

AP / Private Trends - AIPB Room

Quattro clienti in cerca di servizio

Distaccato, Tradizionalista, Distratto, Ingaggiato: questi i cluster del private banking.

} Max Malandra

Il Distaccato, il Tradizionalista, il Distratto e l'Ingaggiato. Sono i quattro "clienti tipo" del private banking che emergono dalla ricerca realizzata dall'Ufficio Studi di AIPB e GfK. Il XII Osservatorio AIPB, dal titolo "Segmentazione della clientela e consulenza finanziaria - Le personas nel Private Banking" ha voluto così fotografare il settore in un contesto fortemente caratterizzato dagli impatti della nuova normativa europea in materia di tutela dei risparmiatori, la MiFID II. Oltre 600 interviste personali su un campione rappresentativo dell'universo di riferimento - le famiglie con patrimonio finanziario complessivo superiore a 500mila euro - hanno permesso di tracciare un profilo standardizzato del cliente private, oltre che di saggiarne come ogni anno il grado di soddisfazione. Un livello abbastanza in linea con gli anni scorsi (il 76% del campione ha assegnato un voto almeno pari a 7), anche se, fa notare **Federica Bertoncelli**, Responsabile dell'Ufficio Studi di AIPB, "la soddisfazione per il referente, dopo aver raggiunta nel 2016 il massimo storico, quest'anno

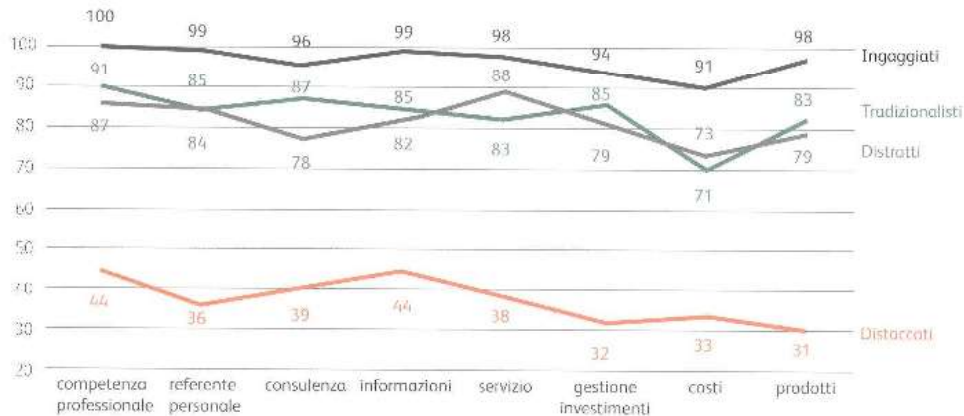
registra un significativo calo, che trova parzialmente riscontro nel più lieve calo della valutazione della competenza professionale".

Invece, la soddisfazione per la gestione degli investimenti rimane sostanzialmente stabile, pur se "il calo della soddisfazione per i costi rappresenta un indicatore che rispecchia un clima di generale minor entusiasmo nelle valutazioni".

"L'entrata in vigore di Mifid II caratterizzerà il 2018 come un anno di cambiamenti nella relazione banca/cliente" spiega **Antonella Massari**, Segretario generale dell'Associazione. "La nuova normativa 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".

E i quattro clienti tipo? Vediamoli in dettaglio. Il **Tradizionalista** appropria i servizi nel modo più consueto (la consulenza e gestione degli investimenti e tempo a lui dedicato) e crede nel bilanciamento tra banca e banker: è soddisfatto, ma conservatore. Il **Distaccato** necessita del servizio,

Dettaglio di soddisfazione per le quattro personas: priorità eterogenee mettono in evidenza attitudini e attese distinte



Fonte: AIPB

ma non sembra ancora aver ancora trovato la formula di consulenza a lui congeniale (desidera guidare la relazione con la banca, ma al tempo stesso lamenta uno squilibrio e vorrebbe un supporto maggiore). Il **Distratto** è un cliente soddisfatto, ma rimane disinteressato alle tematiche finanziarie e quindi non ha modo di valorizzare e apprezzare a fondo ciò che riceve. Infine l'**Ingaggiato**, cioè il cliente "perfetto" del private banker: descritto come competente, interessato e fidelizzato, vede la consulenza, più che semplice gestione degli investimenti, come vero e proprio wealth management.

I quattro cluster, oltre che per categorizzare il cliente private potranno essere utilizzati dalle stesse strutture bancarie per impostare nuovi metodi di approccio o rivedere quelli attuali: se infatti il Tradizionalista è un controllore (per lui è importante che il binomio

banca-banker funzioni alla perfezione) e cerca quindi la trasparenza nel rapporto con la banca, il Distaccato necessita di sentirsi parte attiva nella relazione e il banker deve puntare quindi su chiarezza e flessibilità, badando a non annichilire il bisogno di protagonismo. Il Distratto, al contrario è un delegante (cerca nella banca un risolutore di complessità e lo vede soprattutto come servizio) su cui far leva tramite ascolto e solidità, mentre infine l'Ingaggiato ha un'opinione molto alta della sua banca, quindi con elevate attese, da appropiare con argomenti efficaci quali la sintonia e la visione.

Dalla Ricerca emerge 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 mo-

strano proattivi verso il cambiamento" conclude Federica Bertancelli, ma un punto del report dovrebbe far preoccupare le strutture: l'incontro con il proprio banker non lascia tracce nel vissuto della maggior parte dei clienti. Il 76% dei clienti lo ritiene un esercizio di routine (era il 70% un anno prima) e solamente il 15% ricorda e cita un evento particolarmente positivo legato alla relazione con il proprio private banker. Tanto che il grado di attaccamento del cliente alla propria struttura è considerato "forte" solo dal 12% del campione (era il 17% nel 2016). Tuttavia chiudere il rapporto con la banca rappresenta una fonte di stress per il 17% del campione e solamente il 5% dei clienti viene giudicato a vero rischio di uscita. Probabilmente occorrerebbe solo "rinvigorire la relazione prima che il raffreddamento generi interesse verso altri operatori" conclude la ricerca. ●