

italiani molto soddisfatti dei Private Banker



[businesscommunity.it/m/20180516/economia/aipb-italiani-molto-soddisfatti-dei-private-banker.php](http://www.businesscommunity.it/m/20180516/economia/aipb-italiani-molto-soddisfatti-dei-private-banker.php)

AIPB: italiani molto soddisfatti dei Private Banker Con Mifid II la maggior consapevolezza del costo del servizio renderà i clienti più propensi a valutare la qualità dell'offerta e crescerà il peso della percezione del valore aggiunto dei servizi offerti

La gestione del patrimonio ai fini di investimento, alla luce anche dei recenti fatti che hanno coinvolto alcune banche italiane, mette in evidenza l'importanza del rapporto di **fiducia tra il risparmiatore e chi opera per soddisfare le sue esigenze**. E, nel caso del **Private Banking**, questa fiducia sembra essere ben riposta.

È quello che emerge dal **XII Osservatorio sulla clientela Private in Italia dell'AIPB**, l'Associazione Italiana Private Banking. 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 **GfK**.

L'Osservatorio, che si è evoluto e rafforzato nel corso degli anni, rappresenta oggi un valido strumento di comprensione dei percorsi di sviluppo già intrapresi dal settore oltre che buon anticipatore di dinamiche future. L'edizione 2017 della ricerca si sviluppa in un contesto particolare, fortemente caratterizzato dagli impatti della nuova normativa europea in materia di tutela dei risparmiatori, la **MiFID II**.

Su questo punto è intervenuta **Antonella Massari, Segretario generale dell'Associazione**: "l'entrata in vigore della nuova normativa caratterizzerà il 2018 come un anno di cambiamenti nella relazione banca/cliente. La maggior consapevolezza del costo del servizio renderà i clienti più propensi a valutare la qualità dell'offerta e crescerà il peso della percezione del valore aggiunto dei servizi offerti nell'indirizzare le scelte dell'istituzione a cui rivolgersi. In questo senso MiFID II rappresenta un'occasione per tutti gli operatori di rafforzare il rapporto fiduciario con la clientela su basi di maggiore trasparenza, professionalità, ampiezza e adeguatezza dell'offerta".

"Per realizzare lo Studio - ha sottolineato **Federica Bertoncelli, Responsabile dell'Ufficio Studi di AIPB** - sono state condotte oltre 600 interviste personali su un campione di decisori finanziari, rappresentativo dell'universo di riferimento, ossia le famiglie con patrimonio finanziario complessivo superiore a 500.000 euro (circa il 2,5% delle famiglie italiane).

Grande novità di questa edizione dell'Osservatorio è l'introduzione di una **nuova classificazione per meglio codificare le diverse tipologie di cliente private**. La classificazione si è quindi basata sull'utilizzo di profili - *personas* - basati sulle caratteristiche attitudinali espresse dai clienti tramite l'intervista".

Vediamo i principali risultati del report.

Una soddisfazione stabile

Dopo la forte crescita rilevata dal 2006, negli ultimi tre anni il livello di soddisfazione del cliente Private si è stabilizzata mantenendo comunque livelli di soddisfazione molto elevati, superiori al 75%.

Anche in termini di **servizio ricevuto, di soddisfazione per la consulenza e per la gamma di prodotti arrivano lievi segnali di erosione**, non preoccupanti, ma non da trascurare. **I prodotti** rimangono la componente su cui, insieme a costi, il cliente esprime meno entusiasmo.

La soddisfazione per il referente, dopo aver raggiunto nel 2016 il massimo storico, quest'anno registra un significativo calo, che trova parzialmente riscontro nel più lieve calo della valutazione della competenza professionale.

Con mercati che hanno registrato una buona performance, la soddisfazione per la gestione degli investimenti rimane sostanzialmente stabile.

Il mercato sembra aver raggiunto un **buon equilibrio informativo** con livelli di soddisfazione stabili negli ultimi quattro anni, il calo dell'indicatore sui costi potrebbe essere precursore su questa area, in un 2018 dove si parlerà molto di trasparenza.

Le personas nel Private Banking

La segmentazione proposta ha caratterizzato **4 differenti approcci dei clienti nella relazione con il servizio di consulenza finanziaria**.

L'analisi ha definito quindi 4 cluster, mettendo in evidenza attitudini e attese nettamente distinte che suggeriscono l'opportunità di sviluppare strategie e tattiche che tengano conto di queste peculiarità per risultare efficaci.

1. **Il Tradizionalista** approccia i servizi nel modo più consueto: la consulenza è gestione degli investimenti e tempo a lui dedicato. Crede nel bilanciamento tra banca e banker, è soddisfatto, ma conservatore.
2. **Il Distaccato** necessita del servizio, ma non sembra ancora aver ancora trovato la formula di consulenza a lui congeniale. Desidera guidare la relazione con la banca, ma al contempo lamenta uno squilibrio e vorrebbe un supporto maggiore.
3. **Il Distratto** è un cliente soddisfatto, ma disinteressato alle tematiche finanziarie per come gli sono state finora proposte. Non essendo interessato, non ha modo di valorizzare e apprezzare a fondo ciò che riceve.
4. **L'Ingaggiato** è il cliente "*perfetto*": competente, interessato, fidelizzato e "*ambasciatore*" della sua banca. Pronto a ricevere nuove proposte, per lui la consulenza è molto di più che gestione degli investimenti, è vero e proprio wealth management.

Lo Studio ha poi tracciato i profili dei 4 segmenti attraverso differenti punti d'osservazione, quali:

- **l'approccio alla ricchezza;**
- **la relazione con la loro banca principale;**
- **l'interesse alla gamma d'offerta;**
- **le reazioni ad alcune novità introdotte da MiFID II;**
- **la soddisfazione del servizio.**

Inoltre, l'Osservatorio ha messo in evidenza alcune possibili "*ricette*" per consolidare e rinvigorire la relazione con il cliente.

In ogni caso, una relazione sana, fondata su elementi solidi quali la fiducia e il reciproco rispetto, abilita la banca e il banker a costruire insieme al cliente un servizio di consulenza a vero valore aggiunto che vale la pena scegliere fra altri servizi.

Il nuovo ruolo del Private Banker

Gli esiti della ricerca sicuramente consolidano il **Private Banking come servizio che ha guadagnato nel tempo un ruolo centrale per il cliente e quindi pressoché irrinunciabile**. D'altra parte, l'Osservatorio 2017 si è concentrato sulla segmentazione della clientela per tracciare possibili percorsi di sviluppo che consolidino la distintività del Private Banking, avvalorandone il profilo di servizio d'eccellenza.

Per candidarsi come principale interlocutore nella gestione della ricchezza, **il Private Banking dovrà sempre più sviluppare strategie basate sulla capacità di ascolto del cliente, una capacità che consentirà di recepirne le principali caratteristiche e quindi i bisogni, per poi definire prodotti e servizi adeguati a rispondere a questi bisogni**.

Un'accurata segmentazione della clientela sembra poter portare opportunità di sviluppo del business concentrando l'attenzione e il tempo del banker su gli ambiti di maggior interesse del cliente e nelle modalità più efficaci. L'attenzione a queste tematiche potrebbe generare vantaggi competitivi aiutando il cliente a cogliere le distintività dell'operatore con cui ha una relazione e portarlo a superare l'impressione di un'offerta piatta e indistinta del settore.

Dalla Ricerca emerge infine un'evidenza rassicurante sugli effetti della maggiore trasparenza introdotta da MiFID II che non sembra generare minacce di abbandono massiccio da parte dei clienti che, un po' ostaggi e un po' sprovvisti di alternative, non si mostrano proattivi verso il cambiamento. E mentre le "minacce" sono scongiurate, sembrano invece esserci delle opportunità finora non colte.

Il report con tutti i dettagli è consultabile qui: <http://www.aipb.it/it/ricerche>

Finanza e investimenti

numero di 16/05/2018

[Torna al SOMMARIO](#)





Fig1- Evoluzione Soddifazione del Cliente Private

Completivamente, quanto è soddisfatto della sua Banca principale per gli investimenti?

Scala di valutazione da 3 a 8, in grafico sono rappresentate le % di voto 7+8

