



Analisi dei fattori chiave che guidano e caratterizzano la nostra era del cambiamento e delle conseguenze per le attività di comunicazione e di vendita.

Suggerimenti per sviluppare e realizzare Strategie di comunicazione chiare, semplici, flessibili e che funzionano, per la vendita e non solo.

Approfondimenti su Social media, Sistemi di videoconferenza, Messaggistica istantanea per il business.

Prezzo di vendita
Euro 16,50

paolocasciatopubblicazioni.it



le RELAZIONI e la
COMUNICAZIONE

Comunicare e vendere nell'era del cambiamento

Paolo Casciato

RELAZIONI E COMUNICAZIONE

Volume 2

Comunicare e vendere nell'era del cambiamento



Paolo Casciato

RELAZIONI E COMUNICAZIONE

Volume 2

**Comunicare
e vendere
nell'era del
cambiamento**

Paolo Casciato

RELAZIONI E COMUNICAZIONE

Volume 2

Comunicare e vendere nell'era del cambiamento

**Analisi dei fattori chiave
che guidano e caratterizzano
la nostra era del cambiamento
e delle conseguenze per le attività
di comunicazione e di vendita.
Suggerimenti per sviluppare
e realizzare Strategie di
comunicazione chiare, semplici,
flessibili e che funzionano,
per la vendita e non solo.
Approfondimenti su Social media,
Sistemi di videoconferenza,
Messaggistica istantanea
per il business.**

Paolo Casciato

Titolo dell'opera: Comunicare e vendere
nell'era del cambiamento

Autore: Paolo Casciato

Pagine: 143

Anno di pubblicazione: 2024

ISBN: 9798334142701

www.paolocasciatopubblicazioni.it

Tutti i diritti sono riservati e protetti,
non solo quelli relativi a quest'opera.

L'autore rende esplicito che qualsiasi riproduzione
dei contenuti di questo libro, anche in forma parziale,
è proibita senza previa autorizzazione scritta che deve
essere richiesta a **info@paolocasciatopubblicazioni.it**

Le **illustrazioni** sono miei post originali.

Da alcuni anni pubblico quotidianamente riflessioni su comunicazione e relazioni anche sulle piattaforme social LinkedIn, Instagram, Twitter, Facebook.

I post sono consultabili e ricercabili per argomento nel mio sito **www.apropositodicomunicazione.it**

L'immagine di copertina è di Martin Martz, che ringrazio.

**A mia moglie Letizia
e a nostro figlio Cosimo**

Sommario

| | |
|--|-----|
| L'era del cambiamento. | |
| I fattori del cambiamento..... | 11 |
| Tecnologia e Innovazione, Economia, Politica, Ambiente | 16 |
| Comunicazione e vendite..... | 29 |
| È importante, la comunicazione..... | 31 |
| Definiamo “Comunicazione”..... | 37 |
| I tre ingredienti fondamentali della comunicazione. Più uno. | 38 |
| Competenze, Fiducia, Passione | 39 |
| L'empatia | 49 |
| La comunicazione per la vendita. | |
| La vendita per la comunicazione | 59 |
| L'approccio strategico vincente..... | 63 |
| Un Piano in 8 passaggi..... | 67 |
| La personalizzazione della comunicazione è fondamentale | 81 |
| Come usare la messaggistica istantanea | 109 |
| Pertinenza, Utilità, Continuità..... | 115 |
| L'ascolto è uno strumento di comunicazione | 116 |
| La comunicazione non è solo dei comunicatori | 125 |
| Conclusioni aperte | 129 |
| | |
| L'Autore..... | 125 |
| Miei libri acquistabili su Amazon:..... | 139 |

L'era del cambiamento. I fattori del cambiamento

Siamo consapevoli di vivere in un'era di cambiamento. Direi di più: viviamo da sempre in un'era di cambiamento.

Il mondo è in costante evoluzione e paradossalmente l'unica costante nel mondo — e nella nostra vita — è proprio il cambiamento.

C'è un secondo paradosso: lo stesso cambiamento cambia sempre; cambia sempre e perlopiù imprevedibilmente il modo in cui il mondo e noi cambiamo.

Quale trasformazione

Chi non si accorge della trasformazione che stiamo attraversando e ce la farà non avrà imparato niente. **Chi se ne accorge e non ce la farà pagherà per sé e per tutti.**

Chi capirà quel che sta succedendo e sopravviverà imparerà a prendere le decisioni giuste per gestire anche la prossima trasformazione, **per sé, per gli altri.**

www.apropositodicomunicazione.it

Comunicazione e vendita non fanno eccezione: vivono la stessa dinamica. Gran parte di quel che abbiamo capito, di quel che abbiamo sempre fatto, di quel che ha sino ad ora funzionato, di quel che siamo pronti a ripetere oggi come ieri — spesso è già superato, non vale più. E non ce ne accorgiamo, spesso. Anche troppo spesso.

Il cambiamento caratterizza tutte le dimensioni della nostra vita: personale e lavorativa.

Vale per le aziende B2C (Business to Consumer — le aziende che vendono ai consumatori finali); vale per le aziende B2B (Business to Business — le aziende i cui clienti sono altre aziende); vale per chi lavora nel B2G

(Business to Government — le aziende che lavorano con le Pubbliche Amministrazioni, con le Istituzioni, eccetera). Vale in ogni altra dimensione di business e vale in ogni mercato; vale per ciascuno di noi nella nostra vita quotidiana in quanto clienti e consumatori, in quanto persone.

Sia in ambito professionale sia a livello privato è fondamentale riconoscere l'importanza di comprendere — e progressivamente imparare a gestire, controllare, adattarci e influenzare — la natura dinamica del mondo in cui viviamo.

Lo diceva Darwin¹: sopravvivono le specie che percepiscono e capiscono nel modo più corretto l'ambiente in cui si trovano, e che riescono a evolvere per adattarsi ad esso. Le aziende devono essere in grado di comprendere, rispettare e adattarsi ai cambiamenti perché quella è l'unica via per la sopravvivenza e per il successo.



¹ L'inglese Charles Robert Darwin, nato nel 1809 a Shrewsbury, noto per i suoi contributi alla teoria dell'evoluzione attraverso la selezione naturale, pietra miliare della biologia moderna. La sua opera più famosa: *L'origine delle specie*, ha rivoluzionato, nel 1859, la comprensione scientifica del processo evolutivo.

Nella miglior misura possibile le aziende e ogni forma di business devono impegnarsi a comprendere, anticipare, gestire e soprattutto influenzare il cambiamento in cui sono immerse e di cui sono parte. Del cambiamento possono essere una parte passiva o una parte attiva: si tratta di scegliere se agire o subire. Ma è poi davvero una scelta?

Lo stesso discorso — identico! — vale per le persone.

La questione fondamentale è dunque comprendere la costanza del cambiamento, imparare a gestire il cambiamento, riuscire a influenzare il cambiamento nella propria vita professionale, lavorativa, personale.

Le aziende sono progetti portati avanti da persone che lavorano insieme e che collaborano — nei loro ruoli e con i loro obiettivi, pur in parte divergenti: chi vende, chi compra, chi si occupa di comunicazione, eccetera — e proprio **le persone sono sempre al centro di queste mie riflessioni su comunicazione e vendite nell'era del cambiamento.**

Buona lettura!

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'R. W.', with a long horizontal stroke extending to the right.

Miei libri acquistabili su Amazon:



Pagine: 192

Anno di pubblicazione: 2023

Codice ISBN: 9791221022315

Disponibile anche su Amazon

Informazioni, indice e le prime pagine del libro su:

www.paolocasciatopubblicazioni.it

RELAZIONI E COMUNICAZIONE



Sei proprio **FUBAR**

PRONTUARIO DEGLI ACRONIMI

Se ti hanno chiamato **FUBAR**

Se non sai cosa significa **BRB**

Se pensi che **DISC** e **DISK**
siano la stessa cosa

Se confondi **EDT** ed **ETA**

Se hai fatto acquisti **WYSIWYG**

Se sei felice di leggere **KISS**
in risposta a un tuo messaggio

**Questo libro con oltre 1000
acronimi fa al caso tuo!**

Paolo Casciato

Pagine: 109

Anno di pubblicazione: 2024

Codice ISBN: 9798332572630

Disponibile anche su Amazon

Informazioni: **www.paolocasciatopubblicazioni.it**

www.paolocasciatopubblicazioni.it

