

# Role Playng

**esercitazione sulla  
comunicazione  
In quattro fasi**



## INFORMAZIONI PER IL TRASMITTENTE

Lei ha il ruolo del trasmittente, le diamo alcune informazioni ed alcuni consigli per il compito che dovrà svolgere.

Come può vedere dagli allegati lei dovrà comunicare ai suoi colleghi (riceventi) il contenuto dei quattro disegni ( A – B – C- D), uno per ogni fase.

Le ricordiamo che dovrà trasmettere nel modo **più rapido ma completo possibile** e che potrà ripetere una comunicazione anche più volte senza però servirsi di altro mezzo al di fuori di quello verbale.

La trasmissione, in ogni fase, ha termine quando lei lo decide e lo comunica al gruppo dei riceventi.

FASE 1 – disegno A

Lei dovrà voltare le spalle ai riceventi, i quali non potranno parlare.

FASE 2 – disegno B

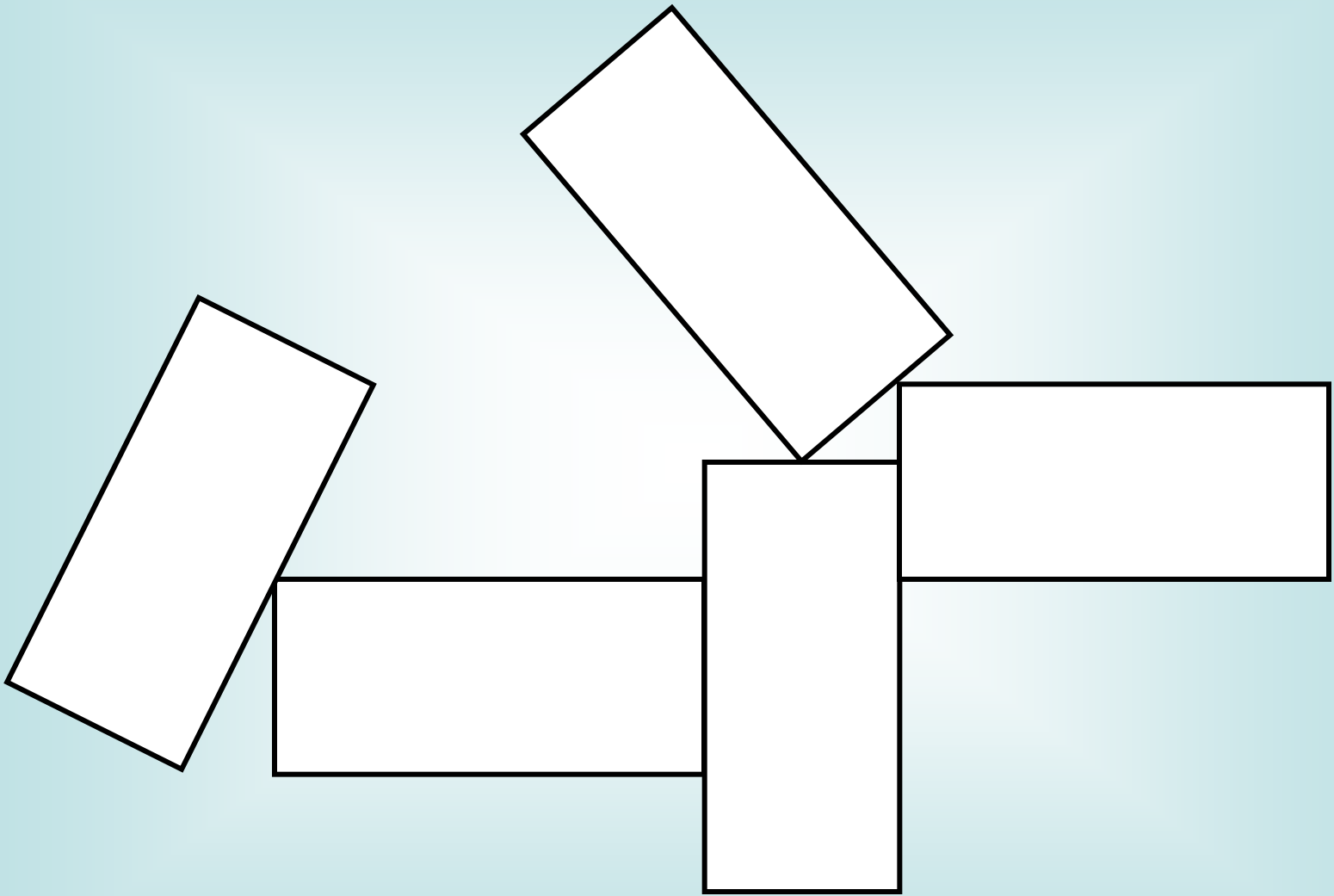
Sarà rivolto verso i riceventi che ancora saranno tenuti al silenzio.

FASE 3 – disegno C

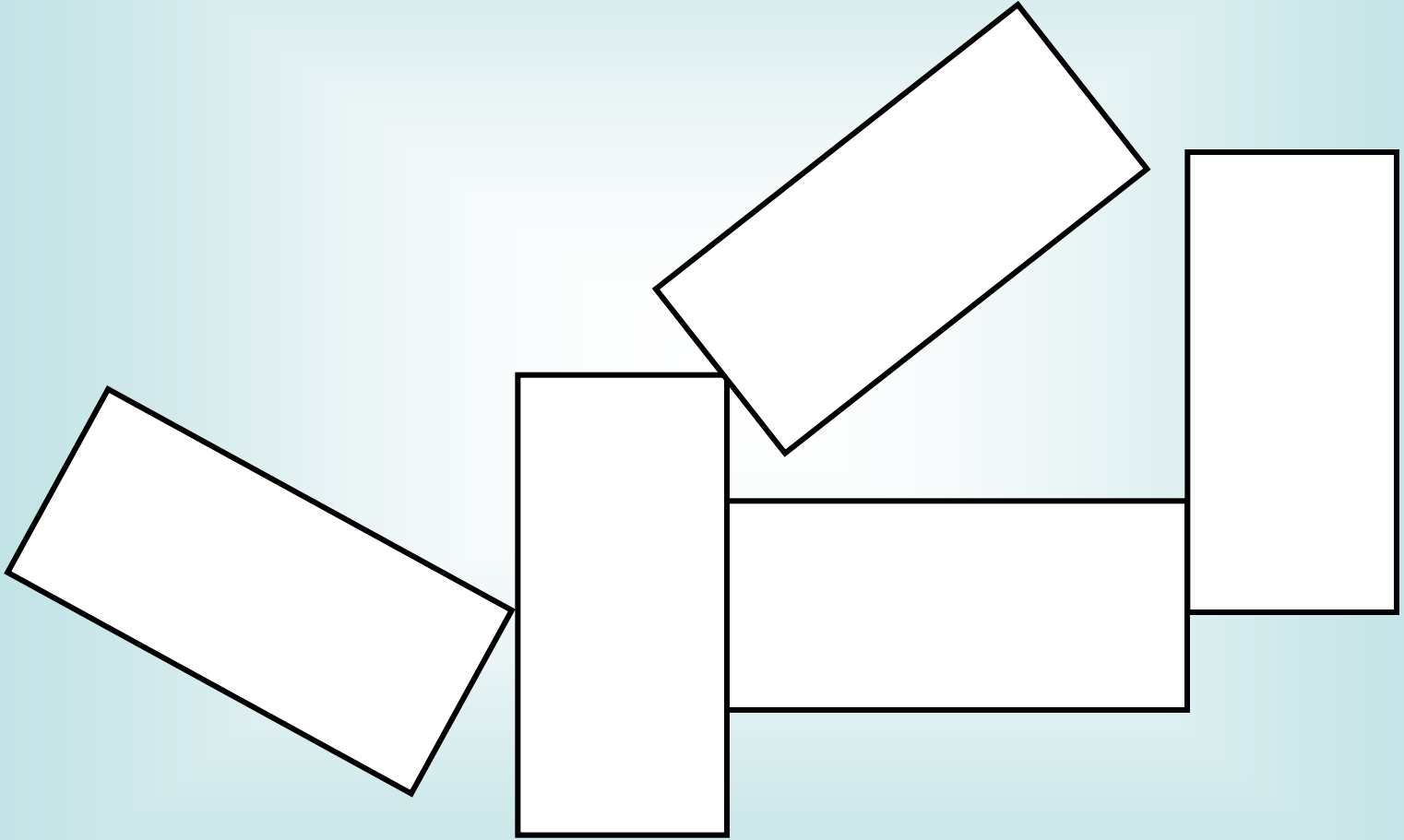
I riceventi possono porre delle domande, lei però faccia ben attenzione alla loro formulazione perché potrà rispondere solo SI o NO.

FASE 4 – disegno D

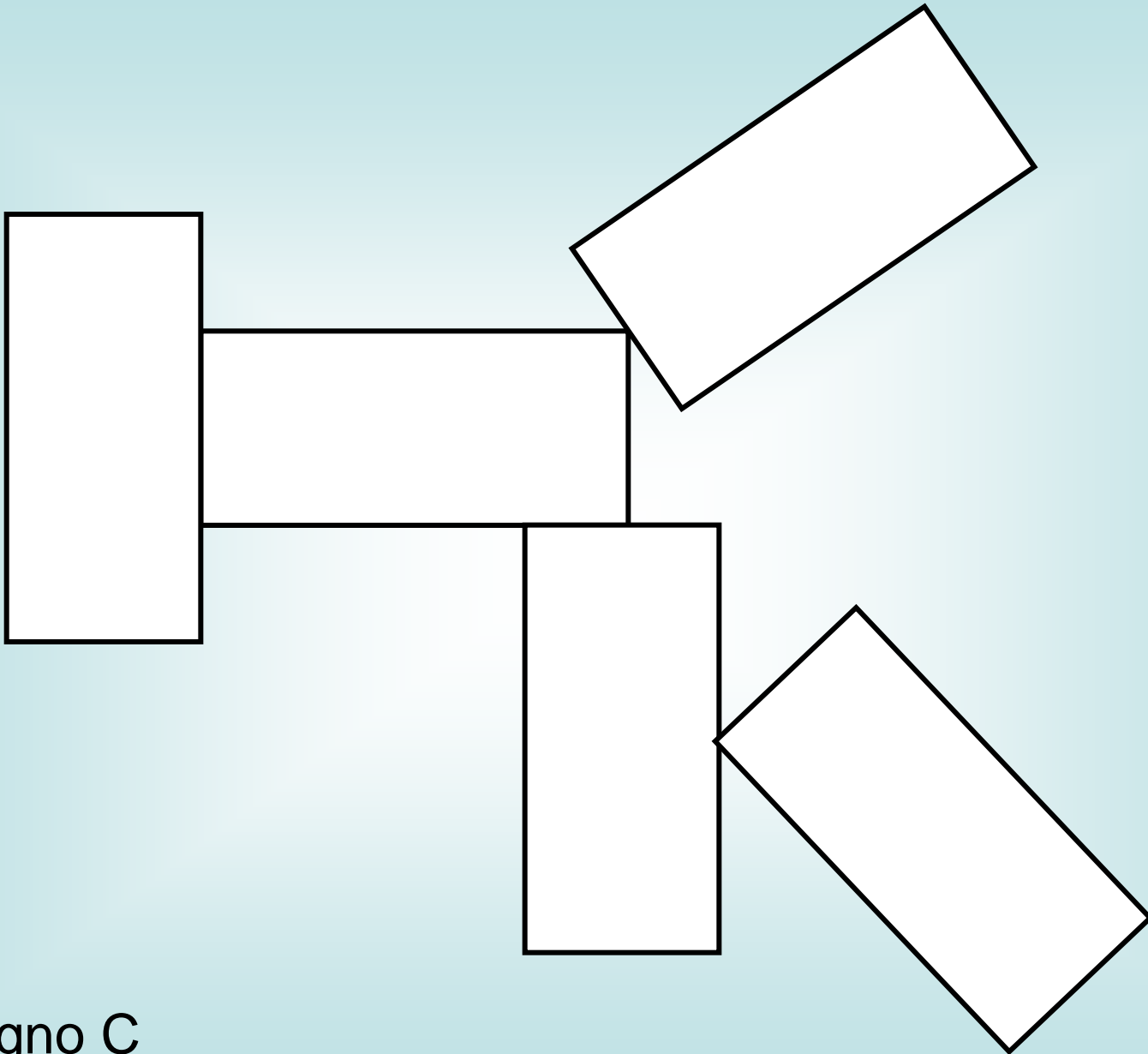
I riceventi potranno porre tutte le domande desiderate nel modo ritenuto più opportuno. Lei non ha alcun vincolo formale nella risposta.



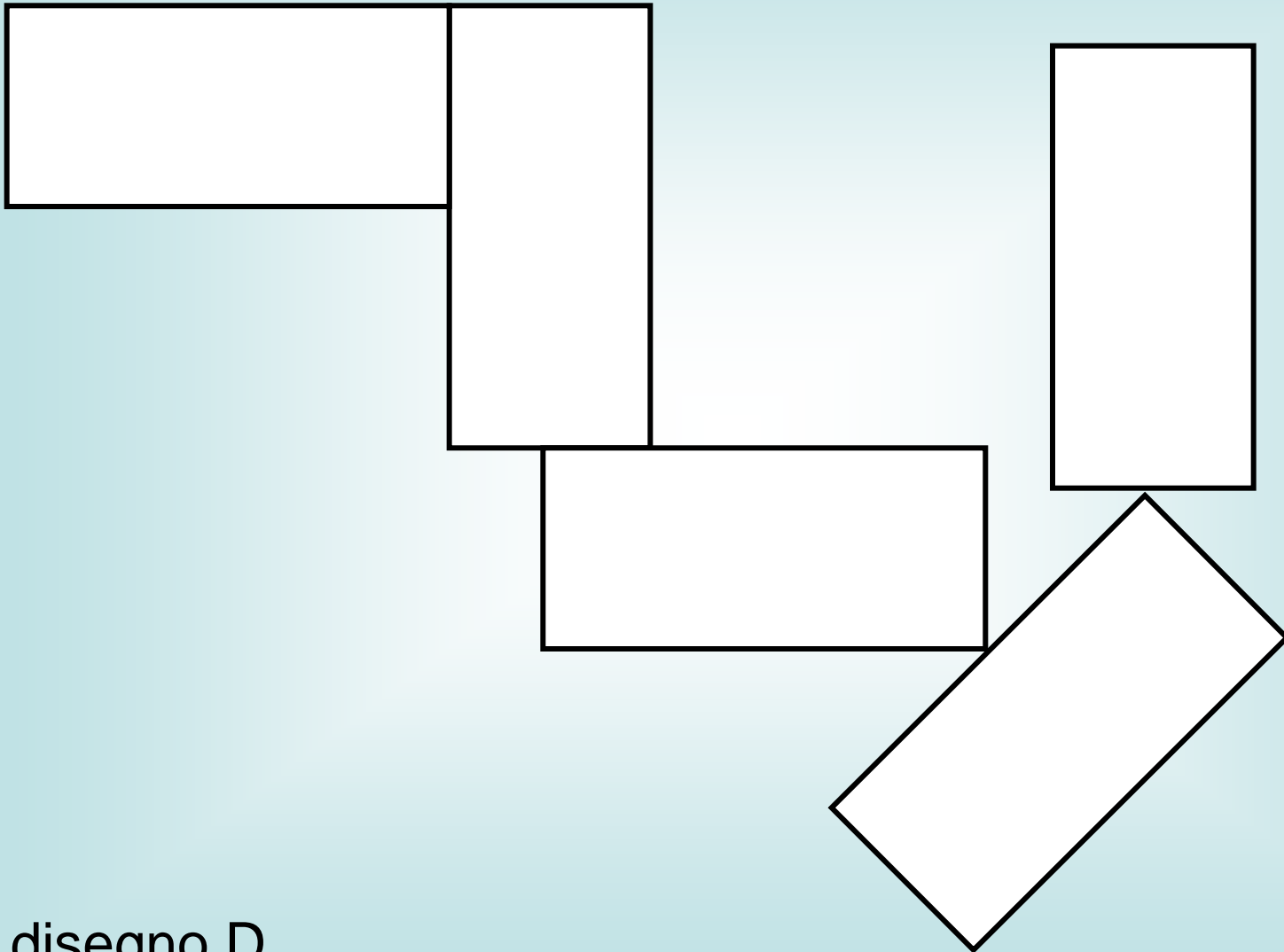
disegno A



disegno B

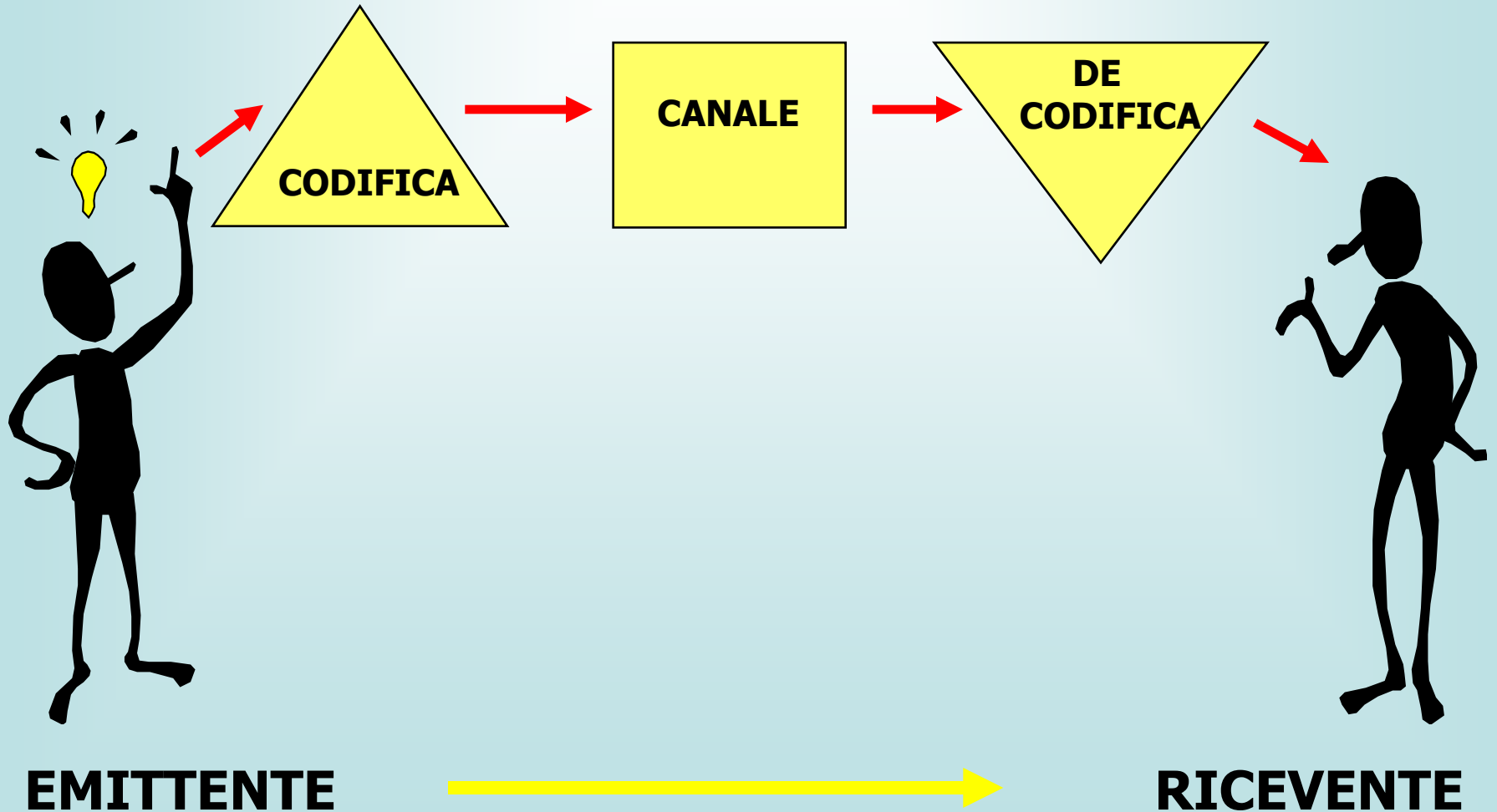


disegno C



disegno D

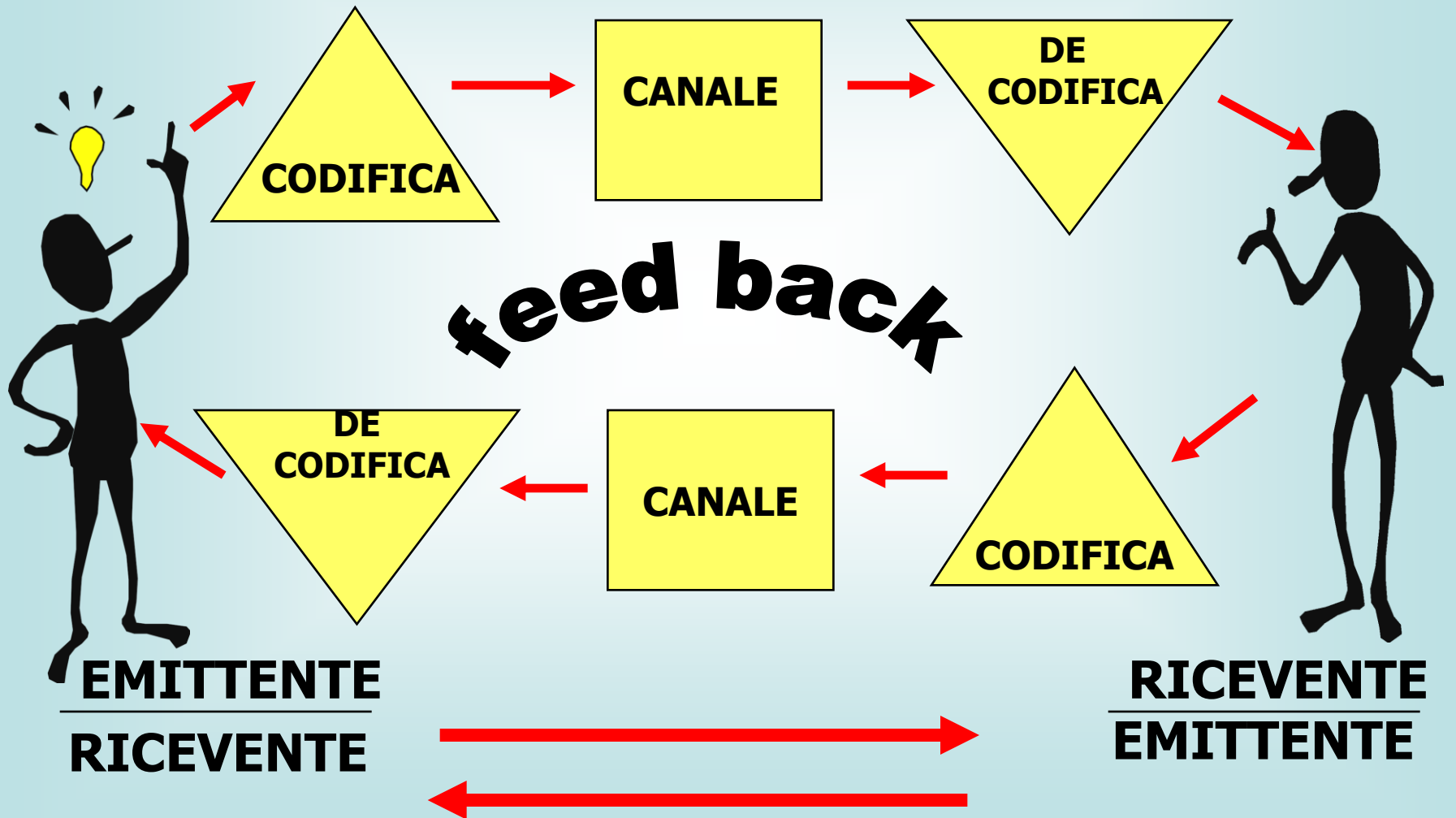
# Comunicazione a una via





Modello di Shannon:

# Comunicazione a due vie



# *Il feed-back*

## INFORMAZIONE DI RITORNO

### ECO

COMUNICARE BENE SIGNIFICA  
EFFETTUARE FREQUENTI RETROAZIONI

Se Anna spiega qualcosa a Bice

e questa non lo capisce del tutto

o lo capisce solo in modo parziale o sbagliato,

la responsabilità in realtà è di Anna

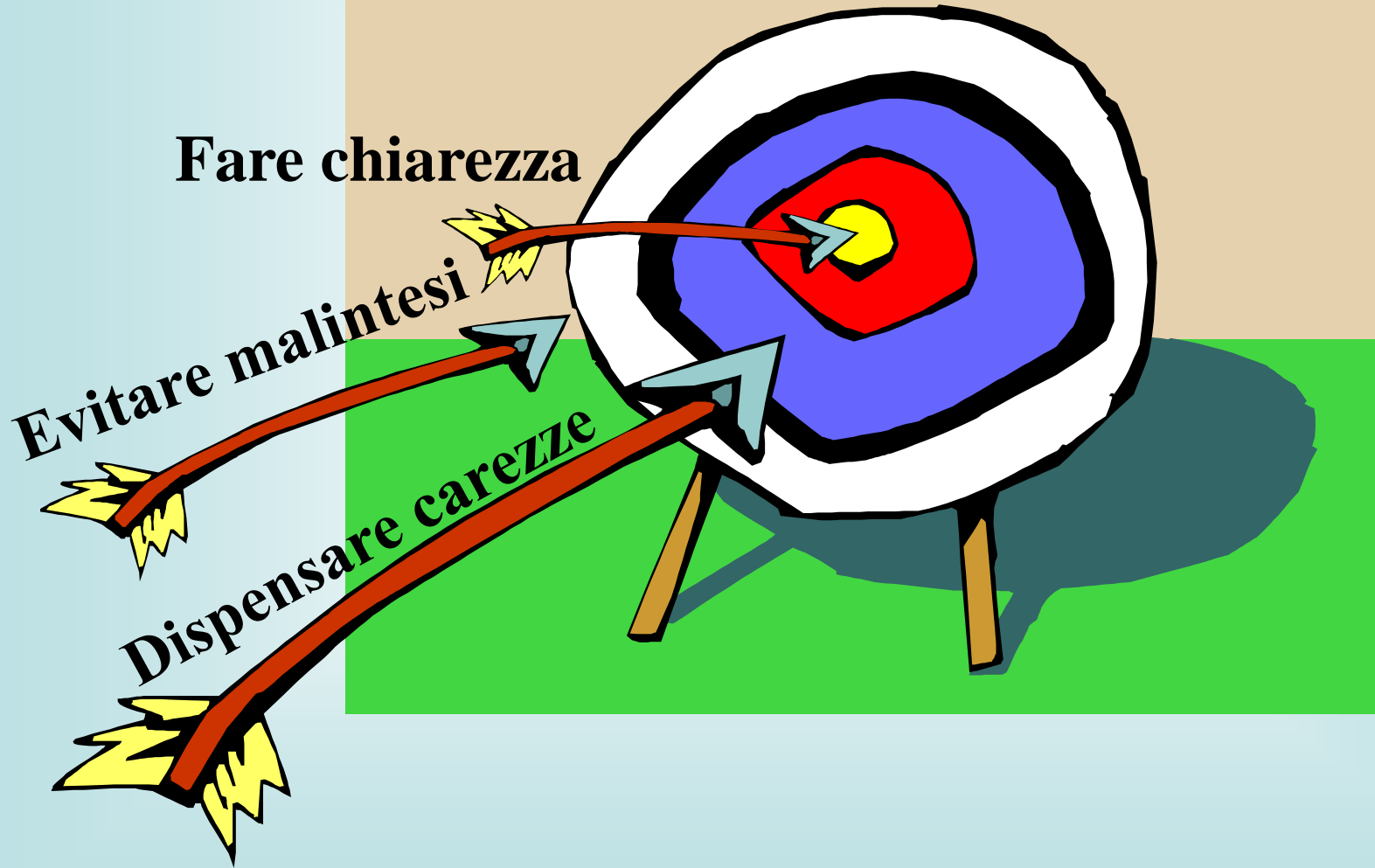
Regola generale

Vero non è quello che ha detto A

Vero è sempre quello che ha udito B

(se non altro per B)

# obiettivo



# La parafrasi

**Riprodurre con parole proprie  
l'informazione di un'altra persona.**

**Mostra che si è prestato ascolto all'interlocutore  
e lo si è capito.**

# Formule d'introduzione:

Se ho capito bene quello che ha detto .....

Ricapitolando ....

Secondo lei dunque ....

Lei dunque afferma che ....

Lei vuole sapere se .....

Lei mi chiede se .....

In buona sostanza lei sta dicendo che ....

# La comunicazione senza feed-back nel centro estetico

**La titolare:** Hai finito di preparare la cabina Maria?

**Maria :**  
(collaboratrice) Come faccio ad averla finita se c'è ancora la cliente che si sta vestendo?

**La titolare:** Non mi riferisco a quella, ma alla cabina per la Beauty Day

**Maria :** Quella è preparata da un bel po'!

# La comunicazione con feed-back

**La titolare:** Hai finito di preparare la cabina Maria?

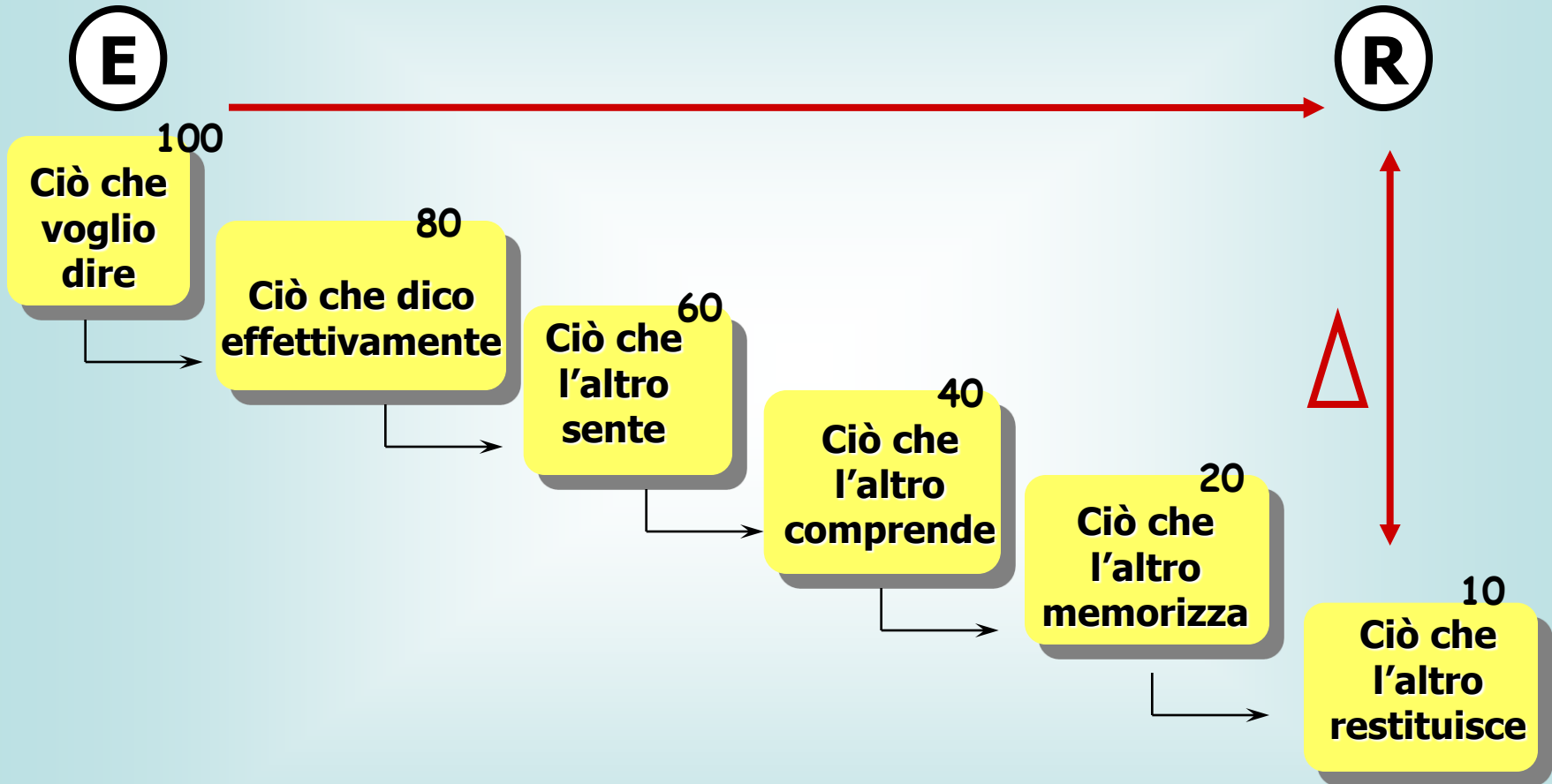
**Maria :** Si riferisce alla cabina dei massaggi?  
(collaboratrice)

**La titolare:** No, no. A quella della Beauty Day

**Maria :** Si, quella è tutto a posto.

**La titolare:** Benissimo, così posso fare entrare la signora Angela

# Effetto “perdita di carico”





# **UDITO SELETTIVO**

**(sentire ciò che ci interessa  
o vogliamo, per concentrazione o scelta)**

# **VISTA SELETTIVA**

**(vediamo solo ciò che ci interessa)**

**ATTENZIONE SELETTIVA**  
**(ascoltare i messaggi**  
**che interessano e non altri)**

**PERCEZIONE SELETTIVA**  
**(ascoltare le parti del messaggio**  
**che sono conformi a ciò che si vuole udire)**

# lascivo

/la·scì·vo/

*aggettivo*

Incline a sensualità o licenziosità: donna l.; gesti, atti, discorsi l.

- La mancanza di controllo, implicita nel significato, può estendersi a 'trascuratezza', 'spensieratezza', 'capricciosità' (scherzando co' fior lascive aurette, Poliziano) o anche 'inclinazione spontanea' (l. al male) oppure, con improprietà sottolineata dal tono scherzoso, 'noncuranza' o 'eccessiva indulgenza' (un professore l.).

**LA MAPPA E' LA  
RAPPRESENTAZIONE  
DEL TERRITORIO**

# Role Playng

*A me le mani*



**MANI SUL TAVOLO  
ED ORA  
ALZATE TUTTI  
L'INDICE**

# Programmazione Neuro Linguistica

La PNL è lo studio, attraverso il linguaggio verbale e non verbale, di

**come "filtriamo" le informazioni**

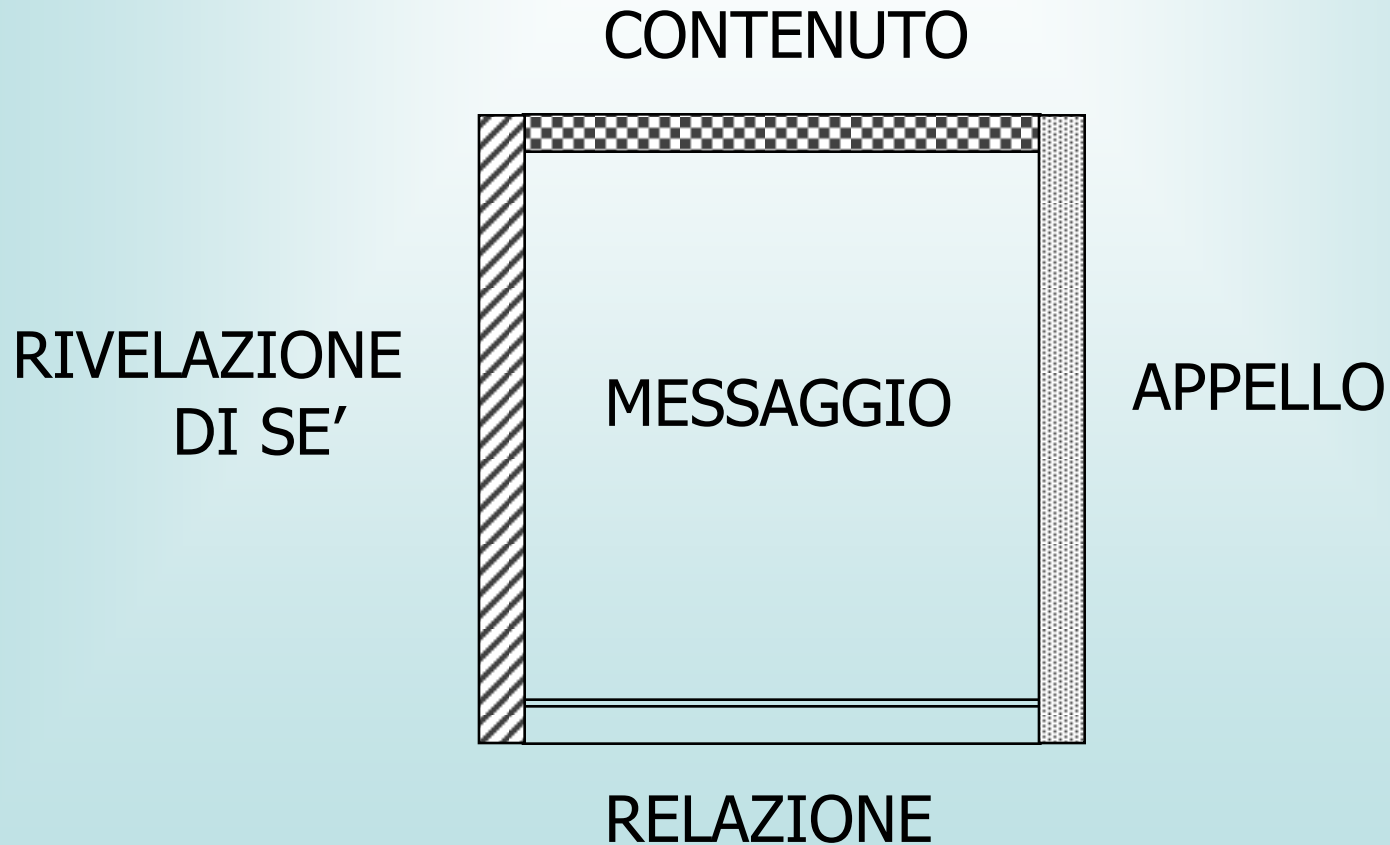
che ci provengono dall'ambiente esterno o interno, e di

**come le organizziamo**

**in un dato comportamento**

- |   |                   |     |
|---|-------------------|-----|
| • Vista                                 | Mappa Visiva      | 40% |
| • Udito                                 | Mappa auditiva    | 20% |
| • Tatto, gusto, olfatto<br>(e dinamica) | Mappa Cenestesica | 40% |

# Quattro aspetti della comunicazione





**GUARDA CHE  
E' VERDE!**



# Diagnosi del messaggio

**CONTENUTO:**  
Il semaforo è verde

**RIVELAZIONE  
DI SE':**  
Ho fretta



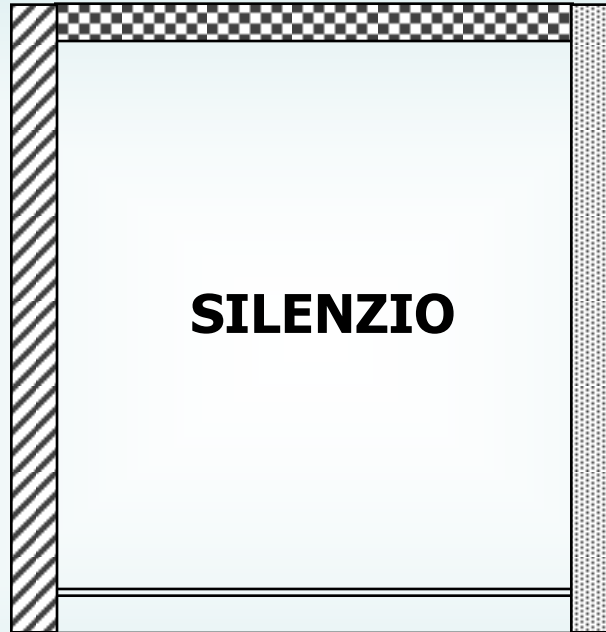
**APPELLO:**  
Accelera!

**RELAZIONE:**  
Hai bisogno del  
mio aiuto

# Messaggi non verbali

## **RIVELAZIONE DI SE':**

Non ho voglia  
di comunicare,  
Non sono  
interessato



**APPELLO:**  
Non voglio che  
tu mi parli

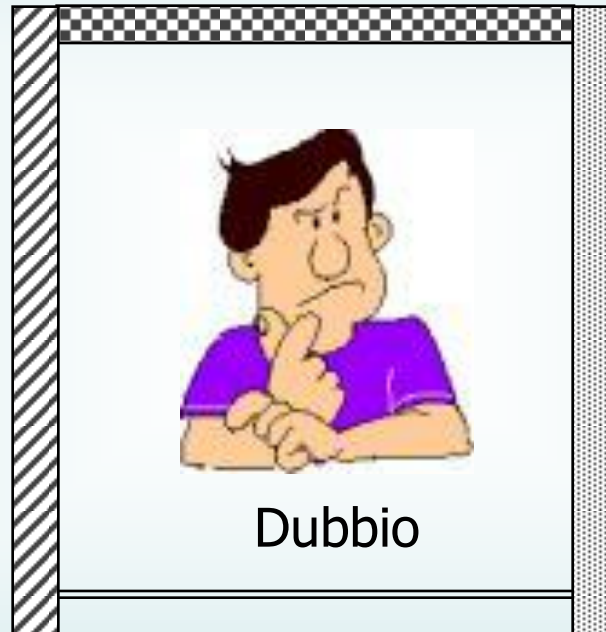
## **RELAZIONE:**

Tu non sei un interlocutore  
interessante per me

# Messaggi non verbali

## **RIVELAZIONE DI SE':**

Non sono convinto



Dubbio

## **APPELLO:**

Dammi maggiori  
informazioni!

## **RELAZIONE:**

Non mi dai  
sicurezza!

# Quattro modalità di ascolto



**"Come devo intendere  
il contenuto del suo  
messaggio?"**

**"Che bisogni o  
Motivazioni  
esprime?"**



**MESSAGGIO**

**"Che cosa vuole e  
Cosa devo fare,  
pensare, provare  
sulla base della  
sua comunicazione?"**



**"Come mi sta parlando?  
Con chi sto parlando?"**



**Tutti comunicano ma non tutti sanno farsi capire**

**Siamo certi  
di essere  
Sempre  
compresi?**



**Siamo certi di aver  
ben compreso?**

**Davvero sicuri di capire ciò che l'altro ci dice?**

Il telefono suonò alle 10. Raimondo ebbe un moto di irritazione, perché non gli piaceva affatto essere disturbato.

- “Pronto, c’è il signor Perosi?”- “Quale?”

- “Andrea, il figlio?”- “E’ uscito, ma posso fare la commissione.”

- “D’accordo. È per dirgli che il bridge con i Morandi è rinviato a giovedì. Giacomo Morandi deve essere a Londra martedì per sbrigare un affare d’importazione di derrate deperibili e rientrerà tardi:”

- “Gli farò la commissione appena torna dall’ospedale.”

- “Arrivederci.”

- “Arrivederci.”

## TEST DI RICEZIONE

Risposte: V (Vero) F (Falso) ? (Dubbio)

- 1 A Perosi non piace essere disturbato la sera
- 2 Perosi ha un solo figlio
- 3 Giacomo Morandi parte per Londra martedì
- 4 Giacomo Morandi lavora nel settore alimentare
- 5 Il bridge doveva avere luogo martedì sera
- 6 Perosi è un uomo compiacente
- 7 Giacomo Morandi tornerà martedì nella serata
- 8 Andrea lavora in ospedale



Il telefono suonò alle 10. Raimondo ebbe un moto di irritazione, perché non gli piaceva affatto essere disturbato.

- “Pronto, c’è il signor Perosi?”- “Quale?”

- “Andrea, il figlio?”- “E’ uscito, ma posso fare la commissione.”

- “D’accordo. È per dirgli che il bridge con i Morandi è rinviato a giovedì. Giacomo Morandi deve essere a Londra martedì per sbrigare un affare d’importazione di derrate deperibili e rientrerà tardi:”

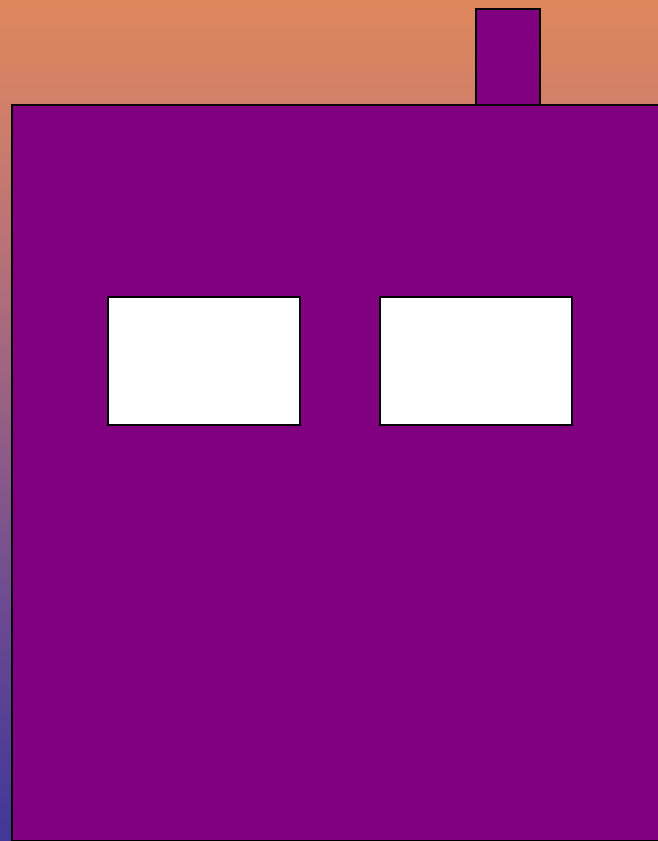
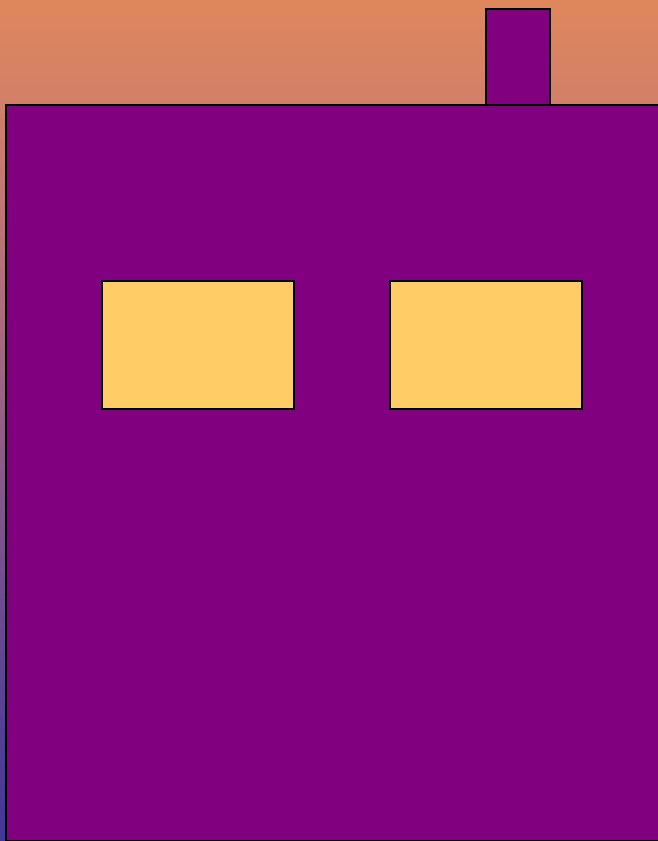
- “Gli farò la commissione appena torna dall’ospedale.”

- “Arrivederci.”

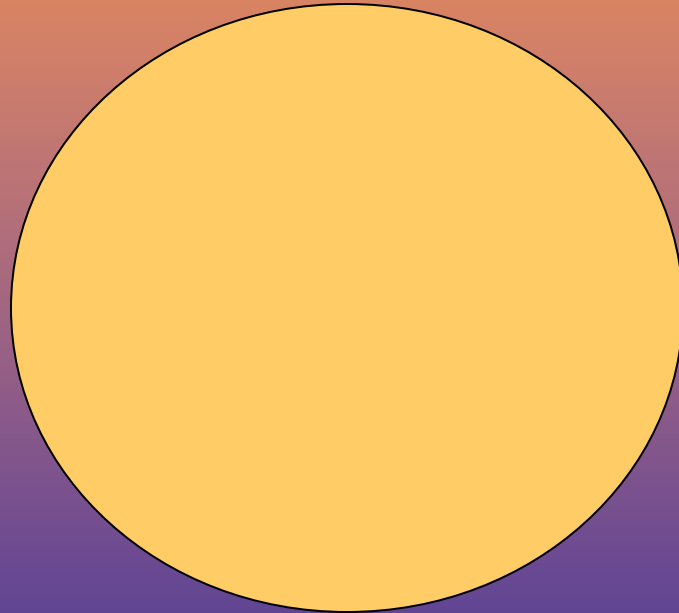
- “Arrivederci.”

# L'interpretazione

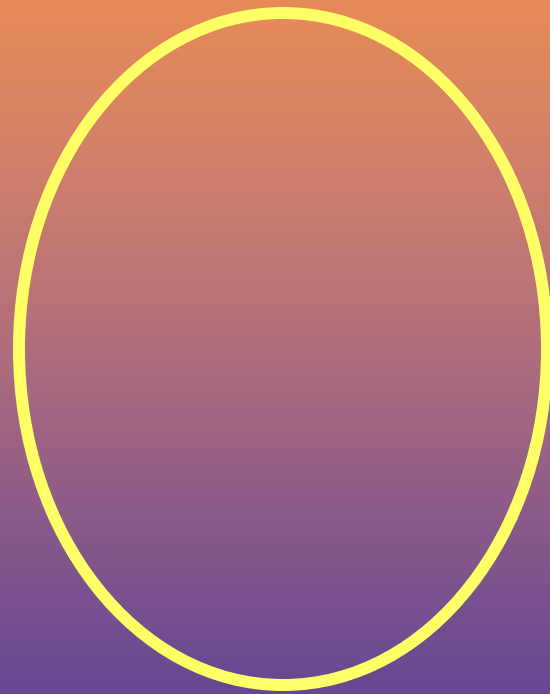
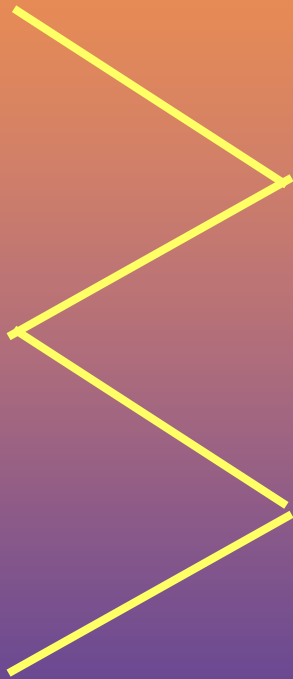
Quale casa è più accogliente ?



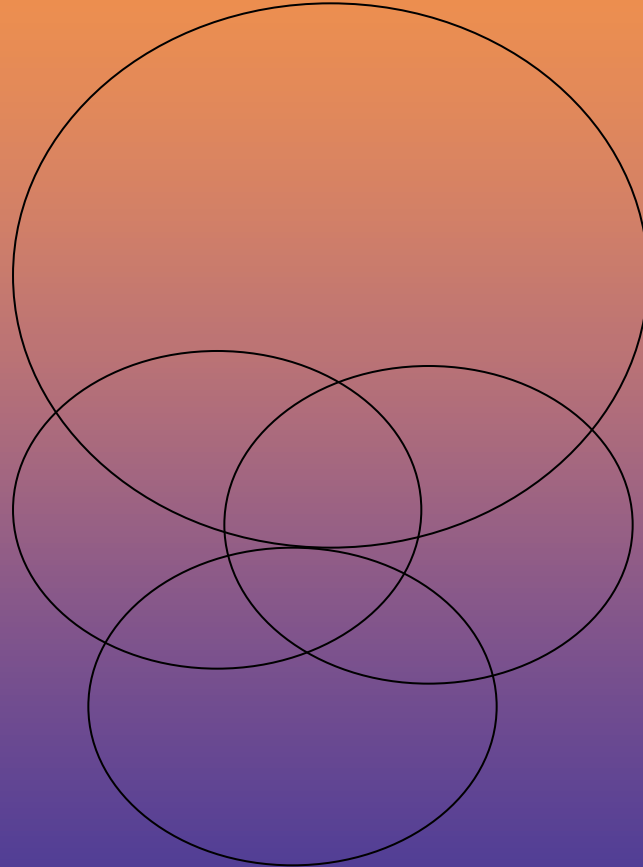
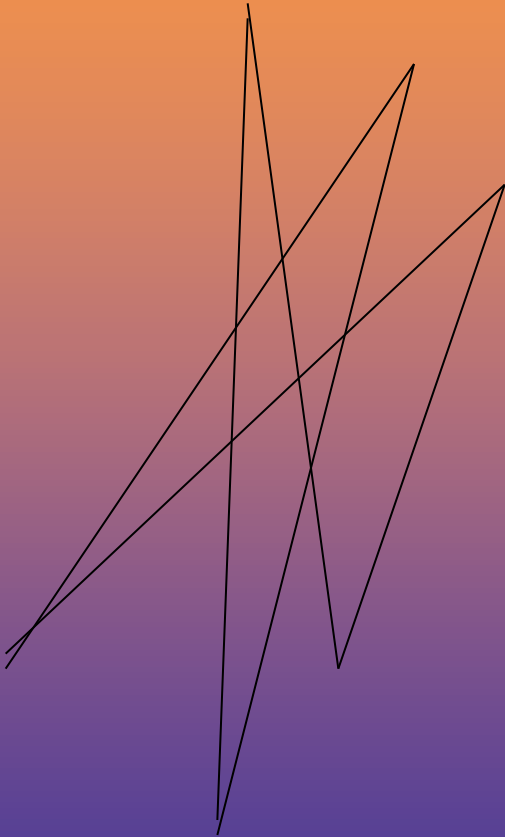
Chi è Sam e chi è Sim?



Quale è buono e quale cattivo?



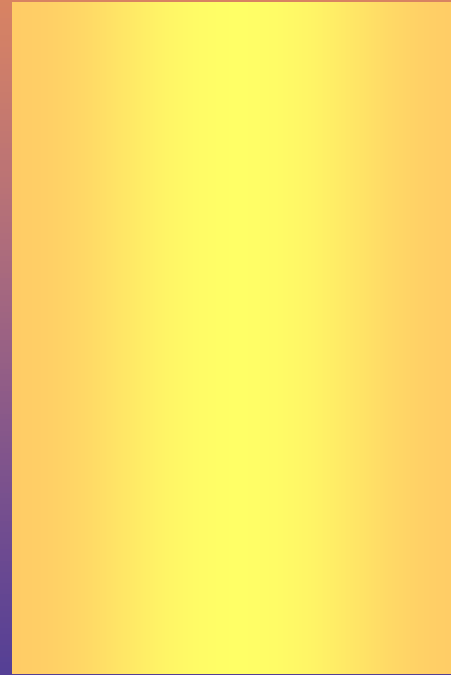
Chi è Tàchete e chi Malumba?



**Chi “parte” e chi “torna”?**



**Quali calze rendono  
le gambe più leggere?**





# LA COMUNICAZIONE PARADOSSALE E AMBIGUA

**IO STO MENTENDO**

**NON LEGGETE  
QUESTO CARTELLO**

**SIATE SPONTANEI**

**TUTTI I CRETESI  
SONO MENTITORI**

**TUTTO CIÒ CHE C'È  
SCRITTO IN QUESTA  
PAGINA È FALSO**

# Gazzetta Ufficiale

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tution ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis te feugifacilisi. Duis autem dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit au que duis dolore te feugiat nulla facilisi. Ut*

**Il Ministro delle  
Finanze decreta:  
  
il modello di  
dichiarazione dei  
redditi può essere  
acquistato presso le  
rivendite che ne hanno  
la disponibilità.**

sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tution ullamcorper suscipitlobortisnisl ut aliquip ex ea commodo conse-


facilisi. Duis autem dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit au que duis dolore te feugiat nulla facilisi. Ut wisi

niam, quis nostrud exerci taion ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex en commodo consequat. Duis te feugifacilisi,per suscipit lobortis nisl ut aliquip ex en commodo consequat. Duis te feugifacilisi. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipi-

nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisis enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tution ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis te feugifacilisi. Duis autem dolor in hen-



**Cercasi apprendista  
pratica.**



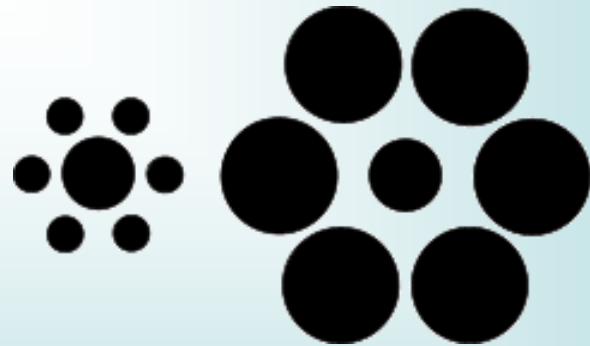
**Si avverte il pubblico  
che i giorni fissati per  
le morti sono il martedì  
e il giovedì**

Ufficio Anagrafe di Reggio Calabria

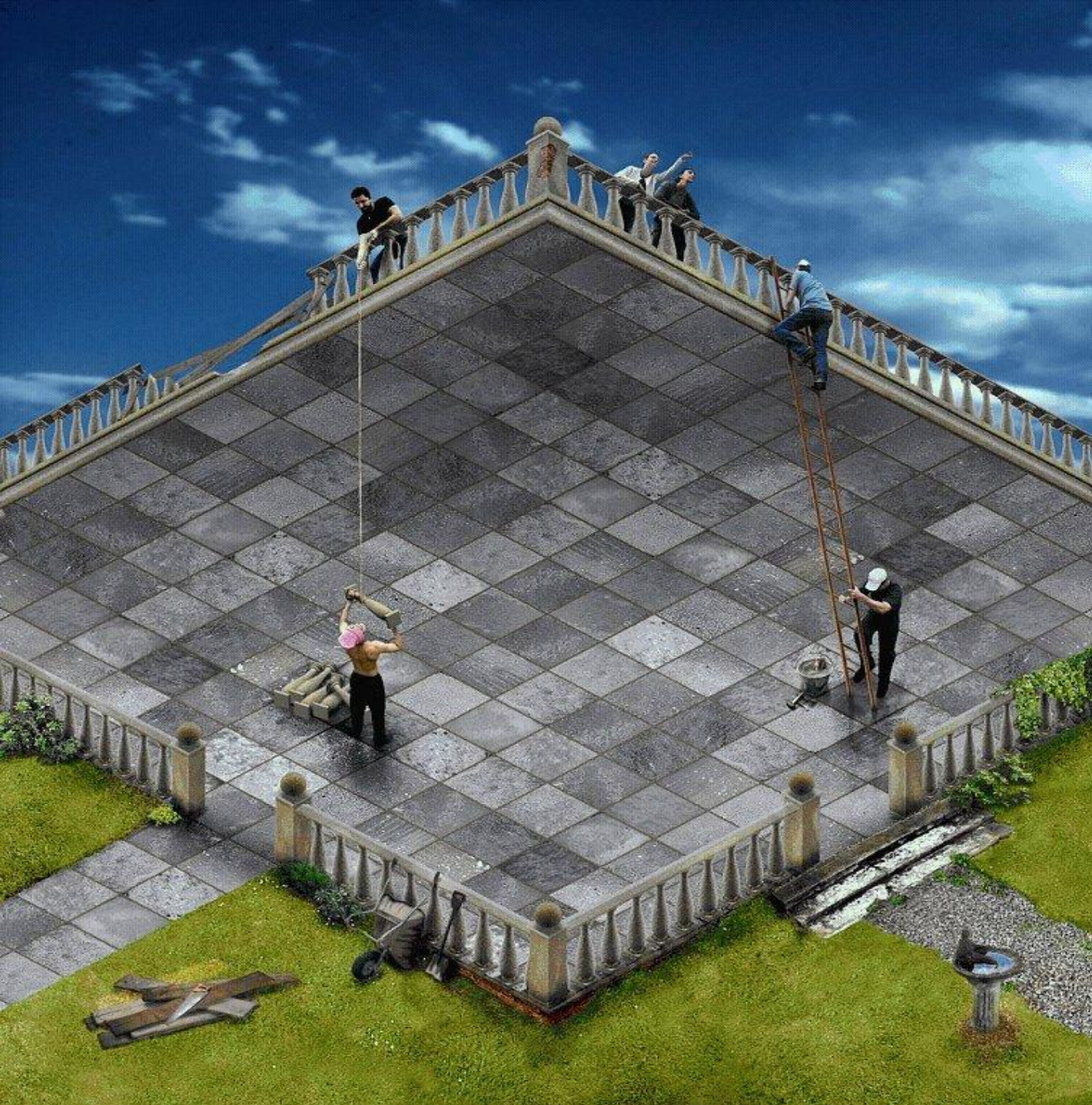
X L'USO DELLE DOCCE, VI PREGHIAMO  
DI ESSERE BREVI, IN QUANTO  
UNO SPRECO DI ACQUA POTREBBE  
NON BASTARE X LE PERSONE CHE  
VI PRECEDONO!!!!

LA DIREZIONE

# La percezione a volte inganna







Effetti  
ottici...



**Di che colore è il vestito?**



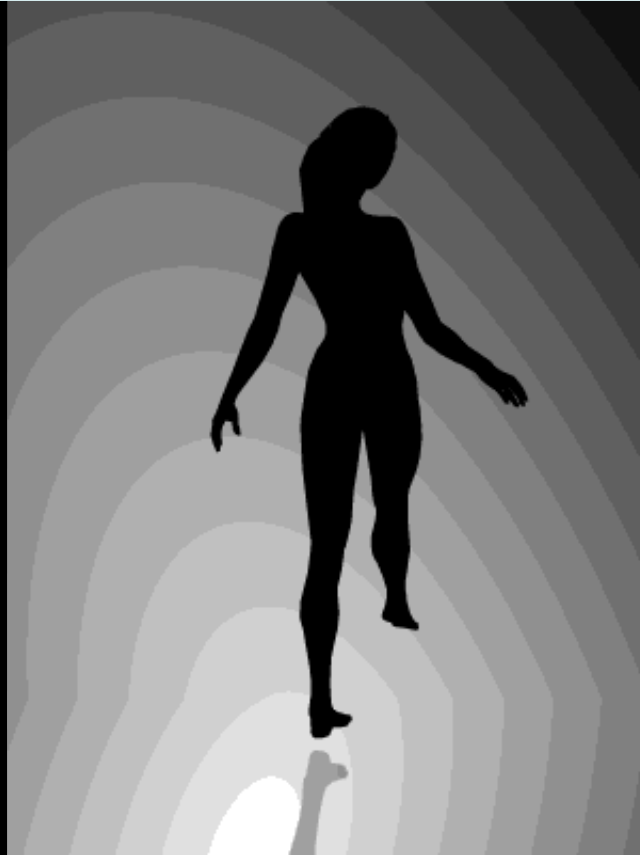






**Come funziona il nostro cervello**





**ATTENZIONE**  
**a**

**valutazione intuitiva**

**effetto Pigmalione**

**LA FORZA DELLE ASPETTATIVE  
CHE NUTRIAMO NEI CONFRONTI DI UN ALTRO  
E' TALE DA POTER, GIÀ DI PER SE SOLA,  
INFLUENZARE IL SUO COMPORTAMENTO**

# **EFFETTO "PIGMALIONE"**

**UN'INSEGNANTE  
SI FA UN'IDEA BEN PRECISA  
DEL SUO ALLIEVO E LO PLASMA  
IN BASE AD ESSA.**

**IL GENITORE FA LO STESSO!**

# PREMIE PUNIZIONI

## Rinforzo positivo





## **PREMI E PUNIZIONI**

**Individualizzati**

**Coerenti, commisurati**

**Efficaci**



**ALCUNE COSE DA RICORDARE QUANDO SI  
RIMPROVERA**

**NON PERDETE LA CALMA**



# **ALCUNE COSE DA RICORDARE QUANDO SI RIMPROVERA**

**NON ATTACCATE LA PERSONALITA' ( il rimprovero deve essere rivolto al comportamento negativo)**

**SIATE SPECIFICI E CIRCOSTANZIATI, MAI GENERICI (rimanete sempre legati a fatti e dati concreti e documentabili)**

**TEMPESTIVI (affinché la situazione non regredisca troppo)**

**COERENTI (stesso comportamento per situazioni simili, o per figli diversi)**

**NON MINACCIATE**

**SIATE EQUI (intervento proporzionale al fatto, dato o comportamento)**

**POSITIVI (illustrare sempre l'alternativa positiva al fatto od al comportamento negativo)**

**PRIVATI (i rimproveri non devono mai avere luogo in presenza di "terze persone")**

***Al contrario, gli interventi positivi, i riconoscimenti devono essere sempre pubblici***

**FATE ATTENZIONE CHE IL RIMPROVERO NON RAFFORZI IL COMPORTAMENTO NEGATIVO**

# L'INDAGINE



# INDAGINE

- *Mettere l'interlocutore a proprio agio*
- *Capire chi ho di fronte*
- *Capire le sue esigenze*
- *Capire le sue motivazioni*



# • L'indagine

- La conoscenza dell'interlocutore
- La prima impressione
- Le domande
- L'ascolto
- L'osservazione
- Chi ho di fronte (parametri)

# ***Lo strumento: l'indagine***

- **La prima impressione  
(i primi 3 minuti):**

## ***i parametri***

- l'abbigliamento
  - il modo di porsi (postura)
  - l'uso della gestualità
  - l'uso dello sguardo
- 
- **NON LIMITARSI ALLA PRIMA IMPRESSIONE**



# L'INDAGINE

**SCOPRIRE IL BISOGNO E PROPORRE  
SOLUZIONI CHE LO SODDISFINO**

***OBIETTIVO***

Scoprire le esigenze e  
le motivazioni

***METODO***

Far parlare gratificando  
con l'ascolto

***COMPORAMENTO***

Far domande

# PER UN'INDAGINE EFFICACE

INDIVIDUARE CIO' DI CUI HA BISOGNO E QUELLO CHE E' PIÙ IMPORTANTE PER L'INTERLOCUTORE

SOLLEVARE NECESSITA' NON ANCORA AVVERTITE O SOLUZIONI NON IMMAGINATE

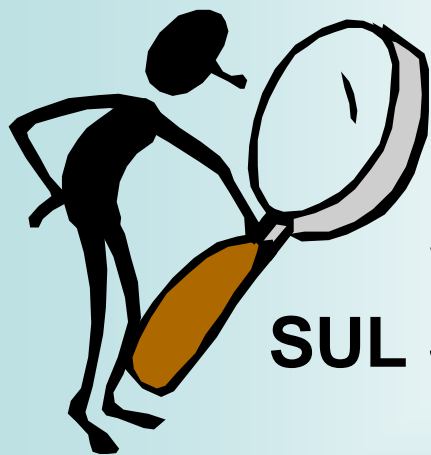
APPROFONDIRE NECESSITA' E BENEFICI DERIVANTI DAL SODDISFACIMENTO

FAR DOMANDE DI CONTROLLO

ARGOMENTARE LE PROPRIE OPINIONI IN TERMINI DI VANTAGGI PER TUTTI

# SCOPRIRE LE ESIGENZE

ATTRAVERSO LA TECNICA DELLE DOMANDE ACQUISISCO  
INFORMAZIONI:



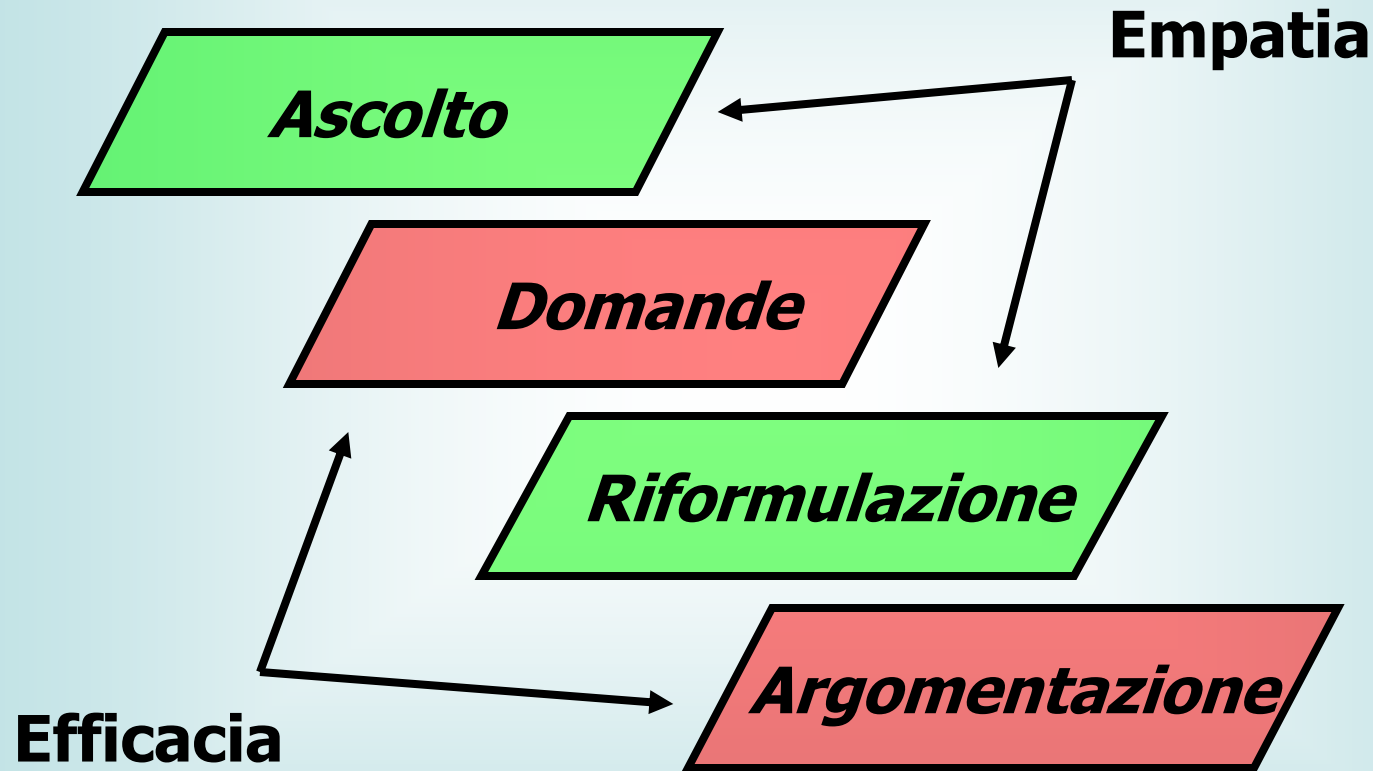
SUI SUOI DESIDERI

SULLE SUE OPINIONI

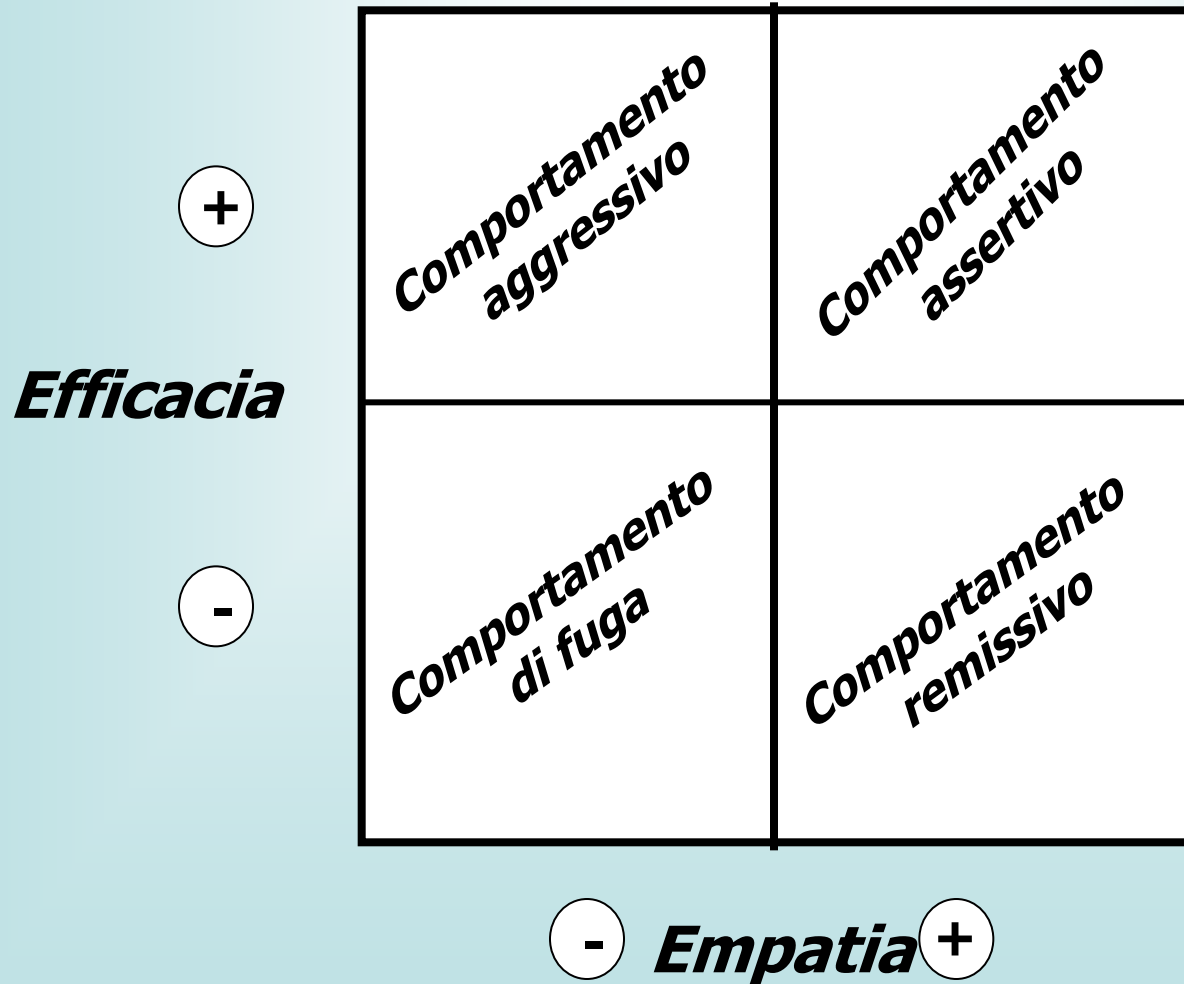
SUI SUOI PERSONALI OBIETTIVI

SUL SUO PERCORSO MENTALE

# La generazione di assertività



# Il quadrante “empatia-efficacia”



**VALIDI MOTIVI**

**VERI MOTIVI**

**BISOGNI ESPRESSI**

**BISOGNI INESPRESSI**

**ESIGENZE PALESI**

**ESIGENZE LATENTI**

**Nascoste, ma più importanti**

**FAR EMERGERE IL BISOGNO**





# **FAR EMERGERE IL BISOGNO**

**SI PONGONO DELLE DOMANDE  
RENDENDO CONSAPEVOLE  
L'INTERLOCUTORE**



**DELLE SUE NECESSITA'**



**IN RAPPORTO ALLE MIE  
POSSIBILITA' DI SOLUZIONE**



# La struttura dell'apparato psichico

An iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is above the water surface, while the much larger, jagged base is submerged. The sky is blue with some clouds, and the water is a deep blue. The iceberg is white and blue, with some snow on its peak.

**Conscio**

**Preconscio**

**Inconscio**

An iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is above the water line, while the much larger, jagged base is submerged below. The sky is blue with some clouds, and the water is a deep blue. The iceberg is white and blue, with some snow on its peak.

**IO**

Parte cosciente  
e razionale

**ES**

Istinti

Pulsioni

Fantasie

Desideri

Principio del piacere

**Super Io**

Principio del Dover

Coscienza morale

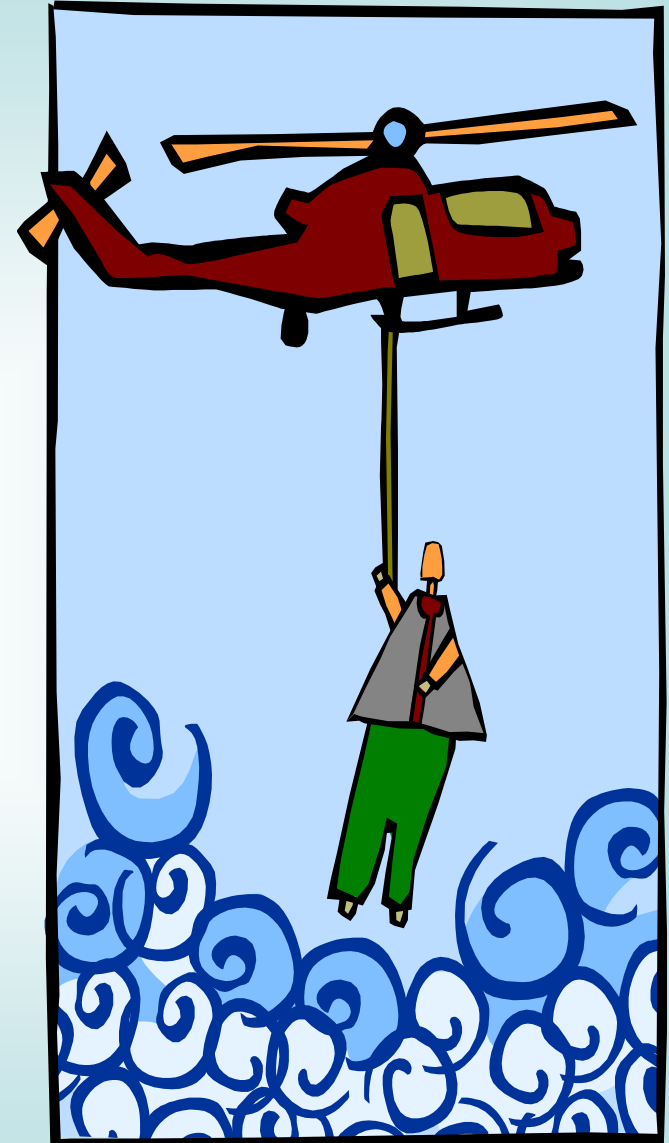
Censura

A photograph of an iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is visible above the water surface, while a much larger, jagged mass of ice is submerged below. The sky is blue with scattered white clouds. The text is overlaid on the submerged part of the iceberg.

**ASCOLTARE  
INTERPRETARE  
E CAPIRE**



DIMMI COSA DEVO FARE  
DIMMI COME DEVO FARLO  
INSEGNAMI A FARLO  
GUIDAMI SE NECESSARIO  
SPIEGAMI IL PERCHE'  
RICONOSCI I MIEI MERITI



# LE DOMANDE

## APERTE

**CHI, COSA, COME  
QUANDO, PERCHE'**

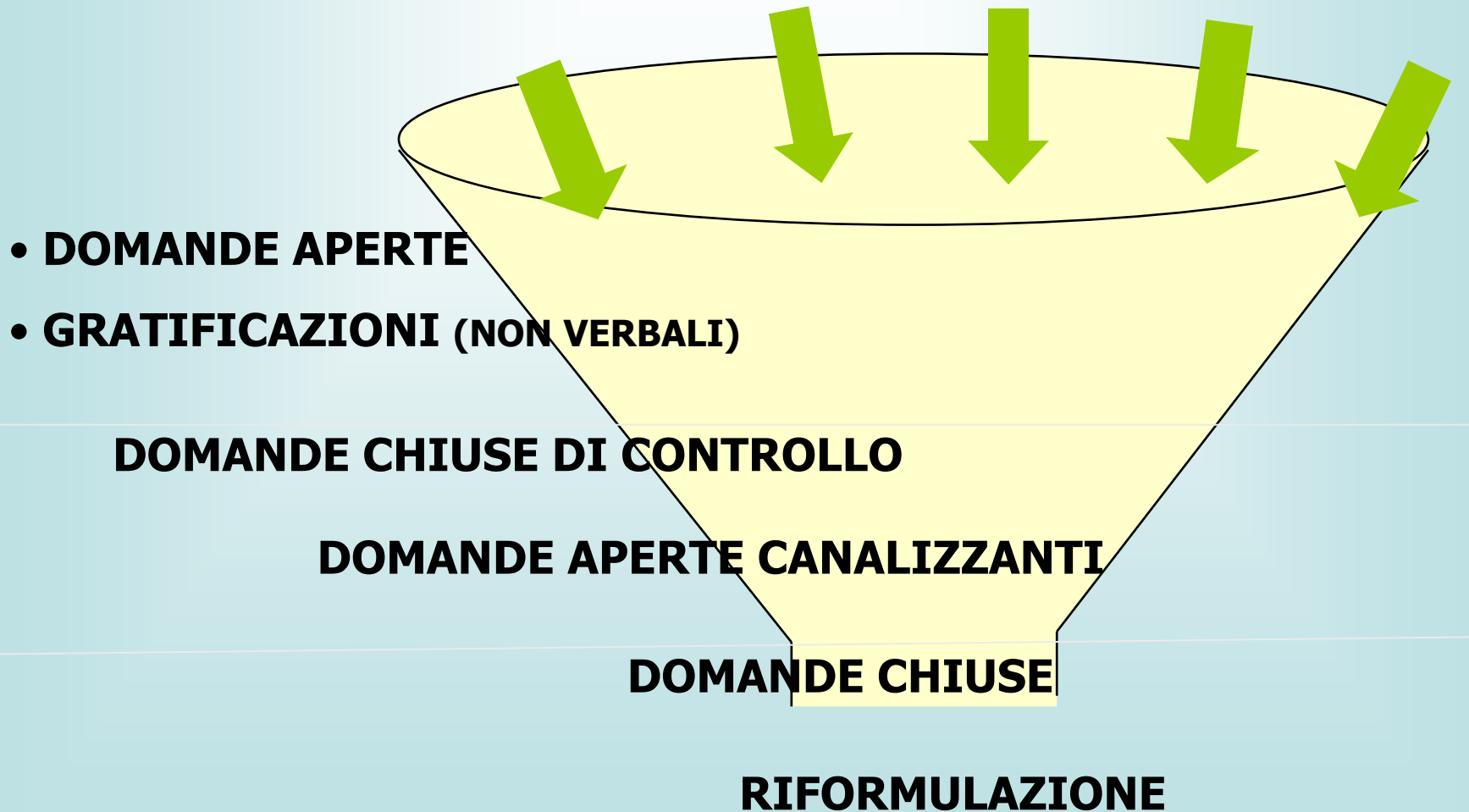
## CHIUSE

**SI, NO**



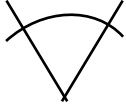

**LE DOMANDE APERTE  
INDUCONO L'ALTRO AD ESPRIMERE OPINIONI O FATTI  
RIVELANDO IL SUO "PUNTO DI VISTA"**

**LE DOMANDE CHIUSE O RETORICHE (SI/NO)  
CONFERMANO IL SUO PENSIERO O UN'INFORMAZIONE,  
RIASSUMONO L'OPINIONE IN UN'AFFERMAZIONE PRECISA**

# Per capire...



# Tecnica delle domande

	APERTE	CHIUSE
NEUTRE	<p><b>MASSIMA INFORMAZIONE</b></p> <p><b>RIFLESSIONE</b> </p>	<p><b>CONTROLLO</b></p> <p><b>SI o NO</b> </p>
CANALIZZANTI	<p><b>INFORMAZIONE ORIENTATA</b></p> <p><b>RIFLESSIONE</b> </p>	<p><b>RICERCA DEL CONSENSO</b></p> <p><b>SI</b> </p>



# La tecnica delle domande

## Domande riflesse

Si basano sul contenuto delle risposte precedenti.

Riflettono qualcosa che l'interlocutore ha detto o provato,  
rivelano la nostra empatia e le nostre capacità di ascolto.

Es. “Ritornando a quello che diceva riguardo la sicurezza: quanto conta per lei.....?”

# La tecnica delle domande

## Domande con alternative positive

Si tratta di domande che costringono l'interlocutore a scegliere tra due possibilità a voi favorevoli, limitando il rischio di sentirsi dire no.

Es. “Quale tipo di confezione preferisce fra queste due, la rossa o la verde?”

“Preferisce venire venerdì pomeriggio o sabato mattina?”

# La tecnica delle domande

## Domande storiche

Sono dirette a ricavare informazioni di base che consentano di trarre delle conclusioni.

Es. “Che cosa l’ha spinto a prendere quella decisione?”

« Di solito come si regola in queste situazioni? »

# La tecnica delle domande

## Domande focalizzanti

Focalizzano l'attenzione sulla situazione o sul problema dell'interlocutore.

Es. “Che tipo di problemi ne sono derivati?”

“Ha dato qualche problema?”

# La tecnica delle domande

Domande che contengono un assunto

Per rispondere negativamente, l'interlocutore deve rifiutarlo, quindi tende ad accettare l'assunto se preceduto da espressioni tipo:

**“Ovviamente” “Chiaramente”**

**“Sono certo che concorderà con me”**

Un uso distorto rende la comunicazione manipolata.

Es. “...e quindi Lei è ovviamente d'accordo con il mio punto di vista?”

# La tecnica delle domande

## Domande retoriche

Tutte le domande che guidano l'interlocutore a una risposta desiderata o attesa.

Provoca resistenze, pertanto va usata occasionalmente e con cautela.

Es. “Non le piace questa cosa, vero?”

# Riformulare

**Riassumere sinteticamente e con parole proprie quello che l'interlocutore ha detto**

(non ripetere parola per parola...)

**Riassumere quello che avete sentito, iniziando con una formula del tipo:**

- *“Se capisco bene, lei mi dice che ...”*
- *“Lei desidera sapere ...”*
- *“Ho preso nota di ...”*
- *“Se ho ben capito, lei sostiene che ...”*

**Aspettare l'accordo dell'interlocutore su quanto è stato riformulato (“sì”) prima di proseguire il colloquio**

**N.B. Si tratta un argomento per volta**

# L'INDAGINE DEVE CONCLUDERSI CON

VERIFICA CHE SIANO EMERSI TUTTI GLI ASPETTI  
RIASSUNTO DELLE ESIGENZE

DOMANDA A IMBUTO



*“SE HO BEN CAPITO, SIG.. . , LEI .MI HA DETTO CHE.....”*

*“DAL NOSTRO COLLOQUIO E' EMERSO CHE.....”*

*E' ESATTO?*

*“QUINDI, SE TROVIAMO UNA SOLUZIONE INSIEME LEI E'  
DISPOSTA A PRENDERLA IN CONSIDERAZIONE?”*



# MA ATTENZIONE



Le risposte dell'altro  
sono più importanti  
delle nostre domande

# Per una buona comunicazione l'ascolto è fondamentale



**L'INSEGNANTE PERDE DI CREDIBILITA'  
E AUTOREVOLEZZA  
SE NON ASCOLTA  
PERCHE' FA SENTIRE  
AL COLLEGA, GENITORE, ALUNNO:**



Di non attribuire importanza alla sua persona ed al valore di ciò che dice



Di essere soltanto interessato a far valere le proprie opinioni



Di essere indispettito quando viene interrotto



Di prepararsi ad un conflitto



Di essere pessimista sulle cose che la persona dirà allorché inizia a parlare

**ASCOLTANDO SUPERFICIALMENTE  
NON PERCEPISCE  
I BISOGNI DELL'INTERLOCUTORE**

mostrarsi sinceramente interessati  
ad ascoltare e capire

❖ ASCOLTARE CON ATTENZIONE

❖ ASCOLTARE TUTTO, ANCHE I DETTAGLI

❖ ACCERTARSI DI AVER CAPITO BENE

# Supporto all'ascolto

## TECNICHE DI INCORAGGIAMENTO

Verbali e Paraverbali  
(ehm, si, capisco,...)

non verbali  
(annuire, cenni del capo, sorridere, ecc.)

## INTERVENTI VERBALI

- ✓ Reformulazione
- ✓ Verbalizzazione  
(restituire con altre parole)
  
- ✓ Confronto
- ✓ Domande esplorative  
(vanno oltre il messaggio)



# ASCOLTO E OSSERVAZIONE

ASCOLTO PASSIVO

Sentire parole senza integrarle nel nostro "ecosistema"  
(concezionale - selezionante)

ASCOLTO ATTIVO

Registrare, memorizzare ed interpretare, nel codice di chi parla,  
il maggior numero possibile di segnali

GUARDARE

Vedere passivamente,  
senza attenzione reale,  
visione d'insieme, selezionante

OSSERVARE  
(SGUARDO ATTIVO)

Osservazione lucida, attenta, volontaria  
Registrazione ed interpretazione dei  
comportamenti visibili

# ASCOLTO

## 1° LIVELLO

Ascolto di ciò  
che è espresso verbalmente  
(ascolto della razionalità)

## 2° LIVELLO

Ascolto  
a livello affettivo,  
dei toni emozionali  
espressi o non espressi  
(ascolto dell'emozionalità)

## 3° LIVELLO

Osservazione  
dei comportamenti visibili



# I BUONI ASCOLTATORI

- Hanno un atteggiamento positivo
  - Apprezzano la complessità
- Si concentrano sulle esigenze dell'interlocutore e non sulle proprie
  - Sono pazienti
  - Non interrompono
- Ascoltano sia i fatti che gli elementi emotivi
- Ascoltano sia con le orecchie sia con gli occhi
  - Non si difendono
- Danno un feedback immediato e specifico



# I BUONI ASCOLTATORI SANNO RICONOSCERE CHI MENTE

Rossore o pallore in viso

Un acuto della voce

L'evitare il contatto visivo

Un minor numero di movimenti del capo

Un calo di efficacia espressiva

L'utilizzo del discorso indiretto

Pause ed errori di linguaggio

Respiro veloce o meno profondo

Un aumento del battito delle palpebre

Innalzamento del tono, accelerazione del discorso

Chi mente:

Sorride con la bocca e non con gli occhi

Corpo e voce si contraddicono (voce dice si – corpo dice no)

Contatto visivo esagerato

Sudorazione esagerata

Rigidità nella parte superiore del corpo

Uso di parole formali

Alla domanda, temporeggia nella risposta

Descrive dettagli irrilevanti

# **I RIVELATORI DI BUGIE**

**IL COLPETTO AL NASO**  
Sindrome di Pinocchio

**IL PIZZICOTTO AL MENTO**

**LA LISCIATINA DEI CAPELLI**

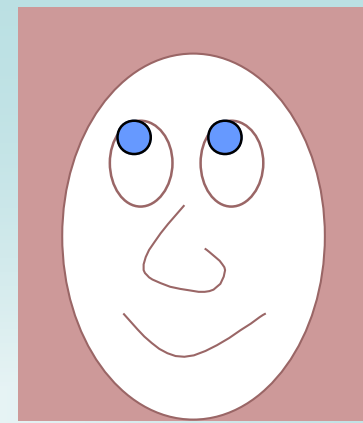
**LA TIRATINA DEL LOBO DELL'ORECCHIO**

**LA PRESSIONE DELLE LABBRA**

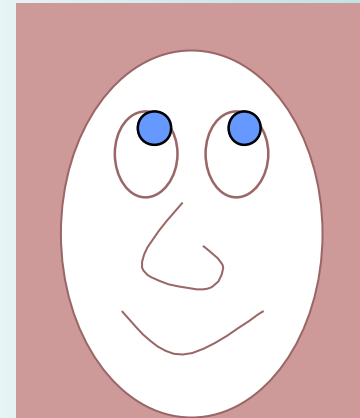
**LA GRATTATINA ALLA GUANCIA O ALLE SOPRACCIGLIA**

**AUMENTO DEGLI AUTOCONTATTI CON IL VISO**

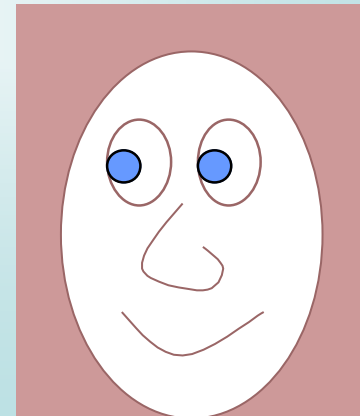
**OCCHI RIVOLTI IN ALTO A DESTRA**  
denotano un atteggiamento di costruzione  
visiva (quando immaginiamo e inventiamo un  
episodio non accaduto o che pensiamo  
accadrà) **VISIVO COSTRUITO**

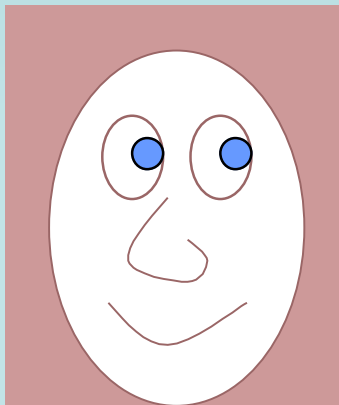


**OCCHI IN ALTO A SINISTRA** indicano  
visualizzazione d'immagini ricordate  
**VISIVO RICORDATO**

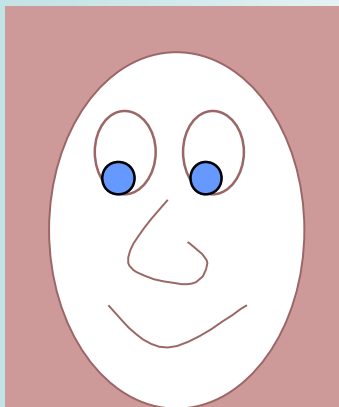


**OCCHI RIVOLTI ORIZZONTALMENTE A  
DESTRA** indicano costruzione auditiva (quando  
pensiamo alle parole di un discorso che  
dobbiamo pronunciare)  
**AUDITIVO COSTRUITO**

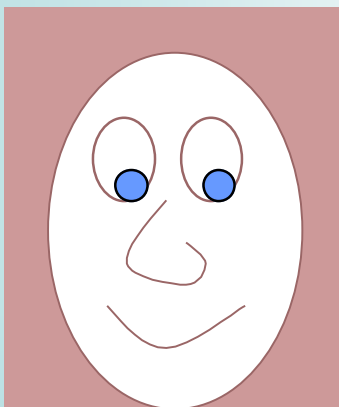




**OCCHI RIVOLTI ORIZZONTALMENTE A SINISTRA** denotano il ricordo di parole e suoni che abbiamo ascoltato in passato  
**AUDITIVO RICORDATO**



**OCCHI IN BASSO A DESTRA** indicano sensazioni cinestesiche (quando pensiamo a un sapore, un profumo o una sensazione somatoviscerale)



**OCCHI IN BASSO A SINISTRA** indicano un dialogo interno (quando si parla tra sé e sé)  
**ASCOLTO INTERNO**

# SAPER ASCOLTARE

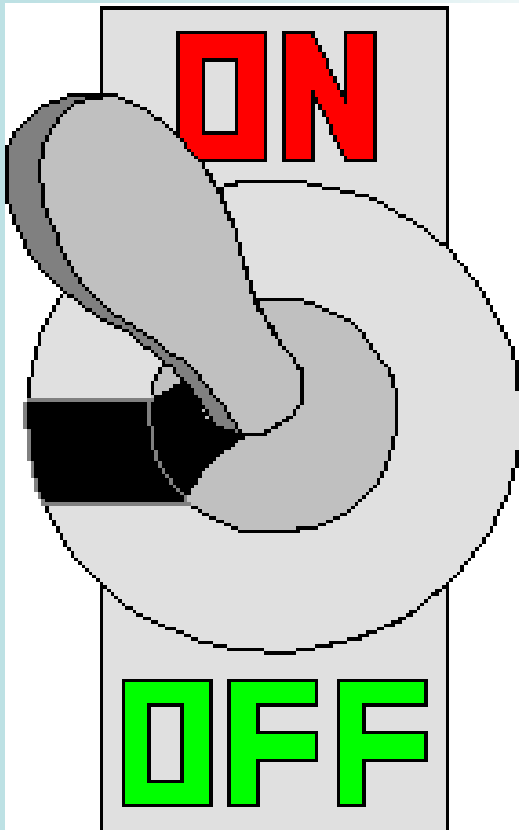
*E' DIFFICILE TANTO PIÙ E' ALTA LA NOSTRA PRESUNZIONE*

## SAPER DIRE

*Io gliel'ho detta!*

## COME L'HO DETTO?

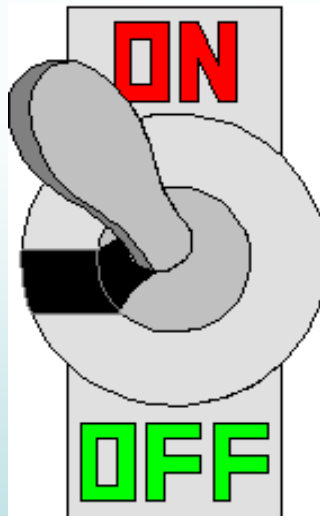
- Ⓒ MI SONO PREOCCUPATO DI RENDERE COMPRENSIBILE IL MIO MESSAGGIO?
- Ⓒ ERO SULLO STESSO PIANO DEL CLIENTE?
- Ⓒ SONO STATO "SEMPLICE"?
- Ⓒ HO USATO UN TONO CORDIALE?



***ADOPIAMOCI  
PER FARCI CAPIRE***

# COME L'HO DETTO?

- ⊙ MI SONO PREOCCUPATO DI RENDERE COMPRENSIBILE IL MIO MESSAGGIO?
- ⊙ ERO SULLO STESSO PIANO DELL'ALTRO?
- ⊙ SONO STATO “SEMPLICE”?
- ⊙ HO USATO UN TONO CORDIALE?



**ADOPIAMOCI PER FARCI CAPIRE**



# L'ARGOMENTAZIONE



metodo: tecniche di vendita



# AIDA

**A** Attenzione

**I** Interesse

**D** Desiderio

**A** Azione



# **Curare il contenuto (comunicazione verbale)**

Ma anche e soprattutto

**La comunicazione paraverbale  
(come dico le cose, l'enfasi, le pause, etc.)**

**La comunicazione non verbale  
(cosa comunico con il mio corpo)**



# per ottenere una buona comunicazione

## DEVO

**avere un linguaggio semplice e chiaro  
in linea con quello utilizzato dall'interlocutore**

**utilizzare analogie, confronti, immagini**

**ripetere e riepilogare**

**utilizzare il feed back  
per scoprire consenso e obiezioni**

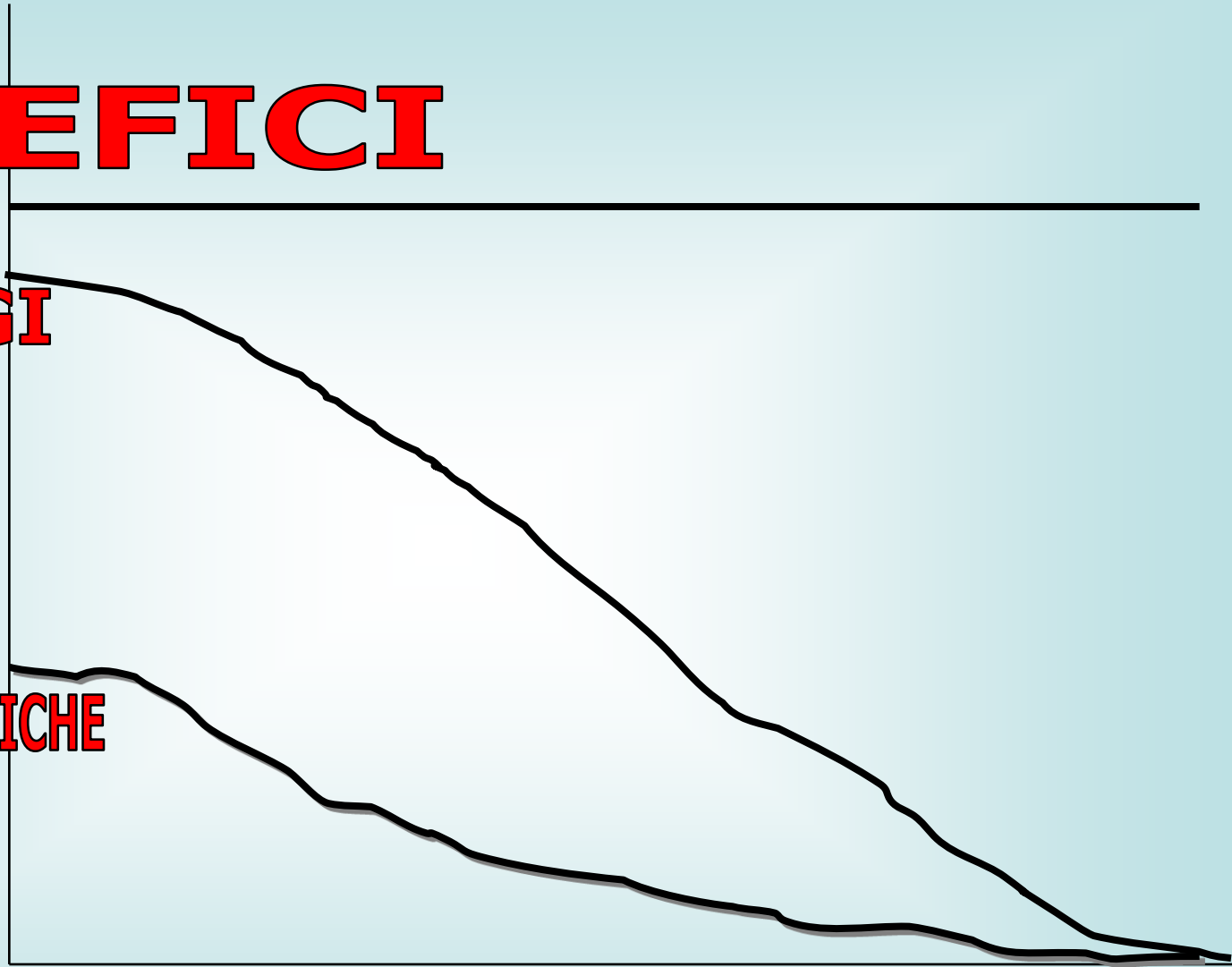


# BENEFICI

## VANTAGGI

## CARATTERISTICHE

**tempo**



# L'ARGOMENTAZIONE

## ***OBIETTIVO***

Esporre vantaggi e benefici

## ***METODO***

Dire una caratteristica per volta

Mostrare chiaramente punto per punto

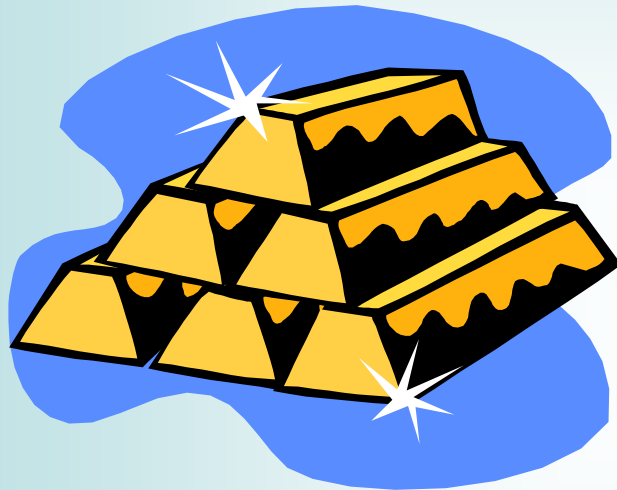
Dimostrare i vantaggi (esperienze, numeri, studi, etc)

Verificare che l'altro approvi

## ***COMPORAMENTO***

Trasformare le caratteristiche oggettive della proposta in vantaggi e benefici, in termini di soddisfacimento delle esigenze concordate o delle motivazioni rilevate.

**METTERSI  
PUNTO DI  
DELL'ALTRO**

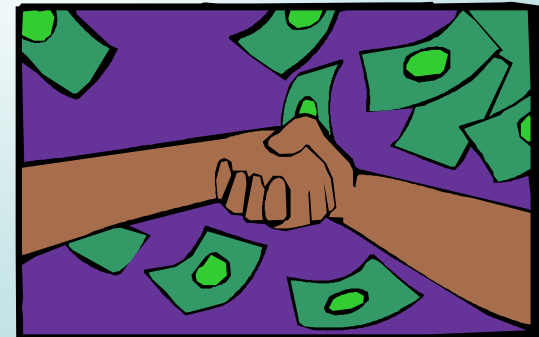


**DAL  
VISTA**



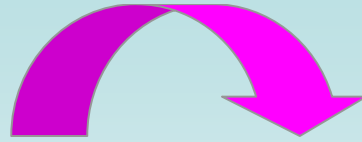
**NON BASTA CHE  
LA NOSTRA  
PROPOSTA SIA  
VALIDA IN SE'!**

**DEVE ESSERE  
PRESENTATA  
COME VALIDA  
PER L'ALTRO**



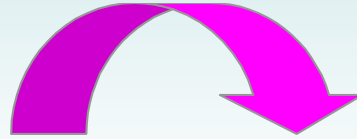


**stadio n. 1.**



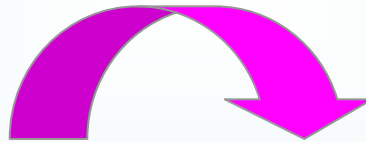
**riconoscere i bisogni dell'interlocutore**

**stadio n. 2**



**definire la soddisfazione del bisogno  
come obiettivo**

**stadio n. 3**



**suggerire il comportamento che permette  
all'interlocutore di raggiungere l'obiettivo ,  
ovvero**

**descrivere (vendere l'obiettivo in modo così  
preciso, che sia in grado di indicare da solo il  
comportamento necessario per raggiungerlo)**

**LA PERSONA SARA' TANTO PIÙ MOTIVATA  
QUANTO MEGLIO RIUSCIRÀ A IMMAGINARSI  
LA SITUAZIONE DA RAGGIUNGERE**



**(Non vendere la bistecca,  
vendi il suo profumo)**



# COME PRESENTARE LE SOLUZIONI ?

UNA BUONA PRESENTAZIONE E'

CHIARA

SINTETICA

ESAURIENTE

GRATIFICANTE I BISOGNI DELL'ALTRO

LOGICA

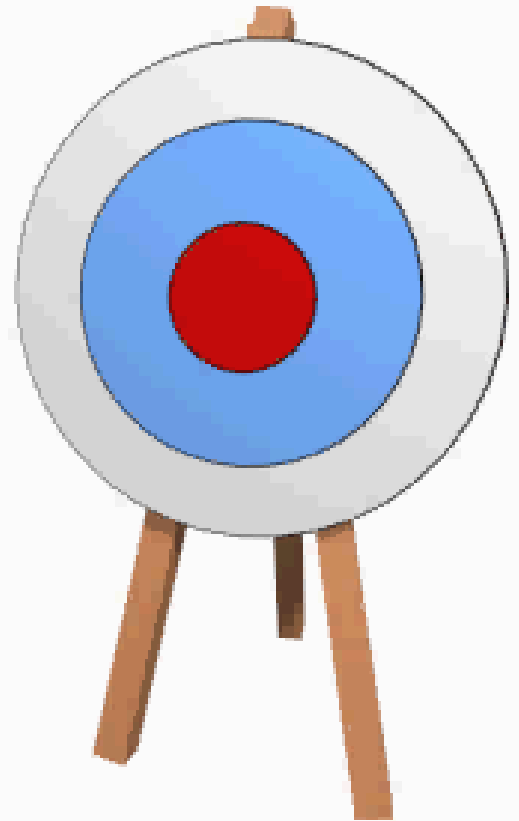
ENTUSIASMANTE



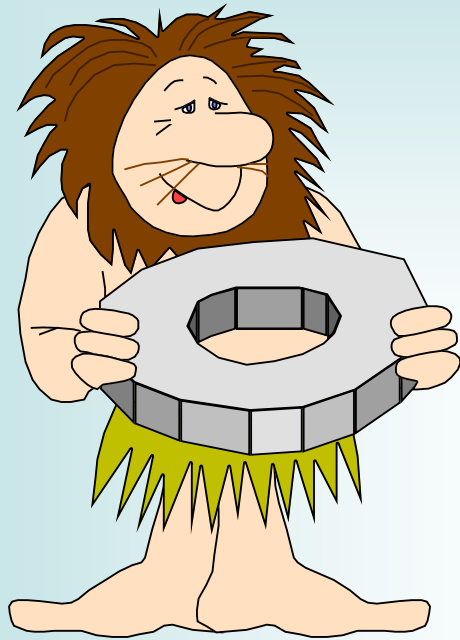
# LA COMUNICAZIONE PERSUASIVA

## OBIETTIVO

**FARE IN MODO CHE  
GLI ALTRI LA PENSINO  
COME ME O  
DESIDERINO  
LA STESSA COSA  
CHE DESIDERO IO  
SENZA FAR USO DELLA  
MANIPOLAZIONE**

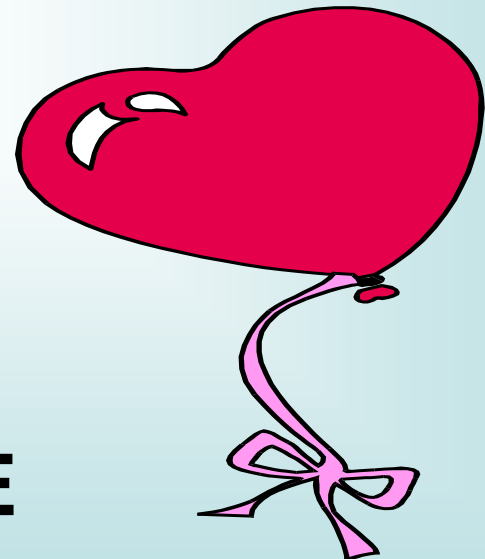


# L'INTERVENTO PERSUASIVO SI BASA



**SULLA RAGIONE  
PER COMUNICARE**

**SUI SENTIMENTI  
PER CONVINCERE**



**IL PRIMO PASSO DA PERCORRERE  
PER UN INTERVENTO PERSUASIVO E'  
CREARE INTERESSE PER CIO' CHE SI STA PER DIRE**

**ASCOLTARE LE ESIGENZE, LE MOTIVAZIONI,  
GLI OBIETTIVI DEGLI ALTRI**

**VEDERE LE COSE  
ANCHE DAL LORO PUNTO DI VISTA**

**DIRE COSE INTERESSANTI PER GLI ALTRI**

**ESSERE COERENTI: AVERE  
GLI STESSI ATTEGGIAMENTI CHE SI  
VOGLIONO OTTENERE DAGLI ALTRI**

# **UN SECONDO PASSO IMPORTANTE E' QUELLO DI VALORIZZARE LA PROPRIA OPINIONE**

**EVITARE DI FORNIRE VALUTAZIONI O CONCLUSIONI PRIMA DI  
AVER ESPRESSO LE PROPRIE ARGOMENTAZIONI**

**FORNIRE LE ARGOMENTAZIONI DI SUPPORTO ED IL PROCESSO  
LOGICO CHE HANNO ORIGINATO LA NOSTRA OPINIONE**

**EVIDENZIARE I BENEFICI ED I RISVOLTI POSITIVI CHE I NOSTRI  
INTERLOCUTORI POSSONO TRARRE DA QUANTO DICIAMOI**

**INDIVIDUARE ED ANALIZZARE GLI SVANTAGGI IN MODO  
EQUILIBRATO**

**MOSTRARE DISPONIBILITA' AD ASCOLTARE ARGOMENTAZIONI  
DIVERSE**

**DIFENDERE IL PROPRIO SPAZIO CON FLESSIBILITA'**

COME SI OTTIENE LA

STAMP  
S  
LA  
A



**SORRIDERE** Le persone, a meno che non stiano attraversando un momento di particolare dolore, amano vedere visi sorridenti. Il sorriso è contagioso. Il sorriso trasmette ottimismo, serenità ed entusiasmo.

**INTITOLARE** Il suono del nostro nome ci attrae e ci dà fastidio che gli altri sbagliano e lo storpiino. Chi ci chiama ci cerca e quindi ha bisogno di noi; ci sentiamo importanti, quindi fuori dall'anonimato.

**MORIGERATEZZA** Essere moderati nei gesti e nei comportamenti. Ogni nostro gesto deve dare un senso di correttezza, di ordine e non di prepotenza.

**PARLARE** di lei. Per noi la persona più importante siamo noi stessi. Parliamo perciò delle sue cose, dei suoi interessi, delle sue attività, delle sue responsabilità, della sua famiglia.

**AFFABILITA'** La cortesia è un segno di socievolezza, di comprensione verso gli altri. Significa comprendere le loro esigenze antepoendole alle nostre.

**T RATTARE** i presenti (collaboratori o familiari) allo stesso modo. Trattandoli con gentilezza ci saremo creati all'interno una persona che quando parlerà di noi lo farà con un accento di simpatia.

**I NDURRE** a darci pareri. Dare pareri agli altri è ciò che amano fare tutte le persone. Non ci sentiamo forse felici quando qualcuno ha scelto ciò che noi gli abbiamo consigliato? Ci è antipatico chi ha applicato un nostro consiglio?

**A SCOLTARE** E' indispensabile saper ascoltare con intelligenza. L'ascolto attivo è utile per capire e per comunicare. Non è difficile capire se una persona non ci ascolta.

# PARLARE IN PUBBLICO



**DECOLLO**  
**Creare**  
**attenzione**



**VOLO**  
**Sviluppo**  
**dell'argomentazione**

**ATTERRAGGIO**  
**Conclusione**

***«Mi ci vogliono più di tre settimane per preparare un buon discorso improvvisato.» Mark Twain***

# **LA PREPARAZIONE**



***“I migliori oratori danno l'impressione di improvvisare, ma in realtà si preparano tutto.” J.F. Kennedy***

# QUAL È IL MIO SCOPO?

- **Presentare**
- **Informare**
- **Formare**
- **Intrattenere**
- **Comunicare**
- **Motivare all'azione**



**Diversi scopi con diverse modalità  
di argomentazione ed esposizione**

**PREPARARE MOLTO BENE E PRIMA  
L'ARGOMENTO DA ILLUSTRARE**

**La scaletta**



# CONOSCERE LA STANZA ARRIVARE PRIMA



**Predisporre  
materiali  
e strumenti**

**Conoscere il  
pubblico**



**CREARE UN CLIMA FAVOREVOLE  
LA PREDISPOSIZIONE ALL'ASCOLTO  
UN'ATMOSFERA CORDIALE E  
RILASSATA**





# LA REGOLA DELLE 3 S

**SEMPLIFICARE**

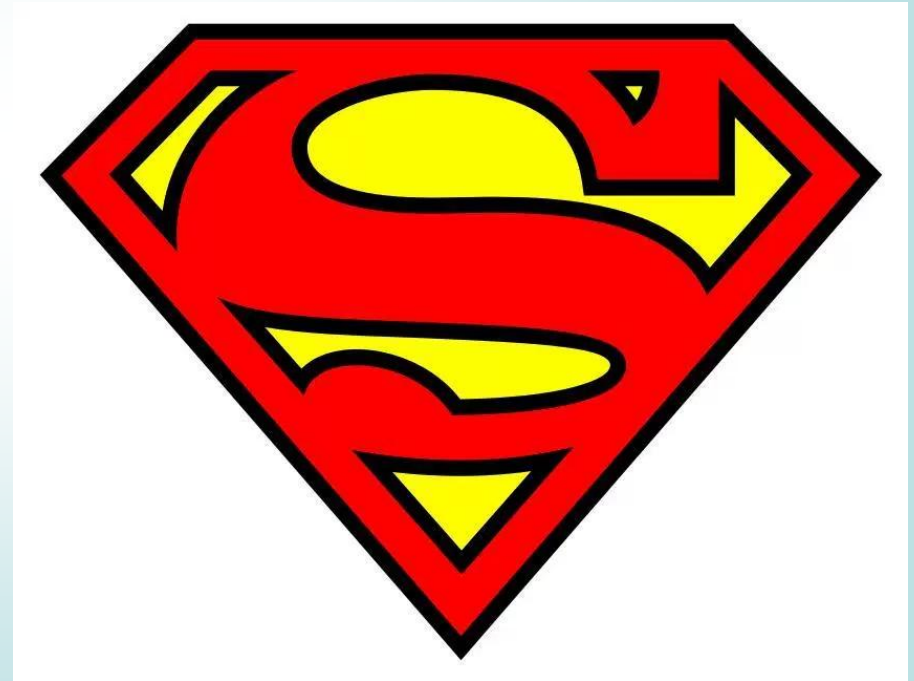
**Aneddoti, esempi ...**

**SINTETIZZARE**

**Parole chiave**

**SOTTOLINEARE**

**Pause**



**SE SI SO**

# **GESTIRE L'ANSIA**



**Respirazione**

**Visualizzare se stessi**

**Pratica, pratica, pratica**

# IL CONTATTO OCULARE con il pubblico

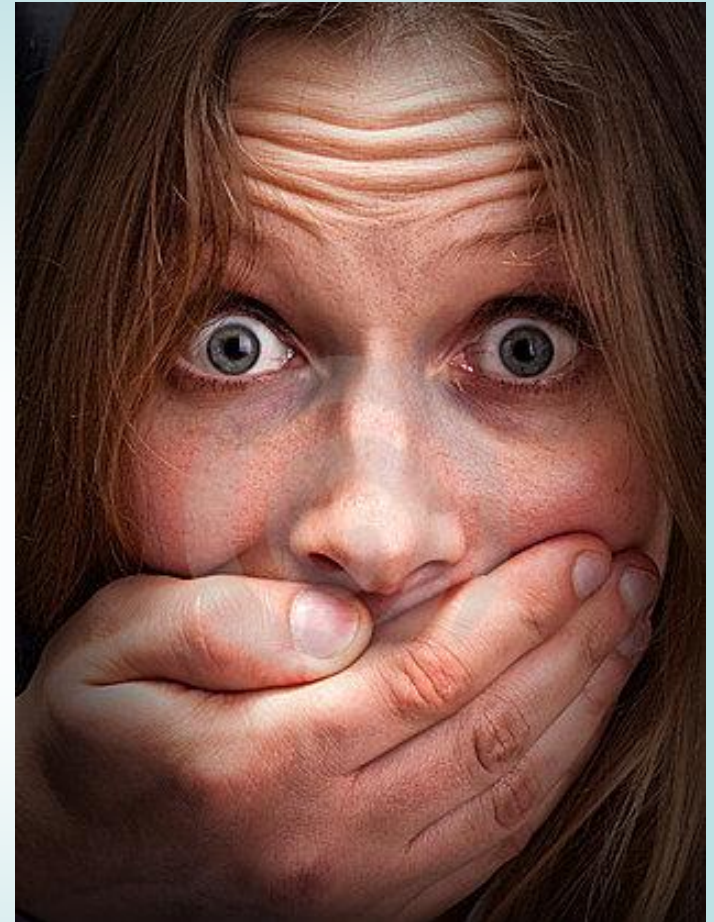


## LO STRABISMO DEL RELATORE

Guardare tutti - Guardare a zone - Guardare amici  
Sguardo a faro

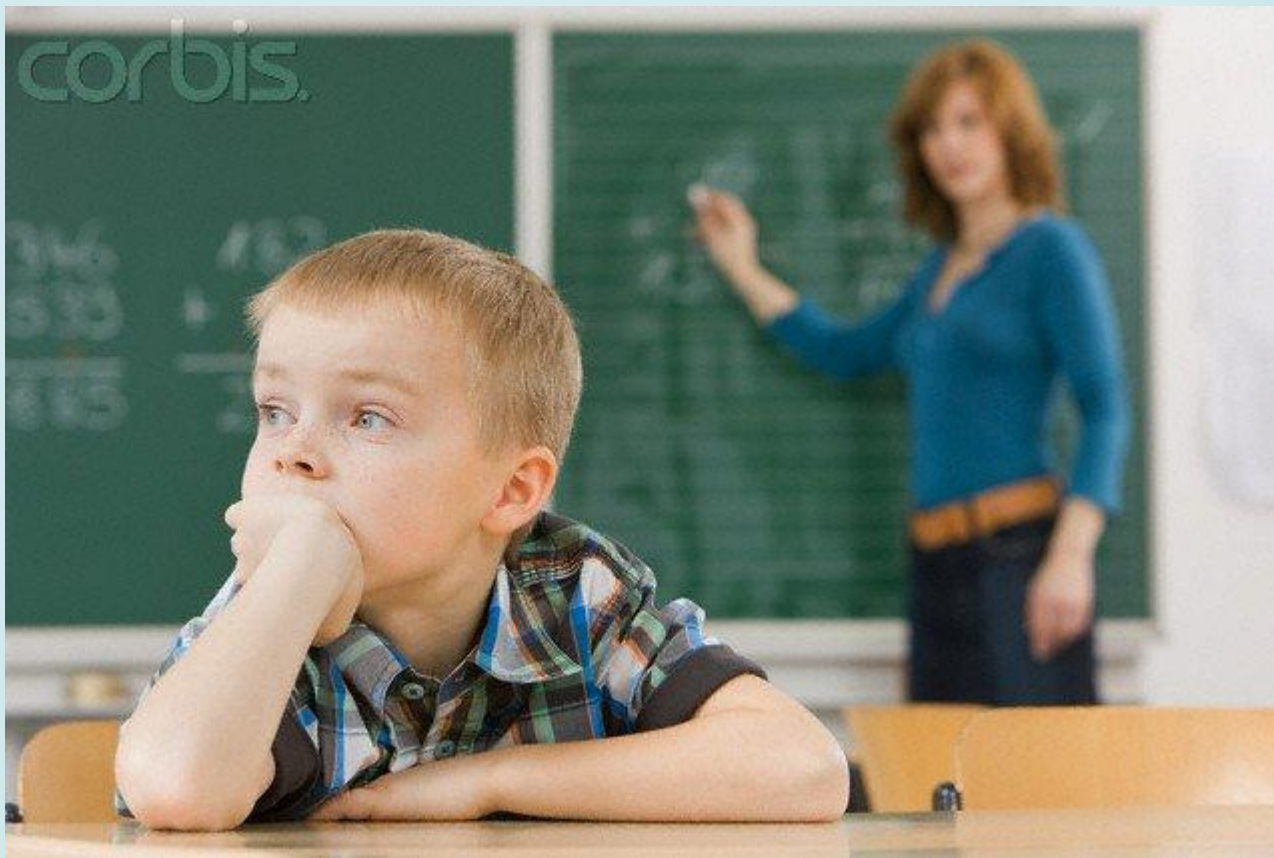
**EVITARE DI FAR  
NOTARE  
I VOSTRI ERRORI**

**Per superare  
l'impasse, il blocco  
o il vicolo cieco:  
distrarre l'attenzione  
su argomenti neutri**



**EVITARE TECNICISMI**

# ATTENZIONE ALLE SOGLIE DI ATTENZIONE



- Partecipazione attiva = più attenzione
- Esercizi pratici o giochi a compendio
  - Coinvolgere, chiamare per nome, etc.



# **IL TEMPO PSICOLOGICO È DIVERSO DAL TEMPO REALE**



**PREORDINARE I TEMPI DELL'INTERVENTO  
E PER OGNI SINGOLO ARGOMENTO**

# PREPARARSI STORIE, ANEDDOTI, METAFORE



**USARE CITAZIONI**

# CURARE IL PROPRIO ASPETTO



- Non c'è mai una seconda occasione per fare una buona prima impressione
- L'abito non fa il monaco, ma l'opinione della gente SI



# **IL FEED BACK DEL PUBBLICO**

**Interpretare il linguaggio del corpo**



**MANI IN VISTA**



**VOCE MODULATA**

# **DIMOSTRARE SICUREZZA E COMPETENZA**



# OBIEZIONI

