

05 luglio 2017

## Private banking: è possibile superare il gender gap?

Secondo uno studio condotto da Boston Consulting Group, le donne HNW ad oggi controllano il 27% degli AuM globali. Certo, c'è ancora molta strada da fare per poter dire che il gender gap in questo senso si sia esaurito, ma si tratta di un risultato che fa molto riflettere su quanto spazio le donne siano riuscite a conquistare negli ultimi anni, al punto che molti wealth manager valutano questo segmento molto allettante. Secondo Nicolas Sarkis, fondatore e chief executive di AlphaOne Partners, “le donne sono investitrici generalmente molto migliori degli uomini. Ciò suggerisce che siano molto più esigenti con i loro wealth managers”.

Sicuramente, come abbiamo già avuto modo di affermare, donne e uomini hanno un diverso approccio agli investimenti e, in genere, prestano attenzione ad aspetti differenti. Per fare un esempio in questo senso, quando si tratta di scegliere la banca principale le donne sono meno interessate alla tradizione e al modello di servizio, scegliendo l'istituto nel 21% dei casi per la buona qualità delle informazioni fornitele e nel 12% dei casi confrontandosi internamente alla famiglia o al gruppo di amici.

Anche le attese da un servizio di Private banking presentano alcuni tratti divergenti: il 13% degli uomini si aspetta un'esecuzione efficace delle procedure, mentre il 20% delle donne è focalizzato sulla capacità di fornire consulenza sul patrimonio nel suo complesso.

È vero che, spesso, a seconda del genere cambiano le aspettative, i bisogni e gli obiettivi, tuttavia, a ben guardare, quando si parla di ricchezza, di come accrescerla e di come preservarla, donne e uomini non sembrano agire in modo così discordante. Forse gli addetti ai lavori dovrebbero orientare il proprio focus sulle modalità di erogazione del servizio e la sua personalizzazione, senza per forza considerare uomini e donne come target di clientela separati in compartimenti stagni. In questo modo potrebbe essere verosimile superare l'ancora esistente gender gap, rispondendo non al genere, bensì al cliente come individuo.

## Clienti Private: diversi approcci per la scelta della banca principale

Domanda: Quali sono i due principali motivi per cui la considera la sua banca/istituzione principale?



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