

Indice

Premessa	1
1 Farsi capire	3
1.1 Informare e comunicare: pari non sono	5
1.2 L'interazione	7
1.3 Il potere della comunicazione	8
1.4 La comunicazione nelle relazioni	11
1.5 La peculiarità della comunicazione scritta	12
2 Il cosa e il come del testo	15
2.1 Le componenti del testo	18
2.2 Il contenuto	21
2.3 La forma linguistica: le parole	21
2.4 La forma linguistica: il periodo	30
2.5 La grafica	38
3 Dal pensiero al testo	51
3.1 Nei panni di chi dovrà leggere	54
3.2 Iter di redazione e iter di lettura	55
3.3 Il metodo	56
3.4 Quando la forma conduce al contenuto	63
4 Non vittime ma padroni delle email	65
4.1 La compagna di lavoro elettronica	69
4.2 Anatomia dell'email	71

4.3	Il metodo	78
4.4	Lo stile di comportamento	87
5	La comunicazione interna operativa	89
5.1	Lavorare in gruppo	92
5.2	I processi aziendali	92
5.3	La procedura	95
5.4	Disegnare il passaggio di informazioni	99
5.5	Un esempio: il processo commerciale	107
	Conclusioni	111
	Bibliografia	113