

Il Calibro

Protocollo D'Ambrosio

Il metodo dell'artigiano della relazione: tre tempi, nove gesti, due impugnature.

Per il Personal Car Shopper e per l'Assistente Personale Automotive.



Si misura due volte.

Si firma una volta.

01 · PERCHÉ SERVE UN METODO

01 Non gli manca informazione. Gli manca un criterio.

Il cliente si siede e posa il telefono sul tavolo, schermo in su. Ha ventisette schede aperte. Una tabella comparativa che gli ha scritto un'intelligenza artificiale, tre video di prove su strada, il preventivo di un altro concessionario fotografato male, il messaggio del cognato che «quella lì consuma». Non arriva a mani vuote. Arriva pieno fino all'orlo, e non riesce a decidere niente.

Per cinquant'anni chi vendeva auto sapeva più del cliente, e il mestiere consisteva nel dosare quel vantaggio. Quel mondo è finito. Oggi il cliente sa moltissimo — e proprio per questo non capisce più niente.

CHE COSA È CAMBIATO DAVVERO

L'informazione è diventata gratuita, infinita e contraddittoria. Ogni fonte ha un interesse, un algoritmo o un giorno storto. La tabella dell'intelligenza artificiale è verosimile e non sa nulla di quanti chilometri fa quella persona. Il video misura una cosa sola, l'anno scorso. Il preventivo dell'altro concessionario è scritto per non essere confrontabile. Il cognato ha ragione su un'auto che non è questa.

LO SPOSTAMENTO

L'asimmetria non è più di informazione. È di ordine.

Il cliente non ha bisogno di sapere di più: ha bisogno di un criterio che metta in fila quello che già sa, gli dica che cosa pesa e che cosa no, e gli faccia vedere dove sta la decisione.

LE TRE DECISIONI CHE RESTANO SCOLLEGATE

- **Quale tecnologia.** Ha letto tutto su elettrico, ibrido e diesel, e non sa quale riguardi lui.
- **Quanto consuma davvero.** Ha tre numeri diversi da tre fonti diverse, e nessuno riferito al suo percorso.
- **Con quale formula.** Ha capito che esistono maxirata, leasing e noleggio, e li confronta guardando la rata, che è l'unico modo per non capirci nulla.

Le tre decisioni si prendono in tre momenti separati, con tre interlocutori diversi. Chi sta dall'altra parte della scrivania le vede tutte e tre insieme, dal primo minuto: non per malafede, ma perché ha la **visione d'insieme** che al cliente nessuno ha dato.

CHE COSA VUOL DIRE PER IL PROFESSIONISTA

Il valore di questo mestiere non è più *sapere*: quello ce l'hanno tutti, gratis, in tre secondi. Il valore è **misurare e mettere in ordine**. Un professionista che nel 2026 si presenta come «quello che ne sa» è già stato sostituito. Uno che si presenta come **quello che ha un metodo** non è sostituibile da nessuna ricerca, perché nessuna ricerca conosce i chilometri, il percorso, il garage e la posizione fiscale di chi ha davanti.

CHE COS'È IL CALIBRO

Il metodo di lavoro di chi accompagna una persona a una decisione d'acquisto consapevole, dalla prima parola alla consegna, e che viene misurato **su quella persona, non su quell'auto**. Non è una fonte di informazioni in più da aggiungere alle ventisette schede aperte: **è lo strumento che le chiude**.

Nove gesti in tre tempi. Il documento — il preventivo, letto o scritto — resta il cuore tecnico ed è il pezzo che nessun altro possiede. Ma è il quinto gesto di nove: prima ci sono l'incontro, l'ascolto, il perimetro e la stima del veicolo; dopo ci sono la trattativa, la firma e la custodia della relazione negli anni.

02 · LE DUE FIGURE

02 PCS e APA: lo stesso mestiere, due posizioni

Non sono due professioni. È una professione sola, esercitata con due contratti di lavoro diversi. Il metodo è identico; cambiano il vincolo e il modo di dichiararlo.

	PERSONAL CAR SHOPPER	ASSISTENTE PERSONALE AUTOMOTIVE
Posizione	Libero professionista. Non ha marchi, non ha stock.	Dipendente di una concessionaria. Ha un marchio e uno stock.
Chi lo remunera	La persona che compra.	La concessionaria — che però lo remunera per acquisire clienti, non per piazzare auto . È la differenza che rende possibile il mestiere.
Il perimetro	Tutto il mercato.	Il proprio marchio, più ciò che sa dire con onestà su quello che il marchio non copre.
Da che parte sta	Dalla parte del cliente. Tutti e due, sempre, senza eccezioni.	
L'obiettivo	La decisione giusta per quella persona.	Identico — nella convinzione che acquisire una persona valga più che consegnare un'auto .
Come si misura	Mandati, referenze, clienti che tornano.	Ritorni e referenze, non solo consegne. E l'Indice di Opacità medio dei documenti che produce.

NON CI SONO DUE LATI DEL TAVOLO

PCS e APA stanno tutti e due dalla stessa parte: quella di chi compra. Non è una posizione morale, è la definizione del mestiere. L'assistente che si mette dall'altra parte non è un assistente con un conflitto: **non è un assistente**.

E non c'è nessun conflitto di interessi da governare, perché gli interessi coincidono per costruzione. La concessionaria che assume un APA ha deciso che il proprio ritorno sta nella persona che torna e che manda altri, non nel margine strappato oggi. Se un'azienda non ha fatto quella scelta, quel ruolo non può esistere al suo interno — e nessuna regola deontologica potrebbe fabbricarlo.

L'evoluzione del venditore

Il venditore tradizionale è pagato per spostare un'auto dal piazzale alla strada. Il suo orizzonte finisce alla consegna. Il cliente lo sente, e si comporta di conseguenza: si difende, confronta, sparisce, torna con un preventivo di un altro.

L'APA lavora sull'orizzonte lungo. Sa che la stessa persona comprerà quattro o cinque auto in vita, e ne consiglierà altrettante ad amici e parenti. Per questo non ha bisogno di vincere la trattativa di oggi: **ha bisogno che quella persona, fra quattro anni, sappia a chi telefonare**.

LA FRASE CHE DEFINISCE LA FIGURA

«Non sto cercando di venderle un'auto. Sto cercando di diventare la persona a cui telefona la prossima volta. Per riuscirci devo darle tutti i numeri, compresi quelli che non mi convengono.» — È una posizione più forte, non più debole. E funziona proprio perché è vera.

03 · ARCHITETTURA

03 Tre tempi, nove gesti

La misura sta nel mezzo, protetta da due tempi di relazione. Chi salta il primo tempo misura bene e non viene creduto. Chi salta il terzo viene creduto e non conclude.

Tempo I · La Relazione

GESTO 1**L'Incontro**

Si definisce la cornice: chi sei, chi ti paga, che cosa farai e che cosa non farai mai.

GESTO 2**Il Rilievo**

Le cinque misure prese alla persona: chilometri, percorso, ricarica, orizzonte, posizione fiscale.

Tempo II · La Misura

GESTO 3**Il Perimetro**

Quali alimentazioni e quali formati sono ammissibili per quel profilo, e perché gli altri escono.

GESTO 4**La Stima**

Il veicolo: telaio, storia, chilometri coerenti, tagliandi, sinistri. E la permuta, valutata a parte.

GESTO 5**Il Documento**

Si legge con l'Indice di Opacità, oppure si scrive perché lo superi. Stesso strumento, due impugnature.

GESTO 6**La Bilancia**

Costo Verità su tutte le formule, punto di indifferenza, effetto della fiscalità.

Tempo III · La Decisione

GESTO 7**Il Tavolo**

La trattativa: che cosa si chiede, che cosa si concede, come si chiude senza che nessuno perda la faccia.

GESTO 8**La Firma**

La Scheda di Firma, le domande da fare, le clausole da rifiutare. La responsabilità torna a chi compra.

GESTO 9**La Custodia**

Consegna, scadenze, valore residuo nel tempo. È qui che una vendita diventa un cliente.

LA REGOLA DELLA SEQUENZA

I gesti si eseguono in ordine, e il Tempo I non si salta mai — nemmeno con il cliente che arriva di fretta con il preventivo già in mano. In quel caso l'Incontro dura novanta secondi e serve a dire una cosa sola: «prima di guardare questo foglio le faccio cinque domande, altrimenti quello che le dico non vale niente».

04 · I NOVE GESTI

04 Che cosa si fa, gesto per gesto

Per ogni gesto: che cosa serve, con quale strumento si esegue, e come cambia a seconda del lato del tavolo. Il mestiere è lo stesso; la mano che impugna il calibro è diversa.

Gesto 1 · L'Incontro

Serve a costruire la cornice dentro cui tutto il resto sarà creduto. Un artigiano della fiducia non comincia mostrando che cosa sa: comincia dichiarando da che parte sta.

STRUMENTO	PERSONAL CAR SHOPPER	ASSISTENTE PERSONALE AUTOMOTIVE
La dichiarazione d'apertura	«Sono pagato da lei e da nessun altro. Non prendo provvigioni da venditori, concessionarie o finanziarie.»	«Lavoro per questa concessionaria e sto dalla sua parte. Il mio compito non è venderle un'auto oggi: è che lei decida bene. Se le due cose non coincidessero, glielo direi.»
Le tre domande d'ascolto	Che cosa la spinge a cambiare adesso? Che cosa non ha funzionato con l'auto di prima? Chi altro decide con lei?	

La terza domanda è quella che quasi nessuno fa, ed è quella che salva più trattative: il coniuge che non c'è, il figlio che «se ne intende», il commercialista. Chi non è nella stanza decide comunque.

Gesto 2 · Il Rilievo

Serve a misurare la persona, non l'auto. Cinque dati, nessuno facoltativo: chilometri percorsi in un anno, tipo di percorso, possibilità di ricarica, orizzonte di possesso, posizione fiscale. Senza tutti e cinque il protocollo si ferma e si dice perché.

Strumento: la Scheda di Rilievo. **Identica per PCS e APA:** è il punto in cui le due figure fanno esattamente la stessa cosa.

Gesto 3 · Il Perimetro

Serve a escludere. Dal profilo discendono le alimentazioni ammissibili, e ciò che resta fuori resta fuori con una ragione detta ad alta voce.

DIFFERENZA	PCS	APA
Ampiezza	Tutto il mercato.	Il proprio marchio. E la frase che cambia tutto: «per come guida lei, quello che le serve nella mia gamma non c'è. Le dico che cosa cercare altrove.»

Quella frase costa una vendita e compra un cliente per vent'anni. È la prova più difficile del metodo e la più redditizia: nessuno dimentica il venditore che gli ha detto di andare altrove.

Gesto 4 · La Stima

Serve a misurare il veicolo, non il foglio. Numero di telaio e sua coerenza, codice motore, passaggi di proprietà, chilometraggio verificabile, storico dei tagliandi, provenienza, sinistri, revisioni. Nessuna valutazione senza questi dati.

E la permuta, che si valuta **sempre come voce autonoma**: è la sola difesa contro lo spostamento di valore fra sconto e usato, il gioco delle tre carte più diffuso del mercato.

Gesto 5 · Il Documento

Serve a mettere per iscritto quello che è stato detto. Qui il metodo si sdoppia, ed è il capitolo 5 di questo manuale.

Gesto 6 · La Bilancia

Serve a confrontare. Tecnologia, consumi reali e formula contrattuale sullo stesso piatto, ridotti a due numeri: euro al mese veri ed euro al chilometro. Più il punto di indifferenza, che risponde alla domanda che nessun venditore pone: *a quanti chilometri l'anno la scelta si ribalta?*

Strumento: il motore del Costo Verità. Il foglio si consegna al cliente compilato con le sue cifre — anche quando si lavora dal lato di chi vende. Un calcolo che regge solo se resta nascosto non è un calcolo: è un argomento.

Gesto 7 · Il Tavolo

Serve a chiudere senza che nessuno perda la faccia. La negoziazione non è strappare: è mettere in ordine le tre leve — prezzo, formula, tempi — e sapere quale delle tre vale davvero per quella persona.

REGOLA	PERCHÉ
Mai la rata come leva	Chi apre sulla rata ha già rinunciato a discutere il prezzo, da entrambi i lati.
Una richiesta per volta	Tre richieste insieme diventano una lista della spesa e legittimano un rifiuto in blocco.
Concedere qualcosa di dichiarato	Una concessione fatta in silenzio non costruisce nulla. Detta ad alta voce, costruisce reciprocità.
Chiudere la porta gentilmente	Se non si conclude, si esce lasciando la relazione intatta. Il cinquanta per cento dei mandati arriva dal ritorno di chi era uscito senza firmare.

Gesto 8 · La Firma

Serve a restituire la decisione a chi la deve prendere. La Scheda di Firma sta in una pagina: profilo rilevato, perimetro con le esclusioni motivate, punteggio del documento e voci mancanti, Costo Verità di ogni combinazione, punto di indifferenza, tre domande da fare, clausole da rifiutare, firma di chi ha misurato con data e numero di protocollo.

Per l'APA cambia una cosa sola, e non è piccola: la Scheda di Firma la consegna comunque, anche quando il cliente compra da lui. Anzi, soprattutto allora.

Gesto 9 · La Custodia

Serve a trasformare una transazione in una relazione. È il gesto che quasi nessuno esegue, ed è quello che produce quasi tutto il reddito degli anni successivi.

MOMENTO	CHE COSA SI FA
Alla consegna	Si verifica che l'auto consegnata sia quella scritta: allestimento, optional per codice, data, documenti. Dieci minuti che evitano dieci mesi di rancore.

MOMENTO	CHE COSA SI FA
Dopo trenta giorni	Una telefonata. Non per vendere: per chiedere se il consumo reale corrisponde a quello previsto nella Bilancia. È anche il modo con cui il metodo si corregge.
Ogni anno	Un promemoria su scadenze e valore residuo. Il cliente scopre quanto vale la sua auto da te, non da un annuncio.
A due terzi dell'orizzonte	Si riapre il Rilievo. La vita è cambiata, i chilometri pure. Ricomincia il ciclo, e questa volta la fiducia c'è già.

05 · LE DUE IMPUGNATURE

05 Lo stesso indice, nelle due mani del mestiere

L'Indice di Opacità nasce per misurare un preventivo ricevuto. Rovesciato, diventa la norma per scriverne uno che superi la misura. Dodici voci, due usi, un solo punteggio — e in tutti e due i casi la persona che ne beneficia è la stessa: quella che compra.

#	VOCE	MISURARE — IL PCS LEGGE	COSTRUIRE — L'APA SCRIVE
1	Prezzo di transazione	C'è la cifra finale, separata dal listino?	Scrivo il prezzo che si paga, in cifra, prima di ogni sconto.
2	Sconto scomposto	Si capisce da dove viene lo sconto?	Indico quanto mette la casa, quanto metto io, quanto è legato alla promozione.
3	Vincolo al finanziamento	È dichiarato in chiaro?	Scrivo quanto costa la stessa auto pagata in contanti.
4	TAN e TAEG	Ci sono entrambi?	Li metto entrambi, vicini, stessa dimensione di carattere.
5	Costo del credito in euro	C'è la cifra, non solo la percentuale?	Scrivo quanto costa il finanziamento in euro, sul totale.
6	Valore Futuro Garantito	Ci sono chilometri, stato, penali?	Allego le condizioni di restituzione per esteso, non il rimando alle condizioni generali.
7	Permuta autonoma	È una voce separata?	Valuto l'usato prima di parlare di sconto, e lo scrivo su una riga sua.
8	Spese voce per voce	Sono elencate una a una?	Istruttoria, incasso rata, bollo, messa su strada: quattro righe, quattro cifre.
9	Accessori opzionali	Sono marcati come opzionali, con prezzo?	Metto una casella accanto a ciascuno. Se non è spuntata, non è nel totale.
10	Consegna e ritardo	C'è una data e che cosa succede se salta?	Data, e una riga su che cosa faccio io se non la rispetto.
11	Codici di allestimento	Gli optional sono identificati per codice?	Uso i codici, non i nomi commerciali. Così il cliente può confrontarmi.
12	Costo su orizzonte	C'è un calcolo di costo totale?	Allego il Costo Verità a quattro anni, con i miei numeri.

CHE COSA VUOL DIRE DAVVERO, PER UNA CONCESSIONARIA

Un preventivo che passa il Calibro sotto i venticinque punti è più difficile da scrivere e infinitamente più difficile da battere. Il cliente esce con quel foglio, va dal concorrente, riceve un documento che nasconde metà delle voci — e torna. Non per gratitudine: perché **l'unico documento che riesce a leggere è il tuo.**

La trasparenza smette di essere un costo morale e diventa un vantaggio competitivo misurabile. È questo il punto in cui l'artigiano della fiducia batte il venditore, sul suo stesso terreno e con i suoi stessi numeri.

IL BOLLINO

Le reti che accettano di essere misurate e restano stabilmente sotto i venticinque punti ottengono il **Bollino Referto Pulito**, verificabile e revocabile. È il prodotto che nasce da questo capitolo, ed è l'unico modo in cui un indice diventa uno standard invece che una critica.

06 · LO STRUMENTO PUBBLICO

06 L'Indice di Opacità come calcolatore online

Undici e dieci di sera. Il preventivo è sul tavolo di cucina, la luce gialla, il numero in grassetto in fondo. La persona apre il telefono, cerca «il preventivo non riporta il prezzo», arriva su una pagina e trova dodici caselle. Le spunta guardando il foglio. In sessanta secondi ha un numero: 66 su 100. E sotto, la frase che non si aspettava: «Il suo preventivo le nasconde due terzi della decisione.»

Il calcolatore dell'Indice di Opacità è la cosa più originale che il sito possa avere, e va costruito. Nessuno in Italia offre uno strumento che misuri un preventivo auto: perché nessuno ha un indice.

Come funziona, in tre schermate

SCHERMATA	CONTENUTO
1 · Le dodici caselle	Una domanda per voce, formulata in modo che si risponda guardando il foglio: «C'è scritto il prezzo finale dell'auto, separato dallo sconto?» Sì / No / Non lo trovo. Nessun campo obbligatorio, nessuna registrazione.
2 · Il punteggio	Il timbro che si disegna, la soglia con il suo colore, e l'elenco delle voci mancanti. Per ognuna, una riga che spiega a chi conviene che manchi. È la parte che fa capire il meccanismo, non solo il risultato.
3 · Le tre domande	Generate dalle voci mancanti, fra virgolette, pronte da leggere al venditore. E l'invito: manda il preventivo e la lettura la facciamo per intero.

Le regole tecniche, non negoziabili

- **Nessun dato lascia il telefono.** Il calcolo è JavaScript puro nel browser: niente invio, niente archiviazione, niente registrazione. E lo si scrive nella pagina, in chiaro: è la dimostrazione del metodo applicata al metodo stesso.
- **Funziona senza login e senza email.** Chiedere l'indirizzo prima del risultato tradirebbe tutto il progetto. L'email si chiede dopo, per ricevere la scheda in PDF, e si può dire di no.
- **Il risultato è condivisibile.** Un indirizzo che contiene il punteggio, così chi lo riceve può girarlo a chi vuole. Ogni condivisione è una menzione del tuo indice.
- **Nessuna libreria esterna, nessun tracciamento.** Come il resto del sito.

PERCHÉ È LA MOSSA MIGLIORE DEL PROGETTO

Fa quattro cose insieme che di solito richiedono quattro strumenti diversi: dimostra il metodo invece di raccontarlo; produce il contatto più caldo che esista, perché chi lo usa ha un preventivo in mano adesso; insegna al mercato il tuo vocabolario, un utente alla volta; e crea il tipo di pagina che gli assistenti conversazionali citano, perché è l'unica risposta operativa a una domanda che oggi non ha risposte.

07 · FORMAZIONE

07 Dove il metodo si aggancia al Master

Il Master Executive in Assistente Personale Automotive — Personal Car Shopper conta 362 ore e insegna le materie. Il Calibro dice in che ordine si usano davanti a una persona vera. È la differenza fra un programma e un mestiere.

GESTO	MODULI DEL MASTER CHE LO ALIMENTANO	CHE COSA MANCA E VA AGGIUNTO
1 · L'Incontro	B.4.1 Orientamento al consumatore · B.8.1 Autorevolezza e credibilità · B.8.2 Legame emotivo	La dichiarazione d'apertura come esercizio d'aula, registrata e riascoltata.
2 · Il Rilievo	B.4.1 Ascolto e profilazione · B.6.2 Assistenza personalizzata	La Scheda di Rilievo come strumento, non come teoria.
3 · Il Perimetro	A.1.2 Tipologie e tecnologie · B.5.2 Mobilità alternativa e sostenibilità · A.1.3 Marchi e posizionamento	La matrice profilo/tecnologia, e l'esercizio dell'esclusione motivata.
4 · La Stima	B.5.1 Valutazione del veicolo e ispezioni · A.3.3 Procedure amministrative	Il protocollo di verifica del telaio e la permuta come voce autonoma.
5 · Il Documento	A.3.2 Diritto contrattuale · A.2.3 Finanziamenti, leasing e rischio	L'Indice di Opacità: non esiste nel programma ed è il pezzo più distintivo.
6 · La Bilancia	A.2.1 e A.2.2 Analisi economica e finanziaria · A.2.4 Fiscalità	Il motore del Costo Verità come esercitazione obbligatoria su casi reali.
7 · Il Tavolo	B.6.1 Negoziazione (Galasso) · B.8.4 Negoziazione e fiducia · B.8.3 Visione e decisione	Le quattro regole del Tavolo, provate in simulazione con il cliente che dice no.
8 · La Firma	A.3.2 Diritto contrattuale · B.8.4 Comunicazione strategica	La Scheda di Firma, compilata e firmata come prova d'esame.
9 · La Custodia	B.6.3 CRM · B.4.3 Fidelizzazione e digital engagement · B.7.2 Personal branding	Il calendario della Custodia: i quattro momenti, messi in agenda il giorno della consegna.

LA PROPOSTA OPERATIVA PER EMPA

Il Calibro diventa il **filo conduttore del Corso C**, quello sul campo. Ogni allievo, durante lo stage, esegue i nove gesti su tre casi reali e consegna tre Schede di Firma. Il progetto finale non è una tesi: è il **proprio Referto** — un preventivo vero, anonimizzato, misurato e discusso davanti alla commissione a Torino. In quel modo il Master smette di certificare la conoscenza e comincia a certificare l'esecuzione.

08 · DEONTOLOGIA

08 Le sette regole, e le tre in più per chi lavora dentro

Un metodo si copia in due settimane. Una deontologia no: si dimostra un cliente alla volta e si perde in un giorno solo. È la parte del Calibro che vale di più, e l'unica che nessuno può imitare a costo zero.

Le sette regole comuni

I	Si dichiara sempre da chi si è pagati, prima che lo chiedano.
II	Nessuna raccomandazione senza le cinque misure.
III	La rata non è mai un argomento. Si parte dal costo totale sull'orizzonte.
IV	Il foglio di calcolo si consegna al cliente, compilato con le sue cifre.
V	Si misura il documento, mai le persone. Nei Referti pubblici nessun nome.
VI	Il preventivo pulito si dichiara pubblicamente, con lo stesso rigore usato per stroncarne uno.
VII	La firma resta al cliente. Il fine del metodo è renderlo capace di fare a meno di noi la volta successiva.

Le tre regole aggiuntive dell'APA

L'APA non ha un conflitto di interessi da gestire: sta dalla parte del cliente esattamente come il PCS. Ma lavora dentro un'azienda, e perché l'allineamento sia **reale e non dichiarato** deve poggiare su tre regole e su quattro numeri. Le regole dicono come si lavora; i numeri dicono se è vero.

REGOLA VIII**Il mandato si dice per primo**

«Lavoro per questa concessionaria e sto dalla sua parte» è la prima frase, non la risposta a una domanda scomoda. Detta all'inizio è trasparenza; detta dopo suona come una scusa.

REGOLA IX**Il perimetro si dichiara, anche quando esclude te**

Se per quel profilo d'uso l'auto giusta non è nella propria gamma, lo si dice. Non è generosità: è l'unico modo di essere creduti tutte le altre volte, quando invece l'auto giusta c'è davvero.

REGOLA X**Si risponde del proprio documento**

L'APA misura con l'Indice di Opacità i preventivi che scrive lui, non solo quelli degli altri, e tiene traccia del proprio punteggio medio. Un assistente che pretende trasparenza e produce documenti opachi non è un assistente: è un venditore con un titolo nuovo.

Come si misura un APA

INDICATORE

PERCHÉ CONTA PIÙ DELLE CONSEGNE

Indice di Opacità medio dei propri preventivi

È l'unico numero che dice se il metodo è applicato o solo dichiarato.

INDICATORE	PERCHÉ CONTA PIÙ DELLE CONSEGNE
Clienti che tornano al secondo acquisto	Misura la Custodia, cioè il gesto che tutti saltano.
Clienti arrivati per referenza	Misura la fiducia, che è l'unico prodotto che non si può scontare.
Schede di Firma consegnate	Misura l'esecuzione: senza scheda, il metodo non è stato eseguito.

LA CONDIZIONE PERCHÉ TUTTO QUESTO STIA IN PIEDI

Questi quattro numeri devono contare nella valutazione dell'APA **più del margine sulla singola trattativa**. È una scelta che spetta alla concessionaria e va messa per iscritto prima di annunciare qualunque cosa al mercato. Un assistente valutato sulle consegne tornerà a essere un venditore entro un trimestre, qualunque metodo abbia studiato.

09 · DECISIONE

09 Cosa farei io, e dove questo può rompersi

Primo. Costruirei subito il calcolatore dell'Indice di Opacità sul sito. È l'unico pezzo di questo manuale che lavora ventiquattro ore al giorno senza di te, e trasforma una pagina che racconta un metodo in una pagina che lo fa usare.

Secondo. Porterei le due impugnature in aula prima che sul mercato. Un APA che scopre che il tuo indice serve anche a lui smette di percepirti come una minaccia e comincia a percepirti come chi gli ha dato l'argomento che gli mancava.

Terzo. Farei del Referto il progetto finale del Corso C. Un master che certifica esecuzione invece che conoscenza, in Italia, non lo fa nessuno — ed è l'unica cosa che i datori di lavoro guardano davvero.

I rischi, in ordine di gravità

RISCHIO	PESO	CONTROMISURA
Il metodo usato come vernice	ALTO	È il rischio che può uccidere il marchio: la trasparenza dichiarata e non praticata fa più danni dell'opacità onesta. Per questo la Regola X non è morale, è numerica: si misura il punteggio medio dei propri documenti, e l'abilitazione si perde se non si misura.
Le concessionarie leggono l'indice come un'accusa	ALTO	Il capitolo 5 va presentato per primo, non per ultimo: l'indice come strumento di vendita, non come pagella. E il Bollino come premio, non come minaccia.
Nove gesti sono troppi da ricordare	MEDIO	Si ricordano i tre tempi. I gesti stanno sulla scheda, e la scheda sta in tasca. Un metodo che vive nella memoria non è un metodo: è un talento.
La Custodia si salta	MEDIO	I quattro momenti si mettono in agenda il giorno della consegna, non «quando capita». Se non è in calendario, non esiste.
Il metodo cresce e perde la voce	MEDIO	Le definizioni non si riformulano mai. Ogni operatore abilitato usa le stesse parole: è ciò che distingue uno standard da un'opinione diffusa.

Il Calibro · Protocollo D'Ambrosio, prima edizione, 28 agosto 2026. Metodo e testi di Tony D'Ambrosio. Formazione erogata in conformità alla Legge 4/2013, con validazione scientifica SAA – School of Management, Università di Torino. Riproduzione riservata.