

trenta righe

NOTIZIE CATTIVE NOTIZIE CATTIVE di COMUNICAZIONE

# ...e ora come glielo dico?

Per rispetto di chi le riceve e nell'interesse di chi le ha causate o ne è responsabile, le **cattive notizie** vanno comunicate sempre, subito, tutte, e nel modo giusto. Nella vita privata ognuno fa come crede, ma nel business no. Su questo, poche regole ma chiare.

**F**atti i debiti scongiuri, torniamo alla realtà. Nella vita di una azienda o di un business momenti e situazioni di difficoltà, crisi o incidenti possono accadere; spesso non possono essere evitati perché non dipendono da noi, o solo in parte. Situazioni o decisioni difficili che vanno affrontate e comunicate. Un bravo imprenditore riesce a trarre valore anche dalle difficoltà; un **bravo comunicatore** aiuta l'imprenditore a non rallentare o deviare il percorso anche quando si attraversano momenti poco luminosi; con una efficace comunicazione di emergenza o di crisi protegge il valore e la reputazione dell'azienda. Ecco qualche punto da considerare prima, durante e dopo un'emergenza. Sì, anche *prima*, e non solo per una comunicazione efficace. Chiariamolo subito: non sarà né facile né piacevole.

**Preparatevi.** Può sembrare un paradosso ma è fondamentale: studiate le situazioni di emergenza per voi più probabili o rilevanti e preparatevi a gestirle, anche da un punto di vista di comunicazione. Vi serve un piano di emergenza. Fate qualche simulazione, allenate voi stessi e la vostra squadra. Quali sono le domande che potete prevedere vi rivolgeranno? Preparate in anticipo le vostre risposte. Provate, provate, provate. **Comunicate bene sempre.** Essere già conosciuti, già credibili e "familiari", vi aiuterà a comunicare meglio durante una emergenza, quando vi dovrete concentrare per (ri)costruire da quel punto. Nessuna disperazione: fate tesoro anche di quella situazione difficile e sarete ancora più forti, credibili, apprezzati, rispettati. Non sono ottimista, è esperienza. **Mostratevi: siate responsabili, capaci, attivi.** Siete raggiungibili, parlate, avete la situazione sotto controllo e sapete cosa fare: solo questo - insieme ai risultati delle vostre azioni e reazioni - può allentare la tensione e contribuisce a disinnescare una emergenza. "Centralizzate" la comunicazione, in questa fase; verificate di essere capiti e cercate di tenere toni e versioni costanti; fate in modo di non dovervi smentire, o peggio: di essere smentiti. Gestire una emergenza e comunicare durante una emergenza sono due lavori molto differenti. Concentratevi sul vostro. Se volete limitare ulteriori rischi, **in caso di emergenza tenete vicino a voi un bravo comunicatore.**



## EMOZIONI E RISPETTO

Emergenze e crisi, al di là della loro gravità, sono eventi che generano in chi le vive forti e personalissime emozioni. Come in ogni circostanza di comunicazione, ciò che conta davvero sono la visione e la **percezione** che se ne ha, più della realtà. Nella gestione di situazioni di emergenza o di crisi non contate dunque (troppo) su spiegazioni e argomentazioni razionali, perché non funzionerebbero. Farà la differenza la vostra capacità di trasmettere insieme **informazioni e emozioni** sincere, credibili e condivisibili. Se non ve la sentite di farlo da soli, fatevi aiutare: gestire bene la comunicazione, soprattutto durante le prime fasi di una emergenza, vi consentirà di scongiurare il rischio di degenerare in una crisi e molto, molto probabilmente vi permetterà di trarre qualcosa di buono anche dalle situazioni più difficili. Gestire e comunicare bene emergenze e cattive notizie è un dovere, non è mai un piacere, ma se fatto bene può accrescere il rispetto nei confronti vostri e della vostra azienda. Ne vogliamo parlare?  
**Paolo Casciato**

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

CONSULENZA, FORMAZIONE e STRUMENTI di COMUNICAZIONE

www.ybcom.org  
3666 852484  
info@ybcom.org

[ YOURBRAND ] COMMUNICATIONS

com .org

società di relazioni e comunicazione