

LA RETE IN TASCA#24

#24

Te la scongiuro (la crisi)

Non puoi prevedere le crisi ma puoi prevenirle. Una buona prassi per gestirle se arrivano, qualunque esse siano.

La maggior parte di noi ha un elevato concetto di se stessa. Quando le cose girano a meraviglia attingiamo con piacere alla saccoccia degli aneddoti su chi siamo, come eravamo e sulle magnifiche sorti future. Poi però dobbiamo mettere in conto anche i periodi bui. Ci sono fasi della vita in cui finiamo sotto attacco, la nostra buona stella sembra proprio aver smesso di brillare ed è qui che non sappiamo cosa dire. O peggio, la nostra versione serve a ben poco per toglierci dai guai. In momenti così a fare la differenza è quello che siamo stati capaci di trasmettere agli altri a proposito di noi stessi. Nei momenti bui le domande da porsi sono: abbiamo credito? Se sono nei guai qualcuno alza il telefono, interviene in mia difesa, sta dalla mia parte e mette la faccia per me? **La nostra reputazione è quel che rimane di noi una volta usciti dalla stanza.**

Prendiamo a prestito un personaggio dalle serie televisive. Appartenendo al genere epico, da Omero in poi, le storie sono un ottimo terreno per testare soluzioni e per mettersi alla prova.

Il personaggio da tenere ben presente è Eli Gold, lo spin doctor di "The Good Wife". Eli è il responsabile dietro la campagna di Peter Florrick e il suo crisis manager.

Lui nelle crisi ha un ruolo diverso. Eli è il re del vetting, cioè è la persona che fa il crash test preventivo della tua reputazione, esaminando caso per caso tutte le possibili criticità. Hai scheletri nell'armadio? Per forza, ognuno di noi ce li ha. Per gestirli, molto meglio preparare un piano B da attuare nel caso in cui gli scheletri divengano di dominio pubblico.



Photo credit: <https://www.pastemagazine.com/articles/2016/01/20-perfect-workplace-responses-from-the-good-wives.html>

Non capita, tanto non capita. Parafrasando quel tale, sono sempre gli altri a finire nella polvere.

Però facciamo così: visto che non capita, stiamo tranquilli, ne scriviamo adesso nella nostra rubrica di comunicazione. Consideriamola una buona pratica che non siamo tenuti ad applicare, ma di cui faremo ugualmente tesoro. **Anche perché le crisi di reputazione possono essere di scale diverse, ma sono autosimilari.** Il che significa che seguono sempre lo stesso andamento indipendentemente dalla scala. Corollario: Anche le soluzioni che funzionano devono essere autosimilari. Nel piccolo e nel grande ti salvi la faccia nello stesso identico modo.

"Progetti per il futuro: non sottovalutare le conseguenze dell'amore" — Titta Di Girolamo (appunto preso su un foglio)



Photo credit: <http://www.toniservillo.it/filmografia/le-conseguenze-dellamore-2004/>

Vediamo un caso tipico di crisi reputazionale.

Prima caratteristica: **la crisi scoppia all'improvviso**. D'altronde le crisi scoppiano sempre improvvisamente. Poi però, col senno di poi, nella ricostruzione dei fatti, DOPO, miracolosamente tutti affermano che sarebbero state molto facili da prevedere.

Seconda caratteristica: **le crisi non sono evitabili**. Che capitino a torto o a ragione, capitano e basta. Ognuno ha la sua storia, le burrasche non si possono evitare, altrimenti gli olandesi non avrebbero inventato il contratto di assicurazione.

Però (terza caratteristica) **le crisi non sono prevedibili ma sono preventivabili**.

Nessuno si aspetta l'inquisizione spagnola. Vero. Noi però preferiamo aspettarcela, non escludere del tutto che si materializzi. Se la metti in conto, se progetti un piano di intervento e una possibile messa al riparo, nella malaugurata ipotesi di doverle affrontare le crisi reputazionali sono relativamente più facili da gestire.

Il mantra è sempre lo stesso: andrà tutto bene. Nel film i buoni siamo noi.

Scampato il pericolo, scongiurata la crisi, potrai concederti il lusso di essere saggio.

Dal tuo buen retiro dirai al tuo nemico: "Ti auguro di affrontare solo buriane all'altezza della tua narrazione".

Torniamo alle storie, questa volta al cinema: nel bellissimo "Le conseguenze dell'amore", Toni Servillo decide di bilanciare una vita di cinismo con un incredibile e irrazionale atto di generosità: è quello che metaforicamente siamo chiamati a fare ogni giorno, guardare i numeri e contemporaneamente prenderci cura della felicità dei nostri clienti.



Filippo Pretolani

Esperto di editoria e comunicazione transmediale, specializzato nella consulenza professionale a gruppi di medie e grandi dimensioni su "change management" e strategie di comunicazione digitale. Ha lavorato per Weber Shandwick, Mondadori Libri, Business Press, RCS, Provincia Autonoma di Trento e DentsuAegis

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. Le opinioni e valutazioni contenute in questo documento possono cambiare e riflettono il punto di vista di GAM nell'attuale situazione congiunturale. Non si assume alcuna responsabilità in quanto all'esattezza e alla completezza dei dati. La performance passata non è un indicatore dell'andamento attuale o futuro.