

# Il personal brand del manager: la reputazione interna nasce da come si comunica

di Chiara Alzati, CEO e Founder di Chiara Alzati Srl

**LA REPUTAZIONE INTERNA DETERMINA** quanto la voce di un manager pesa nelle decisioni. La competenza conta, ma incide solo se è **visibile e comprensibile** agli stakeholder: “Quanta parte del mio valore arriva davvero agli altri?”.

La leva principale è la **comunicazione ad alta visibilità**: riunioni chiave, presentazioni interne, momenti pubblici con i team. Qui il public speaking mostra la leadership in azione: non si valuta solo cosa viene detto, ma **come**.

## Tre leve comunicative che determinano la credibilità

### 1. Presenza

Una postura stabile, un ritmo del parlato gestito con intenzione e uno sguardo che coinvolge trasmettono immediatezza decisionale.

**Come si allena:** respirazione bassa per ridurre il cortisolo, pause prima dei passaggi critici, utilizzo di un appoggio dei piedi simmetrico. La stabilità fisica aumenta la percezione di stabilità mentale, soprattutto sotto pressione.

### 2. Intenzione

Ogni intervento deve avere un obiettivo chiaro: far capire, far scegliere o far agire. Quando l'intento è esplicito, l'ascoltatore riconosce subito il valore di ciò che sta ascoltando.

**Come si allena:** definire il messaggio unico da ricordare; arrivare al punto entro i primi 30 secondi; usare esempi collegati alle priorità del business; concludere con cosa cambia e cosa serve per procedere.

### 3. Semplificazione

La leadership comunicativa emerge quando si riesce a rendere semplice ciò che è complesso.

**Come si allena:** strutturare il discorso in tre idee principali, utilizzare esempi concreti e collegare ogni concetto alle implicazioni per business, risorse e tempi. L'essenzialità genera orientamento e responsabilizzazione.

## Routine comunicative che costruiscono la reputazione interna

La reputazione nasce nella continuità quotidiana. La coerenza comunicativa fra interventi ad alta visibilità rafforza, o indebolisce, il brand interno.

Alcune routine costanti incidono direttamente sulla percezione di leadership:



### • Intervenire con contributi brevi e orientati al risultato

Ogni volta che si prende la parola, far avanzare la conversazione di un passo: una decisione, un chiarimento, una priorità definita. La sintesi viene riconosciuta come capacità di guidare la complessità;

### • Tradurre dati in implicazioni concrete per le persone e il business

Le decisioni si prendono sulle conseguenze, non solo sulle evidenze. Una frase come “questo ci permette di ridurre i tempi del 20%” rende il messaggio immediatamente utile;

### • Dare riconoscimento puntuale ai progressi dei team

Rendere visibili le competenze attorno a sé moltiplica la credibilità di chi guida. Il merito condiviso è letto come sicurezza di ruolo;

### • Portare i problemi “alla luce” con proposte di soluzione

Affrontare con rispetto ciò che non funziona favorisce fiducia e responsabilità. La leadership non è evitare conflitti, ma canalizzarli verso una direzione;

### • Aggiornare con regolarità su ciò che sta procedendo

Rendere monitorabile l'avanzamento mantiene alta la chiarezza e riduce l'ansia organizzativa. La persona che offre visibilità è percepita come punto di riferimento.

Quando questi comportamenti sono ripetuti nel tempo, l'organizzazione costruisce una narrativa solida: “Questa persona dà direzione e ci aiuta a muoverci insieme”.

## Rendere visibile il valore nelle presentazioni interne

La comunicazione efficace si distingue in tre mosse:

1. Iniziare dal perché siamo qui oggi: definisce il perimetro e riduce la dispersione;
2. Guidare il pubblico tra priorità e implicazioni: facilita una decisione informata;
3. Chiudere con una chiamata all'azione concreta: chi fa cosa, entro quando.

Quando la comunicazione orienta l'azione, si rafforza la percezione di leadership e si accorcia la distanza tra strategia e operatività.

## La reputazione è un asset competitivo

La carriera non segue più percorsi lineari: cresce con l'influenza. La competenza genera valore, ma è la comunicazione a renderlo evidente e riconoscibile. Chi coltiva il proprio brand interno non cerca visibilità: **fa emergere il valore nei momenti decisivi**.



Chiara Alzati è campionessa europea di Public Speaking 2020, CEO e Founder della Chiara Alzati Srl, Corporate Effective Communication & Public Speaking Trainer, autrice di sette libri, tra cui *Parlare Chiaro in Azienda*, *Manuale Pratico di Public Speaking per CEO, Direttori Formazione e HR Manager* e *Public Speaking per Executive*. *La tua leva manageriale innovativa per una comunicazione efficace e inclusiva dentro e fuori l'azienda* (con la prefazione di Andrea Laudadio, Head of TIM Academy & Development). L'ultimo suo libro, pubblicato a maggio 2025, è *Public Speaking per Congressi Medici*.

[www.chiaraalzati.it](http://www.chiaraalzati.it)