

Soft Skills

La comunicazione e le nuove tecnologie vanno seguite da chi è del mestiere

di **Amalia Di Carlo** - Ufficio stampa di Marketude



Pensati ignorante!

Ogni Ofelè fa el so mestè, recita un antico proverbio milanese. Ossia, ogni artigiano faccia il suo mestiere. Oggigiorno si assiste invece ad una “pandemia” vera e propria di tuttologi improvvisati che si erigono a maestri indiscussi e indiscutibili di qualsiasi disciplina, senza a volte avere le competenze basilari per poterlo fare, ma al contrario, addirittura antepoendosi o contrastando chi, invece tali competenze le ha. Due discipline tra tutte che sono protagoniste in questo senso sono proprio la comunicazione e la tecnologia.

Molti professionisti partendo magari dal presupposto di conoscere bene la lingua italiana, e di utilizzarla nella propria professione, in atti o arringhe per esempio, compiono il sillogismo conosco l'italiano = so fare comunicazione!

“Lasci dottoressa scrivo io il comunicato stampa; no guardi, il testo del sito preferisco redigerlo personalmente... etc etc” ed è così che fioccano arcaismi e comunicati con incipit più simili ad una traduzione del *De brevitate vitae* di Seneca.

Professionisti che scelgono consapevolmente di voler intraprendere un percorso di comunicazione, ma che nel corso di quel percorso, vuoi perché magari la disciplina li coinvolge o perché si fanno forti delle proprie competenze linguistiche, nel corso di quello stesso percorso smettono di seguire i consigli dei consulenti, che dopo un'attenta selezione hanno scelto e decidono di fare da sé.

Ora mi domando e dico, anche se mi affascina molto la medicina, mai e poi mai improvviserei un intervento a cuore aperto solo perché ho guardato tutte le puntate di E.R., Grey's Anatomy e Dr House.

È giusto che il percorso di comunicazione vi affascini e coinvolga in prima persona, ma fidatevi, siate umili e approfittate delle competenze dei consulenti che vi affiancano. Pensatevi ignoranti! Siate coinvolti direttamente nel progetto ma lasciate fare e chi fa il proprio mestiere.

Lo stesso vale in ambito nuove tecnologie. Varie volte ho sentito colleghi che si occupano per esempio della creazione di siti internet raccontare storie nelle quali i professionisti chiedevano dei siti “fotocopia” a quelli di altri studi o “ma scusi non possiamo far salire le immagini da destra il testo appare dal centro e i contatti lampeggiare, poi mettiamo un pulsante per chiamare direttamente il partner”.... E il mago Houdini in fondo al sito che saluta ovviamente!

Fatevi guidare! Il mio consiglio è sempre quello di ascoltare, capire, assimilare e scegliere il percorso più sostenibile e adatto al proprio stile e al proprio studio. Ma non incappate mai nell'errore di fare da sé, perché l'immagine e la reputation dello studio, oltre che dal vostro lavoro, oggi, dipende anche dalle scelte più o meno azzeccate legate alla comunicazione e alle nuove tecnologie (con questo ovviamente intendo non solo il sito internet, ovviamente, ma tutti gli strumenti potenzialmente adottabili). Altro elemento caratterizzante in questi ultimi tempi sono i social, e il pensiero diffuso ed errato, che bastino questi ad un progetto di comunicazione, ma si *“rilanciamo la notizia solo su LinkedIn, è sufficiente”*.

No, non è sufficiente è complementare ma non basta per far sì che una strategia di comunicazione funzioni. Per renderla invece efficace occorre mettere in pista tutti i canali e le competenze di chi da anni svolge questa professione. Fare comunicazione non è così semplice come appare, e la sensazione diffusa, è che in molti abbiamo questa falsa credenza commettendo un errore dietro l'altro che poi, quando sarà il momento di rendersene conto e chiedere il supporto di un valido professionista sarà più difficile da recuperare!

Seminari di specializzazione

IMPATTO DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLA PROFESSIONE LEGALE: IL PUNTO DI SVOLTA

Scopri di più >