

GESTIONE D'IMPRESA

di EROS TUGNOLI

Un bivio pericoloso: informare o convincere?

Capire la natura dell'informazione da dare al cliente e l'obiettivo da raggiungere è una delle principali azioni preventive per ridurre al minimo le incomprensioni e ottenere il massimo dalla vostra comunicazione.

Prima di descrivere la strategia comunicativa del " *bivio pericoloso* ", **verificate nel vostro studio come avvengono alcune procedure** . Due suggerimenti: innanzitutto non date quella che secondo voi è la soluzione migliore, ma verificate sul campo (il vostro studio o attività professionale) cosa effettivamente avviene. Poi non usate come risposta il " *Dipende* ", ma ipotizzate comunque almeno un paio di situazioni diverse tra di loro. *Arriva per e-mail un reclamo di un cliente che non è soddisfatto del servizio ricevuto: la prima risposta come viene data? Avete preparato la proposta e il preventivo per un potenziale cliente che vi ha cercato: come gliela presentate? La inviate per e-mail e attendete la risposta? O la inviate e telefonate subito al cliente per parlarne? O vi incontrate direttamente per presentarla? A fine periodo (mese, trimestre, anno, ecc.) alcuni clienti non hanno saldato i vostri compensi come stabilito. Cosa fate? Dopo quanti giorni, li sollecitate? Via e-mail o al telefono? Vi arriva sul sito l'e-mail di un potenziale cliente che vi chiede quali sono i principali servizi che il vostro Studio offre. In quanto tempo (ore o giorni lavorativi) rispondete?* Bene, non vi darò le risposte ideali o giuste, ma una procedura operativa che farà trovare a voi le risposte migliori per l'immagine e la crescita del vostro Studio.

Le comunicazioni in entrata o in uscita vanno analizzate e divise in 2 macroaree: quelle che hanno lo scopo di scambiare informazioni oggettive (chiamiamole **standard**) e quelle che hanno lo scopo di convincere (chiamiamole **persuasive**): trattative, negoziazioni, mediazioni, gestione di malintesi o reclami. Sempre in quest'ultimo gruppo inseriamo anche le comunicazioni contenenti forti emotività: contrasti di idee, comunicazioni di eventi negativi, giudizi personali, ecc.

Quindi, cosa fare quando arriva una comunicazione e dobbiamo rispondere? E quando siamo noi a dover mandare per primi una comunicazione?

Le nostre comunicazioni possono essere di 4 tipi : 1) scritte (e-mail, Sms/WhatsApp o altre chat, posta o altri strumenti); 2) telefoniche; 3) videochiamate; 4) incontri diretti.

L'ordine con cui le ho indicate non è casuale: va dalle più efficienti ma meno efficaci (1-2-3-4) a quelle più impegnative ma più persuasive e convincenti (4-3-2-1).

L'abitudine e le consuetudini generano spesso un errore: viene quasi sempre privilegiata la comodità, soprattutto utilizzando l'e-mail, rispetto all'interazione diretta in presenza o al telefono.

Ecco il " *bivio* " fondamentale del titolo.

Se siamo di fronte a una comunicazione impegnativa, quindi persuasiva, si deve ragionare 4-3-2-1, valutando intanto la possibilità di un incontro diretto (o videochiamata) o, al limite, una telefonata. Evitate assolutamente la comunicazione scritta, è fonte di malintesi e tende a trasformare un semplice contrasto in un conflitto interpersonale. Se siamo di fronte a una comunicazione standard, quindi un normale scambio di informazioni, va privilegiata la forma scritta, al limite la telefonata. Quindi si deve ragionare con l'ordine 1-2-3-4.

Tanto per citare qualche esempio, se arrivano **reclami** o dovete fare **solleciti** , conviene prima telefonare per capire meglio lo stato d'animo del cliente.

Dovete discutere un **preventivo** ? Meglio in presenza o in videocall.

Dovete **dare indicazioni** o inviare documenti? E-mail o altre comunicazioni scritte.

E se ora volessi farvi gli auguri di buon 2023? Non ho scelta: la news di Ratio. Auguri a tutti voi!