

27 settembre 2017

Operatori Private: un approccio più moderno per sensibilizzare i clienti verso orizzonti meno conosciuti

Non solo tecnologia. Per stare al passo con i tempi, gli operatori Private devono confrontarsi anche con altre sfide, perché essere all'avanguardia significa essere preparati a gestire con competenza, e quindi efficacia, tutti i temi che l'evoluzione, non solo finanziaria, rende prioritari e 'urgenti'. Si pensi alla relazione con la clientela, la cui sensibilità nei confronti di alcuni argomenti non è sempre incanalata correttamente. Un esempio per tutti può essere quello del rapporto dei clienti Private con la cosiddetta finanza sostenibile.

Secondo una recente indagine condotta da Factset negli Stati Uniti, *HNWI's Vision for the Wealth Management Industry in the Information Age*, attualmente l'82% dei clienti che detengono patrimoni importanti considera essenziale che la propria banca Private di riferimento sia socialmente responsabile, che ricomprenda cioè la responsabilità sociale nel proprio core business. In particolare, la metà di loro si aspetta che il proprio istituto di riferimento monitori costantemente investimenti di questo tipo, e quindi di essere sensibilizzato all'interesse nei confronti di questi strumenti.

Secondo l'*Indagine sulla Clientela Private*, condotta invece in Italia da GFK per AIPB, l'82% dei clienti afferma di usufruire già di servizi di consulenza in tema di finanza sostenibile. Il grado di interesse verso tematiche che vanno oltre la finanza pura sembra però non essere così prioritario, dal momento che il 70% degli intervistati dichiara un certo distacco nei confronti di questa tipologia di investimenti.

Clienti Private e servizi usufruiti

Domanda: Lei usufruisce di questi servizi?

Risposte sì



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