

07 marzo 2017

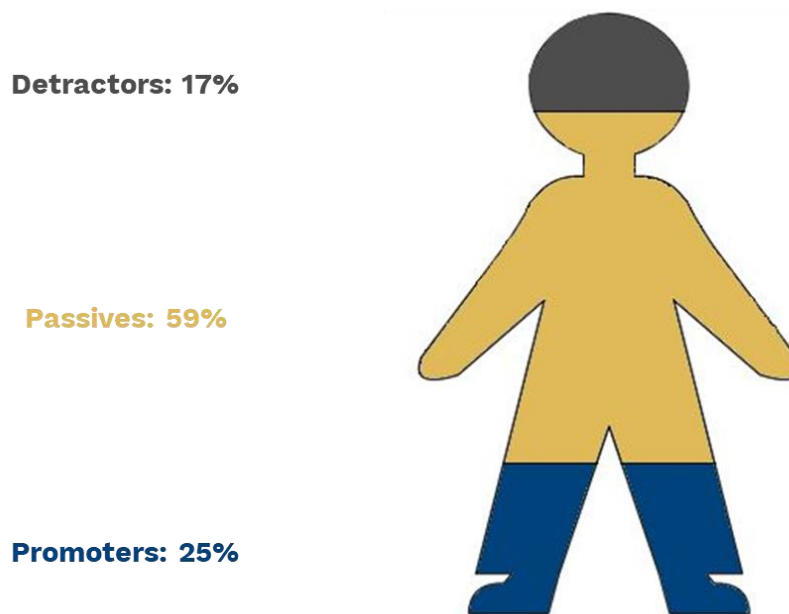
Clienti Private: soddisfatti non vuol dire “brand ambassador”

Il Wealth Management sta cambiando il suo “paesaggio”, complici la tecnologia sempre più diffusa e l’evoluzione normativa in atto. In questo contesto di progressivo consolidamento del settore, **è sempre più vitale che gli operatori Private ripensino alla modalità di acquisizione della nuova clientela**, non potendo fare affidamento alla sola performance e al buon servizio offerto come in passato. Non è detto, infatti, che i clienti affezionati al proprio istituto e soddisfatti del servizio raccomandino tout-court la propria banca ad altri e si facciano promotori del brand – come si usa dire oggi “brand ambassador”. Secondo i dati elaborati da GFK per AIPB nell’*Indagine sulla Clientela Private in Italia*, il 76% dei clienti Private si dichiara soddisfatto della propria struttura principale per gli investimenti e quasi il 60% la considera tra le migliori; quasi la metà, tuttavia, non ha fatto menzione della propria banca presso amici e parenti e chi lo ha fatto nel 16% dei casi si è espresso in modo neutrale. **Di fatto, chi raccomanda davvero la propria banca (i “promoter”) corrisponde a un quarto della popolazione.**

A questo proposito, secondo la società di consulenza statunitense Wealth Dynamix, per gli operatori investire sulla **digitalizzazione** e fare proprio il mantra **«Il cliente è al centro»** sono la chiave non solo per far sì che i clienti già acquisiti siano più propensi a consigliare la banca ad altri, ma anche per rendere più attraente la propria offerta agli occhi di chi non è ancora cliente. Nel primo caso, la digitalizzazione permette infatti di seguire più da vicino i clienti, che quindi percepiranno ancora più forte il legame con la propria banca; nel secondo caso, il mantra vorrebbe suggerire di stare al passo con ogni singolo cliente, con un riguardo particolare per i Millennials, ovvero i clienti Private di un futuro sempre più imminente.

Clienti Private: disponibilità a promuovere la propria banca

Domanda: Quanto raccomanderebbe questa sua banca di riferimento ad amici/parenti?



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