


Identikit del cliente che "cade in tentazione"

 [advisoronline.it/private-banker/numeri-delle-banche-private/46822-identikit-del-cliente-che-cade-in-tentazione.action](https://www.advisoronline.it/private-banker/numeri-delle-banche-private/46822-identikit-del-cliente-che-cade-in-tentazione.action)

Rappresenta il 27% del totale della clientela Private. Concentra la ricchezza presso un'unica banca. Ma potrebbe facilmente cedere al fascino di...

Nella scorsa puntata del ciclo di approfondimento sul *XII Osservatorio sulla Clientela Private in Italia*, abbiamo tratteggiato il profilo del cliente Distaccato. Questa settimana descriveremo il cliente Distratto.

Il cliente Distratto

Il **Distratto** rappresenta il 27% del totale della clientela Private. Questo cliente concentra la ricchezza presso un'unica banca, che spesso è la sua banca storica di famiglia. Ciò che guida il Distratto nella scelta della sua banca principale è legato alla professionalità del banker, alla solidità del brand e al fatto che questo sia riconosciuto come tale all'interno del suo network relazionale. Per questo segmento di clientela, la relazione con la banca deve essere un pragmatico equilibrio tra funzionalità ed empatia, senza richiedere troppo impegno. Il Distratto potrebbe cambiare banca in caso di problemi sul servizio, soprattutto se dovesse percepire un sovraccarico di responsabilità su se stesso. I principali impedimenti, invece, ad intraprendere iniziative di abbandono della banca sono la complessità di ricostruire la fiducia con un altro istituto e una naturale resistenza al cambiamento di questa fascia di clienti.

Per quanto riguarda la relazione con il Private banker, questa potrebbe essere sostenuta da maggiore competenza e comprensione; eppure, se il professionista dovesse cambiare banca, potrebbe seguirlo, probabilmente perché ricostruire un rapporto professionale con un altro banker potrebbe comportare delle seccature. Meno di altri clienti, incontra il referente e si reca in filiale, ma su temi di gestione della propria ricchezza cerca conferme rivolgendosi e confrontandosi con amici e parenti.

La qualità del servizio viene valutata dai Distratti come un servizio di consulenza che «lo faccia stare bene»: in questo senso, i benefici del servizio sono legati soprattutto al supporto sui progetti di vita. In questo, sembrerebbe che banca e banker soddisfino appieno le attese di questi clienti: il valore medio della soddisfazione del Distratto ha un valore dell'81%, dove il servizio è l'aspetto che lo convince maggiormente (88%, 12 punti percentuali sopra la media complessiva del target di clientela), mentre i costi sono l'aspetto che meno risponde alle aspettative (73%, comunque un valore elevato, soprattutto se si considera che è superiore di 6 punti alla media complessiva).

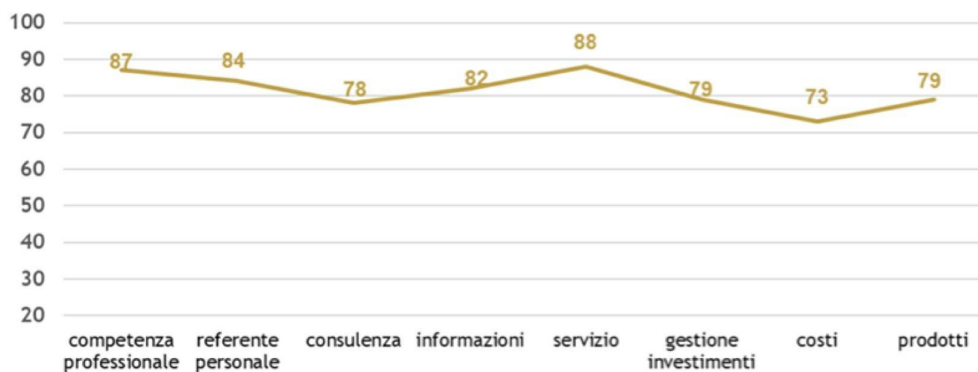


Non è un caso che il Distratto sia abbastanza fedele, considerando la banca a cui si affida come la migliore o una fra le migliori sul mercato. Eppure, nonostante ciò, non si sente strutturato per consigliare. È pur vero, tuttavia, che questi clienti sentono che la banca è attenta alle sue esigenze, anche se rivolge qualche puntualizzazione al banker, che potrebbe lavorare un po' di più sugli aspetti relazionali.

Attenzione quindi: il Distratto è sì legato alla banca, ma potrebbe cadere in tentazione e farsi affascinare da altri.

La soddisfazione del Distratto

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

Nella quarta e ultima puntata, descriveremo il profilo del cliente Ingaggiato, quello cioè che potrebbe definirsi il cliente “perfetto”.