



Uber e le tecniche dei videogiochi

Descrizione

Uber Ã probabilmente il piÃ1 famoso servizio di trasporto automobilistico privato che mette in collegamento diretto passeggeri e autisti tramite unâ€™TM applicazione. I suoi autisti sono formalmente liberi professionisti e non dipendenti della societÃ stessa: questo sistema permette di minimizzare i costi del lavoro. Tuttavia, ciÃ2 significa anche che Uber non puÃ2 obbligare gli autisti a presentarsi in uno specifico luogo ad una determinata ora. Questa mancanza di controllo potrebbe avere conseguenze devastanti sul servizio di Uber, il cui obiettivo Ã proprio quello di trasportare passeggeri quando e dove vogliono.

Uber tenta di risolvere questo problema utilizzando brevi messaggi capaci di influenzare gli autisti sul dove, quando e quanto a lungo lavorare. Si raggiungerebbe cosÃ la completa efficienza del sistema tramite lâ€™TM equilibrio tra la domanda dei passeggeri e lâ€™TM offerta degli autisti, al minor costo possibile per passeggeri e societÃ .

La prima operazione condotta da Uber Ã stata quella di accrescere lâ€™TM empatia con i propri autisti. CosÃ, quando i manager locali devono spingere gli autisti a spostarsi verso aree dove c'Ã una carenza di autisti stessi, spesso si fingono donne, adottando nomi femminili. Infatti, la maggior parte degli autisti Ã di sesso maschile ed Ã stato scoperto che un messaggio ricevuto da una donna risulta essere piÃ1 efficace e persuasivo per gli uomini.

Con lâ€™TM aiuto di centinaia di sociologi, Uber ha sperimentato tecniche coniate nellâ€™TM ambito dei videogiochi al fine di indurre gli autisti a lavorare piÃ1 a lungo e in luoghi e momenti piÃ1 lucrativi. CosÃ, la societÃ statunitense segue una logica premiale tipica dei video-games e incentiva i guidatori a compiere almeno 25 corse con â€œmessaggi motivazionaliâ€ come il seguente: â€œ Sei quasi a metÃ strada, congratulazioni!â€. O ancora, quando lâ€™TM autista sta per disconnettersi dallâ€™TM applicazione, lo stesso riceve un messaggio simile a questo: â€œ Guadagna 330\$! Ti mancano 10\$ per fare 330\$ in guadagni netti. Sei sicuro di voler abbandonare?â€ e di seguito due bottoni: uno dice â€œ Abbandonaâ€, e lâ€™TM altro, giÃ evidenziato, â€œ Continua a guidareâ€.

Inoltre, Uber ha preso ispirazione anche da tecniche comunemente utilizzate da Netflix. Avete presente quando un episodio di una serie tv sta per finire e Netflix carica automaticamente

Un episodio successivo? Uscire dal programma richiede uno sforzo maggiore piuttosto che continuare a guardare un episodio successivo. Allo stesso modo, Uber predispone una nuova corsa all'autista prima che quella precedente finisca. Si mantiene così l'autista sempre occupato, inducendolo a lavorare più a lungo e ad abbandonare l'applicazione il più tardi possibile.

Quando vediamo un secondo o un terzo episodio di una serie tv, già prontamente caricato da Netflix, o quando ci facciamo convincere ad iniziare un livello successivo in un videogioco, siamo in fondo consapevoli di esser stati persuasi e di essere entrati in un *œ ludic loop*, termine coniato dall'antropologa Natasha Schiffer per descrivere questo stato mentale. Quindi chi si chiede se i conducenti di Uber abbiano lo stesso livello di coscienza quando premono il pulsante *œ continua a guidare*.

Tuttavia, è necessario precisare che la società stessa si preoccupa che i suoi autisti non guidino ad oltranza senza tener conto di fattori quali la stanchezza e la distrazione. Infatti, Uber ha accesso ad alcuni parametri come la velocità, le frenate e le accelerazioni, è perciò in grado di monitorare la guida del conducente e di valutare se lo stesso abbia bisogno di una pausa o se debba concludere il turno. In tal caso, Uber può utilizzare il sistema dei messaggi tramite app per consigliare all'autista di smettere di guidare. Inoltre anche il sistema di feedback dei clienti può essere un indice utile per la società statunitense al fine di sapere se la guida dell'autista è irregolare o inaffidabile ed eventualmente intervenire con messaggi monitorati rivolti all'autista.

Quindi questo sistema di messaggi a volte subliminali, a volte chiari ed espliciti è studiato da Uber sembra essere un efficace strumento di business, ma allo stesso tempo può rappresentare un importante tentativo di responsabilità sociale dell'impresa nei confronti di clienti e lavoratori.

CATEGORY

1. Innovazioni

Categoria

1. Innovazioni

Data di creazione

20/03/2019

Autore

eleonora-ebau