

Eventi Far leva sulla comunicazione

Imprese aperte (ai social network)

Muzi Falconi: più produttività se c'è dialogo tra manager e dipendenti

Social media e nuove tecnologie di comunicazione sono driver di crescita per le aziende? La risposta è sì, se sono utilizzati per coinvolgere i dipendenti nelle attività di organizzazione dell'impresa. Il dialogo manager-impiegati e l'interazione tra tutti gli «attori» in sede, da una parte migliorano l'efficienza dei singoli (riducendo pure le assenze) e dall'altra sono in grado di incrementare la produttività del 20-25% (ricerca McKinsey Global).

A condizione che l'utilizzo degli strumenti sia accompagnato da cambiamenti culturali, di processo e comportamentali tra le scrivanie. Insomma, una buona comunicazione interna — «partecipativa» — fa la differenza. Per promuovere questa nuova abitudine allo scambio di opinioni sul lavoro, è appena nata una piattaforma online, ImpresaAperta, capace di raccogliere case history e interventi di chi ha sfruttato i social per lo sviluppo. Si tratta di un movimento/network dedicato ai rapporti tra capi e colleghi. Obiettivo: rendere consapevoli i player del business, dalle classi dirigenti, alle persone occupate, fino alle associazioni, del potenziale d'innovazione e creatività che hanno i lavoratori, senza limiti di carica. Il sito (messo in piedi in collaborazione con Methodos e con la partecipazione di Comunicatorinterni.it) sarà presentato domani all'Urban Center di Milano, durante un incontro nell'ambito della Milano Social Media Week, con la partecipazione di Vincenzo Boccia (vicepresidente e presidente Piccola industria di Confindustria), Silvestre Bertolini (presidente della Cida) e Walter Galbusera (segretario regionale Uil Lombardia).

«Il coinvolgimento dei dipendenti nell'organizza-

zione aziendale è direttamente collegato alla crescita ed è diventato il punto di forza di molte aziende europee, come quelle tedesche — spiega Toni Muzi Falconi, co-fondatore di ImpresaAperta —. Nella classifica dei Paesi che hanno incrementato il Pil grazie alla riorganizzazione aziendale, Olanda, Danimarca e Germania occupano primissimi posti. Mentre l'Italia si trova in coda. Qualcosa si sta muovendo, ma sono soprattutto le grandi aziende e le multinazionali ad aver capito l'importanza del coinvolgimento dei dipendenti nell'organizzazione, la piccola e media impresa non ha ancora affrontato l'argomento».

Come si arriva a un cambiamento del genere? «Il primo passo è semplice: i vertici aziendali devono impegnarsi per ridefinire i parametri di comunicazione interna — precisa Muzi Falconi —, promuovendo il dialogo aperto e precisando quali sono i temi che si possono affrontare insieme e quali no. In pratica, hanno il compito di stabilire le regole del gioco. Per ottenere risultati ci vuole tempo, ma se si inizia subito, partendo dai più giovani che hanno dimestichezza con i social network, si ottiene una trasformazione in un anno». Al programma di ImpresaAperta hanno già aderito circa 40 aziende e un centinaio tra manager, consulenti e specialisti delle risorse umane.



Comunicazione
Toni Muzi Falconi

PAOLA CARUSO
@paolacars

