

Le difficoltà nelle relazioni digitali

scritto da Lavinia Furlani | 28 Aprile 2020



“Buongiorno! Cosa posso farle degustare?”

Questa la frase che sentivamo spesso da export manager in azione durante fiere internazionali, piuttosto che ad eventi per addetti ai lavori, o durante degustazioni in cantina.

Il problema? **La totale assenza del tentativo di capire chi si ha di fronte.**

Soprattutto ora, che il tutto avviene attraverso canali virtuali, **le difficoltà aumentano.**

Ci capita anche in queste settimane di ascoltare presentazioni attraverso piattaforme digitali e rimaniamo sorpresi nel costatare che quasi nessuno cambia approccio, considerando il grande cambiamento relazionale che è avvenuto.

Certo, la formula standard è un'area di comfort difficile da abbandonare e le energie durante queste settimane stanno venendo meno, e inesorabilmente si insinua l'idea limitante che il mercato e i clienti non siano più gli stessi.

È proprio in questo momento che ti potresti porre alcune domande che potranno sembrarti scomode: Perché non ricevo

l'attenzione che merito? Perché il mio approccio non è efficace? Perché è così difficile?

C'è un prima risposta che è molto semplice: **non ci si sofferma mai abbastanza sulla nostra capacità di mostrare interesse verso l'altro**, di ascoltare con attenzione i nostri potenziali business partners e di carpirne bisogni e differenze che li contraddistinguono. **Siamo sempre troppo concentrati su di noi.**

Come posso capire chi ho di fronte anche durante un evento attraverso piattaforme digitali?

Le regole sono sempre le stesse.

Come professionisti delle Risorse Umane ci siamo attivati per realizzare uno strumento concreto e, soprattutto, chiaro ideato per la vita professionale quotidiana che ti svelerà ciò che fino a questo momento non hai preso in considerazione: chi hai di fronte.

Abbiamo approfondito tecniche per riconoscere chi sta dall'altra parte, ma anche come modulare la propria comunicazione rispettando l'interlocutore e come raggiungere il proprio obiettivo consapevoli di aver carpito le caratteristiche fondamentali della persona con cui ci stiamo relazionando.

Questo metodo ha la capacità di declinarsi anche ad una migliore e più efficace comprensione delle diverse tipologie dei mercati e su come approcciarli. Riuscirai a migliorare le relazioni a seconda del contesto, dell'azienda che rappresenti e dei vini che promuovi.

Ti vogliamo svelare una piccola anticipazione: **cogliere e interpretare le diverse sfumature che caratterizzano la persona che si trova dall'altra parte è la chiave per costruire relazioni più profonde e realizzare performance migliori.**

Se abbiamo stuzzicato a sufficienza la tua curiosità, leggi il nostro libro dedicato proprio a queste tematiche, clicca [qui](#).