काही कंपन्या संगणकीकृत तथ्ये-शोधणे अर्ज वापरतात ज्यामध्ये एजंट मुलाखतीच्या वेळेला किंवा

मुलाखतीनंतर संगणकामध्ये सर्व माहिती नोंदवतो. संगणक त्यानंतर पूर्ण करण्यात आलेली तथ्ये-शोधणे प्रश्नावली, ज्यामध्ये ग्राहकांचे प्राधान्य, जोखीमेचे स्वरूप, गरजांचे प्रमाण, योग्य उत्पादन, खर्च आणि लाभांचे विश्लेषण अशा स्क्रिनवर आलेल्या माहितीचे ग्राहकाला तयार प्रिंटआउट देतो.

खालील विभागांमध्ये आपण विमा एजंट अमितचे उदाहरण पाहू जो त्याचा ग्राहक किशोर ह्याला सल्ला देत आहे.

ख)2(क) वैयक्तिक तपशील

या विभागामध्ये अमित किशोरचे वैयक्तिक तपशील नोंदवेल ज्यामध्ये पुढील गोष्टींचा समावेश असेल- त्याचे पूर्ण नाव, पत्ता, टेलिफोन क्रमांक आणि पेशा इत्यादी. हे तपशील एजंटच्या स्वतःच्या व्यावसायिक नोंदीसाठी आवश्यक असतात. वैवाहिक स्थिती हे कौटुंबिक जबाबदाऱ्यांचे महत्वाचे निदर्शक असेल आणि त्याद्वारे अवलंबून व्यक्तित्वविषयी पुढील प्रश्न सुचवला जाईल.

ग्राहकाची जन्मतारीख, जन्मस्थान आणि आरोग्याची स्थिती, धूम्रपान आणि/किंवा मद्यपानाची सवय यांद्वारे विमा पॉलिसीसाठीची पात्रता आणि द्यायचा हप्ता हे दर्शवले जाईल.

ख)2(ख) कौटुंबिक तपशील

या विभागात अमित किशोरचे कौटुंबिक तपशील नोंदवेल.

एजंट सर्वसाधारणपणे खालील व्यक्तींचे नाव, वय, आरोग्याची स्थिती आणि पेशा विचारेल:

- पत्नी किंवा पत्नी;
- मुले;

- पालक; आणि
- इतर अवलंबून व्यक्ती.

या माहितीच्या आधारे ग्राहकाला स्वतःचे अपंगत्व किंवा मृत्यूमुळे त्याच्यावर अवलंबून व्यक्तित्‍च्या फायद्यासाठी किती संरक्षण देणे आवश्यक आहे यासाठीचे प्रश्न विचारता येतात. त्याशिवाय अवलंबून व्यक्तित्‍विषयीची माहिती जसे वयोवृद्ध पालकांविषयीच्या माहितीच्या आधारे एजंटला त्याच्या आरोग्य विम्याच्या गरजेबाबत सल्ला देता येईल. वयोवृद्ध पालकांसाठी आरोग्य विमानसल्यास त्यांच्या कुठल्याही आजारपणात होणारा रुग्णालयाचा खर्च किशोरवर पडेल.

ख)2(ग) रोजगाराचा तपशील

रोजगाराच्या तपशीलामध्ये अमित किशोरची नोकरी आणि त्याच्या मालकाबद्दल तपशील भरेल. ग्राहकाचा जर व्यवसाय असेल किंवा स्वयंरोजगार असेल एजंट त्यानुसार तपशील भरेल. जीवन विमा पॉलिसीचा हप्ता ठरवतांना ग्राहकाच्या कामाचे स्वरूप आणि कामाच्या ठिकाणाची महत्त्वाची भूमिका असते. आयटी कंपनीत काम करणारी व्यक्ती विमा कंपनीसाठी कमी जोखीमेची असते आणि स्फोटकांच्या फॅक्टरीत काम करणारी व्यक्ती उच्च जोखीमेची असते.

एजंट ग्राहकाच्या उत्पन्नाचे सर्व तपशील नोंदवेल: मूळ वेतन, कमिशन, कार्यनिष्पादनासाठी बोनस आणि इतर अतिरिक्त फायदा किंवा उत्पन्नाचा इतर कुठलाही स्रोत असल्यास तो नोंदवला जाईल. एजंट हे उत्पन्न आणि उरलेल्या कार्यकाळातील उत्पन्नातील वार्षिक वाढ विचारात घेईल आणि त्यानुसार अपंगत्व आल्यास किंवा मृत्यू झाल्यास उत्पन्नाचे किती संरक्षण करण्याची गरज आहे ती रक्कम काढेल. स्वयं-रोजगार असलेल्या व्यक्तित्‍च्या

बाबतीत पगाराऐवजी ग्राहकाचा नफा आणि कुटुंबाच्या खर्चासाठी व्यवसायातून काढलेली रक्कम धरली जाईल.

जाणून घ्या

ग्राहकाला नोकरीमध्ये कुठले लाभ मिळत आहेत हे एजंट विचारात घेईल: भविष्य निर्वाह निधी, सुटीचे पैसे घेणे, ग्रॅज्युइटी, सुपर ऍन्युएशन, निवृत्तीवेतन, मालकाने दिलेला जीवन आणि आरोग्य विमा आणि किती रकमेचा विमा देण्यात आला आहे इत्यादी.

जाणून घ्या

कर्मचारी भविष्य निर्वाह निधीमध्ये (ईपीएफ) कर्मचारी आणि मालक (कर्मचाऱ्याच्या वतीने) कर्मचाऱ्याच्या पगाराचा ठराविक हिस्सा जमा करतात. या निधीचे व्यवस्थापन कर्मचारी भविष्य निर्वाह निधी संस्था (ईपीएफओ), एखादा ट्रस्ट किंवा स्वतः मालक करतो.

ईपीएफओ संस्था निधीमध्ये गोळा झालेला पैसा सदस्यांच्या वतीने गुंतवते. ईपीएफओ या निधीवर वार्षिक मोबदला जाहीर करते (देय वार्षिक व्याजदरा प्रमाणे). या निधीचे प्रशासन कर्मचारी भविष्य निर्वाह निधी आणि किरकोळ तरतुदी (ईपीएफ आणि एमपी) कायदा 1952 च्या नियम आणि अटीनुसार केले जाते. जेव्हा कर्मचारी नोकरी सोडून जातो किंवा निवृत्त होतो अथवा कर्मचाऱ्याच्या मृत्यूनंतर त्याच्या नामनिर्देशित व्यक्तिला अथवा कर्मचाऱ्याला जमा झालेला निधी त्यावरील व्याजासह दिला जातो.

किशोरला मिळणार असलेला भविष्य निर्वाह निधी, सुटीचे पैसे आणि ग्रॅज्युइटी हा त्याच्या निवृत्तीवेतन निधीचा एक भाग होईल आणि ही रक्कम वजा केल्यानंतर उरलेल्या रकमेसाठी किशोरला गुंतवणूक करणे आवश्यक आहे.

ख)2(घ) आर्थिक तपशील

या विभागात अमित किशोरची संपत्ती आणि दायित्व यांचा तपशील नोंदवेल.
संपत्ती या विभागात प्रत्येक संपत्तीचे सध्याचे मूल्य काय आहे हे दाखवण्यासाठी आणि त्याद्वारे काही उत्पन्न मिळत असल्यास ते एकूण उत्पन्न दाखवण्यासाठी मोकळी जागा सोडलेली असते. या संपत्तीमधून मिळणारे उत्पन्न आणि नोकरीतून मिळणाऱ्या उत्पन्नाची बेरीज करून ग्राहकाचे एकूण उत्पन्न आणि त्याचे कर दायित्व काढले जावे.

संपत्ती आणि दायित्वे

संपत्ती	कर्ज
राहते घर	गृहकर्ज
इतर स्थावर मालमत्ता, व्यावसायिक संपत्ती, जमिनीचा तुकडा	क्रेडिट कार्डची थकित देणी, बँक खात्यातून काढलेली क्षमतेपेक्षा जास्त रक्कम (ओव्हरड्राफ्ट) आणि वैयक्तिक कर्ज
समभाग आणि म्युच्युअल फंडातील गुंतवणूक	गाडीचे कर्ज, शैक्षणिक कर्ज, व्यावसायिक कर्ज
गुंतवणुकी, बँकेच्या मुदत ठेवीसारख्या निश्चित उत्पन्न देणाऱ्या योजना, सरकारी कर्जरोखे, सार्वजनिक भविष्य निर्वाह निधी, पोस्ट कार्यालयातील ठेवी आणि इतर कर्जाची साधने	इतर कुठलेही कर्ज
सोने, चांदी आणि इतर मूल्यवान धातूंमध्ये गुंतवणूक	
इतर कुठलीही संपत्ती	

ग्राहकाकडे जेव्हा बरीच संपत्ती असते तेव्हा गुंतवणुकीच्या सल्ल्याचीही गरज असते.

ग्राहकाकडे मर्यादित संपत्ती असेल तर ती त्याच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी पुरेशी आहे का आणि मोठ्या आर्थिक योजनांसाठी त्यातून किती पैसा उपलब्ध होऊ शकेल हे तपासणे गरजेचे आहे. ग्राहकाने ज्याप्रकारची संपत्ती स्वतः खरेदी केली असेल त्यावरून त्याचा जोखीमेबाबतचा दृष्टीकोन कसा आहे हे दिसून येईल.

एवढ्या माहितीवरून ग्राहकाची आणि त्याच्या कुटुंबाची आर्थिक उद्दिष्टे पूर्ण करण्यासाठी आधिक बचतीची गरज आहे हे एजंटला कळते.

दायित्व विभागामध्ये ग्राहकाच्या सर्व कर्जांची यादी असते. बहुतेक ग्राहकांसाठी गृहकर्ज हे सर्वात मोठे कर्ज असते जे 15-20 वर्षांसाठी असते. इतर कर्जांमध्ये क्रेडिट कार्डचे बाकी असलेले देणे, वैयक्तिक कर्ज आणि इतर कर्ज (जर असल्यास) यांचा समावेश असू शकतो. ग्राहकाचा मृत्यू झाला, अपंगत्व आले किंवा तो बेकार झाला तर या सर्व कर्जांसाठी ग्राहकाकडे काय संरक्षण आहे हे विचारण्यात यावे. असे संरक्षण असल्यास आणखी तरतूद करण्याची आवश्यकता आहे का हे काढण्यासाठी संपत्तीमधून ते कर्ज वगळण्याची गरज नाही.

घराची परिस्थिती: ग्राहकाची सध्याची घराची परिस्थिती त्याच्या आर्थिक नियोजनाच्या गरजा ठरवितांना महत्वाचा घटक असेल.

या विभागात अमित आणि किशोरच्या चर्चेमध्ये खालील प्रश्नांचा समावेश होईल:

- तो सध्या भाड्याच्या घरात रहातो आहे का? तसे असल्यास मासिक भाडे हा महत्वाचा आवश्यक खर्च असेल.

- त्याचे स्वतःचे घर आहे का? तसे असल्यास त्यामुळे संभाव्य खर्च निर्माण होतील – उदा. वीज आणि पाणी पट्टी, मालमत्ता कर आणि दुरुस्ती इत्यादी.
- त्याने गृहकर्ज घेतले आहे का? हा महत्वाचा आवश्यक खर्च आहे. त्याला मृत्यू किंवा आजारपणासाठी संरक्षण देण्यात आले आहे का?
- मोठे घर घेण्याची किंवा सध्याचे घर वाढवण्याची इच्छा आहे का? यामध्ये मोठ्या गृहकर्जाचा समावेश होऊ शकतो.

ख)2(च) सध्याचा विमा आणि गुंतवणूक

या विभागात किशोरकडच्या सध्याच्या विमा योजना आणि त्याने केलेली गुंतवणूक याची अमित नोंद घेईल.

जाणून घ्या

सध्याच्या पॉलिसी आणि गुंतवणुकींमुळे ग्राहकाची आर्थिक उद्दिष्टे गाठण्यासाठी आवश्यक असलेली आर्थिक तरतूद कमी करण्यास मदत होईल.

एजंट ग्राहकाच्या जीवन आणि आरोग्य, एंडोमेंट, युलिप विमा पॉलिसींसह इतर बचत योजनांमध्ये गुंतवणूक केली असल्यास त्याची नोंद घेईल. प्रत्येक विमा पॉलिसीसाठी या विभागामध्ये विमाकर्त्याचे नाव, पॉलिसीचा प्रकार, लाभाचे स्वरूप आणि रक्कम, देय हप्ते आणि हप्त्यांची वारंवारिता नोंदवण्यात येईल. हप्ते कोण भरते, अपंगत्व किंवा मृत्यूसाठी कुणाचा जीवन विमा काढण्यात आला आहे आणि पॉलिसीचे भोगवटादार कोण आहेत असा तपशीलही या विभागात विचारला जातो. पॉलिसीची मुदत किंवा परिपक्वतेची तारीखही नोंदवण्यात यावी.

ख)2(छ) मासिक उत्पन्न आणि खर्चाचे विश्लेषण

आर्थिक नियोजन उत्पादनांमध्ये गुंतवणूक करण्यासाठी ग्राहकाकडे किती निधी उपलब्ध आहे हे शोधून काढण्यासाठी विमा एजंटला ग्राहकाचे नियमित उत्पन्न आणि खर्चाचे विश्लेषण करावे लागते. आवश्यक असल्यास किंवा इच्छा असल्यास ग्राहक सध्याच्या खर्चात कुठे कपात करू शकतो हे दाखवणेही याचा अतिरिक्त हेतू आहे.

प्रश्नावलीच्या या विभागात ग्राहकाला सर्व स्रोतांकडून मिळणारे मासिक उत्पन्न आणि कुटुंबामध्ये दोन कमावत्या व्यक्ती असल्यास दोघांचे संयुक्त उत्पन्न याबद्दल प्रश्न विचारले जातील. दर महिन्याला कुठल्या मुख्य गोष्टींवर खर्च होतो हे ग्राहकाला त्यानंतर विचारले जाईल.



ख)2(ज) आर्थिक नियोजनाची उद्दिष्टे आणि विचारात घेण्याच्या बाबी

या विभागात अमित किशोरच्या वैयक्तिक आणि कुटुंबाविषयीच्या महत्वाकांक्षा आणि चिंता नोंदवेल. तथ्ये शोधण्यासाठीच्या सर्व प्रश्नावलींमध्ये आर्थिक नियोजनाची उद्दिष्टे हा सर्वात महत्वाचा भाग असतो. एजंट ग्राहकाच्या वैयक्तिक आणि/किंवा विशिष्ट दीर्घ-कालीन योजना नोंदवेल.

सध्याची तरतूद या प्रश्नांमध्ये खालील गोष्टी पुरेशा आहेत असे ग्राहकाला वाटते का हे विचारले जाईल:

- जीवन आणि आरोग्य विमा;

- अपंगत्व विमा;
- विविध उत्पादनांमधील गुंतवणूक;
- नियमित बचतीची पातळी; आणि
- निवृत्तीचे वय आणि निवृत्तीवेतन निधीमधील गुंतवणूक.

सर्वात शेवटी ग्राहकाला पूरक प्रश्न विचारला जाईल की ग्राहकाला यापैकी कुठल्याही उत्तरामुळे काळजी वाटते का.

इतर विभागांमध्ये ग्राहकांच्या खालील बाबींसाठी काय योजना आणि महत्वाकांक्षा आहेत हे विचारले जाईल:

- कुटुंब;
- मुलांचे शिक्षण आणि लग्न;
- भविष्यात घर बदलणे;
- करिअर, पेशा किंवा व्यवसाय;
- गुंतवणूक आणि कर्ज पुरवठा;
- निवृत्ती; आणि
- मृत्यूनंतर संपत्ती.

नेहमीच्या आकांक्षांपेक्षा काही वेगळ्या आकांक्षा असतील तर पुरवणी प्रश्नांद्वारे त्याविषयीची माहिती मिळेल.

उद्दिष्टे आणि विचारात घेण्याच्या बाबींच्या विभागात ग्राहकांच्या आर्थिक नियोजनाची उद्दिष्टे नोंदवण्यासाठीही जागा असेल. सर्वसाधारणपणे, प्राधान्य क्रमांकाने दाखवले जाते म्हणजे एक क्रमांक असेल तर सर्वाधिक प्राधान्य दिले जाते. प्रत्यक्षात बहुतेक लोक एका वेळी तीन किंवा चार प्राधान्यांचे

मूल्यमापन करु शकतात. गरजांची लांबलचक यादी तयार करण्याच्या प्रयत्नात ग्राहकाचा गोंधळच होण्याची शक्यता असते.

जाणून घ्या

ग्राहकाची किती जोखीम उचलण्याची आणि गुंतवणुकीतील नुकसान सहन करण्याची क्षमता आहे याचा विचार केल्याने योग्य आर्थिक उत्पादन निवडण्यास मदत होते. काही वेळा प्रश्नावलीमध्ये ग्राहकाच्या जोखीमेचे स्वरूप त्याच्या स्वतःच्याच शब्दात नोंदवण्यासाठी जागा दिलेली असते. मात्र आजकाल बहुतेक प्रश्नावलीमध्ये किती जोखीम आहे यासाठीचे ठराविक पर्याय दिलेले जातात. सर्वसाधारणपणे जोखीमेची श्रेणी ही शून्यापासून पाचपर्यंत असते शून्याद्वारे जोखीम उचलण्याची अजिबात क्षमता नाही असे दिसते आणि पाचद्वारे उच्च जोखीम उचलण्याची तयारी दिसून येते.

या विभागात ग्राहकाचे काही लिखित मृत्यू/इच्छा पत्र आहे का, असल्यास त्यातील मुख्य तरतुदी आणि ग्राहकाचा मृत्यू झाल्यास ग्राहकाची संपत्ती कमीत कमी कर कपात होऊन विकण्यासाठी काही योजना आहे का याचीही नोंद केली जाते.

ग्राहक आणि एजंट जोपर्यंत उद्दिष्टे निश्चित करणे, गरजांचा प्राधान्यक्रम ठरविण्यावर परिणाम करणारे घटक आणि गुंतवणुकीतील जोखीमा आणि लाभ याबाबत चर्चा करत नाहीत तोपर्यंत प्रश्नावलीचा उद्दिष्टे आणि विचारात घेण्याच्या बाबी हा भाग पूर्ण होणार नाही. केवळ याच पद्धतीने ग्राहक खऱ्या गरजा आणि मानलेल्या गरजा यामधला फरक कळून त्याआधारे उत्तरे देईल.

ख)2(झ) भविष्यातील बदल

तथ्ये-शोधण्यातील बहुतेक माहिती ही सध्याच्या परिस्थितीवर आधारित असली तरीही भविष्यातील संभाव्य बदलांकडे दुर्लक्ष करून चालणार नाही.

या विभागामध्ये अमित किशोरला भविष्यातील संभाव्य बदलांबद्दल विचारेल. यामध्ये खालील गोष्टींचा समावेश असू शकेल:

- वारसा, उदा. पालकांचा मृत्यू झाल्यानंतर.
- बाळाचा जन्म- ज्यामुळे शैक्षणिक आणि विवाहाचा खर्च होईल.
- उत्पन्न वाढवण्यासाठी व्यावसायिक शिक्षण घेण्याची किंवा शिक्षण पूर्ण करण्याची काही योजना आहे का.
- करिअरमध्ये संभाव्य बदल.
- इतर कुठलीही महत्वाकांक्षा (उदा. परदेश दौरा, दान किंवा देणगीसाठी निधी गोळा करणे) ज्यामुळे मोठा खर्च होऊ शकतो.

ग) मूल्यमापन आणि विश्लेषण

तथ्ये शोधण्याच्या प्रत्येक प्रश्नावलीमध्ये विचारलेले नेमके प्रश्न आणि आवश्यक माहिती यामध्ये बराच फरक असतो. त्याचप्रमाणे प्रश्नावलीमधील सर्व प्रश्न प्रत्येक ग्राहकाच्या परिस्थितीला योग्य असतीलच असे नाही.

कुठले प्रश्न कुठल्या ग्राहकांना लागू आहेत हे ठरवण्यासाठी एजंटच्या मनात तथ्ये शोधण्याची उद्दिष्टे स्पष्ट हवीत. ग्राहकाच्या गरजा, उद्दिष्टे आणि वैयक्तिक स्वरूप यानुसार आर्थिक उत्पादनाची शिफारस करता यावी हा ही माहिती घेण्याचा उद्देश आहे.

या हेतूसाठी जे आर्थिक तपशील गोळा करायचे आहेत आणि जी माहिती किशोरने दिली आहे त्याची वर्गवारी अमितला स्पष्टपणे माहित हवी. यामध्ये खालील गोष्टींचा समावेश होईल:

- संपत्ती आणि दायित्व;
- उत्पन्न, खर्च आणि बचत;
- जीवन आणि आरोग्य विमा (अपंगत्वासह);
- निवृत्तीसाठीची तरतूद; आणि
- इच्छापत्रे आणि वारसाची योजना.

या माहितीद्वारे प्रत्येक महत्वाची गरज पूर्ण करण्यासाठी सध्याची तरतूद किती आहे आणि काही तूट असल्यास ती भरून काढण्यासाठी किती आर्थिक स्रोत उपलब्ध आहेत हे ठरवता येते.

ग)1 मूल्यमापन

यामध्ये एजंटला खालील गोष्टी कराव्या लागतात:

- ग्राहकाला प्रत्येक गरजेसाठी किती निधी देणे आवश्यक आहे हे ठरविणे;
- ग्राहक किती गुंतवणूक अंशदान करू शकतो हे ठरविणे;
- या अंशदानाद्वारे सध्या उपलब्ध असलेले सर्वोत्तम आर्थिक नियोजन पॅकेज तयार करणे; आणि
- ग्राहकासोबत आर्थिक योजनेचे मूल्यांकन आणि कामगिरीचा नियमित आढावा घेणे.

ग्राहकाच्या व्यक्तिगत प्राधान्यानुसार उपलब्ध निधीची विविध उत्पादनांमधील नेमकी गुंतवणूक ठरत असते.

ग)2 विश्लेषण

तथ्ये शोधणे प्रश्नावली मधील माहितीचा उपयोग होण्यासाठी उत्तरे योग्यप्रकारे नोंदवली जाणे आवश्यक आहे. एजंट आपले व्यावसायिक ज्ञान वापरून प्रश्नावलीमध्ये नोंदवलेली तथ्ये आणि मतांचे निदान करतो आणि गरजांचे प्रमाण ठरवतो. सोप्या भाषेत सांगायचे झाले तर गरजेचे विश्लेषण म्हणजे ग्राहकाने अपेक्षित आणि अनपेक्षित गरजांसाठी पुरेशी आर्थिक तरतूद केली आहे की नाही हे ठरवणे.

उदाहरण

तथ्य-शोधणे पूर्ण झाल्यानंतर अमितने नोंदवलेल्या किशोरच्या काही अपेक्षित आणि अनेक्षित गरजांमध्ये खालील बाबींचा समावेश होतो:

- अकाली मृत्यू झाल्यास अवलंबून व्यक्तित्ना पुरेसे उत्पन्न मिळावे यासाठी किशोरकडे पुरेशी संपत्ती आहे का किंवा त्याने विमा संरक्षण घेतले आहे का?
- मागे राहिलेल्या पत्नीसाठी तरतूद केली आहे का?
- आजारपण, इजा किंवा गंभीर आजारापणामुळे बराच काळ अंथरुणावर राहिल्यास जीवनाचा दर्जा कायम राहण्यासाठी किशोरकडे पुरेशी संपत्ती, विमा संरक्षण किंवा नोकरीमध्ये तरतूद आहे का?

- बेकार झाल्यास दैनंदिन खर्च भागवण्यासाठी आणि कर्जावरील व्याज फेडण्यासाठी किशोरकडे पुरेसे आर्थिक स्रोत आहेत का?
- किशोर किंवा त्याच्या कुटुंबातील सदस्यांना महागड्या उपचारांची आवश्यकता पडली तसेच रुग्णालयात दाखल करावे लागले तर वैद्यकीय खर्च कसा केला जाईल?
- किशोर किंवा त्याच्या मालकांनी त्याच्या निवृत्तवेतन निधीसाठी पुरेशी तरतूद केली आहे का?
- किशोरची भविष्यासाठी वैयक्तिक उद्दिष्टे काय आहेत: मुलांच्या शालेय किंवा विद्यापीठातील शिक्षणाचा खर्च, मुलांच्या लग्नाचा खर्च, नवे घर, जगाची सफर, स्वतःचा व्यवसाय सुरु करणे आणि निवृत्तीसाठीची योजना?
- ही प्रत्येक वैयक्तिक महत्वाकांक्षा पूर्ण करण्यासाठी किती खर्च येईल आणि हे पैसे कधी लागतील?
- किशोरने या हेतूसाठी काही पैसे बाजूला काढून ठेवले आहेत का?

यापैकी बऱ्याच प्रश्नांची उत्तरे तथ्य-शोधण्यातून मिळतील. उदाहरणार्थ, किशोरच्या सध्याच्या खर्चाद्वारे त्याचा मृत्यू झाल्यास, तो आजारी पडल्यास आणि निवृत्तीच्या वेळी किती उत्पन्नाची गरज आहे हे समजेल. सध्याच्या विमा पॉलिसी, संपत्ती आणि बचत योजनांचा अभ्यास केल्याने आधीच किती तरतूद करण्यात आली आहे किंवा किती कमी तरतूद करण्यात आली आहे हे समजेल. मात्र, तथ्ये-शोधणे अर्जातून

आपल्याला सर्वच गोष्टी समजत नाहीत. त्यातील घटकांसोबत ग्राहकाला भविष्यात ज्या गोष्टी खरेदी करायच्या आहेत किंवा ज्यांची तरतूद करायची आहे त्यांची किंमतही जोडणे आवश्यक असते, उदाहरणार्थ शैक्षणिक खर्च, घराची किंमत किंवा प्रवासाचा खर्च.

काही वेळेस जीवन विमा किती काळासाठी आवश्यक आहे हे ठरवणे अवघड असते. तथ्ये-शोधण्यामुळे मुलांचे वय समजू शकेल मात्र ती किती वर्षे अवलंबून राहतील हे समजणार नाही. सर्वसाधारणपणे, सर्वात लहान मुलाचे शिक्षण पूर्ण होईपर्यंत पॉलिसी लागू असणे आवश्यक आहे. हे वय प्रत्येक कुटुंबामध्ये वेगळे असते. तथ्ये-शोधण्यातील 'उद्दिष्टे आणि विचारात घेण्याच्या बाबी' या विभागातून ग्राहकाच्या त्याच्या मुलांसाठी काय आकांक्षा आहेत हे समजते. त्याद्वारे मागे राहिलेल्या पती-पत्नीसाठी मुले मोठी झाल्यानंतरही विमा संरक्षण कायम ठेवणे आवश्यक आहे किंवा नाही हे समजते.

प्रश्न 9.2

तथ्ये शोधण्याच्या अर्जाच्या विविध विभागांची यादी करा?

घ) उत्पादनाची वैशिष्ट्ये आणि लाभ

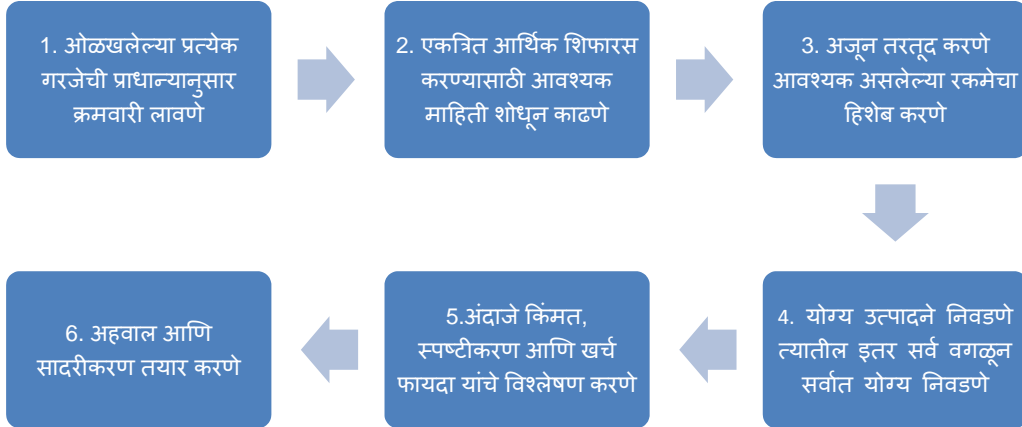
ग्राहकाच्या परिस्थितीशी पडताळून पाहणे

तथ्ये शोधण्याचा आणखी एक उद्देश म्हणजे ग्राहकाला भविष्यात कुठली उत्पादने लागतील हे समजते आणि त्यासाठी कधी गुंतवणूक करता येईल त्या तारखांचाही आढावा

घेता येतो. संपूर्ण तथ्ये शोधल्याशिवाय ग्राहकाच्या गरजा काय आहेत हे नेमके समजणे शक्य नाही. एखाद्या व्यक्तित्ने विशिष्ट उत्पादनासाठी एजंटकडे विचारणा केली तरी ते उत्पादन त्याच्या विशिष्ट गरजांसाठी योग्य आहे का हे पाहण्यासाठी त्याची पूर्ण तथ्ये शोधली पाहिजेत. कारण एखाद्या मानलेल्या गरजेची समजूत आणि खऱ्या गरजा अतिशय वेगळ्या असू शकतात.

घ)1 उत्पादन निवडण्याची प्रक्रिया

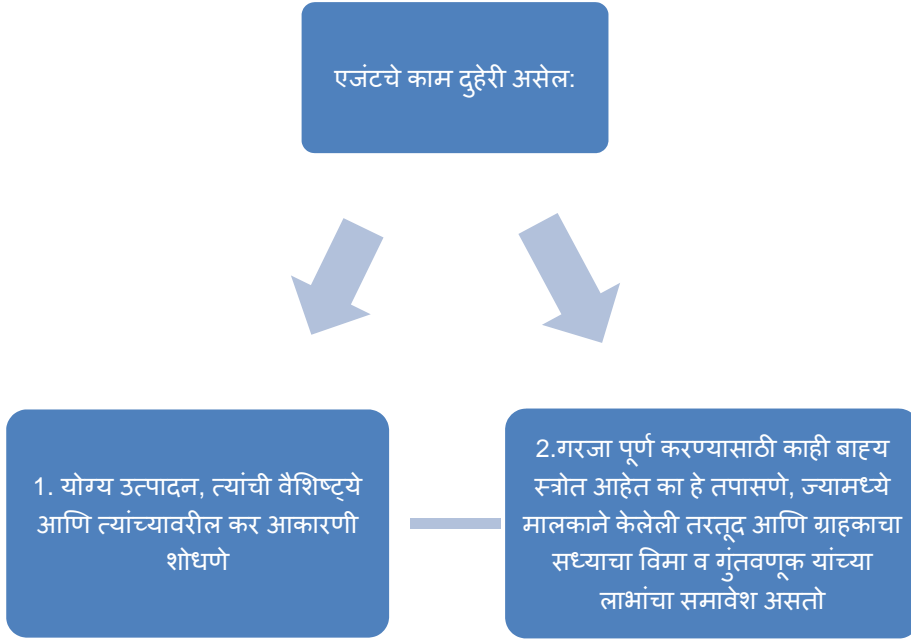
माहितीचे विश्लेषण आणि ग्राहकाला शिफारस करण्याची प्रक्रिया अतिशय शास्त्रशुद्ध पद्धतीने केली पाहिजे, तसेच ती ठिकठिकाणी पडताळून पाहिली पाहिजे. ग्राहकाची तथ्ये-शोधणे प्रश्नावली पाहिल्यानंतर खालील पायऱ्या आवश्यक असतात:



हे सर्व टप्पे अतिशय व्यावसायिकपणे आणि कौशल्याने हाताळणे आवश्यक आहे. ग्राहकांच्या गरजांच्या विश्लेषणामध्येही ग्राहकाच्या खऱ्या आणि रास्त गरजा

समजल्या पाहिजेत आणि जी पूर्ण न होणारी स्वप्न आहेत ती वगळली पाहिजेत. प्रत्येक योग्य गरजेची एक पुरेशी किंमत असली पाहिजे. जर ती किंमत जास्त ठरविण्यात आली तर ग्राहक ज्या लाभांची गरज नाही त्यासाठी पैसे देत बसेल, जर किंमत कमी ठरविण्यात आली तर त्यातून मिळणारे लाभ जेव्हा गरज असते तेव्हा ती पूर्ण करण्यासाठी पुरेसे नसतील.

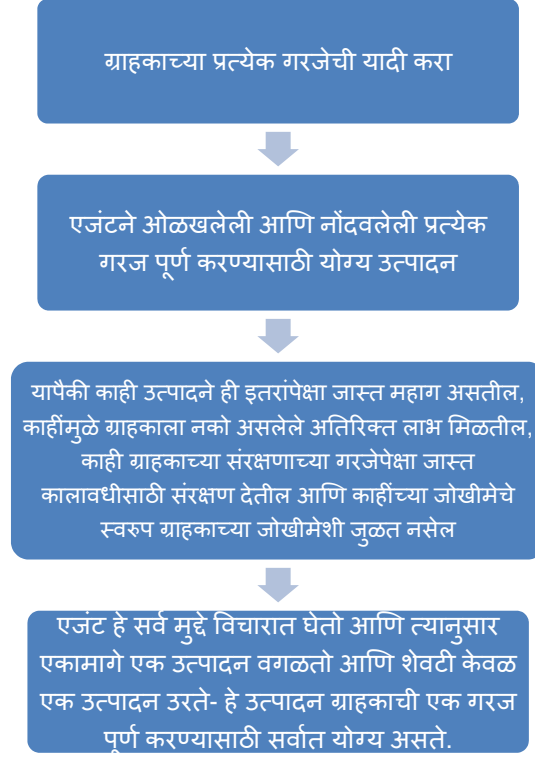
प्रत्येक गरजेसाठी सर्वात योग्य तोडगा शोधण्यासाठी एजंटला बरीच माहिती गोळा करून तिचे मूल्यमापन करावे लागेल.



यापैकी बरीचशी माहिती सहजपणे उपलब्ध असते. एजंटकडे तथ्ये शोधण्यासाठी पूरक माहितीपत्रके, तक्ते आणि कोष्टके उपलब्ध असू शकतात.

घ)2 प्रत्येक गरजेसाठी उत्पादन निवडणे

ग्राहकासाठी उत्पादन निवडण्याची एक चांगली प्रक्रिया खालीप्रमाणे आहे:



या प्रक्रियेची प्रत्येक गरजेसाठी पुनरावृत्ती केली जाईल.

शिफारशी तयार करतांना, ग्राहकाला कोणते लाभ हवे आहेत त्यानुसार एजंटने अंदाजे किंमत आणि उत्पादनाच्या स्पष्टीकरणाचा अभ्यास करावा. जिथे किंमत हा महत्वाचा मुद्दा आहे तिथे गरज पूर्ण करण्यासाठी सर्वात कमी किंमतीचे उत्पादन शोधणे आवश्यक आहे. उपलब्ध किंमती आणि लाभांचा अभ्यास केल्यानंतर एजंट उत्पादने निवडू शकेल आणि ग्राहकाचे उपलब्ध आर्थिक स्रोत संतुलित पद्धतीने प्रत्येक गरजेनुसार शिफारस करण्यात आलेल्या विविध उत्पादनासाठी वापरता येतील. ही प्रक्रिया सोपी नाही, त्यामध्ये तपशीलाकडे लक्ष देणे अतिशय आवश्यक असते आणि अत्यंत व्यावसायिकपणे ही प्रक्रिया पार पाडावी लागते.

ग्राहकाची सध्याची गुंतवणूक आणि विम्याबद्दल काय शिफारस करावी ही एजंटची सर्वात मोठी अडचण असते. ग्राहकाला सध्याच्या गुंतवणुकीबद्दल योग्य सल्ला देण्यात आलेला असला किंवा नसला तरीही अंतिम शिफारस करतांना सध्याच्या गुंतवणुकीचा किंवा तरतुदीचा विचार करणे निश्चितपणे आवश्यक आहे.

च) शिफारस करणे

सर्व माहिती गोळा केल्यानंतर, त्यावर चर्चा झाल्यानंतर आणि विश्लेषण केल्यानंतर एजंट तथ्ये शोधण्याचा अंतिम उद्देश पूर्ण शकतो तो म्हणजे: ग्राहकाच्या गरजांसाठी सर्वात योग्य असे उत्पादन किंवा उत्पादनांचा पोर्टफोलिओ सुचवणे, ज्यासाठी ग्राहक गुंतवणूक करू शकेल आणि ती गुंतवणूक भविष्यात कायम ठेवू शकेल.

तथ्ये शोधण्याप्रमाणेच, उत्पादनाची शिफारस करण्याची चांगली पद्धत म्हणजे प्रभावी प्रक्रिया आणि उच्च नैतिक दर्जा यांचे मिश्रण असते. शोधलेल्या आर्थिक नियोजन समस्यांवरील सर्वोत्तम तोडगा काय आहे? कुठले पर्याय सर्वात कमी खार्चिक आणि कर वाचवणारे आहेत?

च)1 ग्राहकाला शिफारशी सादर करणे

जेव्हा संपूर्ण निदान प्रक्रिया व्यावसायिक पद्धतीने पूर्ण केली जाते तेव्हा एजंट ग्राहकाला सादरीकरण करण्यासाठी तयार असतो. सादरीकरणाचे घटक आणि ते सादर करण्याचे कौशल्य या दोन्हींना चांगल्या व्यवहाराचे सिद्धांत लागू होतात.

जाणून घ्या

शिफारशी स्वीकारल्या जाण्यासाठी सादरीकरणाचे कौशल्य अतिशय महत्वाचे आहे. सादरीकरणामध्ये संवाद दुहेरी असावा ज्यामध्ये एजंटने ग्राहकाला पूर्णपणे सहभागी करून घेतले असावे.

विशेषतः याच कारणासाठी आयोजित बैठकीमध्ये एजंट त्याच्या शिफारशी ग्राहकाला तोंडीच सांगतो. या बैठकीत एजंट प्रस्ताव समजावून सांगतो, ग्राहकाला त्याचे लाभ आणि खर्च सांगतो आणि जर ग्राहकाने प्रस्ताव स्वीकारला किंवा सुधारित प्रस्ताव स्वीकारला तर ग्राहकाला उत्पादनाचा निवदेन अर्ज भरण्यास मदत करतो. एजंटला हे स्पष्टपणे आणि व्यावसायिकपणे करता यावे यासाठी, सादरीकरणाच्या मुलाखतीची एक विशिष्ट रचना हवी.

च)2 शिफारशी: सादरीकरणाचा आराखडा

ग्राहक आणि एजंट यांनी एकमेकांचे स्वागत केल्यानंतर, सादरीकरणाच्या सर्वसाधारण आराखड्यानुसार बैठक खालील प्रमाणे असावी:

- ग्राहक गरजा पूर्ण करण्यास किती बांधील आहे हे तपासणे;
- सखोल शिफारशीमागच्या संकल्पनेची रूपरेषा स्पष्ट करणे;
- प्रत्येक गरजेसाठीच्या प्रस्तावांची रूपरेषा देणे;
- पुढे जाण्यासाठी ग्राहकाची परवानगी घेणे; आणि
- उत्पादनासाठीची कागदपत्रे पूर्ण करणे.

ग्राहकाची बांधिलकी तपासणे ही अतिशय सोपी मात्र महत्वाची प्रक्रिया आहे. तथ्ये शोधण्यादरम्यान जी **प्राधान्ये** तत्वतः मान्य करण्यात आली आहेत त्यांची आणि गरजांची ग्राहकाला आठवण करून देण्याचा यामध्ये समावेश होतो. एजंट क्रमाने प्रत्येक गरजेचा धावता आढावा घेतो आणि ग्राहकाला अजूनही चिंता करण्याची गरज आहे हे त्याला मान्य आहे का हे

विचारतो. प्रत्येक गरज ही अतिशय साध्या आणि सोप्या पद्धतीने सांगितली जाईल याची काळजी घेतली जावी. फार विस्तृत माहिती सांगितली तर त्यामुळे ग्राहक गोंधळून जाईल, त्यामुळे त्यात बदल करणे आवश्यक होईल आणि तुम्हाला तथ्ये शोधण्यासाठी पुन्हा एकदा बैठक करावी लागेल.

कुठल्याही कारणाने, ग्राहकाची परिस्थिती किंवा काळजी बदलली असेल तर एजंटला नवे प्रस्ताव तयार करावे लागतील. जर एजंटने ग्राहकाच्या इच्छा आणि काळजी अचूकपणे ओळखल्या असतील तर नेहमीप्रमाणे तो पुढील नियोजित सादरीकरण करू शकेल. शिफारशी तपशीलवार समजावून सांगण्याआधी, एजंटने प्रस्तावामागची संकल्पना समजावून सांगणे आवश्यक आहे. या संकल्पनेचा ग्राहकाच्या गरजा आणि व्यक्त करण्यात आलेल्या काळज्यांशी अतिशय जवळचा संबंध असावा. प्रत्येक घटकाचा अशाप्रकारे संबंध असावा ज्यामुळे ग्राहकाला कौतुक वाटेल की प्रत्येक तपशीलवार प्रस्ताव ही कशी एक सुसंगत योजना आहे.

उदाहरण

कुटुंबातील ज्या कर्त्या व्यक्तिची सुरक्षेची गरज मोठी आहे आणि सध्या कुठलीही विमा पॉलिसी नाही त्याच्यासाठी त्याचा मृत्यू झाल्यास किंवा आजारी पडल्यास कुटुंबाच्या डोक्यावर छप्पर कायम ठेवणे ही संकल्पना असेल.

किंवा, ज्या ग्राहकाकडे गुंतवणुकीसाठी बरेच पैसे असतील, त्याची कमी कर कापला जाऊन जास्त उत्पन्न मिळावे आणि भांडवली वाढ व्हावी, पॉर्टफोलिओ आणि जोखीम गुंतवणूक समतोल राहिल याची खात्री मिळावी अशी संकल्पना असेल.

तपशील पाहण्यापूर्वी, ही संकल्पना योग्य पद्धत आहे याच्याशी ग्राहक सहमत होणे महत्वाचे आहे. सादरीकरणाच्या प्रत्येक टप्प्यात, हे तपशील प्रस्तावाच्या एकूण संकल्पनेत कसे योग्य बसतात हे एजंटने स्पष्टपणे दाखवले पाहिजे. प्रत्येक गरजेसाठी, शिफारस करतांना ज्या उत्पादनाची शिफारस करण्यात आली आहे त्याची महत्वाची वैशिष्ट्ये, त्याची शिफारस का करण्यात आली आहे आणि त्या उत्पादनाच्या काय मर्यादा आहेत हे ग्राहकाला समजले आहे का हे पाहण्याची जबाबदारी एजंटची आहे.

उदाहरण

ग्राहकाला उत्पादनाच्या मर्यादा आणि जोखीम यांची माहिती नसेल आणि त्यामुळे त्यांच्या भविष्यात फायदा मिळण्याच्या अधिकारावर मर्यादा आली किंवा त्यांना गुंतवणुकीत नुकसान झाले तर हे व्यावसायिकतेचे अपयश आहे.

च)3 लाभाचे स्पष्टीकरण देणारी कागदपत्रे

काही परिस्थितींमध्ये तपशील फारच जास्त असल्यामुळे पहिल्या सादरीकरणातच ते पाहता येणार नाहीत. मात्र व्यावसायिक आचरणामध्ये ग्राहकाला उत्पादन विकण्यापूर्वी प्रत्येक उत्पादनाची महत्वाची वैशिष्ट्ये समजणे आवश्यक आहे. बरेच एजंट ग्राहकाला उत्पादनाचे स्वरूप, त्याचे लाभ आणि कुठल्या परिस्थितीत लाभ दिला जाईल हे दाखवण्यासाठी लाभाचे स्पष्टीकरण देणाऱ्या कागदपत्रांचा (आयआरडीएच्या नियमांनुसार) वापर करतात.

लाभाच्या स्पष्टीकरणामुळे खात्रीशीर लाभ आणि खात्री नसलेले लाभ यामध्येही फरक करता येतो. खात्रीशीर लाभ आणि खात्री नसलेले लाभ याद्वारे प्रत्येक गुंतवणुकीच्यावेळी गृहित धरला जाणारा वार्षिक विकास दर स्पष्ट होतो (जीवन विमा मंडळाच्या मार्गदर्शक तत्वांनुसार 6% आणि 10%

दराने विकास) आणि त्याद्वारे विविध कालावधीतील गुंतवणूक मूल्याचे स्पष्टीकरण मिळते.

सर्वसाधारणपणे विमा कंपनीने आकारलेले दर आणि त्यामुळे गुंतवणुकीच्या कालावधीत ग्राहकाला मिळणारा मोबदला किती कमी होऊ शकतो हे देखील दाखवले जाते. यामुळे ग्राहक दोन उत्पादनांची तुलना करू शकतो.

च)4 तुमच्या ग्राहकाला जाणून घ्या

सादरीकरणाच्या शेवटी, एजंट प्रस्तावाचा सारांश सांगेल आणि पुढे जाण्यासाठी ग्राहकाची परवानगी घेऊन आणि अर्ज भरून, तुमच्या ग्राहकाला जाणून घ्या (केवायसी) औपचारिकता पूर्ण करेल.

तुमच्या ग्राहकाला जाणून घ्या (केवायसी)

पूर्ण भरलेल्या अर्जासोबत, ग्राहकाला विमा कंपनीच्या नावे हप्त्याचा धनादेश आणि तुमच्या ग्राहकाला जाणून घ्या (केवायसी) प्रक्रियेनुसार त्याची ओळख पटवणारी कागदपत्रे सादर करावी लागतात. यामध्ये खालील कागदपत्रांचा समावेश होतो:

1. छायाचित्र;
2. ओळख दाखवणारा पुरावा: जी कागदपत्रे स्वीकारली जातात त्यामध्ये वाहन चालकाचा परवाना, पारपत्र, मतदार ओळखपत्र, सैन्यदलातील कर्मचाऱ्यांचे ओळखपत्र, पॅन कार्ड आणि कुठल्याही सरकारी संस्थेने दिलेले ओळखपत्र इत्यादींचा समावेश होतो.
3. पत्त्याचा पुरावा: वाहन चालकाचा परवाना, पारपत्र, विजेचे बिल, टेलीफोन बिल, कुठल्याही विमा कंपनीच्या हप्त्याची पावती, शिधावाटप पत्र, बँकेचे

पासबुक इत्यादींचा समावेश पत्ताच्या पुराव्यासाठी स्वीकारल्या जाणाऱ्या काही सामाईक कागदपत्रांमध्ये केला जातो.

ओळख दाखवणारा पुरावा म्हणून स्वीकारल्या जाणाऱ्या कागदपत्रांची यादी प्रत्येक विमा कंपनीमध्ये वेगवेगळी असू शकते.

महत्वाचे मुद्दे

आपल्याला काय जाणून घेण्याची गरज आहे आणि का

तथ्ये-शोधण्यामुळे ग्राहकाची सध्याची आर्थिक स्थिती, आज त्याचे काय स्थान आहे आणि भविष्यातील अपेक्षित बदल समजून घेता येतात.

तथ्ये शोधण्यामुळे ग्राहकाच्या आर्थिक नियोजनाच्या गरजा समजतात आणि कुठल्या गरजांना ग्राहकासाठी सर्वाधिक प्राधान्य आहे हे देखील समजते.

तथ्ये शोधण्याच्या उद्दिष्टांमध्ये खालील बाबींचा समावेश होतो:

- गरजा ओळखणे;
- ग्राहकाची माहिती गोळा करणे;
- ग्राहकाच्या आर्थिक स्रोताचे विश्लेषण करणे; आणि
- अपेक्षित बदलांसाठी तरतूद करणे.

तथ्य-शोधणे अर्जाचा वापर

तथ्य शोधणे अर्जामध्ये ग्राहकाचे तपशील भरण्यासाठी वेगवेगळे विभाग असतात. यामध्ये खालील विभागांचा समावेश होतो:

- वैयक्तिक तपशील;

- कौटुंबिक तपशील;
- रोजगाराचा तपशील;
- सध्याचा विमा आणि गुंतवणूक;
- मासिक उत्पन्न आणि खर्चाचे विश्लेषण;
- आर्थिक नियोजनाची उद्दिष्टे आणि विचार करण्याच्या बाबी;
- भविष्यातील बदल.

मूल्यमापन आणि विश्लेषण

गरजेच्या विश्लेषणात ग्राहकाने अपेक्षित आणि अनपेक्षित गरजांसाठी पुरेशी आर्थिक तरतूद केली आहे की नाही हे समजून घेतले जाते.

तथ्ये-शोधण्यामध्ये एजंटच्या महत्वाच्या कामांमध्ये खालील गोष्टींचा समावेश होतो:

- प्रत्येक ग्राहकाच्या प्रत्येक गरजेसाठी तरतूद करणे आवश्यक असलेली रक्कम काढणे;
- ग्राहक त्यासाठी किती गुंतवणूक करू शकतो हे काढणे;
- सध्या उपलब्ध असलेले सर्वोत्तम आर्थिक पॅकेज तयार करून मिळवण्यासाठी गुंतवणूक करणे; आणि
- ग्राहकासोबत आर्थिक योजनेच्या कामगिरीचे नियमित मूल्यमापन करणे आणि आढावा घेणे.

उत्पादनाची वैशिष्ट्ये आणि लाभ ग्राहकाच्या परिस्थितीशी पडताळून पाहणे

तथ्य शोधण्याद्वारे मिळालेल्या माहितीचे विश्लेषण केल्यानंतर एजंट उत्पादनाची वैशिष्ट्ये ग्राहकाच्या गरजांशी पडताळून पाहतो आणि त्यानुसार ग्राहकांच्या गरजांसाठी सर्वात योग्य उत्पादन निवडतो.

शिफारशी करणे

जेव्हा सर्व माहिती गोळा केली जाते, त्यावर चर्चा होते आणि त्याचे विश्लेषण केले जाते, त्यानंतर एजंट तथ्ये शोधण्याचे अंतिम उद्दिष्ट पूर्ण करू शकतो: ग्राहकाच्या गरजांसाठी सर्वात योग्य असे उत्पादन किंवा उत्पादनांचा पोर्टफोलिओ सुचवणे ज्यासाठी ते सध्या गुंतवणूक करू शकतील आणि भविष्यात गुंतवणूक सुरु ठेवू शकतील.

अशा पद्धतीने निदान प्रक्रिया व्यावसायिक पद्धतीने पूर्ण केल्यानंतर एजंट ग्राहकाला अहवाल सादर करायला तयार होतो.

उत्पादन शिफारस सादरीकरणाची एक व्यवस्थित रचना हवी.

एकदा हे शिफारस सादरीकरण संपले की एजंटने ग्राहकासोबत बसून त्याला काही शंका असल्यास त्या दूर कराव्यात, ग्राहकाला शंका नसल्यास एजंटने अर्ज भरण्याची औपचारिकता सुरु करावी.

एजंट लाभाचे स्पष्टीकरण देणाऱ्या कागदपत्राचा उपयोग गुंतवणुकीची प्रस्तावित वाढ (6% आणि 10% दराने) दाखवण्यासाठी करू शकतो.

व्यवस्थित भरलेल्या अर्जासोबत ग्राहकाला विमा कंपनीच्या नावे धनादेश आणि केवायसी कागदपत्रे जमा करावी लागतात.

प्रश्नोत्तरे

9.1

तथ्ये-शोधण्याची उद्दिष्टे खालीलप्रमाणे आहेत:

1. गरजा ओळखणे.
2. ग्राहकाची माहिती गोळा करणे.
3. ग्राहकाच्या आर्थिक स्रोतांचे विश्लेषण करणे.
4. अपेक्षित बदलांसाठी तरतूद करणे.

9.2

तथ्ये भरणे अर्जामध्ये ग्राहकाचे तपशील भरण्यासाठी विविध विभाग असतात. यामध्ये खालील विभागांचा समावेश होतो:

- वैयक्तिक तपशील;
- कौटुंबिक तपशील;
- रोजगाराचा तपशील;
- सध्याचा विमा आणि गुंतवणूक;
- मासिक उत्पन्न आणि खर्चाचे विश्लेषण;
- आर्थिक नियोजनाची उद्दिष्टे आणि विचार करण्याच्या बाबी;
- भविष्यातील बदल.

स्वयं-चाचणी प्रश्न

1. उत्पादन निवडीची प्रक्रिया समजावून सांगा?
2. ग्राहकाला उत्पादन सादर करण्यासाठी आणि सुचवण्यासाठीच्या बैठकीच्या रचनेचे थोडक्यात वर्णन करा?

3. जीवन विमा मंडळाच्या मार्गदर्शक तत्वांनुसार, लाभाचे स्पष्टीकरण देणाऱ्या कागदपत्रांमध्ये गुंतवणुकीच्या मूल्यासाठी अंदाजे वार्षिक विकास दर म्हणून काय दाखवले जाऊ शकते?

तुम्हाला पुढच्या पानावर उत्तरे मिळतील

1. माहितीचे विश्लेषण करण्याची आणि ग्राहकाला देण्यासाठी शिफारशी तयार करण्याची प्रक्रिया अतिशय शास्त्रशुद्ध हवी आणि ती विविध पातळींवर पडताळून पहायला हवी. ग्राहकाच्या तथ्ये-शोधणे प्रश्नावलीचा आढावा घेतल्यानंतर खालील टप्पे आवश्यक असतात:

- ओळखलेल्या प्रत्येक गरजेची प्राधान्यानुसार क्रमवारी लावणे;
- एकत्रित आर्थिक शिफारस तयार करण्यासाठी आवश्यक असलेली माहिती शोधणे;
- ज्या गरजांसाठी तरतूद करणे बाकी आहे ती रक्कम काढणे;
- योग्य उत्पादने शोधणे आणि इतर उत्पादने वगळून सर्वात योग्य उत्पादन निवडणे;
- अहवाल तयार करणे आणि सादरीकरण.

2. ग्राहक आणि एजंट यांनी एकमेकांचे स्वागत केल्यानंतर, सादरीकरणाच्या सर्वसाधारण आराखड्यानुसार बैठक खालील प्रमाणे असावी:

1. ग्राहक गरजा पूर्ण करण्यास किती बांधील आहे हे तपासणे;
2. सखोल शिफारशीमागच्या संकल्पनेची रुपरेषा स्पष्ट करणे;
3. प्रत्येक गरजेसाठीच्या प्रस्तावांची रुपरेषा देणे;
4. पुढे जाण्यासाठी ग्राहकाची परवानगी घेणे; आणि

5. उत्पादनासाठीची कागदपत्रे पूर्ण करणे.

3. लाभाचे स्पष्टीकरण प्रत्येक प्रस्तावाच्यावेळी खात्री नसलेल्या फायद्यांसाठी गृहित धरला जाणारा वार्षिक विकास दर दाखवते(जीवन विमा मंडळाच्या मार्गदर्शक तत्वांनुसार 6% आणि 10% दराने विकास) आणि त्याद्वारे विविध कालावधीतील गुंतवणूक मूल्याचे स्पष्टीकरण मिळते.