

# STORIE D'IMPRESA: L'INCONTRO

## «Le parole sono il business» La lezione di Borzacchiello

Scrittore, imprenditore e consulente, ha presentato il suo libro all'evento dei Giovani Industriali

di **ANDREA GANDOLFI**

■ **CREMONA** «Le parole fanno le cose; davvero - in senso tecnico - il verbo si fa carne. Per questo dobbiamo imparare ad usarle, sapendo come funzionano e che tipo di comportamento generano negli altri. Altrimenti rischiamo di essere completamente tagliati fuori, anche a livello professionale». Protagonista e mattatore del nuovo appuntamento di «Storie d'impresa: un po' di tempo con...», il format promosso dal Gruppo Giovani Industriali presieduto da **Chiara Ferrari**, ieri pomeriggio **Paolo Borzacchiello** ha monopolizzato l'attenzione della platea dell'Auditorium Arvedi del Museo del Violino con le riflessioni ed i messaggi contenuti nel suo ultimo libro «Basta dirlo - Scopri le parole da scegliere e le parole da evitare per una vita felice».

Scrittore, consulente ed imprenditore, Borzacchiello è tra i massimi esperti di intelligenza linguistica applicata al business; da oltre quindici anni si occupa di studio e divulgazione di tutto ciò che riguarda le interazioni umane e in particolare modo il linguaggio. È tra i più quotati trainer e speaker nel mondo della comunicazione efficace e della vendita. Ad ascoltarlo, imprenditori e studenti ai quali ha ribadito che «la nostra vita è il risultato del linguaggio che usiamo in ogni contesto, con noi stessi e con gli altri. Utilizzare un linguaggio pulito e costruttivo, e liberarsi dalle frasi e dalle parole che inconsapevolmente ci fanno del male, permette di trasformarci - letteralmente - in una versione migliore di noi stessi».

Una lezione da imparare e mettere in atto prima possibile, per l'urgenza indotta da un contesto profondamente modificato anche dalle conseguenze della pandemia. «Ad esempio, per molte ragioni - nel cui merito non entro - in questo



Un momento dell'intervento tenuto ieri pomeriggio da **Paolo Borzacchiello** all'Auditorium Arvedi del Museo del Violino. A destra **Borzacchiello** con **Chiara Ferrari**, presidente del Gruppo Giovani Industriali di Cremona



periodo la distanza viene veicolata e rappresentata come un valore, ma il cervello la percepisce come un fattore negativo». Ci si trova quindi davanti ad un ostacolo che non possiamo eliminare, ma che è possibile aggirare e trasformare con le

parole giuste. «La distanza produce comunque diffidenza, ovviamente deleteria nelle relazioni commerciali e di business. Così, se presentiamo un progetto via mail o in videoconferenza per cercare investitori, dobbiamo sapere a quali diffi-

coltà andiamo comunque incontro. E utilizzare espressioni come 'vi saremo vicini' o 'vi faremo toccare con mano' permette invece di ottenere una reazione diversa».

Questo, alla fine, è il nucleo centrale della questione.

Perché le parole generano reazioni a livello ormonale, che a loro volta producono comportamenti. Dire la stessa cosa in modo diverso può generare risultati anche opposti. «Perché - tutti - siamo tutt'altro che razionali; ma tra un comportamento e

l'altro del nostro interlocutore la differenza può essere anche molto consistente: sul piano personale o, nel caso di un'azienda, in termini di risultati economici. Più che convincere dobbiamo piacere; le scelte, infatti, sono prima di tutto 'di pancia'. E possiamo anche avere l'idea migliore del mondo, ma se non la sappiamo comunicare altrettanto bene molto difficilmente avrà successo. In realtà, siamo noi a dire agli altri come vogliamo essere trattati, e dobbiamo essere consapevoli. Se inizio una telefonata o una mail con 'scusa il disturbo' produco l'idea che il mio sarà davvero un disturbo, e il risultato sarà conseguente. Potrei fare molti altri esempi, ma l'importante è capire che funziona - funzioniamo - così. Che mai come oggi la conoscenza e le parole rendono liberi. Averne tante e saperle usare fa la differenza».

© RIPRODUZIONE RISERVATA