

A TORINO IL TERZO SUMMIT DEI COMUNICATORI D'IMPRESA PROMOSSO DA ASCAI

Il successo delle aziende italiane passa attraverso un'efficace comunicazione con i loro dipendenti

Dai risultati di una ricerca realizzata da Ascai con l'Università Cattolica il punto sul ruolo fondamentale rivestito da una buona comunicazione interna tra azienda e dipendenti. L'importanza del commitment, delle sinergie con altre funzioni aziendali, della formazione alla comunicazione, dell'ascolto, del coinvolgimento e dello sviluppo delle capacità relazionali delle persone

(Torino, 29 settembre 2017) La chiave del **successo competitivo delle imprese** italiane dipende sempre più dalla capacità del top management di assicurare **sistemi di comunicazione efficaci verso i dipendenti** che siano in grado di creare una cultura aziendale fortemente condivisa all'interno dell'impresa. Una condizione essenziale affinché i comportamenti di tutti i collaboratori siano in linea con la strategia aziendale e tali da favorire un migliore rapporto con la clientela, a tutto beneficio dello sviluppo del business.

E' quanto emerge da una rilevazione condotta da Ascai con Università Cattolica su **159 imprese di grandi dimensioni** operanti in Italia, presentata oggi al terzo 'Summit dei comunicatori d'impresa' (ComunicaImpresa 2017) nello splendido Auditorium del Grattacielo di Intesa Sanpaolo a Torino, alla presenza di massimi esperti e operatori della comunicazione aziendale.

Secondo la ricerca, il **commitment** assicurato dal top management, sebbene fondamentale, non risulta tuttavia sufficiente: per assicurare l'efficacia complessiva del dialogo all'interno di ogni azienda è necessario anche il contributo che può venire alla funzione di comunicazione interna da manager di altre funzioni organizzative, come risorse umane, marketing, relazioni esterne e sistemi informativi. In moltissime aziende i benefici di tale sinergia sono dimostrati anche dalla più elevata partecipazione alle iniziative da parte del personale, che appare così condividere maggiormente gli obiettivi aziendali.

A questa condizione deve inoltre corrispondere un adeguato percorso di **sensibilizzazione e di formazione alla comunicazione**, adatto a valorizzare la cultura aziendale, sviluppare le **capacità relazionali** delle persone, **ascoltare i collaboratori e condividere i loro feedback**, avvalendosi del sostegno costante dei manager della comunicazione interna.

Una situazione eccellente – si legge nella ricerca – che vede quindi la comunicazione interna operare ben oltre il semplice supporto alla gestione aziendale e alla circolazione dell'informazione operativa, per spaziare verso la **motivazione e il coinvolgimento del personale**, con una maggiore enfasi verso la promozione dell'**innovazione**, lo stimolo al networking e il supporto al cambiamento organizzativo e al vantaggio competitivo; il tutto non senza un sistema di **ascolto strutturato** dei reali bisogni di comunicazione che le persone esprimono in azienda.