

# trenta righe

**S**ì, ci siamo abituati ormai; quasi non ci facciamo più caso. E non è un bene. Storditi dai ritmi e assuefatti al frastuono del villaggio globale non notiamo più in quante comunicazioni siamo coinvolti, in modo attivo e passivo. Vero o no? Io lo sostengo da tempo che il problema principale della comunicazione di business e di impresa è che se ne fa troppa, spesso poco elegante, troppo costosa, rumorosa, indifferenziata (non vi ricorda il "vecchio" sistema di raccolta della spazzatura?), inefficace, inutile.

**L**a differenza tra una comunicazione che funziona e un pasticciaccio che uniforma tutto e tutti nel frastuono mediatico inizia da chi o cosa decide di comunicare, dai messaggi che vuole comunicare, per ottenere cosa. Nel percorso verso i risultati, il "come" comunicare è mestiere e responsabilità del comunicatore che lavora nel rispetto della personalità e dei valori del proprio cliente.

**E**state e vacanze sono un ottimo momento per (ri)pensare alla propria comunicazione d'impresa e di business, per mettersi nei panni di chi la riceve, per immaginare le **emozioni** che provano i nostri destinatari.

**N**on esiste un modo di comunicare "giusto" in termini assoluti, né uno sbagliato in sé e per sé. Qualsiasi comunicazione porta un risultato, dunque tutto dipende dal risultato che vogliamo ottenere, e da come gestiremo quel che otterremo. Ai miei clienti suggerisco di tenere sempre alta e vigile l'attenzione sulla loro comunicazione come espressione della loro unicità e delle loro potenzialità personali, di business e di impresa. Nessuno deve appropriarsi della loro comunicazione, neanche la società di comunicazione della quale più si fidano.

**Z**ingari nella comunicazione, intelligenze nomadi: evviva! Nella ricerca di nuovi modi per essere unici, sfido i miei clienti a sradicarsi dalle loro convinzioni sulla comunicazione, dai loro punti di riferimento, dalle loro esperienze, dalle loro abitudini, dalle loro zone di confort, così come dalle mie.

**I**o cerco sempre di fare in modo che le persone con le quali collaboro e per le quali lavoro restino libere di muoversi, girovagare tra stili, strumenti e possibilità, pensare e ripensare strategicamente alla loro comunicazione: quella che sviluppano insieme a **[ YOURBRAND ] COMMUNICATIONS**.

**O**vviamente, se con queste considerazioni ho disturbato il vostro silenzio estivo me ne scuso. Spero di essere riuscito a offrire un nuovo spunto di riflessione sulla vostra comunicazione di impresa e di business. E sul vostro ruolo nella vostra comunicazione. Lo dovete alla vostra azienda, al vostro business, ai vostri colleghi, a voi stessi. E ai vostri clienti. Restate alla guida del vostro lavoro, della vostra azienda, del vostro business anche mentre comunicate. Semmai cedete la gestione degli strumenti di comunicazione, mai il controllo della vostra comunicazione. **Buone vacanze! Paolo Casciato**

**[YOURBRAND] COMMUNICATIONS**

CONSULENZA, FORMAZIONE e  
STRUMENTI di COMUNICAZIONE

[www.ybcom.org](http://www.ybcom.org)  
☎ 3666 852484  
[info@ybcom.org](mailto:info@ybcom.org)

**[ YOURBRAND ] COMMUNICATIONS**

**com .org**

società di relazioni e comunicazione