

27 giugno 2018

## **Operatori Private: concepire le comunicazioni come 'experience' per la clientela contribuisce alla solidità della relazione banca-cliente**

Uno studio condotto da Advisor Group sottolinea come **l'autenticità delle comunicazioni sia vitale nella relazione banca-cliente HNW**, poiché se la qualità di queste è buona la relazione risulta decisamente più solida e duratura. Affinché le comunicazioni abbiano un effetto incisivo sul cliente e siano positivamente ricordate nel tempo, spiega lo studio, sarebbe preferibile che **comunicazioni di carattere più tecnico** (informazioni sui mercati, l'andamento dei tassi, etc...) siano affiancate a quelle di **carattere più personale** (messaggi di congratulazioni sul raggiungimento di obiettivi finanziari personali o di felicitazioni per un lieto evento). Secondo Advisor Group, per migliorare la relazione banca-cliente, quindi, sarebbe necessario che le comunicazioni venissero concepite come una vera e propria **'experience' per la clientela**.

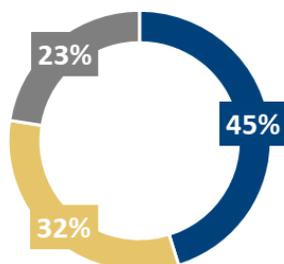
In Italia, sembrerebbe che la **experience del cliente Private con le comunicazioni e dunque la relazione con la banca sotto questo punto di vista siano positive**: il 77% dei clienti (AIPB-GFK, *Indagine sulla Clientela Private*, 2017) si dichiara soddisfatto delle comunicazioni ricevute. Evidentemente viene percepita in modo positivo anche la modalità impiegata dalla banca per veicolare le comunicazioni, perché il 58% dei clienti dichiara che la banca lo fa sentire importante, coinvolgendo anche aspetti più legati all'emozione. Non è un caso che anche gli stessi banker (AIPB-GFK, *Private Banker Monitor*, 2017) nel 45% dei casi siano convinti che la banca del futuro sia quella **empatica**, ovvero quella pronta ad ascoltare, attenta e in grado di far sentire il suo cliente importante, anche attraverso l'utilizzo di comunicazioni di elevata qualità.

## La banca del futuro secondo i Private banker

Domanda: La banca che risponderà meglio al cliente del futuro è...

### BANCA ISTITUZIONALE

dinamica, moderna, importante e prestigiosa solida, che dà sicurezza, con buone soluzioni tecniche e visione globale dei mercati



### BANCA EMPATICA

pronta ad ascoltare, trasparente e corretta, che fa sentire il cliente importante, con soluzioni coerenti ai suoi bisogni e linguaggi chiari

### BANCA SOCIALE

flessibile e non burocratica, con top manager di riferimento, attiva nel contribuire allo sviluppo del territorio, con soluzioni per supportare i bisogni di vita/familiari del cliente

Fonte: AIPB-GFK, *Private Banker Monitor*, 2017