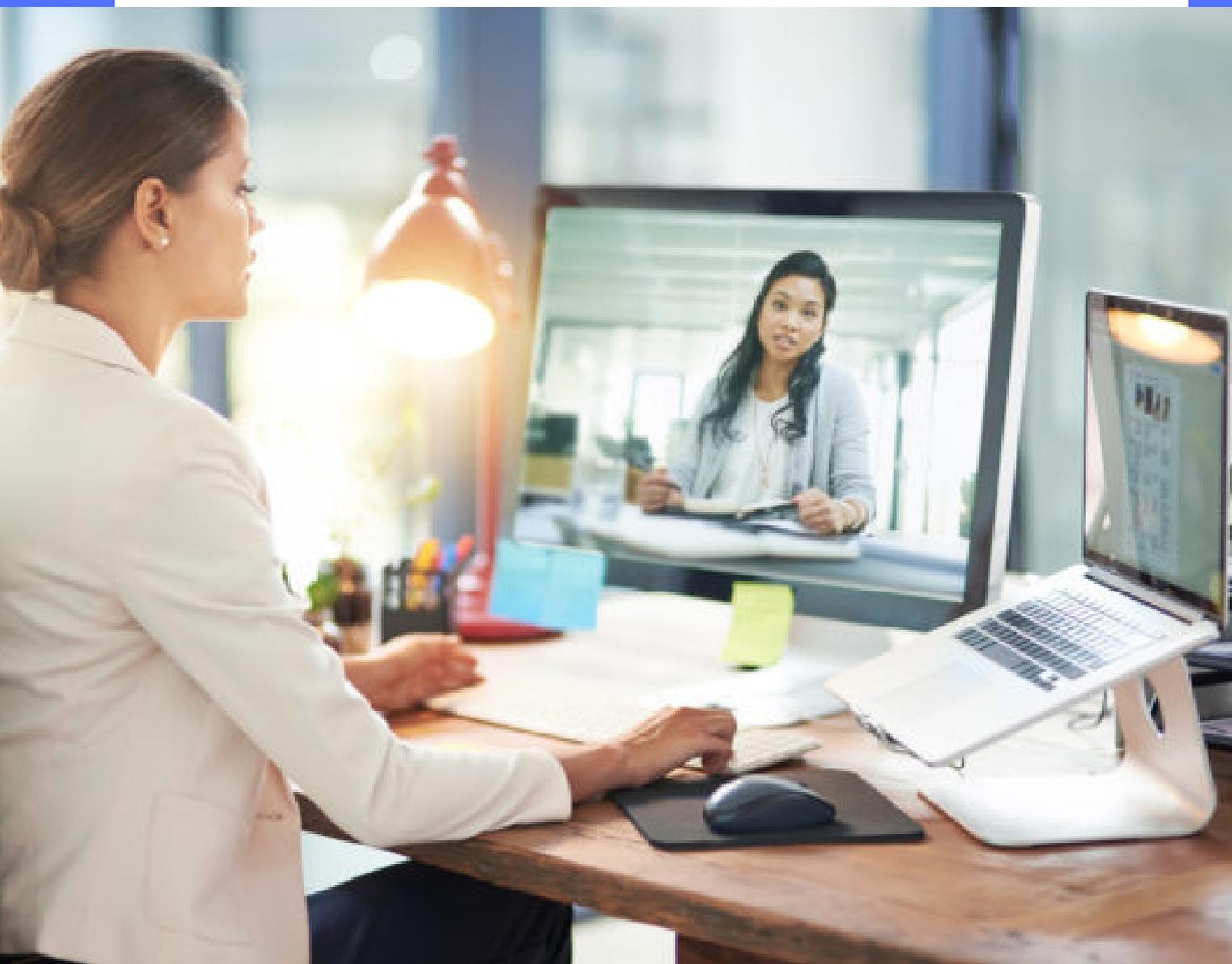


# La comunicazione smart

CORSO DI  
FORMAZIONE  
I LIVELLO



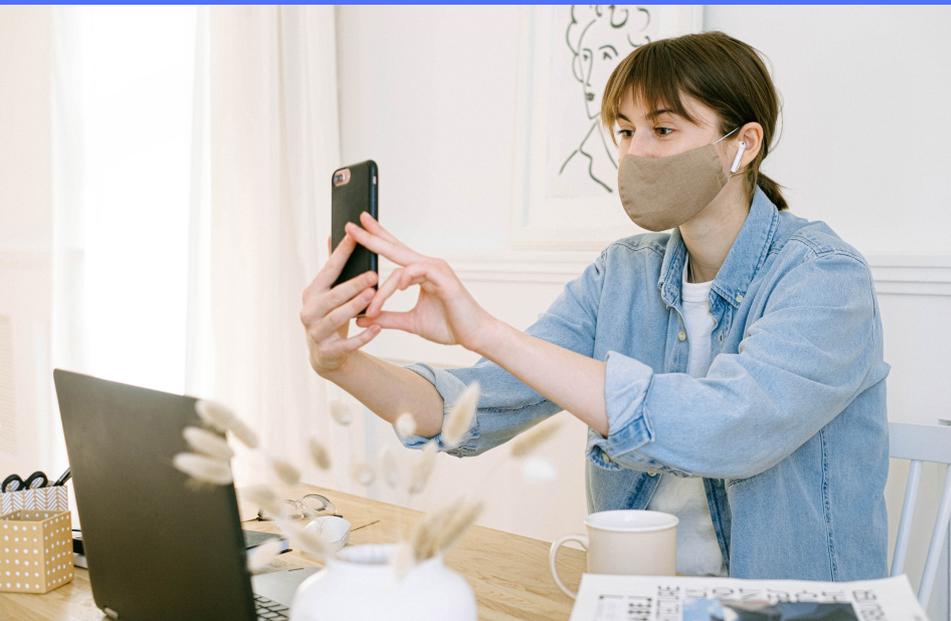
Condotto da Donatello Iacullo  
professionista della comunicazione

**RELAZIONI E PROCESSI  
DI COMUNICAZIONE**

STEP 1

# Gli assiomi, una base infinita

*Dalla scuola di Palo Alto, assiomi della  
comunicazione e processi di comunicazione*



IDENTITÀ' INNOVAZIONE COMUNICAZIONE GESTIONE

## TI SPIEGO

Esistono principalmente due tipi di comunicazione in ambito umano: la prima è la cosiddetta comunicazione di massa, mentre la seconda viene solitamente definita comunicazione interpersonale. La comunicazione interpersonale vede come protagonisti due o più individui e si basa su una relazione in cui gli interlocutori si influenzano reciprocamente, pur non rendendosi conto nella maggior parte dei casi. L'atto pratico del comunicare si basa sulla certezza che ognuno di noi interagisce all'interno di un sistema di tipo circolare, dove il comportamento di ogni membro influenza l'altro e con la consapevolezza, appunto, possiamo dare una direzione alle influenze.

*La Scuola di Palo Alto è una corrente psicologica statunitense che trae il suo nome dalla località californiana dove sorge il Mental Research Institute (Silicon Valley) centro di ricerca e terapia psicologica fondato da Donald deAvila Jackson nel 1959, a sua volta largamente ispirata dalla Terapia della Gestalt di Fritz Perls*

*"La comunicazione pervade e influenza continuamente la nostra vita quotidiana: tutti abbiamo bisogno di relazionarci al mondo che ci circonda e di saper comunicare efficacemente"*

STEP 2

# Aumenta la qualità

*Sviluppo, potenziamento, abilitazione e manutenzione dei nostri dispositivi tecnologici*



IDENTITÀ' INNOVAZIONE COMUNICAZIONE GESTIONE

## TI SPIEGO

Non comunicare significa tacere e tacere, nel modo globalizzato e interconnesso di oggi, equivale a non esistere. Un'adeguata attività di comunicazione quindi è imprescindibile non solo per farsi conoscere, ma per non scomparire. Internet e i nuovi media offrono un supporto ideale per far sentire la propria voce al di là di ogni possibile confine. Bisogna pensare alla comunicazione aziendale non come ad un accessorio del quale si può anche fare a meno, ma un mezzo con il quale l'azienda può ottenere profitto; occorre quindi stanziare un budget (Oppure, in alternativa, rendere al meglio le tecnologie presenti) per le attività di comunicazione – studiato sulle effettive necessità e possibilità economiche dell'azienda – esattamente come lo si stanziava per rinnovare i propri macchinari, acquistare materiali di lavoro o aumentare le competenze del personale.

*Sfruttare il momento di crisi.  
Chi investe in un momento di recessione può avere maggiore visibilità allo stesso prezzo dei periodi di maggiore crescita*

*Quali device scegliere, webcam, connessione, strumenti extra e segreti per essere impeccabile in un'appuntamento on-line*

STEP 3

# Empatizza

*Da esperti di consulenza e con il modo giusto ora si può entrare nella comfort zone  
Positivi, freschi, disponibili*



IDENTITÀ' INNOVAZIONE COMUNICAZIONE GESTIONE

## TI SPIEGO

Fare comunicazione online richiede molta empatia. Prima di diffondere e/o pubblicizzare, è fondamentale identificare la persona a cui ci si sta rivolgendo: Che esigenze e che desideri ha questa persona? Immedesimarsi nell'altra persona "mettersi nei suoi panni" - permette di capire che tipo di emozioni vive e che tipo di messaggio vorrebbe ricevere. Questo porta alla creazione di contenuti per la persona, contenuti che effettivamente possono trasferire un messaggio, che fanno comunicazione, che possono accendere un dialogo. Contenuti di qualità e molto vicini alla persona attirano l'attenzione, conquistano il potenziale cliente e coltivano la relazione con il cliente. Perché l'ascolto attivo è alla base dell'empatia

*L'empatia è alla base del marketing*  
Prima di creare un contenuto, che sia anche solo un'informazione, ascolta e comprendi chi sta dall'altra parte, genera positività

*"La relazione empatica considera l'esperienza dell'individuo dal suo punto di vista dell'individuo stesso, senza porre presupposti di alcun tipo"*

STEP 4

# Nuove modalità tradizionali

Comunicazione digitale, verbale e sociale  
anche insieme, tutto sotto controllo



IDENTITÀ' INNOVAZIONE COMUNICAZIONE GESTIONE

## TI SPIEGO

La comunicazione pervade e influenza continuamente la nostra vita quotidiana, tutti abbiamo bisogno di relazionarci al mondo che ci circonda e di saper comunicare efficacemente nonostante protocolli, nuove abitudini o cambiamenti irreversibili.

Questo periodo ha stravolto e probabilmente continuerà a cambiare la nostra vita nei prossimi anni. Il punto vero sta nel cercare sempre un punto d'incontro anche nella situazione più buia.

In questo periodo, in un modo o nell'altro, conta esserci. Con la distanza sociale ma magari da più vicino, paradossalmente. Parliamo anche qui di un'opportunità; quella di farsi conoscere per quello che si è, per i propri valori. Costruire comunicazioni ibride e gestirle in un periodo così complesso potrebbe quasi sembrare folle, eppure può essere il primo vero passo per ricominciare e gettare le basi per il ritorno alla normalità, se così potremo chiamarla.

L'emergenza del Covid19 ha fatto riflettere su tanti aspetti e in particolare sull'importanza di raggiungere la flessibilità necessaria per affrontare cambiamenti forti e improvvisi. C'è una strada che può portare le aziende a tale risultato: la digitalizzazione dei processi

*"Come una riunione di persona, le riunioni di lavoro virtuali richiedono un'agenda chiara se si desidera che si svolgano senza intoppi e in tempo."*