

Sergio Juanez (Sjuanez)

QUANTO COSTA UN PROFESSIONISTA DISONESTO?

2 May 2015

Questo è un sito di tecnici e appassionati, dialogando con alcuni e leggendoli mi è parso opportuno condividere qualche informazione sulla teoria dei mercati che può generare un'**utile riflessione**.



467px-Электрик_за_работой.jpg

Prima di tutto definizione di professionista: la persona che trae guadagno da un'attività. E cercando di stringere ancora il campo per non generare indesiderati fraintendimenti, voglio occuparmi di quei **professionisti che offrono servizi specializzati e non beni**.

Per appianare ancora ogni ragionevole dubbio ne cito alcuni: meccanici, ristoratori, architetti, fisioterapisti, avvocati, piastrellisti, consulenti vari, webdesigner, tatuatori, programmatori, ristoratori, tecnici elettronici, idraulici, dentisti e chi più ne ha, più ne metta.

Il mercato dei limoni

Non vi preoccupate non cercherò di convincervi ad aprire un banchetto per le limonate!

Tutti noi siamo esperti in qualcosa, chi non lo è ora, probabilmente lo diventerà con gli anni e con l'applicazione. Risalirà lungo la **scala dei talenti**.

Diciamo anche che in alcuni settori siamo in grado di stabilire a colpo d'occhio se il **prezzo richiesto per una prestazione** è corretto in misura della stessa.

Va da sé che in altri settori siamo completamente sprovvisti e richiedere una prestazione ad un **professionista che non conosciamo** ci mette parecchio a disagio, sia per le preoccupazioni sulla qualità della stessa, sia per il prezzo che ci verrà richiesto. Per questi motivi si ricerca sempre tra parenti e amici, ma il successo non è affatto garantito.

Nel 1970 un economista americano, **George Akerlof** (premio nobel insieme a Stiglitz e Spence se interessa), scrisse un articolo molto semplice per spiegare l'influenza delle **asimmetrie informative nei mercati**. E soprattutto di come poche pratiche scorrette possano **rovinare un intero mercato**. Si intitola "The Market for Lemons: Quality Uncertainty and the Market Mechanism" se vi va di cercarlo.

Sulla base di quello che l'autore ha esposto nell'articolo, possiamo capire meglio **come sta cambiando il mercato dei servizi professionali** con l'avvento di internet e dell'accesso all'informazione.

L'asimmetria informativa

Questo è un concetto fondamentale per il discorso a venire. Un'asimmetria informativa si verifica quando attori presenti nello stesso mercato non dispongono delle **stesse informazioni**.

Da una parte c'è il **professionista** che riconosce immediatamente l'intervento da apportare, dall'altra il **cliente** che non può fare altro che confidare nella controparte e nel suo rispetto dell'**etica professionale**.

Ricordo un tempo, quando da ragazzino acquistai il mio primo tester ICE 680R. L'unico modo per me era **affidarmi al negoziante**. Venivo da un posto isolato dove era difficile reperire **informazioni sul prodotto**, meno che mai il prezzo. Internet era ancora lontana. Quindi fu il venditore a consigliarmi, come si faceva una volta.

Oggi le cose sono molto diverse. Se mi serve un aspirapolvere vado al centro commerciale e con il **telefonino alla mano** non solo capisco in un batter d'occhio se il prezzo è corretto ma ho accesso immediato alle **esperienze degli altri consumatori**, alle **schede tecniche** e probabilmente a qualche mezza dozzina di **recensioni su Youtube**. Da tutto il mondo!

Ciò significa che posso fare un acquisto molto più consapevole perché la **differenza di informazioni** tra me e il venditore si è appianata in maniera incredibile. Lui non potrà, neanche

volendo, pretendere un prezzo troppo alto perché è in competizione con il mercato online e ha di fronte **una persona che sa quanto vale e come funziona il bene**, la concorrenza si trova "just one click away" come dicono i markettari, il potere dell'infocommerce.

Questo si configura solitamente in due sequenze che condividono lo stesso acronimo: **R.O.P.O.**

Research Online, Purchase Offline: mi informo su internet e vado ad acquistare in negozio.

Research Offline, Purchase Online: me lo guardo in negozio e poi lo ordino su internet.

Sono comportamenti tipici dei tempi moderni e sono sicuro che la maggior parte di voi sarà impegnata in uno di questi o più probabilmente in un **ibrido** nelle prossime 24 ore. E' così che fa il **consumatore moderno** e, ahinoi, siamo tutti consumatori. Ci chiamano addirittura "smart consumer" adesso!

E il professionista cosa c'entra?

Come scrivevo, capire **se un bene standardizzato è venduto al prezzo giusto** per noi è semplice, direi semplicissimo. Avere la stessa sicurezza su un servizio specifico, davvero complicato.

Se sono nuovo in città e mi serve un dentista, un avvocato o un elettricista, posso fare una ricerca online, ma il meccanismo è ancora embrionale e funziona a tratti veramente male.

Se abbisogno di un tecnico per il pc o per la caldaia o un idraulico, non è affatto facile **verificare la sua qualità**. E non si tratta solo di onestà nel **prezzo**, ma anche reale **capacità professionale**, pulizia e puntualità nei lavori. Anche se vengono mostrati **certificati e referenze**, bisognerebbe poi saperli apprezzare.

I moderni **meccanismi di recensione**, che tanto ci sono cari su **Amazon, Ebay e TripAdvisor**, non sono ancora riusciti a penetrare nel settore **delle prestazioni altamente specializzate**.

E chi recensisce il cliente?

Eh già perché se è vero che un cliente ha un po' di titubanza nell'affidarsi ad un professionista sconosciuto, neanche quest'ultimo è sempre felice di **lavorare per un cliente mai raccomandato da nessuno**. Sono sicuro che, come me, molti di voi avranno sentito storie di meccanici, dentisti, idraulici, fabbri eccetera che hanno fatto dei lavori per qualcuno e poi non sono riusciti a **farsi pagare**.

Come evolve il mercato

Se sarà una vera migliona, lo lascio decidere a voi e ne discuteremo volentieri nei commenti, perché qui mi preme più descrivere la situazione attuale per come la vedo, piuttosto che la mia opinione in merito.

Una **pagella** come quella di Ebay o di Amazon spinge le persone ad offrire **servizi migliori**. Così come è vero che **una singola recensione negativa**, magari nemmeno onesta, possa rovinare di molto il lavoro di chi è agli inizi e impedirgli effettivamente di **costruirsi una reputazione**. Fate qualche ricerca sui guai di TripAdvisor e saprete.

Amazon, che è pioniera dell'innovazione in molti settori, primo tra tutti l'economia del consumo, negli USA ha lanciato un **servizio sperimentale** rivolto ai professionisti delle prestazioni a domicilio ed ai suoi fruitori: ha pensato di intermediare, certo non gratuitamente, tra i due.

Il servizio si chiama **Amazon Home Services** e offre ai clienti la possibilità di visionare una "pagella" dei tecnici, leggendo **come si sono trovati gli altri utenti**. Non di meno offre ai professionisti il **pagamento sicuro** in quanto il cliente paga in anticipo la prestazione proprio sul famoso portale. Google la segue a ruota con un suo progetto parallelo.

Possiamo ragionevolmente supporre (o almeno lo suppongo io) che, nei prossimi 2-3 anni tutti i professionisti non solo saranno "schedati" ma avranno il **massimo interesse a farsi schedare** e a mantenere un buon rating di servizio e puntualità. Altrettanto ragionevolmente possiamo supporre che le **asimmetrie informative si appianeranno** e ne gioveranno sia i professionisti onesti che i buoni clienti. In poche parole il mercato intero.

A quale prezzo

Il primo effetto sarà quello di eliminare dal mercato i professionisti più "furbi" quelli che spesso si vedono in TV a fregare le vecchiette. Sono una **minoranza** ovviamente, una piccolissima minoranza, ma con l'amplificatore televisivo e di internet possono facilmente rovinare un intero mercato.

Come cantava il maestro Dalla *"senza grandi disturbi qualcuno sparirà, saranno forse i troppo furbi e i cretini di ogni età"*.

Ma anche i **professionisti onesti** dovranno, purtroppo, farsi carico di altri costi. E non parlo solo di quelli espliciti, relativi alle eventuali intermediazioni.

Parlo di quelli impliciti relativi al **mantenimento della reputazione e del dialogo online**. Dovranno imparare a rispondere pubblicamente ed in modo efficace ad un cliente insoddisfatto,

dovranno continuamente tenere d'occhio le loro "stellette" e probabilmente il tutto porterà una **pressione in più** a cui dovranno abituarsi.

Conclusioni

Siamo di fronte all'ennesimo **cambiamento del mercato**, l'ennesima rapida (forse troppo) rivoluzione. Molti riusciranno a coglierne il significato e ne beneficeranno abbondantemente, altri purtroppo, anche se onesti, non saranno in grado di adeguarsi a questi nuovi meccanismi e dovranno ugualmente **abbandonare il mercato**.

In fondo il grande problema dei nostri giorni è proprio la velocità. Un grande cambiamento, anche se positivo, che avviene troppo velocemente, genera una mole di **danni collaterali** che tradotto in parole spicciole significa problemi alla gente.

Ho voluto condividere questa **mia riflessione** con voi e vi leggerò e risponderò con piacere per riflettere insieme sul futuro che attende questo settore, ma direi molti settori.

Foto di "Электрик за работой" di Schekinov Alexey Victorovich - Opera propria. Con licenza CC BY-SA 3.0 tramite Wikimedia Commons - <http://commons.wikimedia.org/wiki/>

File:%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BA %D0%B7%D0%B0 %D1%80%D0%
File:%D0%AD%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%B8%D0%BA %D0%B7%D0%B0 %D1%80%D0%

Estratto da "<http://www.electroyou.it/mediawiki/index.php?title=UsersPages:Sjuanez:quanto-costa-un-professionista-disonesto>"