

Ma parecchi professionisti non investono sul web

segue da pag. 11

gica. Requisito irrinunciabile per avviare un contatto di consulenza con il navigatore è infatti l'instaurarsi di un rapporto di piena e reciproca fiducia che, naturalmente, comporta la totale serietà di entrambi. Quindi, una volta fatta questa prima valutazione, viene proposta all'utente una prosecuzione del rapporto a pagamento, con tariffe trasparenti che abbiamo di-



Gionata Romagnese, Avvocatoonline.com

recente definito. Qualche esempio? Un contatto in chat costa 15 euro, mentre per una consulenza privata, in pacchetti da uno, tre, cinque o dieci contatti, si pagano rispettivamente 15, 45, 70 e 130 euro. Più o meno sulla stessa lunghezza d'onda è anche Romagnese: «Noto una naturale diffidenza nei confronti delle prestazioni professionali gratuite sul web e viceversa oltre garanzie di serietà, semplicità d'uso o accesso e contiene indicazioni e avvertenze chiare sulle modalità di pagamento, allora credo che anche gli utenti siano disposti a pagare volentieri. A mio avviso la richiesta di pagamento, di per sé, non costituisce un vero e proprio deterren-

to». Ma il vero problema, fanno notare in molti, è la sorveglianza: chi, infatti, può garantire la bontà di una consulenza on-line e la competenza di chi la fornisce? Secondo Alessandro Corsini, commercialista di Consulenzainline.it, fornire consulenze attraverso il web rischia di fare da schermo a chi esercita la professione abusivamente, senza essere iscritto all'albo. Come una sorta di maschera difficile da svelare.

«Gli ordini professionali», afferma dal canto suo Wanda Lops, «dovrebbero vigilare con maggiore attenzione sulle attività in rete dei propri iscritti, assicurando che questa avvenga nel rispetto delle norme deontologiche vigenti e denunciando i casi di abuso. Questo tutelerebbe il cliente ma anche il lavoro di chi opera correttamente, ponendolo al riparo dalla concorrenza sleale e dal danno all'immagine della categoria creato da chi fornisce pseudoconsulenze gratuite o in 24 ore. Temo, tuttavia, che gli ordini si siano trovati impreparati a gestire questo nuovo fenomeno».

Patrizio Di Nicola, sociologo dell'università La Sapienza di Roma, sostiene che proprio la trasparenza delle tariffe è uno dei principali fattori che determinano il successo di un'iniziativa on-line. Ma, ovviamente, non è il solo. «Avvocati e commercialisti hanno la loro clientela che ricevono in modo tradizionale», dice, «investono in scrivanie, di-

vani, tappeti e quando vanno in rete non spendono che pochi euro, tutt'al più per costruire un sito. Invece, se un professionista vuole affermarsi in Internet, deve impegnarsi moltissimo e investire tempo e denaro: attraverso il sito, per esempio, all'utente devono apparire chiari i costi del servizio e, magari registrandosi, si deve poter accedere gratuitamente a contenuti, progetti, consigli, forum, Faq e comunità virtuali». Un altro punto chiave è il posizionamento sui mo-

tori di ricerca e anche per quello, ormai, è necessario pagare: nel caso di Consulenzapsicologica.it, che vanta circa 200 richieste al mese, l'impegnata di visite è coincisa proprio con la riconsolazione del sito da parte di Virgilio. Tutta qui, dunque, la formula magica, la ricetta segreta del successo? Certo che no. Ci sono infatti altri due elementi che non vanno trascurati. «In primo luogo non bisogna dimenticare che solo da pochi anni abbiamo ricominciato a scrivere grazie alla posta elettronica», fa notare Di Nicola, «e per molte persone è ancora molto più facile raccontare i propri problemi a quattro occhi piuttosto che doverli spiegare con l'aiuto di una tastiera. In secondo luogo, credo che sbagli chi dice che tutte le professioni siano replicabili in rete: il contatto umano, in molti casi, resta centrale».

Tanto per fare un esempio, da tre anni propongo sul mio sito consulenze on-line alle imprese, ma in tutto questo tempo non ho mai avuto occasione di sperimentare il metodo perché tutti, un computer, non sempre è un problema. Anzi, nel caso delle consulenze psicologiche è addirittura un vantaggio. Diversi esperimenti, infatti, hanno dimostrato come persone molto afflitte tra loro abbiano trovato il coraggio di aprirsi e raccontarsi a vicenda solo attraverso la posta elettronica, come se la barriera virtuale creata dal computer agevolasse la comunicazione e aprisse varchi inesplicati nella mente degli interlocutori. Spiega Agnese Signorelli: «È sorprendente la quantità di pensieri che possono essere riferiti attraverso Internet, sollecitando anche il consulente a nuove ed efficaci forme di elaborazione. Potremmo quasi dire che il mezzo virtuale dà luogo a una particolarissima versione di transfert, ancora tutta da scandagliare».



consulenze on-line alle imprese, ma in tutto questo tempo non ho mai avuto occasione di sperimentare il metodo perché tutti,



Agnese Signorelli, Consulenza-psicologica.it

a oggi, hanno preferito contattarmi al telefono oppure spedirmi una e-mail per fissare un appuntamento in azienda».

Il fatto però di esprimersi attraverso la scrittura, davanti a

segue da pag. 11

utenti registrati: pareri tecnici e giuridici, traduzioni, lettere, analisi e redazione di contratti, modulistica, pratiche di infanteristica stradale. Il pagamento avviene sempre e soltanto quando il servizio è stato eseguito (mai in maniera anticipata). Il costo varia a seconda della prestazione. Si accede al servizio con password personale. Massima sicurezza. Sito elegante e piacevole.

• www.infofranchising.it

È il portale nazionale del franchising, dedicato a chi vuole mettersi in proprio con la formula dell'affiliazione o intende costruire una rete di affiliati. Attraverso un semplice form consente di porre quesiti di carattere generale sulla legislazione che regola il settore o sui possibili finanziamenti. Domande più complesse



www.la-consulenza.it

o effettive richieste di assistenza vengono inoltrate agli studi associati al portale per un contatto in vecchio stile. Buona la grafica, ottimi i contenuti e le news.

• www.rsu.it

Un vero e proprio portale sull'ambiente, attorno al quale si è costituita una comunità di esperti del settore. Dichiaro oltre 400 visitatori al giorno. Aziende, enti pubblici o privati possono rivolgere il proprio quesito al professionista più vicino o ritenuto più competente per la problematica di proprio interesse. Buone la navigabilità e la grafica, contenuti utili e aggiornati. È una miniera di informazioni.

• www.la-consulenza.it

Staff di liberi professionisti iscritti ai rispettivi albi e totalmente responsabili delle attività svolte. Un servizio alle imprese a 360 gradi per la gestione del personale o della contabilità aziendale. Prima di attivare la consulenza, gli esperti del sito analizzano la richiesta e comunicano il preventivo all'utente. Buoni i contenuti delle pagine web sui temi del lavoro. A disposizione anche servizi off-line.

• www.ribaelerda.it

Servizio di consulenza gestito da due commercialisti associati con sedi a Torino e Cuneo. I quesiti possono essere rivolti attraverso un apposito form: entro 48 ore dalla richiesta lo studio fa pervenire un preventivo al potenziale utente, che può confermare l'in-

carico e meno. Sito asciutto ed estremamente semplice, ma funzionale. Ci sono gli indirizzi e i numeri di telefono dei professionisti cui fa capo il servizio. Si può migliorare la grafica.

• www.pneumo-online.com

Sito dedicato alle patologie pneumologiche e allergiche. L'utente può inviare i propri quesiti attraverso un



www.pneumo-online.com

apposito form. Il servizio di consulenza on-line è del tutto gratuito. Ampie sezioni sul sito sono dedicate a utili informazioni su diagnosi, terapie, sintomi, esami, interventi e letture consigliate. Una vera miniera di dati. In nessun caso vengono prescritte via Internet terapie farmacologiche, ma solo consigli e opinioni. È possibile inviare anche documenti in allegato. Il servizio è gestito da un medico specialista.