

04 ottobre 2017

Clienti Private: c'è performance e performance

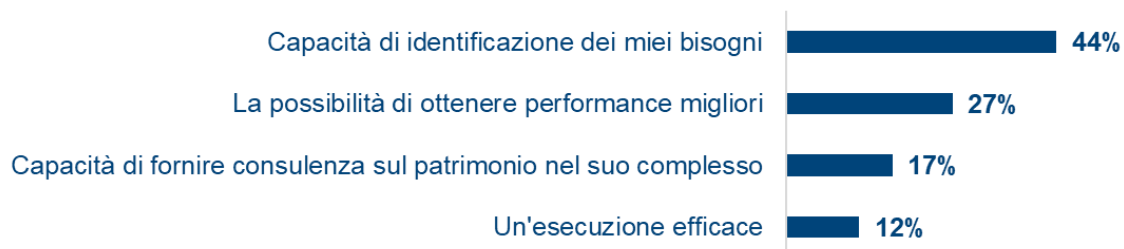
Nel suo studio *Could your clients' needs be your competitive advantage?*, Ernst&Young sostiene che si possa intendere la performance degli investimenti come uno degli elementi che costituiscono la client experience. Per il 33,5% dei clienti HNW, si tratta di un aspetto importante nella relazione con la banca, ma per ogni cliente ciò si declina in modo diverso. Per esempio, il 36% dei clienti, nel voler raggiungere obiettivi a lungo termine, dà valore alla qualità delle interazioni, preferendo una consulenza face to face. Ci sono poi clienti più concentrati nell'ottenere performance migliori del mercato (35%), che tendono quindi a scegliere prodotti di investimento di più ampio respiro.

Nel panorama italiano, a giudicare da quanto emerge dall'*Indagine sulla Clientela Private*, condotta da GFK per AIPB, un quarto dei clienti Private da un servizio di Private banking si aspetta di ottenere performance migliori; addirittura l'87% dichiara che la propria banca principale offre di fatto questa possibilità. Naturalmente, il modo di perseguire questo obiettivo cambia da cliente a cliente, perché con ognuno la strategia si pianifica sulla base dello specifico profilo, generando di volta in volta, come dice EY, un'experience diversa.

Anche in quest'ambito, la vera sfida per gli operatori è quella di considerare tutte le possibili declinazioni e sviluppare il giusto approccio per soddisfare nel modo più focalizzato possibile le esigenze della clientela.

Clienti Private: le attese da un servizio di Private banking

*Domanda: Lei cosa si aspetta da un servizio di Private banking?
Ordinare per importanza le quattro opzioni elencate*



Fonte: GFK per AIPB, Indagine sulla clientela Private in Italia 2016