

16 maggio 2018

**“XII Osservatorio sulla Clientela Private in Italia. Segmentazione della clientela e consulenza finanziaria: le personas nel Private Banking”:  
la quarta puntata del ciclo di approfondimento dell’ultimo studio di AIPB sul cliente Private.**

Abbiamo dedicato la terza puntata del ciclo di approfondimento sul *XII Osservatorio sulla Clientela Private in Italia*, al cliente Distratto. Nella quarta e ultima puntata, il segmento preso in considerazione è quello del cliente Ingaggiato.

#### Il cliente Ingaggiato

L’Ingaggiato rappresenta il 20% del totale della clientela Private. Questa tipologia di cliente affida la propria ricchezza tendenzialmente a due istituzioni, in particolare a banche specializzate o estere. **Nella relazione con questi istituti, vuole essere aggiornato sulla performance dei prodotti, con chiarezza e completezza, prestando molta attenzione a tutte le fasi del monitoraggio.** L’immagine della banca, per l’Ingaggiato, è ben definita e positiva, nonostante abbia più motivi di abbandono rispetto ad altri clienti, affermandosi come molto esigente: la banca, in particolare, deve assecondare le sue aspettative e deve essere ricettiva alle sollecitazioni che le vengono rivolte. Quello che dissuade questi clienti dall’abbandonare la propria banca principale, ovvero le barriere in uscita più sentite, sono la percezione di esclusività e la relazione con il banker, in cui ripongono la massima fiducia.

La relazione con il banker, quindi, viene percepita molto intensa, al punto che questo segmento di clientela potrebbe valutare di seguirlo se lasciasse la banca.

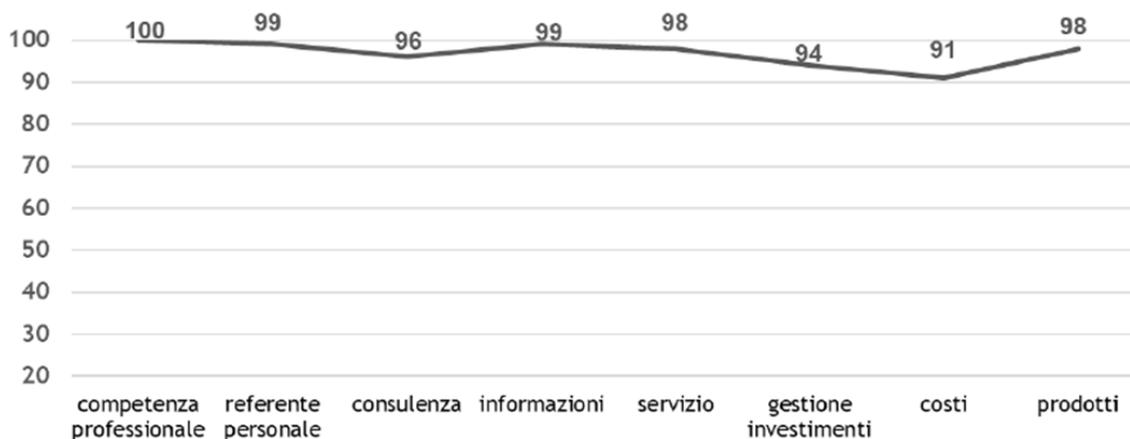
Scendendo nel merito dei servizi, per il cliente Ingaggiato, una buona gestione degli investimenti viene considerato un prerequisito. La qualità risiede, infatti, nella capacità del servizio di avere una visione globale riuscendo però a mantenere standard di eccellenza.

Quanto al tema della soddisfazione, **questi clienti sono convinti di aver scelto la banca migliore in assoluto sul mercato**. La soddisfazione si manifesta, quindi, a tutto tondo dimostrando di essere il brand ambassador per eccellenza. In lui, infatti, sono massimi i livelli di attaccamento all'istituzione principale e dichiara una quota di magic moment decisamente sopra la media di mercato.

Date le caratteristiche descritte nella relazione con la banca, il baker e il servizio, il cliente Ingaggiato può definirsi come il "cliente perfetto".

## La soddisfazione dell'Ingaggiato

*Domanda: Complessivamente, quanto è soddisfatto della sua Banca principale per...?  
Scala di valutazione 3-8, in grafico sono rappresentate le % di voto 7+8*



*Fonte: GFK per AIPB, Indagine sulla Clientela Private in Italia, 2017*