

**INCONTRO.** Api Donne e Crediveneto al «311»

# Saper comunicare in azienda e fuori

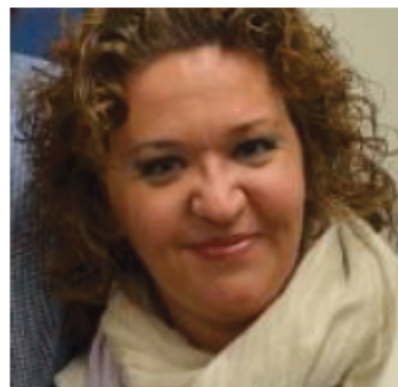
Scavini: «Le persone sono il patrimonio di ogni realtà lavorativa e buone relazioni tutelano e valorizzano»

**Francesca Sglimbeni**

La prima impressione è quella che conta. Un tempo proverbio, oggi regola della comunicazione aziendale, illustrata a imprenditori e professionisti, giovani e senior, all'incontro «Non c'è mai una seconda occasione per fare una buona prima impressione» organizzato dall'Api Donne di Apindustria Verona e da Crediveneto, tenutosi nello spazio di coworking «311 Verona», in lungadige Galtarossa.

Una giornata di formazione con Christian Perdonà, direttore generale dell'Agenzia Perdonà, incentrata su una corretta comunicazione interna quale architrave della comunicazione esterna. «Comunicare in azienda per comunicare l'azienda», è l'obiettivo primario che ogni dirigente dovrebbe perseguire, partendo dalla revisione del proprio approccio alle risorse

umane, da ri-orientare «verso uno stile maggiormente partecipativo delle dinamiche aziendali interne», ha sottolineato Perdonà. Magari sostituendo al «te insegno mi» il «fare insieme», perché «sulla cooperazione si basa l'evoluzione dell'impresa». Nella cassetta degli attrezzi di un direttore del personale, dunque, non dovrebbe mancare l'organigramma funzionale, di massima comprensivo di un direttore delle risorse umane, uno per il personale creativo ed esecutivo, un altro per vendita e marketing, per «non confondere ruoli manageriali che dovrebbero restare distinti»; né formazione e addestramento, da impartire secondo il «metodo Nasa», consistente nel «dimostrare al collaboratore cosa voglio da lui, provare con lui, farlo provare da solo, correggerlo e, infine, riprovare insieme». Importante anche l'analisi delle «dimensioni comportamentali», per scrutare «quella punta dell'iceberg circa il carattere dei potenziali collaboratori/dipendenti, che spesso emerge dopo aver iniziato a lavorarvi insieme, e avere così uno stru-



Marina Scavini

mento per valutare se siamo in grado di gestire quella risorsa fin dall'origine». Altre buone pratiche per una efficace governance interna sono «dichiarare al proprio team la volontà di diventare grandi e, nella semplicità dei gesti e delle parole, creare i presupposti di un clima aziendale positivo da trasferire anche in famiglia e nelle relazioni di ognuno», ha rimarcato Perdonà, «fare sentire tutti i ruoli importanti e renderli partecipi di successi e insuccessi (anche questo è meritocrazia) e condividere tempo, beni, saperi, conoscenza».

«La comunicazione non accade magicamente, occorre farla accadere», ha sintetizzato Marina Scavini, presidente di Api Donne, «consapevoli che, specie nell'attuale sistema di mercato, alla base dell'impresa ci sono persone che costituiscono il patrimonio di ogni realtà lavorativa, la cui custodia passa anche attraverso queste tecniche di relazione interna». •