

NUOVI CLIENTI, NUOVI BANKER

Francesco D'Arco
Direttore responsabile

clienti, che fino a ieri venivano segmentati esclusivamente sulla base della propria ricchezza "bancaria", oggi sono sempre più frequentemente suddivisi sulla base del patrimonio complessivo "posseduto" e/o della "professione" svolta e/o del "genere/età" di appartenenza. Parlare di (Ultra) High Net Worth Individual o Affluent non è più un criterio sufficiente per individuare gli operatori "private" da quelli più "tradizionali". E, a sentire gli ultimi interventi dei principali protagonisti del mondo private italiano, sembra che la parola d'ordine per il nuovo anno sia: "imprenditori". È questa la "principale" clientela private: chi è in grado di offrire servizi in grado di soddisfare le reali esigenze del mondo delle imprese si può fregiare dell'etichetta di "private banker". Altrimenti sei "solo" un "consulente finanziario" dedicato "ai grandi patrimoni".

La conferma è arrivata dal XIII Forum del Private Banking di novembre 2017 che ha visto il presidente AIPB, Fabio Innocenzi, sottolineare subito nel suo discorso di apertura che "un terzo degli asset della clientela in gestione appartiene a imprenditori, un dato che valorizza il duplice ruolo che il private banking è in grado di svolgere: da una parte fornire un supporto per la preservazione e crescita della ricchezza familiare, dall'altro accompagnare l'imprenditore nelle diverse scelte tra assicurare la continuità aziendale, perseguire la crescita o massimizzare i benefici della discontinuità".

Gli ha fatto seguito Gennaro Casale, senior partner e managing director The Boston Consulting Group,

che nel presentare il working paper "Il Private Banking nel Mondo" ha affermato che "modelli avanzati di segmentazione, adottati da alcuni operatori di Private Banking, tengono in considerazione anche ulteriori assi per una segmentazione completa. Alcuni di questi operatori, ad esempio, considerano la professione del cliente in aggiunta alla ricchezza. Un cliente imprenditore, infatti, potrebbe essere interessato oltre al servizio tradizionale di wealth management anche ad un supporto su attività di risk management, corporate banking ed investment banking per la propria azienda".

Da qui la necessità di spostare lo sguardo dalla segmentazione della clientela a quella del private banker. Come ricordato da BCG le realtà estere più evolute hanno differenziato il mondo dei propri private banker in tre archetipi: Orchestrator, Guardian ed Enabler.

Il primo agisce come primo punto di contatto col cliente, coordinando le attività di specialisti interni ed esterni e servendo un portafoglio ristretto di 60-80 clienti di fascia alta. Il Guardian, invece, gestisce le ricchezze di un portafoglio di clienti ben più ampio, di norma 150-250 HNW clienti che necessitano di un'assistenza più blanda. Infine, l'Enabler offre accesso ai servizi della banca a un nutrito portfolio di 200-300 clienti, in grado di effettuare scelte di gestione e pianificazione finanziaria attraverso piattaforme messe a disposizione dall'istituto ma in maniera autonoma. Facile intuire chi dei tre è in grado di parlare con il mondo degli imprenditori ●

 @darcofrancesco