

17 ottobre 2018

Operatori Private: l'importanza dell'equilibrio tra 'relazione' e 'reputazione'

È ormai assodato quanto per i clienti Private sia importante la relazione, sia con il banker, al quale è legato da un rapporto fiduciario durevole nel tempo, sia con la banca/rete, che difficilmente abbandonerebbero.

Quando però si trovano a descrivere il proprio istituto più nel profondo, emergono caratteristiche che esulano dall'ambito relazionale ed 'empatico', per avvicinarsi a una sfera più istituzionale e reputazionale. È vero che l'ascolto, comunque veicolato dai professionisti, detiene un peso abbastanza significativo (27%). Eppure, aspetti 'istituzionali' come la visione globale dei mercati (28%), il prestigio (21%), la modernità (24%) e la solidità (27%) hanno complessivamente un peso maggiore rispetto ad altri riconducibili all'area relazionale ed 'empatica', come "mi fa sentire importante" (16%) o l'offerta di soluzioni a supporto dei progetti di vita (16%).

Se anche gli stessi banker, quasi nella metà dei casi, credono che in futuro sarà la banca/rete empatica a rispondere meglio alle esigenze del cliente, sembra stia diventando sempre più urgente per gli operatori trovare il giusto equilibrio tra relazione e reputazione per continuare a essere appetibili agli occhi della clientela aumentandone la percezione di eccellenza.

Cienti Private: le caratteristiche attribuite alla banca/rete

Domanda: In che misura attribuisce ciascuna di queste caratteristiche alla sua istituzione di riferimento?



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