

GESTIONE D'IMPRESA

di STEFANO DONATI

Il riflesso patellare e i danni di immagine

Evitate le risposte istintive ai reclami per evitare conseguenze che potrebbero diventare gravi per il rapporto con clienti e fornitori.

Il riflesso patellare, che tutti abbiamo sperimentato diverse volte, è la contrazione del quadricipite e l'immediata estensione della gamba in seguito alla percussione del tendine rotuleo. Cosa c'entra con il marketing? Beh, **se non ci manteniamo razionali e lasciamo prevalere l'istinto**, il rischio di fare una figura da stupidi, col risultato di danneggiare seriamente l'azienda, è dietro l'angolo.

Ecco un esempio molto comune, di quanto una reazione istintiva possa essere nociva e cosa fare per evitare che accada. Un imprenditore ha risposto con rabbia al reclamo di un cliente su Twitter. Il cliente ribatte per le rime. Ne è seguita una discussione molto accesa, in seguito alla quale il proprietario dell'azienda ha cancellato i suoi tweet, consapevole del danno che questa baruffa avrebbe potuto arrecargli.

Problema risolto? Assolutamente no!

Come spesso accade, qualcuno ha catturato l'immagine dei tweet incriminati e li ha diffusi. Quindi, grazie alla viralità di Internet, sempre più persone hanno condiviso questi post. Il problema si è rapidamente ingigantito e il titolare è stato in breve attaccato da molti suoi clienti per il modo in cui ha gestito il caso e per l'ancor più goffo tentativo di coprirne le tracce. Le reazioni istintive sono da evitare. Quei tweet offensivi sono stati inviati in soli 4 minuti, ma hanno creato un notevole problema di marketing per l'azienda in questione.

Problema di marketing? Assolutamente sì!

Molti dei follower dell'azienda, sono clienti. Alcuni hanno twittato per dire che avrebbero cambiato fornitore. Ciò che non si sa, è quanti altri clienti che hanno visto cosa è successo se ne andranno senza dire nulla e quanti altri clienti potenziali che stavano considerando di acquistare da quel fornitore, se ne terranno a debita distanza. Quest'ultimo problema non riguarda però solo il breve termine. I tweet sono indicizzati da Google. Tutte le persone che si metteranno alla ricerca di un nuovo fornitore potranno facilmente imbattersi nei commenti dei suoi clienti arrabbiati e questo è un problema di marketing da superare.

Quell'azienda dovrà provare a **ricostruire il rapporto con i propri clienti e guadagnare di nuovo la loro fiducia**. Alcuni, in posizioni simili, hanno dovuto investire nel marchio. Altri, hanno avuto bisogno di nominare un nuovo CEO. Questo grosso guaio è stato causato da 4 minuti di tweet sconsiderati. Il più importante insegnamento che possiamo trarre da situazioni come questa è **sviluppare una strategia che ci impedisca di commettere lo stesso errore**.

Ecco la strategia che suggerisco.

Disattivare immediatamente la reazione da " *riflesso patellare* ". Le risposte istintive si verificano solo perché reagiamo quando le emozioni prendono il sopravvento. Proprio come è difficile risolvere un problema usando lo stesso tipo di logica che lo ha causato, è difficile rispondere con " *amore* " quando ci sentiamo arrabbiati o irritati.

Sì, amore. Se non amiamo la comunità per la quale operiamo, facciamo un lavoro sbagliato.

Quindi, la strategia da adottare quando qualcuno ci mette in uno stato d'animo negativo, è **prendere tempo prima di dare una risposta**. Questa prassi inserisce un **ammortizzatore psicologico** tra l'incidente e la risposta. Venti minuti sono sufficienti. Quando possibile, usiamo quel tempo per fare una passeggiata, perché un cambio di scenario libera la mente e ci fa rispondere più pacatamente e in modo ponderato.

Questo approccio non solo aiuta professionalmente, ma è enormemente utile in ogni fase della vita sociale. La chiave è trovare una strategia efficace, prima di averne bisogno. Se questo metodo non ci è congeniale, bisogna continua a cercare finché non se ne trova uno efficace. E' molto più facile evitare i problemi istintivi prima che occorran, piuttosto che dover affrontare tutti i danni in seguito.