

31 gennaio 2018

Private Banking: le differenze di genere nell'utilizzo dei social network per la finanza

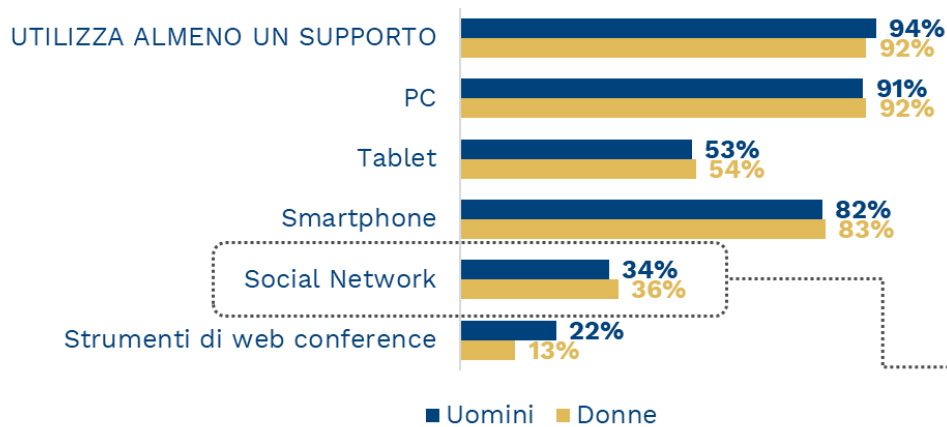
Una ricerca di Spectrem Group, *High Net Worth Men Vs. Women*, approfondisce l'impiego dei social a seconda del genere e afferma che Facebook e LinkedIn sono le piattaforme più frequentate dagli HNWI, specificando però che Facebook è il più utilizzato dalle donne, mentre LinkedIn dagli uomini. Il medesimo studio sostiene anche che le **donne** utilizzino i social network per scopi finanziari molto più che gli uomini, rispettivamente con valori del 14% e dell'8%.

Tra i clienti italiani la situazione risulta quasi capovolta: secondo l'*Indagine sulla Clientela Private in Italia*, condotta da GFK per AIPB, è vero che in generale l'utilizzo dei supporti tecnologici è pressoché **equivalente tra i generi** (più del 92% in entrambi i casi); eppure quando si tratta di finanza e di investimenti, i valori cambiano: per informarsi le donne usufruiscono meno della tecnologia rispetto agli uomini e si fidano dei social network meno della loro controparte maschile (14% vs. 29%). Le clienti Private italiane, infatti, preferiscono ancora affidarsi alla **relazione umana diretta**, rivolgendosi al banker, alla propria famiglia o ad altri esperti.

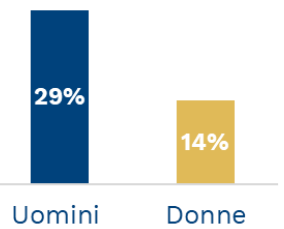
Cienti Private: utilizzo dei supporti tecnologici

Uomini vs Donne

Domanda: Lei utilizza in generale i supporti tecnologici elencati?



Domanda: Lei utilizza i Social Network per la finanza?



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