

L'IMPRENDI (PROMO) TORE

Come Aristotele può aiutarti nel tuo business

La struttura dei tre atti Aristotelici può aiutarti a narrare meglio e più efficacemente la tua professione, la tua persona e ciò che fai per i clienti?



Non è necessario che tu abbia delle velleità da sceneggiatore. Anche se magari hai fatto un pensiero sull'essere autore di una nuova serie come Breaking Bad, House of Cards o The Young Pope. Magari ti sei spinto con la fantasia anche nell'essere proclamato vincitore di un Golden Globe o addirittura di un Oscar. "And the winner is...". Bene, in tale caso ricordati che comunque dovresti poi scriverti il discorso più importante, quello del ringraziamento, che ad oggi suscita quasi più interesse di una nuova pubblicazione editoriale.

Comunque sia, non è necessario arrivare nella Walk of Fame di Hollywood, per necessitare di semplici consigli utili alla propria professione. Partiamo da un dato di fatto.



Ognuno di noi ha bisogno di raccontare chi è, cosa fa e perché può essere d'aiuto agli altri."

Le occasioni per fare ciò sono quotidiane e le più disparate. Da una semplice email. A un dialogo con un nuovo cliente. Fino ad arrivare a una presentazione davanti a 10, 20... 100 persone.

È in questi casi che più delle citazioni cinematografiche, può venirci in aiuto la struttura restaurativa in tre atti, uno dei modelli più utilizzati nelle opere narrative, che si può ritrovare dai cartoons, ai film all'alta letteratura di Omero e dei classici greci.



Questa struttura deriva dalla Poetica di Aristotele, secondo la quale ogni dramma ha un inizio, un mezzo e una fine (appunto i tre atti), ed ognuna di queste parti, tra di esse, devono essere proporzionate."

Andiamo a vedere in cosa consistono questi tre atti:

- Atto primo, l'introduzione dei personaggi
- Atto secondo, scontro e lotta
- Atto terzo, risoluzione dei problemi

Cosa c'entra tutto ciò con il vostro business? Tutto. Come c'entra alla fine con il business e la vita di ognuno di noi. Ci sono tutti gli ingredienti per iniziare a scrivere una storia efficace: la vostra.

Facciamo un **esempio** pratico. Antonio, 44 anni, promotore finanziario di Roma.

Atto primo: Chi è Antonio? Al di là di ciò che sa fare, quali sono le sue caratteristiche personali? Antonio fa un lavoro la cui regola numero uno è la fiducia. Perché una persona dovrebbe andare da Antonio e non da un altro promotore?

Atto secondo: Quali sono i problemi, le lotte, il nemico da affrontare? Per Antonio i problemi non saranno certo mostri, draghi o streghe, ma piuttosto le condizioni dei mercati, le scadenze, gli obiettivi di budget.

Atto terzo: Nessun potere magico! Quello che può aiutare Antonio è la sua professionalità, la capacità di entrare in empatia con i clienti, il suo modo di far capire in maniera chiara cosa può fare per i suoi clienti.



Capite che dietro al lavoro di ognuno di voi si cela un canovaccio originale e unico? “

Si tratta solo di far pratica ed iniziare a raccontare ciò che si fa e ciò che si è ogni giorno. Sapere che si può contare su una struttura, su un modello efficace è non solo di aiuto, ma pure da stimolo per continuare a migliorare e a migliorarsi nel proprio personale racconto. C'è un esercizio tanto semplice quanto funzionale che potete fare fin da subito per cimentarvi nell'adozione della struttura in tre atti di Aristotele. Prendete un foglio bianco e dividetelo in nove rettangoli. All'interno di ogni rettangolo iniziate a descrivere, passo dopo passo, quello che potrebbe essere lo storyboard efficace su ciò che sapete fare. Ogni atto sarà rappresentato da tre rettangoli e fate lo sforzo creativo di andare oltre alla tradizionale definizione del vostro lavoro.



Gli ingredienti che avete a disposizione per raccontare la vostra storia sono:

- Semplicità
- Identificazione
- Emozione
- Immaginazione

Provate a farlo e non abbiate paura di condividerlo con qualche vostro amico e/o collega. Il confronto serve per capire se la storia funziona. Magari la prima volta leggetela ad alta voce, come fosse il testo più bello ed importante che abbiate mai letto. Aiutatevi anche con il tono della voce. Le pause. Gli sguardi e perché no, anche con qualche gesto per sottolineare parole chiavi o passaggi che ritenete fondamentali della vostra storia.

È chiaro che nessuno pretende che siate autorevoli sceneggiatori, però dalla vostra avete un vantaggio. Voi la storia la conoscete più che bene perché è la vostra storia. Una storia che sarà fatta di successi e di difficoltà. Una storia fatta di gioie, ma pure di momenti più difficili. Una storia ricca di emozioni. Bene, il vostro compito sta proprio in questo condividere quelle emozioni.

Facile? No, ma sapere che c'è un metodo che può aiutarci è già rassicurante. Quindi per concludere Aristotele può aiutarvi nel tuo business? Decisamente sì e se ciò non accadesse, avrete pur sempre una sceneggiatura originale da proporre a qualche produzione internazionale.

Ciak, si gira!



Andrea Bettini Co-Founder, Storytelling Specialist STRATEGIKE Srl

Da anni accompagna le aziende nell'applicazione di processi narrativi alle loro diverse funzioni aziendali. È co-founder di Strategike, società di consulenza e formazione strategica per le imprese. Curatore del blog "To Be Continued" dedicato al Corporate Storytelling su Nòva - Il Sole 24 Ore e autore del libro "Non siamo mica la Coca-Cola, ma abbiamo una bella storia da raccontare" (ed.FrancoAngeli), manuale di Corporate Storytelling per le PMI. www.andreabettini.me

www.gam.com seguitemi anche su:



Disposizioni importanti di carattere legale

I dati esposti in questo documento hanno unicamente scopo informativo e non costituiscono una consulenza in materia di investimenti. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento rappresentano la situazione congiunturale attuale e possono subire cambiamenti. GAM non è parte del Gruppo Julius Baer.