

7 novembre 2018

Clienti Private: avere fiducia nella propria banca/rete è il primo passo per avere fiducia nella tecnologia

Il Premio Nobel per l'economia Robert Merton in un'intervista a CNBC, parlando di quanto sia importante costruire la fiducia dei clienti nel Wealth Management, afferma che **il primo passo per far funzionare la tecnologia è che ci sia una fiducia di base, fiducia che tuttavia la tecnologia non è in grado di creare da sola**. Secondo uno studio condotto da Perficient, i clienti hanno fiducia nella tecnologia se l'interazione è intuitiva e immediata, se i contenuti che questa presenta soddisfano gli obiettivi di investimento dei clienti, se i clienti sono stati informati su rischi e limiti derivanti dal suo utilizzo e, soprattutto, se dietro una piattaforma o device sanno che c'è una struttura (la banca/rete) ad assisterli in caso di necessità. Il punto cruciale, quindi, prima della fiducia nella tecnologia, è la fiducia nei confronti del servizio.

In Italia, la fiducia dei clienti nel servizio e nei professionisti che lo veicolano è uno dei valori determinanti il successo del modello di servizio Private, dimostrando che ci sono basi solide anche per il buon funzionamento della tecnologia in ambito finanziario. Con un valore del 90% il contatto con il referente è il touch-point più utilizzato, la professionalità del referente è nel 40% dei casi uno dei motivi principali perché la banca/rete venga considerata la principale per gli investimenti; infine, anche la soddisfazione verso il servizio e il referente hanno valori molto alti, toccando rispettivamente il 76 e il 75%¹.

¹Fonte: AIPB-GFK, *Indagine sulla Clientela Private in Italia*, 2017

Clienti Private: la scelta della banca principale

Domanda: Quali sono i due principali motivi per cui la considera la sua banca principale?

TOP 3



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