

## **Abstract**

### **“Dalla Comunicazione alla Relazione”**

#### **Introduzione ai nuovi panorami relazionali per uno sviluppo efficace dello Studio**

Sembra che il segreto del successo risieda nell'anticipazione. Ed è vero. Si dice anche che quando un professionista non anticipa e si conforma alle tendenze del momento, non è un buon professionista. E anche questo è vero. Dopo anni di ricerca, sperimentazione e consulenza effettuata in molti Studi significativi e rappresentativi di varie fattispecie, dalla tipologia, dimensione e localizzazione, è nato un nuovo modello di gestione dal quale è stato possibile attivare dei protocolli e quindi un percorso didattico. Il breve intervento introduce una filosofia di gestione nuova perché non si esce da nessun “disagio” senza nuovi professionisti e senza professionisti nuovi. Nuovi nel pensiero, negli ideali e nella motivazione. Negli ultimi anni, basta leggere i titoli dei corsi o dei testi di management e comunicazione di settore e non, è chiara la tendenza a trattare tutti e tutto come realtà sostanzialmente identiche utilizzando gli stessi metodi per “capirle” e orientarle. E' chiaro che sono molte le cose in comune tra uno Studio e un altro, ma sono sempre più convinto, tanto da anticiparne un modello formativo, che una buona tecnica di gestione, debba tener conto e basarsi proprio sulle “piccole differenze”. Riflettendo su questo punto, ci accorgiamo che la risorsa più scarsa è e lo sarà sempre di più, è la capacità di comunicare efficacemente e tessere relazioni e che tutto lo sviluppo, quello vero, si gioca sulla qualità delle persone sia all'interno che all'esterno dello Studio. Una metodologia di gestione innovativa che, sfidando le regole attuali, mira prima di tutto alla ri-semantizzazione della parola professione che, a causa della troppa informazione sbagliata, ha assunto il significato di speculazione, profitto e tecnologia, poi, alla presentazione e spiegazione di nuovi sistemi per “ridurre le distanze” tra lo Studio e i “luoghi di vita” della gente. E' opportuno vedere il futuro dello Studio come un vero e proprio progetto e non un luogo incerto, instabile e preoccupante. Torna la relazione; e contestualmente nasce una nuova definizione di cliente e di gestione. Il mercato è relazione non più una piazza per “produrre e consumare”. Ecco che per rivolgerci a questa nuova figura è necessario riformulare il linguaggio e così ridefinire e rinnovare gli strumenti prendendo spunto dalla tradizione, reinventandola.