

MERCURIO MISURA » L'AZIENDA MILANESE FONDATA NEL 1958, SPECIALIZZATA IN PERCORSI FORMATIVI SUI TEMI ESSENZIALI DELLA COMUNICAZIONE AZIENDALE

La comunicazione efficace parte da Socrate

Fondata nel 1958 da Piero Basset-Mercurio ha introdotto in Italia i primi percorsi formativi evoluti nel campo della comunicazione interpersonale nel mondo del lavoro», racconta Stefano Clima, General Manager dell'azienda. «All'inizio, l'orientamento era principalmente verso la vendita, ma con il tempo si sono aggiunti nuovi ambiti di intervento, come la comunicazione interna alle aziende, la leadership, la gestione dei conflitti e il merchandising. Man mano che il marketing si evolveva, così facevamo noi: siamo stati infatti i primi, nel 1980, a creare una struttura di telemarketing», prosegue Clima, sottolineando la capacità dell'azienda di anticipare le tendenze e rispondere con tempestività alle sfide del mercato.

COMUNICAZIONE STRATEGICA PER IL SUCCESSO AZIENDALE

L'obiettivo rimane chiaro e prioritario: supportare lo sviluppo commercia-

le delle aziende. «Aiutiamo le imprese a vendere meglio, acquisire nuovi clienti e mantenerli nel tempo», afferma Clima. «Ci guida un principio fondamentale: la comunicazione è il fulcro di tutto. In un contesto dominato dai servizi, la qualità della comunicazione aziendale è determinante per il successo. Essa diventa, in sostanza, uno strumento strategico per il conseguimento degli obiettivi aziendali».

IL METODO DI SOCRATE

L'azienda, pur rimanendo all'avanguardia nell'innovazione, applica un metodo che affonda le radici nell'antica filosofia socratica. «Il nostro approccio è una versione moderna della maieutica di Socrate», spiega Stefano Clima. «Vogliamo che i partecipanti siano coinvolti attivamente nel loro processo di apprendimento, arrivando a trovare personalmente le soluzioni ai problemi,



STEFANO CLIMA, GENERAL MANAGER DI MERCURIO MISURA



sempre guidati dai nostri formatori». L'obiettivo della formazione, che ha già coinvolto oltre 60.000 persone e 1.800 clienti, è quello di favorire un cambiamento positivo negli atteggiamenti e nei comportamenti individuali. «Modificare i comportamenti è un processo complesso e delicato, perché essi sono il riflesso della nostra personalità e frutto di continui adattamenti», continua Clima. «Molti pensano che un relatore esperto possa semplicemente insegnare a fare le cose, ma non è così. Per modificare abitudini radicate, è necessario affrontare le problematiche legate all'evoluzione, mettendole al centro di un lavoro di gruppo in cui il formatore aiuta i partecipanti a decostruire criticamente questi temi. La soluzione, quindi, viene sviluppata dal gruppo stesso, sotto la guida del formatore». Questo cuore del metodo maieutico, che consente ai partecipanti di scoprire le proprie soluzioni, rendendo l'acquisizione dei nuovi comportamenti più naturale e duratura. «Per applicare questo metodo, il lavoro in presenza in aula è fondamentale», conclude Clima. «Seppur alcuni approfondimenti possano avvenire a distanza, per la fase analitica e "smontaggio" è imprescindibile la presenza fisica».

I partecipanti non assistono a lezioni frontali ma sono protagonisti di attività di gruppo

Per informazioni:
www.mercurio-misura.it



L'AZIENDA NEL MAGGIO DEL 1992

SERVIZI » LA PRIMA FASE CONSISTE IN UN'ANALISI APPROFONDATA DEI PROBLEMI DELL'IMPRESA

Musei, navi e farmaceutica la chiave è personalizzare

Ogni azienda è unica, e per questo non può esserci una formazione universale che funzioni per tutti: è questo il principio fondamentale su cui si basa Mercurio Misura. «Non offriamo corsi preconfezionati», afferma Stefano Clima. «È indispensabile una fase preliminare di analisi molto dettagliata, in cui studiamo l'azienda, i suoi prodotti, il mercato e le problematiche che affronta. Per questo, facciamo affiancamenti diretti e colloqui sul campo. Solo dopo questa fase, progettiamo un corso completamente personalizzato, adottando anche il linguaggio tecnico specifico dell'impresa». Questa attenzione alla personalizzazione è una qualità fondamentale, soprattutto vista la varietà di settori in cui l'azienda è coinvolta.

SETTORI: LA FORMAZIONE CHE RISPONDE A ESIGENZE DIVERSE

Tra le esperienze più recenti di Mercurio Misura c'è la formazione del personale di un rinomato museo milanese, che ha coinvolto addetti alla biglietteria, mediatori culturali e il personale di bookshop, bar e ristoranti. «Ogni giorno», afferma Clima, «questi professionisti sono costantemente a contatto con i visitatori, scambiando comunicazioni, anche se solo per brevi istanti». Un approccio altrettanto mirato è stato adottato nel settore della navigazione, dove l'azienda ha collaborato con il gruppo MSC per formare il personale a contatto con il pubbli-



UN MOMENTO DI FORMAZIONE

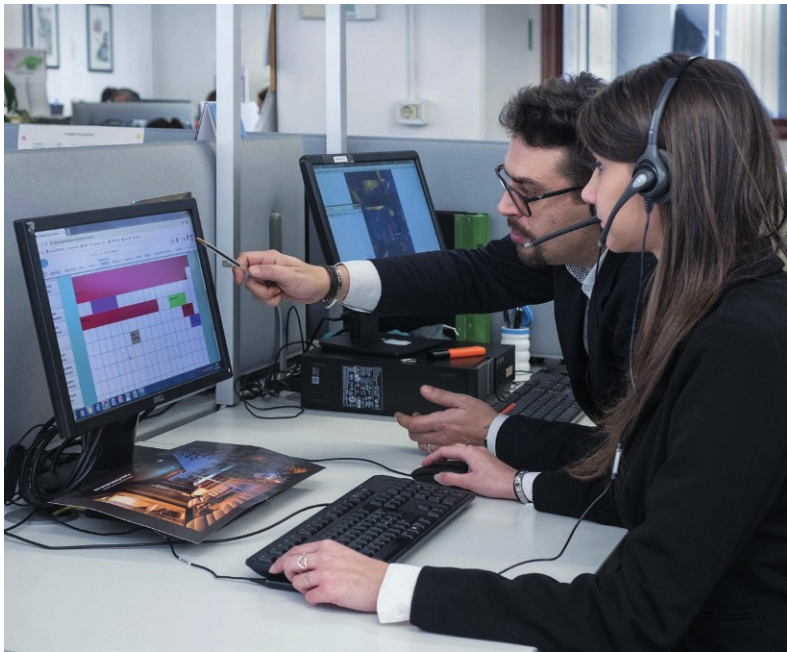
co e con un'importante compagnia di navigazione: «Per quest'ultima, stiamo seguendo la formazione del personale di bordo. Ad esempio, nel bastramento per affrontare la quotidianità lavorativa con maggiore soddisfazione e autostima, fattori chiave per le verse e impazienti. Abbiamo progettato un percorso formativo per aiutare farmaceutico, Mercurio Misura collabora con realtà di prestigio come Roche e Lilly, concentrandosi in particolare sulla comunicazione interna. «Abbiamo creato gruppi di lavoro composti da persone provenienti da reparti diversi, facendoli collaborare per superare i conflitti derivanti dalla scarsa consapevolezza del lavoro altrui».

Il General Manager Clima: «Non esistono corsi pronti all'uso, li formuliamo a seconda delle esigenze»

re il personale a riconoscere l'importanza del proprio ruolo, che può essere estremamente faticoso, fornendo strumenti per affrontare la quotidianità lavorativa con maggiore soddisfazione e autostima, fattori chiave per le verse e impazienti. Abbiamo progettato un percorso formativo per aiutare farmaceutico, Mercurio Misura collabora con realtà di prestigio come Roche e Lilly, concentrandosi in particolare sulla comunicazione interna. «Abbiamo creato gruppi di lavoro composti da persone provenienti da reparti diversi, facendoli collaborare per superare i conflitti derivanti dalla scarsa consapevolezza del lavoro altrui».

FUTURO

L'IA che affianca ma non sostituisce



«L'Intelligenza artificiale sta entrando in tutti i settori e anche alcuni dei nostri servizi a distanza ne fanno già uso», continua Clima. «Il modello che stiamo implementando prevede l'impiego dell'IA per gestire compiti semplici, dove non è richiesta una continua creatività o sensibilità particolare: ad esempio, quando un cliente chiama per informazioni tecniche, l'IA può occuparsene senza problemi, evitando che le persone perdano chiamate, specialmente quando arrivano simultaneamente».

Il punto, spiega Clima, è fare in modo che l'IA gestisca le attività più semplici e ripetitive, lasciando agli operatori il compito di occuparsi di chi cerca una comunicazione più personale e approfondita. «Ed è proprio qui che si raggiunge l'eccellenza del servizio. Quanto alla formazione, invece», prosegue, «l'Intelligenza artificiale può certamente supportare, ma nessuna macchina potrà mai sostituire l'interazione diretta: il cuore del nostro metodo è e rimarrà sempre il rapporto umano, unico e individuale».