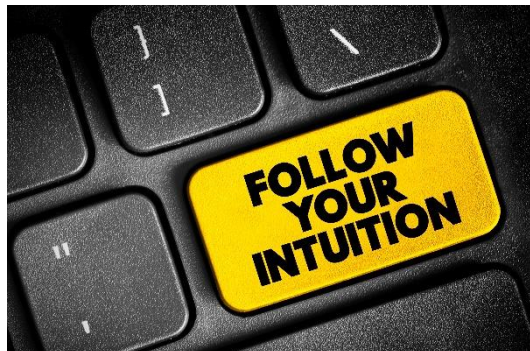


Traccia delle interviste Mediarstars 29



Intuizione, rischio, ascolto

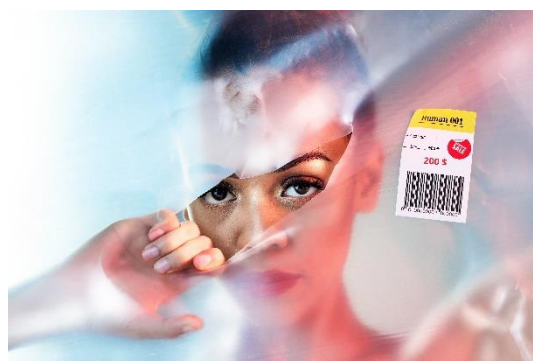
L'intuito spesso è considerato come la capacità di prendere decisioni corrette in mancanza di informazioni sufficienti, facendo leva, consciamente o inconsciamente, sulle nostre esperienze precedenti. L'intuito attualmente è una delle qualità più richieste nella vita di tutti i giorni. Il rielaborare informazioni inconse ci permette di prendere decisioni migliori.

L'intuizione, quindi, è la capacità di percepire possibilità, significati e connessioni non immediatamente evidenti, guardando oltre, concentrando l'attenzione su idee, concetti e potenzialità future.

Come quest'attitudine può esserci utile nel campo lavorativo? è possibile dare a questa sensazione una spiegazione logica?

Il nostro intuito ci può aprire delle strade tanto interessanti quanto rischiose. D'altra parte, quando il rischio ha effetto positivo, allora diventa opportunità. Nella gestione dei nostri progetti spesso il rischio è un aspetto fondamentale ed inevitabile e si può trovare il coraggio di affrontarlo.

La parola stessa progetto, che utilizziamo in Comunicazione è un termine associato alla proiezione verso il futuro delle nostre idee. **Come mettere in atto efficacemente un piano d'azione in cui si affrontano e si contrastano i possibili elementi di rischio?**



Parlare di ascolto significa parlare di comunicazione. Dall'ascolto del brief all'ascolto dei colleghi, per individuare i trends e avvicinarsi all'innovazione. Oggi i brand stanno imparando ad ascoltare le persone, per condividere valori creati sui nostri desiderata, realizzando quanto sia importante il nostro consenso. Naturalmente l'innovazione ha molto aiutato questo processo, con l'analisi dei social media, e in generale



dei comportamenti in rete, confermando le modalità e le motivazioni per cui si è attratti da un prodotto o interessati ad una marca.

In che modo possiamo accentuare il carattere propositivo dell'informazione, permettendo ai brand di conoscere meglio la propria audience, per intrattenere e informare sperimentando nuovi linguaggi e tecnologie?

