



Avvincere e piegare dolcemente l'animo con le parole...

Come usare la raffinata arte della persuasione per comunicare e convincere con la scrittura

Hai mai pensato cosa, davvero, ti spinge a fare o non fare qualcosa?

Scegliere questo piuttosto che quello?

Probabilmente, anche tu mi dirai che sono ragione e dati oggettivi a muoverti nelle tue scelte.

Probabilmente, però, forse ancora non sai che **le nostre azioni sono più un fatto di cuore (e di pancia) che di testa.**

Già, perché c'è sempre una motivazione più emozionale e profonda che ci guida nel prendere decisioni.

Anche, e soprattutto, quando si tratta di prestare attenzione a chi ci vuole **convincere a distanza, usando la parola scritta.**

Un mondo, quello della scrittura professionale, dove è necessario fare un uso sapiente e raffinato delle leve della persuasione per **vincere la prima istintiva diffidenza del lettore.**

E indurlo con efficaci parole e argomentazioni a vedere, prima, e cogliere, poi, i vantaggi presenti nella nostra proposta.

Convincerlo, cioè, per vincere insieme: un rapporto in cui ciascuno, alla fine, è soddisfatto poiché ottiene un beneficio concreto per se stesso.

Ecco perché **scrivere pensando a chi deve leggere**, ai suoi desideri e alle sue reali esigenze aiuta a predisporre bene il lettore, senza infastidirlo.

Ci spiana, insomma, la strada per **ottenere il suo tempo e la sua attenzione e, spesso, anche il suo consenso.**

Come sempre, un esempio concreto – elemento fondamentale delle buone strategie di [business writing](#) - può essere molto utile per chiarire questo concetto.

Ti invito a leggere il testo che segue, preso dall'home page del sito web di un hotel di Alghero:

“Situata a ridosso della splendida **Riviera del Corallo**, la città di **Alghero** è situata sul tratto di costa nord- occidentale della splendida isola di **Sardegna**.

L' **hotel in Sardegna xxx di Alghero** può garantirvi una permanenza all' insegna del confort all' interno di una struttura moderna ed efficiente che si affaccia direttamente sul mare.

L' **hotel xxx di Alghero** rappresenta la soluzione ideale sia per i turisti che sognano una serena vacanza al mare, sia per i professionisti che hanno necessità di soggiornare in Sardegna per lavoro.

Per garantire ai propri ospiti soluzioni di soggiorno ottimali, l' **hotel xxx di Alghero in Sardegna** rinnova in ogni periodo dell' anno le sue convenienti offerte last minute.

Potrete così conciliare **prezzo e qualità**, senza rinunciare al piacere di visitare una delle località più ambite ed affascinanti della **Sardegna**.

Prenotate adesso il vostro soggiorno all' hotel xxx di Alghero e preparatevi ad un itinerario turistico che trova nella scoperta e nella meraviglia le sue componenti essenziali.

L' hotel xxx di Alghero propone un ricco parterre di offerte e servizi esclusivi. Scoprite quale proposta si adatta maggiormente alle vostre esigenze visitando le aree del sito dedicate alla summer holiday, alla leisure holiday ed alla business holiday.”

Quanto, a parte il fatto di scoprire che è un hotel di Alghero in Sardegna (parole di cui il testo abbonda per ingraziarsi i motori di ricerca) è riuscito, realmente, ad interessarti di quest'albergo?

Quanto, questi contenuti, sono stati scritti per rendere coinvolgenti le informazioni utili per il tuo soggiorno?

Parole come "parterre", "leisure holiday", "permanenza" (per non parlare di errori ortografici come "confort") ti hanno permesso di immaginare di essere già lì, in vacanza al mare?

Purtroppo, come spesso accade, caro lettore – nonché potenziale cliente - sei molto lontano dai pensieri di chi scrive in questo modo: il suo unico obiettivo è riempire uno spazio vuoto e farsi trovare da Google, piuttosto che comunicare con te.

Coinvolgere significa creare empatia, saper incuriosire e non far sbadigliare, comprendere al meglio gusti e bisogni, usare parole più semplici e chiare, **far vivere le sensazioni, permettere di immaginare...**

Curioso abbastanza da voler leggere anche un'altra home page scritta, questa volta, seguendo alcuni buoni principi della scrittura professionale?

"Hotel xxxxx, Porto Cervo.

Una calda accoglienza mediterranea.

C'è chi si innamora del mare, rapito dalla **stupenda prospettiva da cui contemplare in tutto il suo fascino la Costa Smeralda, da Porto Cervo** fino, in lontananza, alle isole della Maddalena, autentiche perle della natura.

Chi, invece, si fa conquistare dal raffinato equilibrio di forme e colori che esaltano in modo sublime l'essenza mediterranea del luogo.

E chi, più di tutto, ricorda l'avvolgente ospitalità e gli squisiti piatti serviti nel fresco della piscina e del lussureggiante giardino.

In tutti i casi, **una vacanza all'Hotel xxxxx, a Porto Cervo, è dire sì al piacere.**

Dire sì a un'incantevole atmosfera di relax, all'armonia e alla bellezza, al gusto ma anche a un pizzico di esclusiva mondanità.

E farsi accogliere in un mondo creato ad arte per prendersi cura, con garbata discrezione, del benessere di ogni ospite.

Un caloroso benvenuto, prima di scoprire il suggestivo mondo dell'Hotel xxxxx"

Bene, se sono riuscita io, questa volta, a **persuadere te su quale peso abbiano le parole** – ancor di più quelle scritte – **per rendere efficace la comunicazione**, potrò ritenermi soddisfatta per almeno tre validi motivi: avrò reso un buon servizio al cliente per cui ho preparato il testo della seconda home page, stimolato la tua curiosità e le tue riflessioni sul business writing e, soprattutto, creato buoni presupposti per ricevere nuove interessanti offerte di lavoro!

Raimonda Farris