

24 ottobre 2018

Clienti Private: le donne sono più esigenti

Le donne che si rivolgono al servizio di Private banking rappresentano un quarto della totalità della clientela target. Rispetto agli uomini, **le clienti continuano a rappresentare una minoranza**, è vero, ma considerando che **il loro numero è più che raddoppiato nel giro di un decennio**, il trend è senz'altro positivo.

Le clienti Private si caratterizzano per essere decisamente **più esigenti della loro controparte maschile**. Se, infatti, si chiede loro quali delle esperienze che si possono fare con il proprio istituto hanno lasciato loro un ricordo positivo, i valori sono mediamente inferiori rispetto a quelli degli uomini, eccezion fatta per “avere una conversazione sulla banca con altro professionista” (37% delle donne vs. 31% degli uomini) e “leggere commenti sulla banca sui social media” (39% vs. 22%). In particolare, le esperienze che meno hanno lasciato traccia positiva nella loro memoria sono le sponsorizzazioni della banca (17%), l'internet banking (17), il sito (15%) e la pubblicità (14%).

Clienti Private: le possibili esperienze con la propria banca/rete

Domanda: Se le è capitato di fare questa esperienza, le ha lasciato un ricordo positivo?

Risposte Sì



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