

Perché le organizzazioni mentono ai loro clienti

Di **Gerry McGovern**

Articolo originale:

Why do organizations lie to their customers?

<http://www.gerrymcgovern.com/nt/2012/nt-2012-07-16-Organizations-lie.htm>

16 Luglio 2012



Foto di [Matthew Silvan](#)

 Alcuni diritti riservati a [Matthew Silvan](#)

I clienti sono stanchi di organizzazioni che gli mentono. Allora è tempo di smettere di mentire.

“Come suo partner ambientale, Oxigen riconosce l'importanza di ridurre la produzione di anidride carbonica, e di minimizzare l'impatto della nostra raccolta, sull'ambiente”. Comincia così, una lettera stampata (molto ambientale), della mia azienda locale di raccolta dei rifiuti. Non appena ho letto “partner ambientale”, ho sentito puzzo di marcio. Io li pago, perché raccolgano la mia spazzatura, non è esattamente una partnership ambientale.

“Per conseguire questo obiettivo, vorremmo avvisarla che stiamo modificando la programmazione della nostra raccolta”, continuava la lettera stampata (non-ambientale). *“Ciò comporta che la raccolta di entrambi i sacchi neri e verdi verrà fatta ogni quindici giorni, utilizzando speciali camion con doppia camera”.*

Ho dovuto leggere questo sproloquio ambientale un paio di volte, per capire ciò che mi stavano dicendo, che era: “RACCOGLIEREMO LA SUA SPAZZATURA SOLO UNA VOLTA OGNI QUINDICI GIORNI”.

Dovete sapere che la raccoglievano ogni settimana. Avrei avuto uno sconto ambientale? No. Io amo aiutare aziende come Oxigen a sostenersi con i miei soldi.

Nel seguito della lettera, mi dicevano dell'aumento del prezzo del gasolio e dell'aumento dell'imposta sulle discariche. Va bene, se i costi sono obiettivamente saliti, o quello che pagavo doveva essere aumentato, oppure il mio livello di servizio avrebbe dovuto essere abbassato. Ma perché non essere onesti? E' così difficile essere onesti con i clienti?

E le organizzazioni, pensano davvero che siamo dei monumentali stupidi? Che siano così idioti? Che non riusciamo a vedere al di là delle loro storielle e della loro propaganda? Ma dove vengono educati i comunicatori, di questi tempi? Alla scuola di comunicazione della Corea del Nord?

Recentemente ho anche ricevuto una email da Aer Lingus, una compagnia aerea con cui ho viaggiato molto. Me la mandava John Kavanagh, che era il responsabile del marketing per i clienti abituali. *“Per renderle più rapido il passaggio nell'area di check in, il suo banco Gold Circle / Business Class Priority è stato spostato”,* scriveva John allegramente.

“Il suo banco per il check con priorità, del terminal 2 è stato spostato ai banchi 55 e 56. Questi banchi stanno sul lato opposto dell'area di check in di Aer Lingus, rispetto alla loro precedente posizione. Siamo sicuri che troverà molto più facile accedere a quei banchi per il check in con priorità, specialmente durante i periodi di picco del traffico aereo. Questi banchi sono stati anche convenientemente collocati accanto alla biglietteria di Aer Lingus ed alla assistenza clienti di Aer Lingus”.

In nessun modo possibile questi nuovi banchi di check in sono più convenienti. Aggiungono almeno 5 minuti al tempo che mi ci vuole per raggiungere il mio cancello d'imbarco. Sono stati spostati, perché è più conveniente per Aer Lingus. John è responsabile del 'marketing' per i clienti abituali e mi ha mandato una email che diceva esplicitamente “DoNotReply”.

Spesso i clienti fedeli vengono puniti e sfruttati. [Uno studio inglese, pubblicato nel giugno del 2012](#) [<http://www.thisismoney.co.uk/money/bills/article-2162169/Rip-phone-scam-big-companies-charging-customers-calls.html#ixzz1yRExWlUd>], trovò che molte banche leader, assicurazioni e aziende per la fornitura di energia, tirano delle fregature ai loro clienti, facendo loro pagare la chiamata telefonica per contattarli, mentre offrono numeri gratuiti ai nuovi clienti.

La fedeltà è una strada a due sensi. Se le organizzazioni vogliono che i clienti siano loro fedeli, in cambio devono mostrare fedeltà.

La domanda non è: quanto sono fedeli i nostri clienti? La domanda è: quanto siamo fedeli ai nostri clienti?



Gerry McGovern

Traduzione di **Marco Dini**

Altri articoli di Gerry McGovern: <http://www.ideawebitalia.it/author/gerry-mcgovern/>

Foto in prima pagina:

Autore: [Matthew Silvan](#)

Foto originale: <http://www.flickr.com/photos/matthewsilvan/7736597568/>

Diritti diriproduzione: <http://creativecommons.org/licenses/by/2.0/deed.it>



Questo articolo si trova qui:
www.ideawebitalia.it/sem/4319/