

Private banking, identikit della clientela italiana

FP it.fundspeople.com/news/private-banking-identikit-della-clientela-italiana



Srivatsa Sreenivasarao, Unsplash

AIPB, l'Associazione Italiana Private Banking, ha presentato il **XII Osservatorio sulla clientela private in Italia**. Il report, dal titolo "Segmentazione della clientela e consulenza finanziaria – Le personas nel Private Banking", è stato realizzato dall'Ufficio Studi dell'associazione in collaborazione con la società di ricerche di mercato, GFK.

L'edizione 2017 si distingue dalle precedenti per due motivi principali: oltre a prendere forma in un contesto normativo nuovo, caratterizzato dalla recente implementazione di **MiFID II**, introduce per la prima volta una **nuova classificazione delle tipologie di cliente**, sulla base delle caratteristiche attitudinali emerse nelle interviste che hanno coinvolto gli oltre 600 partecipanti (famiglie con patrimonio finanziario complessivo superiore a 500.000 euro, circa il 2,5% dei nuclei familiari italiani).

Risultati

Dallo studio emerge innanzitutto una stabilizzazione del livello di soddisfazione del cliente private (del 77% circa), dopo la forte crescita registrata nel 2006. "Lievi segnali di erosione, non preoccupanti" si segnalano anche sul fronte della soddisfazione per la consulenza ricevuta e per la gamma di prodotti offerti. A registrare un significativo calo, invece, è la soddisfazione per il referente che trova parzialmente riscontro nel più lieve calo della valutazione della competenza professionale. Stabile la soddisfazione per la gestione degli investimenti.

Quattro profili di clientela

Lo studio propone una classificazione di quattro profili di clientela private, sulla base di **approcci differenti nella relazione con il servizio di consulenza finanziaria** e, per

ognuno di essi alcuni consigli per consolidarla. Eccoli brevemente:

- **Il tradizionalista.** È un controllore e conservatore. Per lui, il binomio banca-banker deve funzionare alla perfezione e la relazione con il cliente deve basarsi sull'assoluta trasparenza. La banca deve essere molto presente, fornirgli garanzie sul fatto che sia lei ad avere il controllo e a gestire la clientela, e deve coinvolgerlo maggiormente nel processo del servizio.
- **Il distaccato.** Ha bisogno di sentirsi parte attiva della relazione. Sembra non aver trovato ancora la formula di consulenza a lui congeniale e vorrebbe un supporto maggiore. Il rapporto con questo tipo di cliente va gestito senza annichilire il suo bisogno di protagonismo. Per questo, è importante fargli percepire la dimensione istituzionale e di assicurazione della banca, trasmettergli il senso della gestione professionale del denaro e far leva sulla chiarezza e sulla flessibilità.
- **Il distratto.** È un delegante che cerca nella banca un risolutore di complessità e mostra poco interesse verso le tematiche finanziarie per come gli sono state finora proposte. Ha bisogno di essere accompagnato in un percorso di pianificazione economico finanziaria attraverso, ad esempio, momenti divulgativi e non tecnici da realizzare in filiale. Argomenti efficaci su cui far leva sono l'ascolto e la solidità.
- **L'ingaggiato.** È il cliente perfetto. Competente, interessato e ambasciatore della sua banca, della quale ha un'opinione molto alta, così come lo sono le sue aspettative. La relazione con questo cliente richiede un'attenta gestione delle attese per mantenere la sua fiducia, allargando l'orizzonte della consulenza all'intero patrimonio.

Società

AIPB - Associazione Italiana Private Banking

