Uber e le tecniche dei videogiochi

Descrizione

default watermark

Uber Ã¨ probabilmente il piÃ¹ famoso servizio di trasporto automobilistico privato che mette in collegamento diretto passeggeri e autisti tramite unâ€™applicazione. I suoi autisti sono formalmente liberi professionisti e non dipendenti della societÃ stessa: questo sistema permette di minimizzare i costi del lavoro. Tuttavia, ciÃ² significa anche che Uber non puÃ² 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€™equilibrio tra la domanda dei passeggeri e lâ€™offerta degli autisti, al minor costo possibile per passeggeri e societÃ .

La prima operazione condotta da Uber Ã¨ stata quella di accrescere lâ€™empatia con i propri autisti. CosÃ¬, quando i manager locali devono spingere gli autisti a spostarsi verso aree dove câ€™Ã¨ 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 piÃ¹ efficace e persuasivo per gli uomini.

Con lâ€™aiuto di centinaia di sociologi, Uber ha esperimentato tecniche coniate nellâ€™ambito dei videogiochi al fine di indurre gli autisti a lavorare piÃ¹ a lungo e in luoghi e momenti piÃ¹ 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€™autista sta per disconnettersi dallâ€™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*Abbandona*â€•, e lâ€™altro, giÃ evidenziato, â€œ*Continua a guidare*â€•.

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

lâ€™episodio successivo? Uscire dal programma richiede uno sforzo maggiore piuttosto che continuare a guardare lâ€™episodio successivo. Allo stesso modo, Uber predispone una nuova corsa allâ€™autista prima che quella precedente finisca. Si mantiene cosÃ¬ lâ€™autista sempre occupato, inducendolo a lavorare piÃ¹ a lungo e ad abbandonare lâ€™applicazione il piÃ¹ tardi possibile.

Quando vediamo un secondo o un terzo episodio di una serie tv, giÃ 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 â€œ*ludic loop*â€•, termine coniato dallâ€™antropologa Natasha SchÃ¼ll per descrivere questo stato mentale. Câ€™Ã¨ quindi chi si chiede se i conducenti di Uber abbiano lo stesso livello di coscienza quando premono il pulsante â€œ *continua a guidare*â€•.

Tuttavia, Ã¨ necessario precisare che la societÃ 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 velocitÃ , le frenate e le accelerazioni, Ã¨ perciÃ² 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 puÃ² utilizzare il sistema dei messaggi tramite app per consigliare allâ€™autista di smettere di guidare. Inoltre anche il sistema di feedback dei clienti puÃ² essere un indice utile per la societÃ statunitense al fine di sapere se la guida dellâ€™autista Ã¨ irregolare o inaffidabile ed eventualmente puÃ² intervenire con messaggi monitori rivolti allâ€™autista.

Quindi questo sistema di messaggi â€“ a volte subliminali, a volte chiari ed espliciti â€“ studiato da Uber sembra essere un efficace strumento di business, ma allo stesso tempo puÃ² rappresentare un importante tentativo di responsabilitÃ sociale dâ€™impresa nei confronti di clienti e lavoratori.

default watermark

CATEGORY

1. Innovazioni

Categoria

1. Innovazioni

Data di creazione
20/03/2019
Autore
eleonora-ebau