

Indice

Far conoscere la verità	VII
<i>di Lorenza Pigozzi, Direttore Comunicazione Mediobanca</i>	
1. Le competenze e i valori	
1.1 Farsi capire: scrivere chiaro	1
1.2 Farsi leggere: scrivere sintetico	6
1.3 Organizzare la struttura del testo	9
1.4 Tenere l'attenzione del lettore	12
1.5 Scegliere lo stile più adatto e più efficace	15
1.6 Il <i>clustering</i> e le tre fasi del processo di scrittura	19
1.7 Abbattere il paravento giuridico	24
2. I testi per la comunicazione esterna	
2.1 La lettera: l'istituzione, il linguaggio commerciale, la personalità, lo stile	26
2.2 L'email: la regina della rete, tessitrice di relazioni	34
2.3 Dem: direct email marketing	41
2.4 Il web: la banca al tempo di internet	45
2.5 Social network: solo vetrina o davvero business?	50
2.6 SMS: la microcomunicazione	61
2.7 Call center: script di successo per automatismi di relazione	64
2.8 Brochure e monografie: l'identità dell'azienda, fra tradizione e innovazione	72
2.9 Il bilancio: da adempimento burocratico a opportunità di comunicazione	77
2.10 Pubblicità: sarà amore?	83
2.11 C'era una volta: il valore della narrazione	86
2.12 Ma che storie sono queste?	93

3.	I testi per la comunicazione interna	
3.1	Circolari e memo: dall'ordine di servizio alla lettera di marketing interno	96
3.2	L'email di comunicazione interna (piccola guida anche per ghostwriter)	99
3.3	L'intranet, il web interno	104
3.4	Meeting report: formalità o garanzia di efficacia?	111
3.5	Lo script di un discorso	114
3.6	Presentazione: come evitare la depressione da slide	119
3.7	L'editoria aziendale: fondamento di dialettica	128
3.8	Scrittura e processi di internazionalizzazione. Il caso What's up	132
4.	Oltre il testo: verso una nuova cultura di relazione	
4.1	Il rapporto con il territorio: il caso delle Casse rurali trentine	138
4.2	La trasparenza dopo la normativa MIFID	146
4.3	Della privacy e dell'uomo nudo	149
4.4	Casi difficili: fra tecnicismi ed emotività	152
4.5	Scrivere efficace: dote di natura o abilità allenabile? 10 passi per una formazione di successo	160
4.6	Formazione alla scrittura: identità e reputazione	165
4.7	Banking is essential, banks are not	167