



Le sfide del 2019

Non soltanto nuovi prodotti, ma servizi più personalizzati per la clientela vip

Non basta il referente dedicato e la consulenza sulla gestione degli investimenti finanziari: tutto deve armonizzarsi con i progetti di vita del singolo cliente e del suo nucleo familiare

SANDRA RICCIO

Il mondo del private banking è in evoluzione e si prepara alle sfide del nuovo anno. Il 2019 offrirà di sicuro il terreno per nuovi consolidamenti nel settore. Il trend è in corso già da qualche tempo così come il confronto con nuovi player emersi soprattutto dal contesto delle banche più tradizionali.

È quindi sempre più importante puntare sui servizi proposti alla clientela. Sono molti i fronti in primo piano anche nel nuovo anno. Emerge però in maniera chiara che non è più sufficiente valorizzare soltanto le necessità più richieste dalla clientela private, come il referente dedicato e la consulenza sulla gestione degli investimenti finanziari. «Per rendere il servizio "memorabile" e portare il cliente alla raccomanda-

zione occorre che tali aspetti vengano declinati secondo modalità e gradazioni diverse a seconda dei diversi profili della clientela - dice Antonella Massari, Segretario Generale Aipb (Associazione Italiana Private Banking) -. Si tratta di una profilazione che deve tenere conto delle caratteristiche socio-demografiche, dei progetti di vita del singolo e del nucleo familiare, dell'entità di tutto il patrimonio, non solo di quello finanziario». Tutto questo rappresenta una grande opportunità per lo sviluppo dell'industria del private, «un settore che, attraverso una sempre più sofisticata segmentazione della clientela, deve capirne i bisogni, gestirne le ansie e le aspettative e in ultima analisi conquistarne la fiducia» spiega Antonella Massari. Secondo

l'esperta, una seconda sfida è quella dei prodotti. Vuol dire che è necessario continuare ad ampliarne la gamma, inserendo elementi di innovazione che consentano di garantire performance soddisfacenti in un contesto di bassi tassi di interesse e crescente volatilità dei mercati. È importante che questo processo di innovazione sia accompagnato dal mantenimento di un "marchio di qualità private", caratterizzato da massima trasparenza e massimo rispetto della normativa. «Infine l'offerta di soluzioni innovative deve essere accompagnata da un livello di consulenza di alta professionalità, garantita da continui investimenti volti a rafforzare e sviluppare gli skill dei private banker» conclude Antonella Massari. Si tratta di aspetti di cui la maggior parte degli operatori è consapevole e a cui sta lavorando da tempo. Tradurli nella pratica e applicarli alla propria strategia sarà lo scoglio più difficile per i player del settore. —

© BY NICO ALCONI DIRITTI RISERVATI



Nel settore del private banking ogni anno aumenta la concorrenza e il numero dei player

800
È l'ammontare in miliardi di euro degli asset private nel primo semestre 2018

-3,1%
In percentuale, è stato questo l'effetto negativo di mercato nel primo semestre di quest'anno

+2,7%
L'incremento della raccolta netta nei primi sei mesi del 2018