



IL PRIVATE BANKER E LA CLIENTELA CORPORATE: INDOSSARE GLI OCCHIALI DELL'IMPRENDITORE

Obiettivi

- Analizzare il contesto attuale delle relazioni tra Private Bankers e il cliente imprenditore rispetto alla figure professionali di riferimento (commercialista, notai, direttori di banca, avvocati, consulenti aziendali, etc.)
- Allenarsi ad individuare aree di intervento legate ad esigenze dell'imprenditore 'inespresse'
- Diversificare la proposizione dei servizi e dei prodotti in relazione alla leva generazionale del cliente imprenditore

Contenuti

Analisi del contesto attuale dei rapporti tra il cliente imprenditore e le figure professionali di riferimento (l'indagine Finer/2019):

- le figure professionali di riferimento per il cliente imprenditore in funzione del tipo di operazione finanziaria: la classifica
 - fidi/affidamenti bancari
 - finanziamento acquisti beni strumentali
 - finanza straordinaria
 - operazioni di private debt
 - finanziamenti tramite Club deal
 - adeguamenti normativi
 - aspetti fiscali
- la soddisfazione della clientela imprenditore verso le figure professionali
- le figure professionali di riferimento per fase della vita aziendale
- il livello di sovrapposizione finanziaria tra la gestione finanziaria e le finanze personali
- il cliente imprenditore e i fattori di scelta del professionista di riferimento in ambito finanziario

Indossare gli occhiali dell'imprenditore

Le fissità percettive tipiche del cliente imprenditore: opportunità da cogliere.

- La scarsa sensibilità alla percezione della separazione tra patrimonio personale e patrimonio aziendale: come gestirla e come indirizzarla verso i servizi e prodotti Bper
- Difficoltà alla condivisione di problematiche legate a crisi aziendali o a contesti in rapido cambiamento e le ripercussioni che tali fattori possono avere sulla famiglia



- La rigidità verso operazioni straordinarie:
 - Il passaggio generazionale
 - Il debt equity

- Lo stile relazionale dell'imprenditore in funzione della leva generazionale:
 - I Maturists (1950)
 - Contesto di formazione
 - Percentuale di risparmio detenuta
 - Contesto lavorativo e tipo di carriera
 - Status symbol distintivo
 - Mezzo di comunicazione preferito
 - Preferenze nel modello decisionale in ambito finanziario
 - I baby boomers (1960)
 - Contesto di formazione
 - Percentuale di risparmio detenuta
 - Contesto lavorativo e tipo di carriera
 - Status symbol distintivo
 - Mezzo di comunicazione preferito
 - Preferenze nel modello decisionale in ambito finanziario
 - Generation X (1970-80)
 - Contesto di formazione
 - Percentuale di risparmio detenuta
 - Contesto lavorativo e tipo di carriera
 - Status symbol distintivo
 - Mezzo di comunicazione preferito
 - Preferenze nel modello decisionale in ambito finanziario
 - Generation Y (1990)
 - Contesto di formazione
 - Percentuale di risparmio detenuta
 - Contesto lavorativo e tipo di carriera
 - Status symbol distintivo
 - Mezzo di comunicazione preferito
 - Preferenze nel modello decisionale in ambito finanziario
 - Millennials (1995)
 - Contesto di formazione
 - Percentuale di risparmio detenuta
 - Contesto lavorativo e tipo di carriera
 - Status symbol distintivo
 - Mezzo di comunicazione preferito
 - Preferenze nel modello decisionale in ambito finanziario

La proposizione dei servizi finanziari : individuazione delle leve di acquisto da parte del cliente imprenditore

- Gli aspetti assicurativi per la persona e la famiglia in ottica di passaggio generazionale
- La proposizione di mini bond
- La proposizione di servizi fiduciari
- Il passion investment

