

L'80% dei nostri problemi aziendali deriva dalla comunicazione

scritto da Lavinia Furlani | 8 Febbraio 2022



Se mi dovessero chiedere quale è la matrice di gran parte delle inefficienze aziendali, o l'origine di tanti errori, o il motivo che fa scatenare incomprensioni nel team... la mia risposta sarebbe sempre la stessa: **una comunicazione interna non adeguata (per non dire talvolta inesistente!)**.

Comunicazione esterna e comunicazione interna: si tratta sempre di comunicazione, in entrambi i casi.

Quello che cambia è principalmente il target di riferimento. E, di conseguenza, lo stile, il linguaggio, i mezzi utilizzati per trasmettere le informazioni che si vogliono rendere note. Ma ricordiamo che **per essere percepiti forti all'esterno, dobbiamo prima lavorare all'interno delle nostre aziende.**

Parlare internamente all'azienda, con e tra i collaboratori e tutti coloro che lavorano per il gruppo, è diverso rispetto alla comunicazione che il brand decide di mettere in atto

verso l'esterno, per promuoversi, raccontarsi, spiegare.

- **La comunicazione interna è quell'insieme di messaggi che vengono veicolati all'interno del gruppo stesso**, per informare su attività e novità, per organizzare il lavoro, per suddividersi i compiti, per aggiornare i dipendenti o anche per creare coesione in un momento importante in cui c'è bisogno del massimo impegno da parte di tutti quanti. È un tipo di comunicazione che si rivolge direttamente a chi lavora all'interno.
- **La comunicazione esterna, invece, è quell'insieme di messaggi che escono fuori dall'azienda stessa**, per raggiungere potenziali clienti, fornitori e vari target. Un modo per fornire strumenti utili per conoscere il gruppo, i suoi valori, la sua mission, le iniziative, le novità.

Le aziende hanno molti interlocutori: i clienti, i fornitori, i partner commerciali, i giornalisti, le istituzioni e anche i propri dipendenti e collaboratori. Il messaggio inviato a ogni tipologia di destinatario deve essere ben ponderato.

Quanto prestiamo attenzione e quanto coltiviamo, invece, la comunicazione interna?

Spesso è la più trascurata, perché **non se ne individuano le potenzialità**. L'obiettivo è migliorare la produttività e rendere l'ambiente lavorativo più sereno e collaborativo. In realtà si dovrebbe partire proprio da qui, e **dedicare il giusto tempo per far circolare al meglio le informazioni e per accrescere l'attaccamento al brand**.

L'obiettivo è anche incentivare la comunicazione tra direzione e collaboratori e tra i collaboratori stessi.

Da dove partire?

- chiediamo a tutti i membri del team un **feedback** su come percepiscono la comunicazione interna

- dedichiamo un pò di **tempo** per ottimizzare la circolazione delle informazioni
- proviamo a mettere **ordine** e ad **ascoltare** maggiormente i suggerimenti che arrivano dal team in termini di comunicazione.

Come migliorare la comunicazione interna?

Basta poco per creare un modello virtuoso interno alle aziende, e **spesso un intervento di professionisti esterni può aiutarci in pochissime ore per creare nuove prassi**. Noi di WinePeople siamo sempre più spesso chiamati nelle aziende per dare un contributo in questa direzione; se vuoi saperne di più... siamo a tua disposizione! Scrivici a **redazione@winemeridian.com!**