

presenta
SCRIVERE PER FARSI CAPIRE

di
Erika Leonardi

Un libro che aiuta a fare chiarezza su come comunicare in modo efficace, evitando così sprechi e rilavorazioni, rischi di insuccesso e stress



Comunicare è farsi capire. Non possiamo sostenere di aver comunicato solo perché abbiamo detto o scritto qualcosa. È necessario che il destinatario reagisca esattamente come volevamo che facesse. Per farlo non dobbiamo dare per scontato che conosca il nostro pensiero. Più cerchiamo di avvicinarci a lui, maggiore sarà la probabilità di averlo come compagno.

Oggi poi canali tradizionali e digitali ci investono ogni giorno di contenuti scritti. Quanti di questi sono chiari e utili? E quante volte quello che scriviamo coglie nel segno?

PERCHÉ Rispetto alla scrittura, ciò che abbiamo appreso sui banchi di scuola risulta utile solo in parte: il linguaggio cambia e alcune regole considerate inderogabili possono rivelarsi obsolete. Tutti i sistemi di gestione che governano un'azienda devono però contare sulla capacità di far circolare informazioni, all'interno e all'esterno dell'impresa. Anche le più recenti norme in tema di qualità pongono l'accento sulla comunicazione: **quando non c'è chiarezza la confusione regna sovrana**, nascono sprechi e rilavorazioni, aumentano i rischi di insuccesso, si crea stress. Le strategie e la cultura d'impresa sono inoltre influenzate dalla diffusione sempre più massiccia di strumenti e tecnologie che hanno dato avvio a forme di comunicazione basate su nuovi paradigmi.

QUANDO Se la qualità rappresenta lo strumento per uscire vittoriosi dallo scenario di cambiamento che le imprese stanno affrontando, essa va intesa in senso lato: non solo di prodotto e di sistema di gestione, ma anche di modo di lavorare e di relazionarsi con tutti gli stakeholder. **Una comunicazione scritta di qualità offre in questo senso un approccio vincente su tutti i fronti**: il suo impatto è consistente e bastano pochi principi e la padronanza di semplici metodi e strumenti per essere efficaci.

COME Se scrivere e farsi capire può essere una dote innata, con un po' di attenzione tutti possiamo affinare le nostre capacità. Il libro risponde a questa esigenza con una ricca serie di **suggerimenti di immediata applicabilità**, regole semplici che possono salvarci dalle insidiose trappole della comunicazione. **Togliere il superfluo, essere semplici e imparare dagli insuccessi sono le tre raccomandazioni di base.**

Due capitoli hanno un taglio particolare. Uno è dedicato all'**email**, canale leggero, fulmineo e funzionale, ma proprio perciò ancor più soggetto a trasformarsi in una fonte di equivoci e problemi. L'altro alla **comunicazione interna operativa**, contesto sempre più delicato e complesso a causa della pervasività delle tecnologie.



Erika Leonardi.

Consulente e formatrice sui temi manageriali, ha gestito numerosi progetti in organizzazioni private ed enti pubblici. Con il format di consulenza aziendale «Azienda in jazz» utilizza la musica dal vivo per mettere a fuoco l'importanza di lavorare in gruppo, mantenendo la propria individualità. Da anni si dedica ai temi della qualità, ambito in cui ha coordinato più edizioni di un Master Quality Manager presso l'Università IULM di Milano. È membro della Commissione Tecnica di UNI «Gestione per la qualità e tecniche di supporto», dedicata al recepimento delle norme ISO 9001:2015. Con Egea ha pubblicato Manager della qualità. Il modello organizzativo ISO 9001 (2015).