

11 aprile 2018

Clienti Private: i timori per il futuro cambiano a seconda del genere. L'importanza del ruolo del banker nella gestione dell'emotività

In uno studio condotto negli Stati Uniti, Spectrem Group fa notare come **le preoccupazioni per il futuro dei clienti HNW possano cambiare a seconda del genere**. Secondo questo report, le donne avrebbero maggior timore degli uomini in merito alla situazione finanziaria di figli e nipoti (54% vs. 44%) e al mantenimento della posizione finanziaria attuale (58% vs. 52%). Le paure degli uomini sono invece più orientate alle tematiche della salute, soprattutto la propria e quella della loro moglie, con valori medi che raggiungono quasi il 60%.

In Italia, a giudicare dai dati del *XII Osservatorio sulla Clientela Private*, condotto da GfK per AIPB, **la salute rappresenterebbe il problema primario da fronteggiare per i clienti di entrambi i generi**, benché con valori non equivalenti. Le differenze principali tra i generi si notano man mano che si scende nella scala, della quale abbiamo preso in considerazione la sola top 3. Per i clienti Private uomini, al secondo posto, a pari merito, incontriamo il timore di mantenere il proprio tenore di vita anche dopo la pensione, la riduzione delle rendite finanziarie e gli imprevisti legati agli infortuni suoi o della famiglia (24%); al terzo posto, provvedere al benessere di figli e nipoti (23%). Per le donne cambiano le priorità: oltre alla salute, le clienti Private ritengono importante riuscire a provvedere al benessere di figli e nipoti (32%) e far fronte agli imprevisti legati agli infortuni, anche quelli dei propri cari (25%).

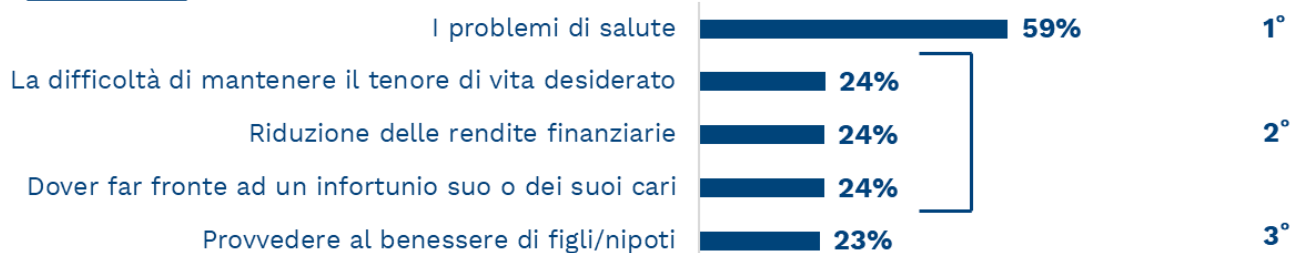
Sta al Private Banker proporre al cliente le soluzioni adatte e offrire il giusto supporto per aiutarlo a gestire al meglio le fasi in cui sembrano prevalere timori ed emotività. In questo, sembrerebbe che i professionisti stiano facendo un buon lavoro, dato che in generale i clienti si dichiarano soddisfatti del sostegno ricevuto: nel 77% dei casi apprezzano la capacità del banker di comprendere i loro bisogni, e nel 73% dei casi considerano positivamente la coerenza delle proposte ricevute in relazione alle loro esigenze.

Clienti Private: i timori per il futuro

Domanda: Quali di questi aspetti la preoccupano maggiormente?

TOP 3

UOMINI



DONNE



Fonte: GFK per AIPB, Indagine sulla Clientela Private in Italia, 2017