

09 agosto 2017

## **Clienti Private: l'approccio alla relazione con il proprio banker è sempre più orientato al futuro**

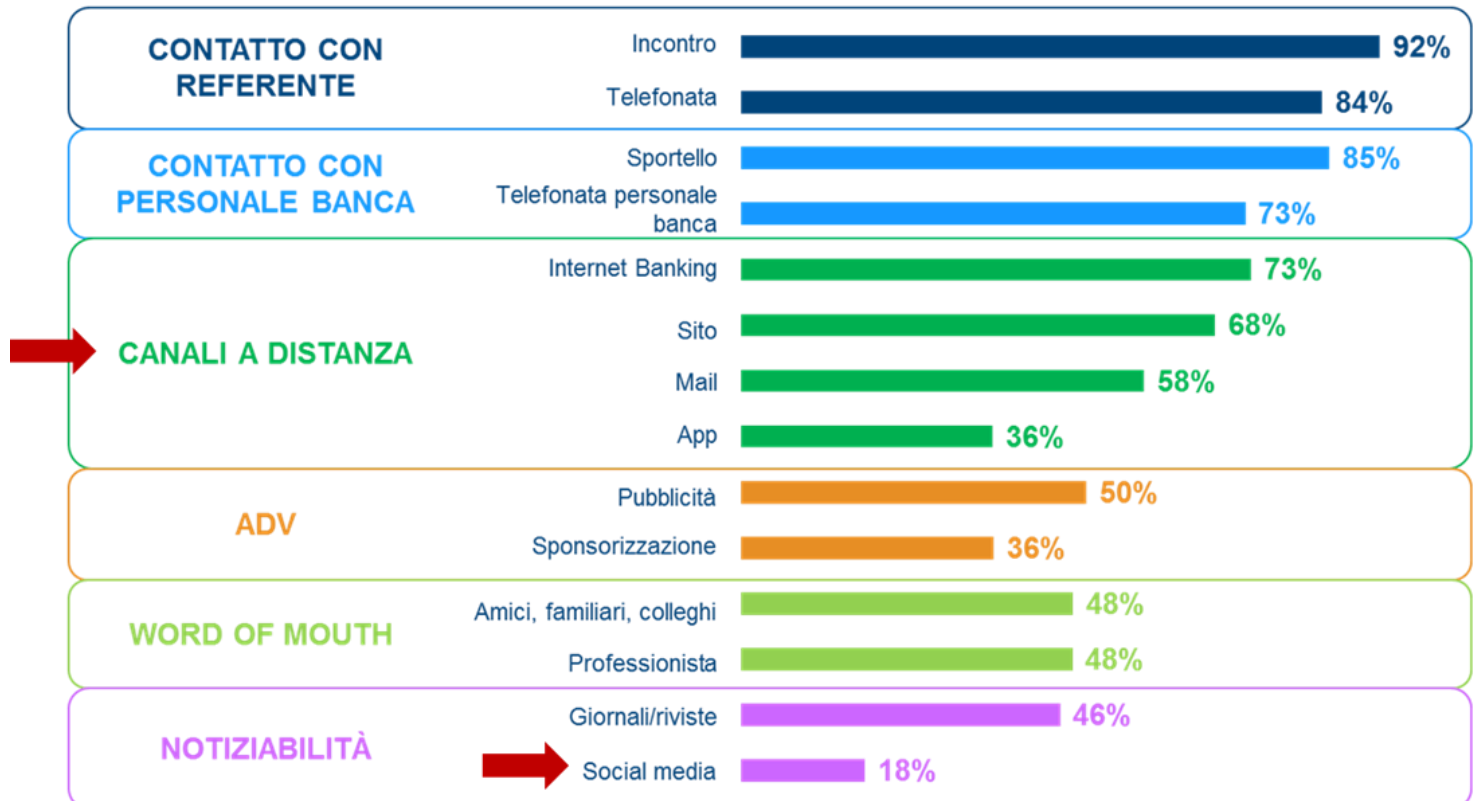
Perché l'ecosistema di informazioni sopravviva e sia florido, è necessario che gli istituti che erogano un servizio di Private banking diventino specialisti della comunicazione. Ciò accade perché i clienti HNW caldeggiano sempre più un approccio multi-channel e sono diventati esperti nell'usare a proprio vantaggio strumenti tradizionali e digitali per ottenere le informazioni di cui hanno bisogno. In questo senso, "gli investitori chiedono ai propri financial advisor di abbracciare il cambiamento" (Factset, *HNWIs' Vision for the Wealth Management Industry in the Information Age*, 2016), in particolare 3 clienti su 5 su scala globale ritengono che la loro relazione con il referente potrebbe migliorare con un po' di innovazione.

Nel contesto italiano, i clienti continuano a preferire la relazione con il banker, al punto che gli incontri con il professionista sono più frequenti che all'estero: la media degli incontri in Italia è di 13,3 volte all'anno, all'estero di 12. A riprova di ciò, gli investitori Private italiani sono più diffidenti nei confronti di una banca a distanza e dei robo-advisor, quindi sembrerebbe che il sentiment riguardo all'innovazione tecnologica sia meno ottimistico nel nostro Paese che fuori.

Eppure, questo non implica un atteggiamento di totale chiusura nei confronti della necessaria integrazione tra strumenti tradizionali e digitali. I canali a distanza, come l'internet banking nel 78% dei casi o la mail nel 58% dei casi, stanno conquistando una posizione più preponderante rispetto al colloquio con amici e altri professionisti (48%). È vero, dunque, che i canali tradizionali di contatto continuano a essere i preferiti, ma acquistano piano piano spazio anche le esperienze digitali, segno che anche i clienti Private italiani stanno maturando un approccio al tema sempre più orientato al futuro.

## Clienti Private: acquistano spazio le esperienze digitali

Domanda: Le è mai capitato di fare questa esperienza?



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