


trenta righe



grazie!

Approfitto: per una volta mi prendo la libertà di uscire dalla testata. Permettetemi di utilizzare queste **trenta righe** di fine anno per un messaggio più mio del solito. Comunque parliamo di comunicazione, non perdiamo di vista l'obiettivo.

Un desiderio: **ringraziare** tutte le persone che ho conosciuto, ritrovato o riscoperto, quelle con cui ho lavorato e quelle con le quali non ho (ancora?) lavorato durante questo primo intenso e sorprendente anno di attività di **[YOURBRAND] COMMUNICATIONS**. Grazie per la vostra fiducia, per il supporto, per l'amicizia, per i commenti, per le sfide, per le esperienze, per le opportunità, per le domande, per le vostre risposte. Grazie.

Gentilmente, senza intento didascalico ma sì con un pizzico di provocazione, posso poi chiedervi quando è stata l'ultima volta che avete sinceramente **apprezzato** chi nella vostra azienda, nel vostro gruppo, per voi direttamente o insieme a voi ha seguito qualche progetto o qualche particolare iniziativa di comunicazione? E quando l'avete **ringraziato** (o ringraziata) l'ultima volta?

Una provocazione soffice, la mia. Ve lo chiedo non per trasmettere il messaggio "fatelo" ma per chiedervi **SE** vi siete sentiti o vi sentite di farlo; per invitarvi a pensare **PERCHÉ**, nel caso, non vi sentiate di farlo. Ringraziare chi si occupa di comunicazione non è un obbligo, ma quando per troppo tempo non se ne avverte il bisogno, l'urgenza, il piacere, o anche l'utilità vuole proprio dire che qualcosa nel rapporto con il comunicatore - o la sua comunicazione - non va.

Ritorniamo alla comunicazione. Sono due i punti di vista che vorrei condividere. **Primo**: se la vostra comunicazione vi ha portato a raggiungere gli obiettivi che vi eravate posti, confermate il vostro impegno e sì: ditelo 'sto grazie! **Secondo** (e l'essenza della provocazione): se chi per voi si occupa di comunicazione **NON** vi ha portato a raggiungere o nemmeno vi ha avvicinato agli obiettivi che avevate concordato e **NON** vi sentite di ringraziarlo/ringraziarla, beh: pensate seriamente a cambiare comunicatore, o società di comunicazione. Ma non trascurate la vostra comunicazione!

In entrambi i casi, fatevi un regalo: impegnatevi a riportare la vostra comunicazione al centro della vostra attenzione d'impresa, del vostro business, della vostra attività. Confermate - o riscoprite - il ruolo che compete alla comunicazione: aiutarvi a centrare i vostri obiettivi, anche i più ambiziosi. Allora sì che vi verrà spontaneo dire **grazie!** Chi lo ha già fatto lo sa.

Buon Natale, Buon Duemilatredecim! Paolo Casciato

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

com .org



società di relazioni e comunicazione

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

CONSULENZA, FORMAZIONE e
STRUMENTI di COMUNICAZIONE

www.ybcom.org

☎ 3666 852484

info@ybcom.org