

14 febbraio 2018

Clienti Private: la fiducia delle donne è più difficile da conquistare

Tra i clienti Private italiani, il comparto femminile è in **decisa crescita**: secondo i dati AIPB, in dieci anni il numero delle investitrici è più che raddoppiato, passando dall'11 al 24%, pur rimanendo una minoranza rispetto al comparto maschile. Ma oltre al tema della quantità c'è anche quello della specificità: il target femminile ha bisogni del tutto particolari.

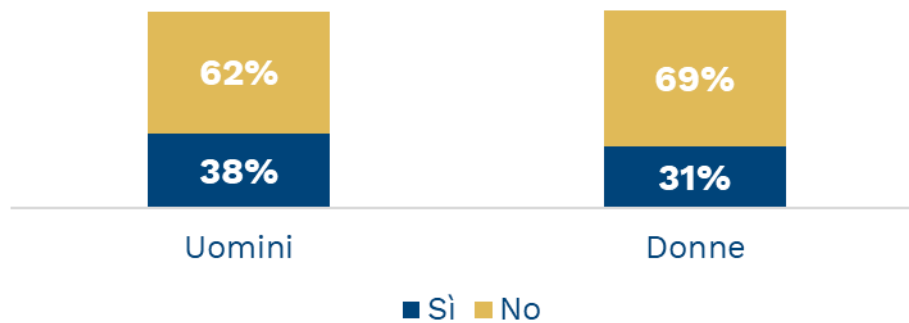
Un articolo pubblicato lo scorso novembre da Scorpio Partnership rivela per esempio che il 70% delle donne HNW rimaste vedove cambia il proprio banker entro un anno dalla morte del marito, evidenziando un **disagio nei confronti del professionista** che, in questa fase così delicata, non le fa evidentemente sentire accompagnate in modo appropriato.

Per questo urge sempre più che gli operatori Private mettano a punto **bouquet di servizi dedicati** anche a questa fetta di clientela.

Anche le donne Private italiane (GFK per AIPB, Indagine sulla Clientela Private), nonostante siano storicamente più affezionate alla relazione diretta con il professionista, si dimostrano nel complesso **meno soddisfatte del proprio banker** rispetto agli uomini, anche se in misura minima (79% vs 82%). Non solo: il 69% di loro non lo seguirebbe se cambiasse società, segno che la fiducia delle clienti donne è più difficile da conquistare e conservare nel tempo; non è un caso che quasi il 30% delle donne prenda in considerazione il parere di familiari e di altri esperti per decidere o documentarsi sui prodotti di investimento.

Clienti Private: la fedeltà nei confronti del banker

Domanda: Se il suo referente principale per gli investimenti cambiasse banca/società, lei lo seguirebbe?



Fonte: GFK per AIPB, Indagine sulla Clientela Private in Italia