

dal sito Abi.it – Sono oltre 12 milioni i clienti bancari investitori e di questi quasi l'80% si rivolge a referenti dedicati per confrontarsi sulla gestione del proprio patrimonio finanziario. L'esigenza dei clienti di un confronto personale e la crescita dei bisogni legati all'investimento e alla gestione e mantenimento del risparmio in un periodo di incertezza del quadro economico, hanno rafforzato il ricorso ad un gestore o un consulente. È quanto emerge dall'indagine che ABI, in collaborazione con GfK, ha condotto sulla relazione banche e clientela.

Dall'indagine emerge che i clienti apprezzano servizi bancari sempre più articolati e personalizzati, anche per il tramite di agenzie organizzate per rispondere alle nuove esigenze della clientela e del territorio.

L'investitore sceglie servizi su misura e cerca un dialogo personalizzato.

Secondo lo studio, i clienti investitori fanno un uso molto ampio della multicanalità della banca, ossia non si accontentano più di un solo canale di accesso ai servizi, ma si spostano dall'uno all'altro, utilizzando quelli messi a disposizione (sia fisici, sia digitali) a seconda delle necessità e delle situazioni. In particolare, l'85% dei risparmiatori opera con la banca sia andando in agenzia, sia in modalità 'fai da te', cioè svolgendo operazioni via web (Internet o mobile banking), tramite i contact center o gli Atm, soprattutto per le operazioni e i pagamenti di tutti i giorni. Per le scelte finanziarie più complesse, connesse alla sottoscrizione di nuovi prodotti o per decisioni sui propri investimenti, quasi l'80% degli investitori si rivolge a un consulente di riferimento direttamente in agenzia o a domicilio (a fine 2016 l'incidenza era del 66%). Cominciano inoltre a diffondersi anche nuove modalità di contatto tra banca e cliente: il 15% degli investitori, infatti, ha visitato le pagine/profil social delle banche per leggerne i contenuti, cercare informazioni e risolvere eventuali dubbi, dialogando direttamente via web.

La nuova filiale, meno casse e più consulenza

Nella filiera distributiva delle banche italiane, la filiale ha acquisito un nuovo ruolo con più strumenti informatici e più spazi dedicati alla consulenza, che si sostituiscono alle casse e al contante. Gli stili di vita più dinamici e l'uso progressivo dei canali a distanza contribuiscono a far diventare lo sportello quale luogo deputato ad una relazione qualificata per effettuare consulenza sulle scelte più complesse. L'evoluzione va di pari passo con la digitalizzazione di questa clientela, che negli ultimi 5 anni ha registrato una grande accelerazione: a fine 2017 infatti il 66% della clientela investitrice usa il web (Internet o mobile banking) per operare con la propria banca (era il 50% nel 2012). Se l'Internet banking si conferma il canale digitale preferito (per il 63% degli investitori), il mobile si sta velocemente affermando tra le abitudini di questi clienti: il 32%, infatti, opera in mobilità portando con sé la banca ovunque vada, accedendo ai servizi attraverso dispositivi mobili quali smartphone e tablet (la percentuale era del 6% nel 2012).