

05 aprile 2017

Clienti Private: a prediligere la relazione sono (inaspettatamente) i giovani

Le piattaforme intelligenti al servizio della finanza e degli investimenti sono sempre più diffuse, ma per il target di clientela Private la componente relazionale non ha perso rilevanza. Non è un caso che, prendendo in considerazione i touch-point diretti e indiretti sperimentati dal cliente negli ultimi 6 mesi, il contatto con il referente, sia de visu che telefonico, continui a essere il canale di accesso al servizio in grado di generare pressoché il massimo livello di soddisfazione. Di tutto il target di clientela è però la componente giovanile a prediligere la relazione con il referente.

Infatti, prendendo in considerazione le prime quattro motivazioni per cui la banca viene considerata come principale, i clienti con un'età compresa tra i 35 e i 54 anni identificano nella professionalità del referente il motivo primario (39%), che risulta in netto distacco rispetto agli altri, quali ad esempio la banca di riferimento per gli investimenti (29%) o l'offerta di servizi di cui ha bisogno (23%).

In ogni caso, questo bisogno di relazione riveste un ruolo imprescindibile per tutti i clienti Private non solo per fattori emotivi o emozionali, ma anche per fattori più tecnici, come la financial literacy. Secondo l'indagine Consob *Report on financial investments of Italian households*, il livello di alfabetizzazione finanziaria tra le famiglie italiane nel loro complesso sembra avere un valore piuttosto basso. Il Report, infatti, mette in evidenza come gli individui che dimostrano una corretta comprensione di alcuni concetti base siano pochi rispetto alla totalità della popolazione.

Dato lo stato dell'arte, la clientela Private ha il vantaggio di potersi avvalere della consulenza finanziaria evoluta, quale supporto rilevante per accompagnare il cliente Private di qualsiasi età in questo percorso di conoscenza.

Clienti Private: a prediligere maggiormente la componente relazionale sono i giovani

Domanda: Quali sono i due principali motivi per cui la considera la sua banca/istituzione principale?



Fonte: GFK per AIPB, Indagine sulla clientela Private in Italia 2016