

di queste attività risulta un mix composto da vari livelli di autonomia delle strutture periferiche a fronte di un coordinamento centrale.

Come viene impiegato il personale nelle attività di comunicazione interna? L'Agenzia rientra in quel 14,6% dei casi in cui a occuparsi di tali attività sono impegnate da quattro a sei persone. Nella maggior parte delle imprese interpellate, circa il 43%, sono due o tre persone a svolgere questo specifico lavoro.

Tra le tante informazioni raccolte, è emerso infine che il 54% delle aziende partecipanti ogni anno elabora uno specifico piano di comunicazione interna.

Obiettivi e strategie – Secondo la ricerca le sfide principali che la comunicazione interna dovrà affrontare nell'immediato futuro sono l'evoluzione digitale e l'utilizzo degli strumenti social all'interno dell'azienda, l'allineamento della comunicazione interna con le strategie aziendali e il rafforzamento del ruolo della funzione a supporto dei processi decisionali dei vertici.

Secondo quanto rilevato "uno dei più importanti fattori di successo delle aziende dipende sempre più strettamente dalla capacità del top management di promuovere e adottare efficaci sistemi di comunicazione interna, in grado sia di creare e mantenere le condizioni affinché la cultura aziendale venga fortemente condivisa all'interno, sia di indirizzare i comportamenti di tutti i collaboratori in modo tale che siano allineati con la strategia aziendale".

Le conclusioni dei ricercatori - Secondo i ricercatori, la situazione eccellente sembra essere quella in cui la comunicazione interna è governata considerando un orizzonte di riferimento molto ampio, che superi gli ambiti quotidiani di supporto alla gestione aziendale e la circolazione delle informazioni meramente operative, e spazi invece verso la motivazione e il coinvolgimento del personale, promuovendo l'innovazione e supportando il cambiamento organizzativo. Le attuali linee strategiche, inoltre, non possono prescindere dall'adozione di varie tipologie di internal social media che favoriscono la diffusione della conoscenza e il confronto sui temi di maggior rilevanza.

E' stato inoltre rilevato che in quelle realtà in cui la comunicazione interna supporta i processi operativi delle altre funzioni organizzative, la partecipazione del personale alle iniziative aziendali è maggiore in quanto i dipendenti condividono più a fondo i valori e gli obiettivi dell'organizzazione.