

MATRIX

"Matrix è ovunque. È intorno a noi. Anche adesso, nella stanza in cui siamo. È quello che vedi quando ti affacci alla finestra, o quando accendi il televisore. L'avverti quando vai al lavoro, quando vai in chiesa, quando paghi le tasse. È il mondo che ti è stato messo davanti agli occhi per nasconderti la verità."

Film *Matrix* (1999)

Cosa hanno in comune una filiale di trenta persone a Milano centro, una filiale di 3 persone nel cuore della Sicilia e una di consulenza intorno a Perugia? Il METODO! Il metodo è la panacea di tutti i mali, la chiave universale per aprire tutte le porte della vendita, del budget e degli attivi di bilancio, paragonabile soltanto alla pietra filosofale degli alchimisti.

L'idea di fondo è quella di fornire ai Gestori degli elenchi di clienti scelti dal loro portafoglio. I clienti vanno poi contattati con priorità assoluta per proporre loro prodotti "pensati" per le loro esigenze. Peccato che a "pensare" sia un ALGORITMO, *deus ex machina* di tutto il giochino. C'è quindi che al vecchietto di 95 anni si dovrebbe proporre l'*internet banking*, oppure di dover riattivare relazioni commerciali con clienti deceduti, o di dover fare a un cliente con elevata giacenza sul conto una proposta di investimento, salvo poi scoprire che i soldi gli sono appena arrivati da un prestito personale... e via algoritmando a tempo di agenda le giornate.

Ma dover scremare ogni giorno, ogni minuto un algoritmo necessariamente imperfetto è il meno. Il problema è che sulla scorta di un algoritmo presunto perfetto, si impongono proposte commerciali ritenute altrettanto perfette e infallibili ma soprattutto numerose. E l'agenda quotidiana degli appuntamenti da strumento di lavoro



diventa strumento di controllo. Un controllo capillare, ossessivo, meccanico, che arriva persino a correggere la forma italiana delle note che i colleghi hanno a malapena il tempo di inserire. Un controllo nel quale però risiede la principale ragione d'essere delle (strapagate) figure di controllo commerciale di alto livello. Un controllo che sembra andare persino al di là dei risultati ottenuti, e che vede abissi apocalittici tra il 95% e il 100% dei risultati, risultando quindi non solo ILLEGITTIMO e VESSATORIO ma anche INSENSATO.

Ma forse c'è un motivo per tutto ciò: se nonostante questo Metodo così splendido e perfetto i risultati non arrivano, la colpa può essere soltanto di chi non lo applica in ogni minimo dettaglio! Il Metodo diventa così il capro espiatorio dei mancati risultati. Non è più colpa, per esempio, dei tassi poco competitivi, dei fondi di investimento in perdita, delle compulsive rinegoziazioni su patrimoni (e clienti) ormai esausti, di progetti aziendali megalomani, no!, la colpa è dei colleghi che non esitano le agende! FOLLIA.

Ciliegina finale: nella trattativa in corso, pare sia intenzione dell'Azienda agganciare il riconoscimento degli inquadramenti alla valutazione su competenze e operato dei colleghi. Scommettiamo che il Metodo farà capolino anche lì?