

Il cliente tutto e subito: ma anche no!

di [BLAST](#)

Pubblicato il 7 Agosto 2025

Sempre connessi, sempre disponibili? La figura del cliente “tutto e subito” mette alla prova i professionisti, tra urgenze percepite, confini sfumati e pressioni crescenti. Ma è possibile trasformare l'immediatezza in opportunità organizzativa e comunicativa. Una riflessione su come tutelare tempo, competenze e qualità del lavoro.

Articolo tratto da [Blast – Quotidiano di Diritto Economia Fisco e Tecnologia, il nuovo Quotidiano diretto da Dario Deotto](#)

Il cliente “*tutto e subito*” è ormai figura comune a tutti gli studi professionali. Lo riconosciamo subito: invia email alle 18:30 del venerdì pretendendo risposta immediata, chiama alle 21:00 per “*solo una domanda veloce*”, scrive su WhatsApp la domenica mattina aspettandosi risposte istantanee. Dal 2010, con l'esplosione degli smartphone, **il fenomeno si è intensificato, conducendo le professioni intellettuali a confrontarsi con aspettative di immediatezza quasi irreali**. Le ragioni alla base sono molteplici:

- digitalizzazione pervasiva che ha reso possibile la connettività permanente;
- cultura dell'immediatezza alimentata dall'*e-commerce* e dai servizi *on-demand*;
- concorrenza sul mercato di studi che propongono h24 assistenza.



L'identikit del cliente senza pazienza

Se stessimo compilando la sua carta d'identità, noteremmo caratteristiche ben precise: invia documentazione all'ultimo minuto per scadenze note da mesi; usa contemporaneamente tutti i canali disponibili; **considera ogni richiesta come “LA” priorità assoluta** e si irrita quando gli si chiede di rispettare tempistiche. Una consulente del lavoro, ad esempio, mi ha riferito di un imprenditore che, non ricevendo risposta immediata a un'email inviata alle 22:30, aveva iniziato a chiamare ripetutamente fino alle 23:15. Il motivo? Voleva informazioni su un modulo la cui scadenza era prevista tre settimane dopo!

Perché succede tutto questo?

Se volessimo sintetizzare **il cambiamento in atto** è *“immediatezza”*. Viviamo nell’epoca della gratificazione istantanea: Amazon consegna in giornata, Netflix propone contenuti *on-demand*, i *social* ci hanno abituato a risposte *immediate*. Questa *“cultura del click”* ha **eroso la nostra tolleranza all’attesa**. Per molti clienti, poi, esiste una sorta di egocentrismo professionale: la propria questione è sempre la più importante, semplicemente perché è la loro. **Manca la percezione che il professionista stia gestendo contemporaneamente decine di pratiche analoghe**. È come se ciascun cliente si considerasse l’unico nella sala d’attesa virtuale dello studio. A questo si aggiunge la trasformazione tecnologica, che ha reso i confini tra orario lavorativo e vita privata sempre più sfumati. Lo *smartphone* sempre acceso, le notifiche a qualsiasi ora, l’*e-mail* consultabile dal divano hanno autorizzato comunicazioni in qualsiasi momento.

Come affrontare il cliente *tutto e subito*?

Dobbiamo interpretare questa sfida come un aspetto della moderna professione che richiede approccio strutturato, oppure viverla come inevitabile fonte di *stress*? La risposta a questa domanda è il bivio davanti a cui molti professionisti oggi si trovano. Il primo passo è **stabilire regole precise e comunicarle con chiarezza**:

- orari di disponibilità telefonica definiti;
- tempi medi di risposta per comunicazioni (24-48 ore lavorative);
- preavviso necessario per appuntamenti;
- procedure specifiche per reali emergenze.

Questi confini non sono limiti arbitrari, ma **condizioni necessarie per garantire un servizio di qualità**. Comunicarli chiaramente è il primo passo per educare il cliente.

Educare, non giustificarsi

Quando un cliente viola questi confini, la tentazione è giustificarsi: *“Mi scusi, ero a cena...”* oppure *“Ero impegnato con altro cliente”*. Questo rafforza l’idea che il professionista debba essere sempre disponibile. È più **efficace educare il cliente sul funzionamento dello studio**: *“Gestiamo le richieste in ordine di priorità. La sua verrà elaborata entro martedì”* oppure *“Ricevo chiamate in orari prestabiliti, per garantire a tutti attenzione completa”*. Non ci stiamo scusando, ma **spiegando un processo organizzativo funzionale**.

Lo studio professionale 4.0

La tecnologia, che in parte ha alimentato questo fenomeno, può diventare preziosa alleata:

- messaggi automatici di risposta con tempi di elaborazione;
- calendari *online* per prenotazione autonoma;
- *form* strutturati per raccolta informazioni;
- *FAQ* per domande ricorrenti;
- sistemi di *ticketing* per categorizzare richieste.

Tutto ciò permette di lavorare in modo intelligente, ottimizzando processi e risorse.

Una nuova mentalità: dalla reattività alla proattività

Questa nuova epoca richiede non solo nuovi strumenti, ma anche **nuova cultura del lavoro**. Ciò significa passare da un approccio reattivo a uno proattivo:

- pianificazione preventiva delle scadenze ricorrenti;
- comunicazioni periodiche ai clienti su adempimenti in arrivo;
- sensibilizzazione sull'importanza di documentazione tempestiva;
- sistemi premianti per chi rispetta tempistiche.

Questo cambio di prospettiva riduce lo *stress* e migliora qualità del servizio. **Il tempo ha valore** e va programmato, pianificato e verificato mediante strumenti come il *timesheet*, che registra come allochiamo le nostre ore.

Valorizzare tempo e competenza

Molti clienti non rispettano i tempi del professionista perché non ne comprendono il valore. È essenziale far capire che **dietro ogni consulenza c'è un lavoro complesso** che richiede tempo, attenzione e competenza costruita in anni. Un commercialista di Milano mi raccontava di avere iniziato a **spiegare ai clienti "impazienti" i passaggi necessari per completare le pratiche**, con stima dei tempi. Questo semplice esercizio di trasparenza ha ridotto pressioni indebite e migliorato la collaborazione. La gestione del cliente "*tutto e subito*", dunque, è una **sfida per tutti i professionisti moderni**. Non si tratta di una battaglia contro il cliente, ma di costruire una relazione equilibrata che rispetti necessità di entrambe le parti. **Il futuro richiede nuova cultura del lavoro e mentalità**. Tutto ciò passa da organizzazione efficiente, approccio manageriale interno ed imprenditoriale esterno, dove tecnologia, processi definiti e comunicazione chiara diventano elementi chiave. Ricordiamoci che siamo professionisti, non macchine automatiche. La nostra disponibilità ha valore proprio perché limitata e qualificata. Il tempo è risorsa preziosa: stabilire come allocarlo è decisione importante che prendiamo ogni giorno, per noi, i nostri collaboratori e clienti. Infine, coltivate la vostra autostima e prendete in mano eventuali paure che il

cliente vi potrebbe lasciare per un altro professionista: se gli basterà così poco per cambiare, allora era un cliente che era meglio perdere che tenere.

Mario Alberto Catarozzo per [Blast](#) Giovedì 7 agosto 2025