

12 aprile 2017

Private: i social network potrebbero essere un valido strumento per acquisire nuovi clienti

Secondo un'indagine condotta negli Stati Uniti da Putnam Investments, *Advisors are social*, l'85% dei banker dichiara di utilizzare i social media per lavoro e l'82% dei Private banker afferma di aver aumentato grazie a tali piattaforme il numero dei clienti e quindi della raccolta. Si deduce che oltreoceano social network come Facebook, LinkedIn e Twitter sono concepiti come strumenti di marketing preziosi per entrare in contatto con potenziali nuovi clienti e rafforzare la relazione professionale con i già clienti.

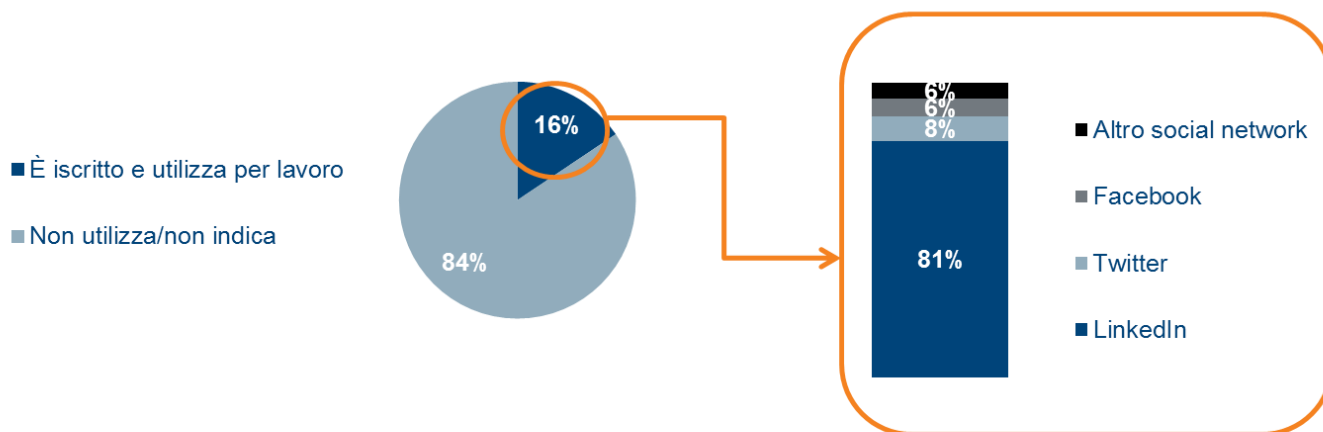
In Italia, le percentuali cambiano: il 16% dei Private banker adopera i social media per lavoro, indicando LinkedIn come interfaccia prescelta nell'81% dei casi. Inoltre, meno della metà li considera uno strumento valido per incrementare il proprio posizionamento professionale. I social network in ambito professionale dunque non hanno ancora raggiunto, tra i Private banker italiani, il livello di utilizzo e diffusione presente negli Stati Uniti.

In questa prospettiva, i social media, invece, permetterebbero ai professionisti della consulenza finanziaria di avere accesso a informazioni più profonde riguardo al cliente e potrebbero rendere ancora più solide le fondamenta della relazione. Poiché il Private banking ha già come prerogativa la personalizzazione del servizio e un rapporto con il cliente che va oltre la mera sfera strettamente professionale, i social network potrebbero rappresentare un ulteriore valore aggiunto per il settore.

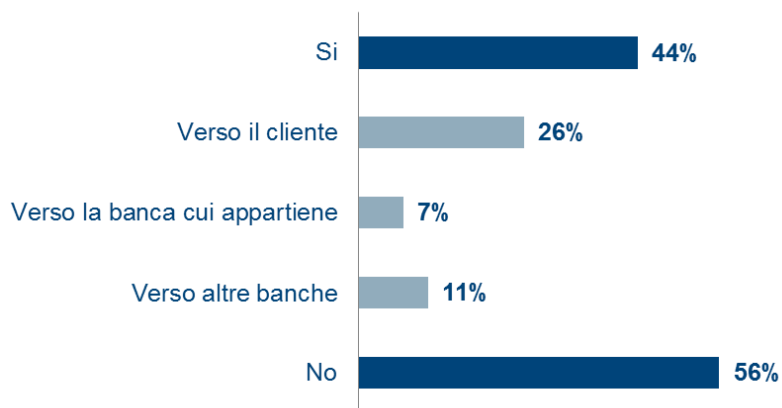
Entrare in contatto con il cliente anche sui social media vorrebbe dire moltiplicare le modalità di relazione con lui e consentirgli di entrare in contatto più diretto con nuove opportunità. Lo stesso, parallelamente, accadrebbe per gli addetti ai lavori. Del resto, i social sono una realtà tangibile e sarebbe poco lungimirante opporvi strenua resistenza. L'importante è adoperarli nel modo opportuno, avendo ben chiaro che è sempre per lavoro che li stiamo utilizzando. È bene, tuttavia, servirsi di questi strumenti con giudizio, tenendo presenti le potenzialità che abbiamo descritto, certo, ma anche gli eventuali inconvenienti: l'uso non correttamente focalizzato dei social network infatti potrebbe avere un effetto boomerang anche sull'immagine pubblica del brand per cui si lavora e ciò potrebbe essere controproducente rispetto allo scopo per cui abbiamo scelto di utilizzarli.

Private banker: utilizzo dei social network per lavoro

Domanda: Lei personalmente è iscritto a qualche social network? Se sì, quale?



Domanda: Secondo lei, l'iscrizione a social network di stampo professionale può essere considerato un valido strumento per incrementare il suo appealing/il suo posizionamento professionale?



Fonte: AIPB, Take care of the Private banker