

24
STARTUP
La domotica? Facile,
plug&play e wireless

26 INSTALLATORE
SMART
Tracciamo la strada
verso l'innovazione

Vuoi imparare a vendere sistemi domotici? Passa in concessionaria

PERCHÈ L'UTENTE MEDIO È DISPOSTO A SPENDERE IL 15% IN PIÙ PER GLI OPTIONAL DELL'AUTOMOBILE MA STORCE IL NASO SE GLI PROPONI UN IMPIANTO SMART? FORSE IL PROBLEMA È NEL COME GLI VIENE PRESENTATO

DI ALESSIO VANNUZZI

Da quando mi occupo di domotica e integrazione di impianti mi sono spesso sentito dire da clienti, colleghi e amici: "Ma perché dovrei fare un impianto domotico? Quanto mi costa un impianto domotico rispetto a un impianto tradizionale? Che vantaggi mi porta e quanto è difficile realizzare un impianto domotico?".

Per poi concludere con la ciliegina sulla torta, che mi fa sempre sorridere: "Ma se va via la corrente, l'impianto domotico funziona lo stesso vero?", come se insieme al titolo di ingegnere o all'iscrizione in CCIAA ci avessero anche dotato di superpoteri!

E a voi è mai successo?

Se a voi, come a me, suona familiare anche una sola di queste domande, seguitemi nel mio ragionamento, magari alla fine avremo tutti una visione diversa delle potenzialità di un sistema domoti-

co e magari avremo anche un approccio diverso, e forse vincente, di presentare ai nostri clienti un impianto smart. Cominciamo, prima domanda: quanto costa mediamente oggi di listino un'auto per una famiglia di quattro persone? Se avete un reddito medio presumo che la vostra risposta sia una cifra che rientra tra i 20.000 € ed i 30.000 €, fascia nella quale bene o male rientrano molte delle attuali berline e molti degli attuali SUV e crossover, quindi praticamente tutte le auto adatte appunto alle famiglie, ovvero le nostre "case a 4 ruote".

Bene, la prima domanda è andata, continuiamo il nostro ragionamento e questa volta domandiamoci: quando avete comprato un'auto, il cui costo di listino è stato analizzato nella domanda precedente, avete acquistato qualche optional o pacchetto aggiuntivo?

Probabilmente, spero di non sbagliare troppo, almeno il 90% di voi ha rispar-

sto sì; quando compriamo un'automobile partiamo dal modello base che ci viene proposto ma, chi più chi meno, alla fine a si acquista una soluzione più accessoriata, che rende il nostro nuovo mezzo più vicino alle nostre esigenze di design, comfort, sicurezza, consumo e risparmio.

Come darci torto? L'auto è nostra, è personale ed è giusto che ne prenda una su misura per me e le mie esigenze. Bene, allora però a questo punto mi sorge una domanda spontanea: siamo in grado di dare un costo a questi optional e pacchetti che noi tutti compriamo rispetto al modello base dell'auto che stiamo acquistando?

Beh, anche qui spero di non sbagliare troppo, ma probabilmente tra optional e pacchetti mediamente spendiamo dai 2.000 € ai 4.000 €; ovviamente ci sarà anche chi spende di più, ma voglio essere cauto in questa fase.

Bene, se queste cifre si avvicina-

no alla realtà, possiamo estrapolare un primo dato importante, cioè che mediamente l'acquisto di optional e pacchetti sulla nostra auto incide del 10-15% sul prezzo finale.

Teniamo a mente questa considerazione e continuiamo il ragionamento.

Concentriamoci adesso sui servizi che la nostra automobile mette a disposizione. È evidente come dagli anni 80 in poi, come è accaduto in quasi tutti i settori, anche l'auto abbia subito un'evoluzione tecnica e tecnologica spaventosa: ormai non si fa che parlare della possibile prossima uscita di auto a guida autonoma, auto che volano, che evitano traffico, code, incidenti, che consumeranno sempre meno e sempre più in maniera green. Ma tutta questa tecnologia la conosciamo veramente? Vi è mai capitato, mentre siete in concessionaria, di chiedere che tipologia di chip, di protocollo e di cablaggio viene utilizzato nell'auto? O vi

siete sempre e soltanto “accontentati” di sapere se e come funziona, e come questo possa portarvi dei vantaggi e dei risparmi?

Bene, se come me avete optato per la seconda risposta, a questo punto immaginate di essere in concessionaria: avete appena deciso colore, motore, optional e pacchetti aggiuntivi e state per firmare il contratto di acquisto della vostra prossima automobile; stringete la mano del venditore e vi avviate verso l'uscita. Ecco, ora provate a immaginare quale espressione potrebbe avere il vostro viso.

Mi scuso se peccherò di arroganza nel dire che il vostro viso, come il mio, sarebbe sicuramente sorridente, e questo perché ho scelto io di andare a comprare l'auto, ho valutato quale configurazione darle e optato in prima persona sui servizi e i sistemi ritenuti più adatti alle esigenze presenti e fu-



“ PER PROMUOVERE LA DOMOTICA È NECESSARIO EVITARE UN DIALOGO TECNICO CON IL CLIENTE, PRIVILEGIANDO INVECE IL RAPPORTO UMANO E COLLABORATIVO ”

ture, perché quando si compra un'auto si guarda anche al futuro e alle esigenze di famiglia, lavoro e tempo libero che nel tempo possono variare, anche significativamente.

Bene, avviamoci alla conclusione della nostra tesi.

Il ragionamento fin qui fatto sembra quasi essere più adatto a una rivista di automotive rispetto a un target di installatori o professionisti di impianti elettrici, ma provate ora a pensare al prezzo medio di un'abitazione per una famiglia italiana. Se ancora una volta non vado troppo lontano dalla realtà, probabilmente la vostra risposta è una cifra che si aggira tra i 250.000 € e i 300.000 € per un appartamento in provincia di 80/90 mq, con un prezzo sicuramente maggiore nelle grandi città e nei paesi di richiamo, rispetto ad abitazioni poste in luoghi di minore interesse o fama.

Come per l'automobile (e forse ancora

di più), la casa è la nostra dimora, il punto centrale della nostra vita; anche in questo caso, quindi, in fase di acquisto avremo il desiderio di personalizzarla il più possibile, in base ovviamente alle nostre esigenze presenti e future, senza dimenticare i gusti personali: acquisteremo arredi, illuminazione, complementi e tutto ciò che servirà per rendere l'abitazione gradevole, accogliente e vicina al nostro gusto (o almeno a quello di nostra moglie...). Ma che peso diamo a quello che c'è “dentro al cofano” della nostra casa? Senza peccare di presunzione, in tutta sincerità, la risposta è semplice: un peso pressoché nullo, e se ci pensate bene di “optional” e “pacchetti” da inserire ne avremmo, e anche molti.

Abbiamo valutato prima l'incidenza degli optional sull'acquisto di un'auto, mediamente il 10-15%, e se adesso per gioco dovessimo riportare lo stesso margine anche sulla nostra casa, ma-

tematica alla mano vorrebbe dire avere un'ulteriore spesa che varia tra i 25.000 e i 45.000 €. Cifre importanti, che ovviamente prevedono anche arredi, illuminazione e tutto il resto. Considerando che nel prezzo iniziale è prevista, si spera, una dotazione tecnica-tecnologica di base, ha potenzialmente al suo interno dei margini per ampliare la gamma dei servizi della nostra casa e, in teoria, questo non dovrebbe scandalizzarci, vero?

E invece no: a casa mia toccatemi tutto, ma l'impianto no! Non ne vale la pena, costerà sicuramente troppo, tutte frasi che ci sentiamo spesso dire...

Bene, allora forse c'è qualcosa che non va, perché dal ragionamento che abbiamo fatto sembra che siamo disponibili a investire il 15% in più in un bene che è sicuramente importante per noi, ma che ha una durata molto più limitata, che è costantemente a “rischio”, di cui spesso ci stanchiamo dopo qualche anno per un modello nuovo e più performante e che, tra le altre cose, spesso possediamo anche in due o tre esemplari. Se allora provassimo a vedere la casa, gli impianti, le strutture non come semplici oggetti ma come una serie di servizi verso l'uomo e, quindi, verso il nostro cliente? E se proponessimo non tecnologie o sistemi ma una serie di optional e pacchetti, illustrandone vantaggi, caratteristiche

funzionali, risparmi ottenibili, senza entrare nelle specifiche di fabbricazione, tecnologia e assemblaggio?

Se davvero fosse così vorrebbe dire che, per assurdo, potremmo realizzare un depliant di una casa/edificio tipo in cui andare a elencare e descrivere, ambiente per ambiente, funzioni e servizi che è possibile implementare. Inoltre, una volta descritti e illustrati lasceremo scegliere e selezionare al nostro cliente, in quanto la casa è sua. Ma allora vi lancio una sfida: bypassando un dialogo prettamente tecnico, evitando inutili illustrazioni su tecnologie e filosofie costruttive, privilegiando invece il rapporto umano e collaborativo con il cliente forse potremmo ampliare la sua visione della domotica e non limitarla con paure e dubbi che noi stessi gli inculchiamo ponendo la discussione su temi a lui sconosciuti? In fondo i tecnici siamo noi, questo il cliente lo sa, e lui già dà per scontato che sappiamo cosa usare, come usarlo e quale tecnologia sia migliore per lui; non dobbiamo sempre ricordarglielo gonfiando il petto ogni volta che lo incontriamo sfoggiando termini da esperti Nasa.

Se tutto quello che è stato detto fin qui ha un senso, dal prossimo numero creeremo il nostro dépliant della nostra casa e dei nostri edifici a “quattro ruote”. ■