



Lunedì 16 febbraio 2015

Quando il banker coltiva i patrimoni che crescono

Intercettare i nuovi clienti potenziali è una priorità per le società di private banking. Una mission che deve però fare i conti con la gestione del patrimonio che è strettamente personale per ogni investitore: età, composizione familiare, situazione lavorativa, ammontare, esigenze di spesa, tolleranza al rischio, ricerca della performance e numerosi altri fattori influenzano la pianificazione e la gestione della ricchezza con l'obiettivo di raggiungere e mantenere il miglior livello di benessere personale e familiare. Presente e futuro.

Ambiente

Negli ultimi anni, inoltre, il contesto è stato caratterizzato da un'alternanza inaspettata di scenari in ogni ambito: di mercato, normativo, fiscale. Non deve stupire quindi che gli investimenti più strettamente finanziari forniti tramite i servizi di wealth management si integrino sempre più con la consulenza sull'asset allocation e sull'analisi del rischio relativi al portafoglio complessivo ancorché depositato presso più intermediari.

«Per noi è fondamentale l'individuazione di nuovi potenziali clienti private e quindi la valutazione prospettica dell'evoluzione patrimoniale di coloro che saranno coinvolti nel passaggio generazionale, così come dei professionisti o imprenditori all'inizio della loro carriera ma con importanti prospettive di crescita in termini reddituali e di patrimonio», fa presente Franco Dentella vice direttore generale e responsabile private banking Banca Aletti. Le soglie di accesso ai servizi di wealth management non sono quindi rigide e il banker è in grado di affiancare e supportare questi clienti nel loro percorso di crescita, mettendo a disposizione know how, esperienza e servizi dedicati. E a questi soggetti, più sensibili alle nuove tecnologie e alla necessità di ottimizzare i tempi e lavorare in mobilità, sono dedicati gli importanti investimenti di Banca Aletti finalizzati a sviluppare un modello di relazione cliente/private banker che colga appieno le nuove opportunità.

Modelli
Anche Intesa Sanpaolo private banking è da sempre molto attenta ai clienti prospect, intesi sia come le nuove generazioni di gruppi familiari già clienti della banca, sia come clienti ad elevato potenziale quali sportivi, nuovi imprenditori e giovani professionisti. Per questi clienti i private banker di Intesa Sanpaolo si propongono di confezionare soluzioni di portafoglio che tengano conto degli obiettivi di investimento e del profilo di rischio di ciascuno e delle prospettive di crescita del suo patrimonio. «In particolare è disponibile un'ampia gamma di prodotti accessibili anche per chi dispone di importi contenuti si va dall'offerta multimanager, che comprende i migliori fondi delle principali case di investimento internazionali, alle gestioni patrimoniali della casa, disponibili per queste esigenze», precisa Paolo Molesini, amministratore delegato di Intesa Sanpaolo private banking. Per chi ha esigenze di natura assicurativa sono disponibili polizze unit linked con diversi orizzonti temporali e profili di rischio e con sottostanti fondi multimanager. Considerando inoltre l'età dei clienti possibili, solitamente più bassa rispetto a quelli già serviti, un appeal particolare del servizio Intesa Sanpaolo è l'offerta di prodotti bancari e di investimento via Internet.

E' stato invece studiato per la parte di portafoglio destinata a investimenti con un orizzonte temporale ridotto (che mediamente non dovrebbe superare il 20% del patrimonio) il nuovo servizio Market assist di UniCredit private banking. Tali clienti tendono infatti ad affidare alla banca parti via via crescenti del loro patrimonio, prima di instaurare un rapporto fiduciario che li porti a condividere le esigenze di vita e la ricerca di più articolate soluzioni di lungo periodo. Il servizio consente inoltre di familiarizzare con le nuove generazioni dei clienti, abituati ad un rapporto più attivo con la tecnologia della banca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

