

concetti base di comunicazione verbale



obiettivo:

*saper effettuare una comunicazione
efficace centrata su chi ci sta ascoltando*



strategia di comunicazione

- dire la cosa giusta
- alle persone giuste
- nel modo giusto
- nel momento giusto
- usando più strumenti di comunicazione



postulati

comunicare é vendere

ovvero

vendere é comunicare

ogni comunicazione efficace

deve essere personalizzata

comunicazione è

- la comunicazione conviene a chi vuole cambiare i propri e altrui comportamenti attraverso una relazione duratura (*comunicare = mettere in comune*)
- *non parlare di.....*
- *ma parlare a.....*

le domande sbagliate

- ▶ **che cosa voglio/devo dire?**
- ▶ **che parole usare?**

le domande giuste

- ▶ **che cosa voglio/devo ottenere?**
- ▶ **che cosa voglio comunicare?**
- ▶ **chi sono i miei interlocutori?**
- ▶ **chi sono io per gli interlocutori?**

obiettivi di una comunicazione

- ▶ **non trasmettere un messaggio o dire delle cose**
- ▶ **ma ottenere una reazione o influenzare un comportamento**
- ▶ **la comunicazione è il risultato ottenuto, non il contenuto trasmesso**
- ▶ **se il risultato ottenuto è conforme all'obiettivo, allora la comunicazione è efficace**

prima regola base



il discorso dei Marines

il discorso dei Marines

1. dire cosa si sta per dire

2. dirlo

3. dire di averlo detto



le fasi del discorso e i loro obiettivi

le fasi

- ▶ introduzione
- ▶ svolgimento
- ▶ conclusione

gli obiettivi

catturare l'attenzione
farsi capire / farsi ricordare
ribadire i punti chiave

Cicerone scrisse che

**"l'inizio del discorso
introduce l'argomento,
la parte centrale lo sviluppa,
la fine lo riassume"**

seconda regola base

la preparazione







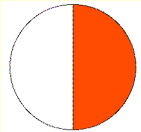







prepararsi per



- ▶ **risultati da conseguire (obiettivi)**
- ▶ **analisi destinatari e contesto**
- ▶ **scaletta contenuti**
- ▶ **strumenti**
- ▶ **ruoli**
- ▶ **tipi di relazione**

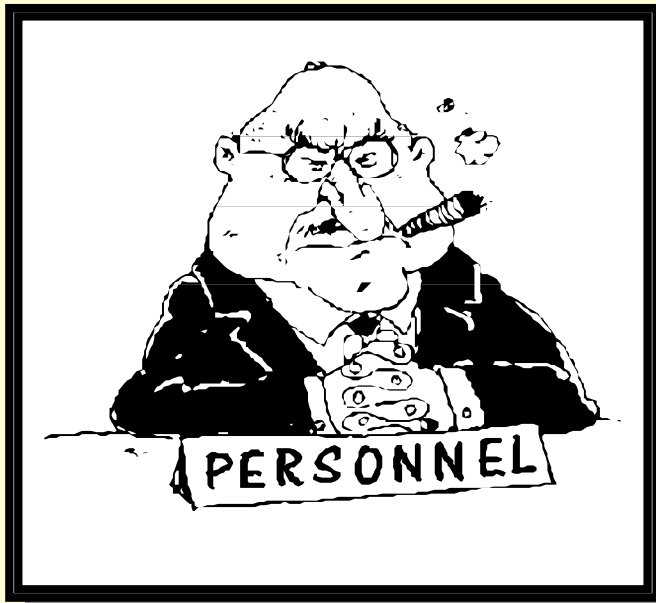


tecniche di comunicazione	canale di percezione	% di apprendimento
verbale 	solo udito	 20%
grafica - gestuale iconica 	solo vista	 30%
mista  	udito + vista	 50%
mista  	udito+vista+interazione	 70%
mista + sperimentazione 	udito + vista + discussione + uso	 90%

definire l'obiettivo

- l'obiettivo non è mai una frase che esplicita che cosa io farò:
spiegare, informare, convincere, ecc.
- l'obiettivo è una frase che si pone come obiettivo cosa
l'interlocutore / trice farà o gli interlocutori faranno dopo che
si sarà concluso il mio discorso:

.....lui/lei/loro deve/devono ... ecc.



la presentazione personale



il mio nome é Bond, James Bond

presentazione personale

- ▶ sono.....
 - (funzione aziendale “arricchita”)
 - eventuali “hobby “ (altro canale comunicativo oltre quello professionale)

- ▶ obiettivi a lungo, medio, breve
- ▶ esperienze scolastiche/culturali
- ▶ competenze professionali
- ▶ (situazione personale)



comunicazione persuasiva



una comunicazione è detta persuasiva quando l'immagine dell'emittente, lo strumento scelto, i contenuti e il linguaggio risultano i più adeguati in rapporto al destinatario, alla sua cultura, alla sua sensibilità, ai suoi bisogni.

a cosa si interessano le persone

*in primo luogo
ed in secondo luogo
ed in terzo luogo*

?

?

?

A SE STESSA

?

i benefici per gli interlocutori

- che cosa ci “guadagno” ad ascoltare?
- che cosa ci “guadagno” a essere d'accordo?

ricordiamo che la mente:

- è limitata

- odia la confusione

- è insicura

- è statica, non cambia

*- può avere problemi di
" messa a fuoco "*

cos'è



stimolo

risposte



è un Rembrandt

**è un quadro con una
donna in primo piano**

è un oggetto costoso

è un oggetto vecchio

cosa vogliono le persone ?

- messaggi semplici
- risposte semplici
- prodotti semplici
- pensare in modo semplice.....



cosa non vogliono le persone ?

- non pensare
- concetti fuorvianti
- non avere problemi
- "lavorare per decidere ".....

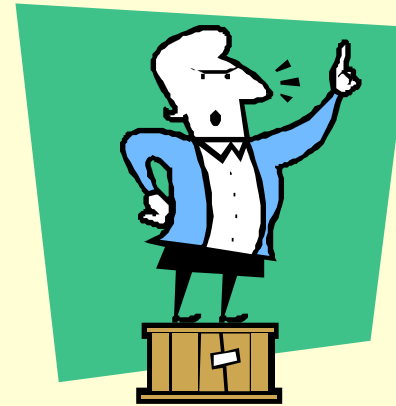
terza regola base

CI SI ASPETTA UNA RICETTA CHE DICA COME:

- diventare più ricco, più intelligente
 - essere più felice, più bello
- divenire più soddisfatto, più informato
 - avere più successo
- godere di maggior considerazione
- guadagnare o risparmiare più denaro
 - godere di migliore salute
 - far più affari
 - eccetera, eccetera...



*saper bruciare la notizia in fase di
presentazione:*



*dare subito la notizia importante
che dobbiamo illustrare*

spieghiamo i concetti

*il pubblico presterà più attenzione
a quello che stiamo per dire!!!*



esempi (comunicazione scritta) :

presentazione nuovi prodotti

nuove opportunità di successo

preconsuntivi di vendita

prospettive, un buon semestre in arrivo

corso nuova procedura

lavoriamo meglio con la nuova procedura

quinta regola base

ogni comunicazione, verbale, scritta, singola, in gruppo, ecc.

deve terminare con

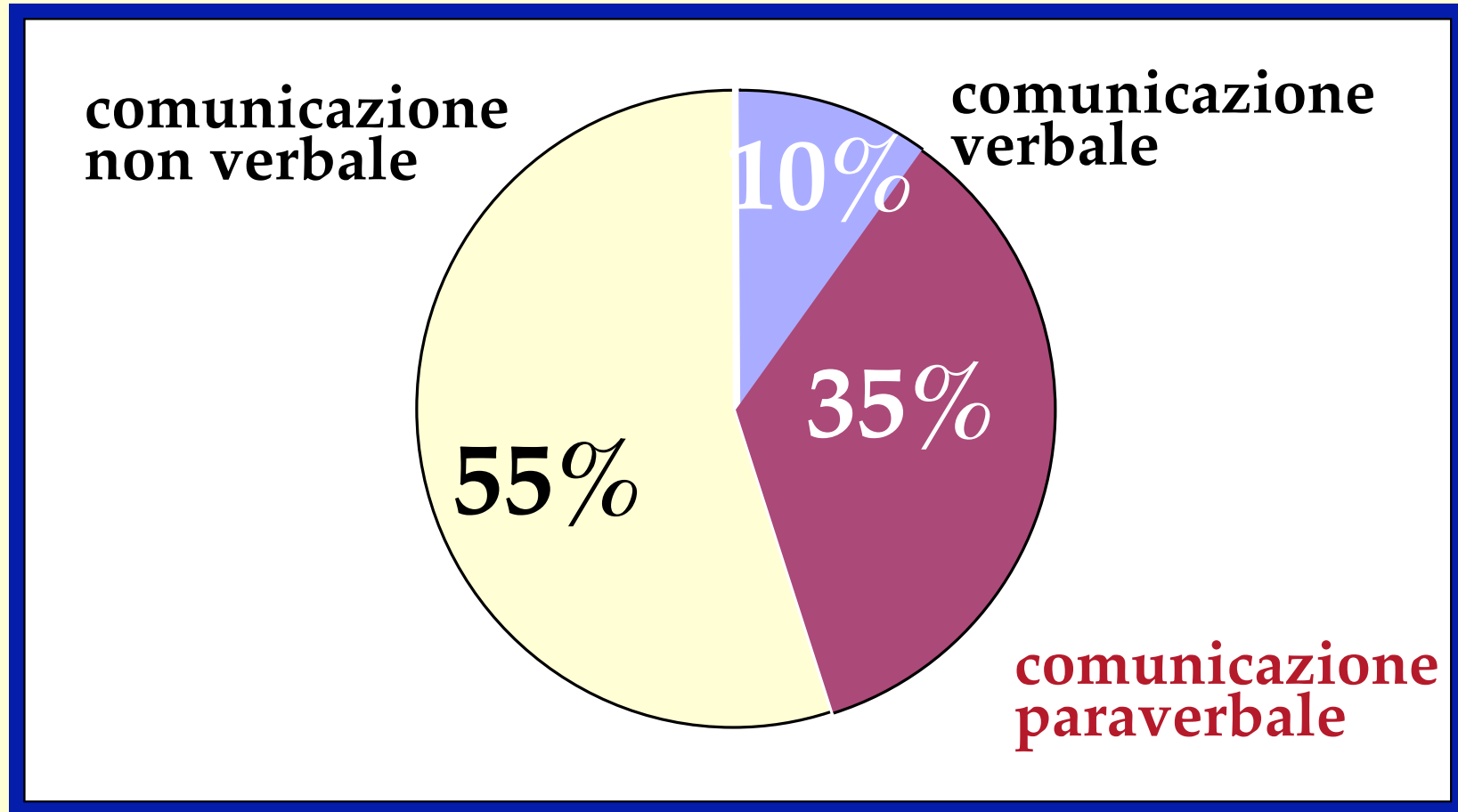
un invito all'azione !!!



gli obiettivi della strategia della comunicazione

- **consapevolezza**
(il target è stato raggiunto dal messaggio)
- **comprensione**
(il target ha capito)
- **motivazione**
(il target è stato convinto/persuaso)
- **azione**
(il target agisce nella direzione voluta)

il peso delle parole

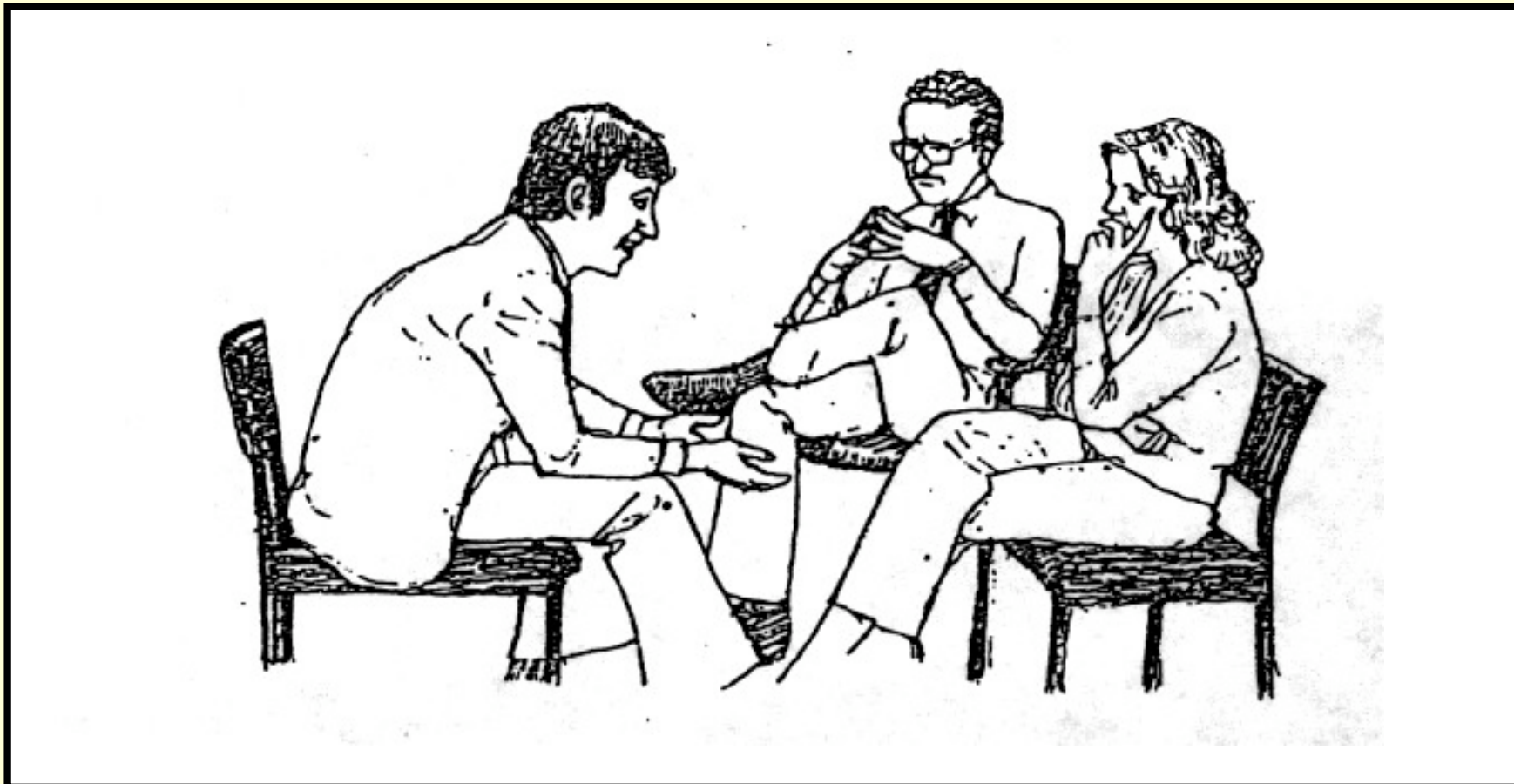


Ricordare sempre che la comunicazione non verbale:

- ▶ *é molto difficile mascherare la comunicazione non verbale*
- ▶ **aspetti verbali e non verbali si rinforzano reciprocamente se sono coerenti**
- ▶ *quando verbale e non verbale entrano in conflitto, l'ascoltatore opterà per il non verbale*
- ▶ *la discrepanza tra i due canali , verbale e non verbale, evidenzia che il messaggio non é coerente*



cosa stanno facendo?



*saper dire quello che l' interlocutore
vuol sentirsi dire ovvero :*

*sintonizzazione
(essere " centrati" sull' altro)*



comunicare non è

“ parlare di.....”



ma

“ parlare a....”

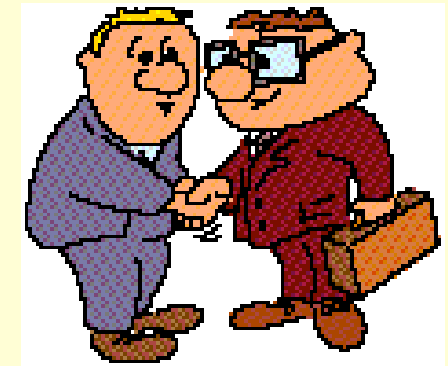
durante tutta la fase comunicativa :

- 1 essere interattivi*
- 2 sollecitare pareri*
- 3 chiedere conferme*
- 4 riepilogare*
- 5 parafrasare*

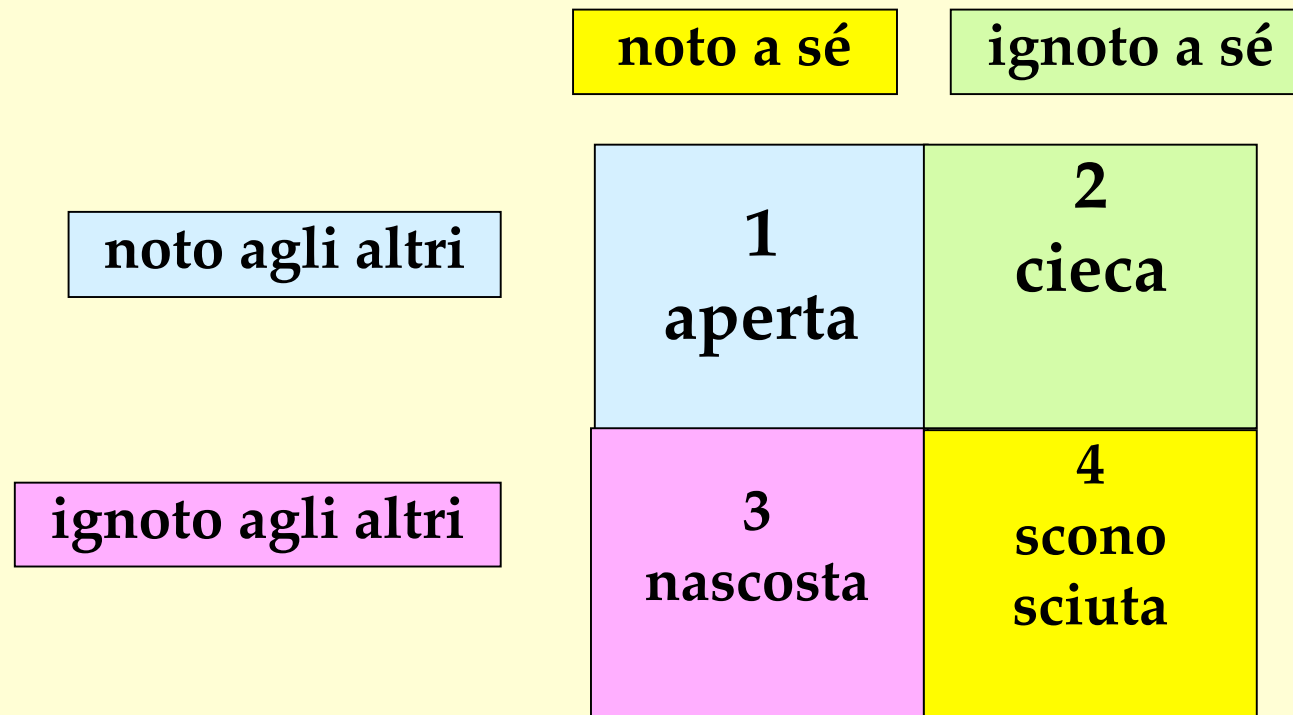
.....

effettuare feed-back

per ottenere una comunicazione di relazione

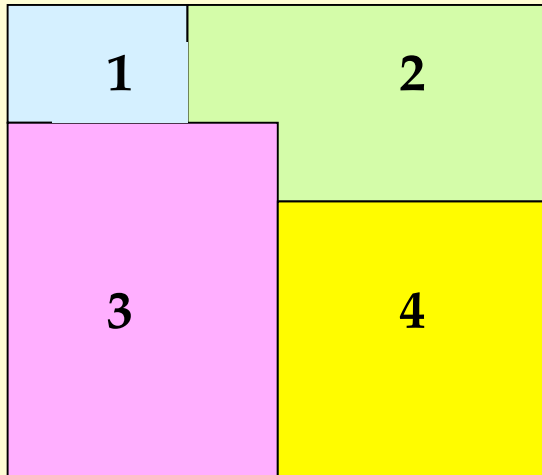


la finestra di johari

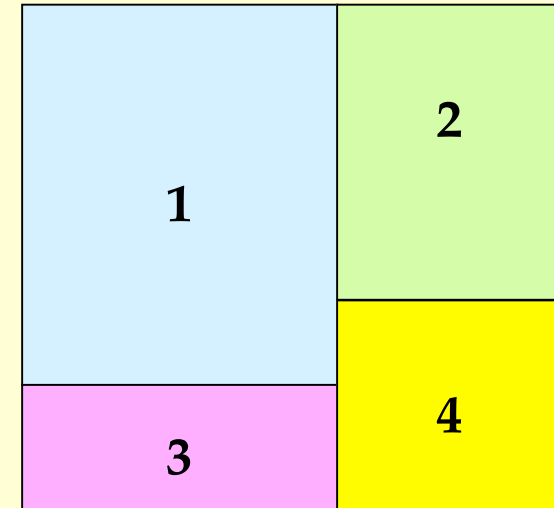


- 1 si riferisce al comportamento e alla motivazione noti a sé e agli altri
- 2 si riferisce a ciò che gli altri possono vedere in noi e che noi ignoriamo
- 3 si riferisce ad aspetti che ognuno conosce di sé ma che non rivela ad altri
- 4 si riferisce a comportamenti e motivazioni di cui né l'individuo né gli altri sono consapevoli

all'inizio



poi.....



in un rapporto recente l'area 1 è molto piccola, non c'è molta interazione libera e spontanea, via via che cresce e matura la conoscenza, l'area 1 si espande perché ci si sente più liberi di esprimersi e di comunicare, l'area 3, di conseguenza, si contrae; l'area 2 si modifica più lentamente e in maniera diversificata, mano a mano che le aperture sono più consapevoli; l'area 4 si modifica ancora più lentamente.

feed-back

non sempre si esprime a parole:

- un applauso che interrompe un discorso
- una risata dopo una barzelletta
- sorridere far cenni col capo
- un segno di ok con le dita

- sbadigliare
- guardare l'orologio
- guardarsi in giro
- tamburellare con le dita

- *appoggiarsi allo schienale, braccia conserte*
- *l'espressione del viso, la postura, un abbraccio*
- ...

cosa porta ai fallimenti nella comunicazione?

▶ **paura**

che non ci venga prestata abbastanza attenzione, di perdere il controllo, di non piacere, di non essere preparati

▶ **assunzioni**

presumere ciò che gli altri stanno pensando o ciò di cui hanno bisogno

▶ **insensibilità**

dar per scontato che gli altri si sentano o vedano la questione come noi

▶ **etichettare**

vedere, presumendo, in maniera stereotipata il modo in cui gli altri pensano

Cosa porta ai successi nella comunicazione?

- ▶ **comprendere se stessi è la prima cosa (le nostre emozioni, il nostro punto di vista)**
- ▶ **successivamente è possibile iniziare a comprendere gli altri**
- **avere cura degli altri è il fondamento della buona comunicazione interpersonale**
- **per essere in grado controllare le nostre emozioni relativamente ad essi**

cause di distorsione/disturbo

- ▶ motivazione insufficiente
- ▶ obiettivi poco chiari o diversi
- ▶ contenuto insufficiente
- ▶ preconcezioni o pregiudizi
- ▶ fretta
- ▶ superficialità
- ▶ noia
- ▶ eccesso di informazioni
- ▶ codici non condivisi
- ▶ credibilità
- ▶ non c'è peggior sordo.....
- ▶ attese deluse

il meccanismo di apprendimento degli adulti

l'adulto ha un'ampia base esperienziale

nel corso del tempo ha accumulato molte nozioni

ha un approccio all'apprendimento pratico ed operativo

collega direttamente le nozioni apprese all'esame di realtà

e' poco disposto ad accettare acriticamente ciò che gli viene detto

1 - PRESUPPOSTI DEL COMUNICATORE EFFICACE

CONOSCENZA DI SÉ:

- ognuno di noi possiede talenti e capacità molto maggiori di quelli che adoperiamo normalmente
- non dobbiamo paragonarci agli altri! ma... l' unico paragone costruttivo deve essere soltanto quello fatto con sé stessi, ovvero tra ciò: che siamo oggi e quello che possiamo diventare domani
- dobbiamo imparare ad apprezzarci, valutando quelle che riteniamo essere le nostre capacità ed imparare a rispettarci
- chi conosce sé stesso non si sente minacciato da chi solleva pretesti e solleva obiezioni
- colui che sa comprendere la natura umana sarà in grado con la sua abilità comunicativa per padroneggiare le situazioni
- chi non ha queste qualità reagisce mettendosi sulla difensiva e scendendo in discussione con la controparte, provocandone l' ostilità e il fallimento della discussione/ trattativa
- chi è sicuro di sé accetta le sfide lanciategli da interlocutori/ clienti difficili e sa affrontare il dibattito con autorevolezza

2 - conoscenza della natura umana

per conoscere e capire il comportamento degli altri e poterne comprendere ed anticiparne le reazioni :

- avere un genuino interesse per gli altri
- sviluppare la capacità di osservazione
- essere buoni comunicatori
- avere buona capacità di ascolto



- avere un genuino interesse per gli altri

+ è il riflesso di un buon equilibrio psicofisico e di un buon adattamento alla realtà (io sono ok - tu sei ok)

- coloro che si interessano in maniera esasperata ed ossessiva a sé stessi sono troppo occupati ad “autoosservarsi “ per accorgersi degli “ altri “



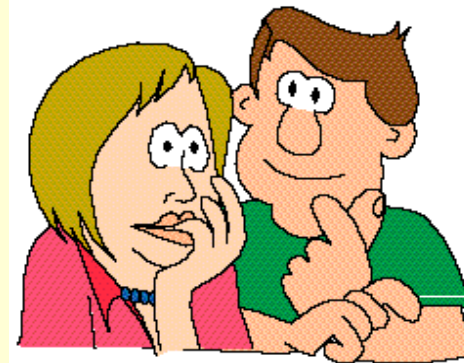
- sviluppare la capacità di osservazione

osservare non é la medesima cosa di guardare

guardare non sempre é vedere

osservare significa avere una visione consapevole critica ed attenta dell' azione che si svolge davanti ai nostri occhi

osservare una persona (gesti, espressioni volto, ambiente, ecc) significa interpretare e decodificare una serie di informazioni che la persona inconsciamente trasmette e ci forniscono precise indicazioni sui reali sentimenti che non desidera rivelare verbalmente

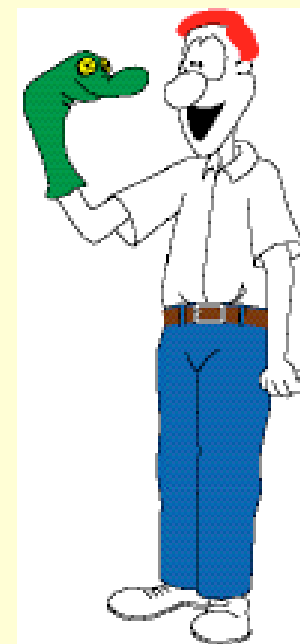


conoscenza dell' arte della comunicazione

importanza della comunicatività

rapporto emotivo nella comunicazione

l' arte di ascoltare



importanza della comunicatività

- se non sappiamo comunicare agli altri le nostre idee, non potremo mai avere rapporti utili con le persone e non potremo mai trasmettere la nostra "immagine" interiore
- la comunicativa è uno scambio di idee tra due o più persone con lo scopo di produrre qualche tipo di azione
- è uno scambio a due sensi: è necessario che le nostre idee vengano accettate, ma prima dobbiamo riuscire a far conoscere e comprendere le nostre idee; a nostra volta dobbiamo comprendere le idee degli altri: solo così svolgeremo un lavoro utile con loro
- non dimentichiamo che la maggior parte delle cose che facciamo, vengono fatte in associazione con gli "altri" e che da essi possiamo "anche" imparare

due elementi vitali della comunicazione sono:

- quali sono i miei *sentimenti* a proposito delle idee degli altri
- quali *penso* che siano i sentimenti degli altri a proposito delle mie idee
- ovvero la comunicazione è uno scambio di sentimenti ed atteggiamenti
- i conflitti si verificano, non sulle idee, ma sul disaccordo di sentimenti e di atteggiamenti
- le emozioni sono parte vitale della comunicativa

rapporto emotivo nella comunicazione a

- significa comprensione del prossimo anche senza necessariamente essere d' accordo con lui o senza accettare completamente il suo punto di vista, ma riconoscendo che il suo diritto intrinseco a soddisfare i suoi bisogni è legittimo quanto il nostro
- i nostri obiettivi personali si possono raggiungere:

*malgrado gli altri
attraverso gli altri
con l' aiuto degli altri*

se gli altri non comprendono le nostre idee, non le accettano e non agiscono in base ad esse: queste stesse idee non produrranno nessun risultato

rapporto emotivo nella comunicazione b tre principi basilari : 1

- per evitare il bombardamento a cui é sottoposto ognuno di noi , per abitudine ed atteggiamento, sceglie un gruppo di idee che gli diano una certa soddisfazione : sono definiti gli interessi individuali
- ogni idea non legata a questi interessi si trova davanti una barriera protettiva
- il rapporto emotivo é la chiave che serve a penetrare attraverso questa barriera
- conoscendo gli interessi dell' interlocutore e presentando le nostre idee in accordo a tali interessi , raggiungeremo la comunicativa

rapporto emotivo nella comunicazione b tre principi basilari 2°

- le parole non offrono la stessa immagine a tutti
- conoscendo gli altri potremo esprimere le nostre idee con parole che siano in sintonia con le loro esperienze e ci potranno capire al meglio
- oltre alle parole logiche, che si riferiscono alla ragione ed a fatti concreti, useremo parole che si rivolgono alle emozioni, ai desideri, alle necessità
- il rapporto emotivo ci aiuta a riconoscere i bisogni degli altri e ci permette di esprimere le nostre idee in parole capaci di fornire un quadro promettente per la soddisfazione dei loro reali bisogni: l'interlocutore riconosce tale quadro in quello che stiamo dicendo : abbiamo raggiunto la comunicativa

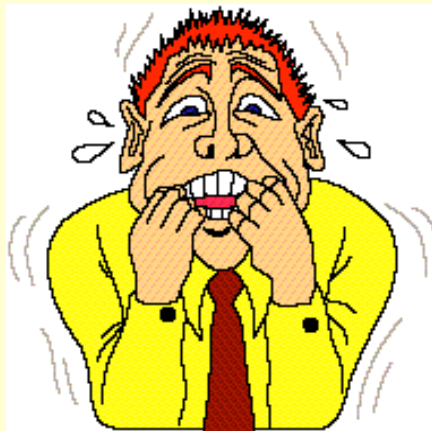
rapporto emotivo nella comunicazione c tre principi basilari 3°

- bisogna saper presentare le nostre idee in maniera organizzata, ma prima devono essere chiare a noi stessi
- la preparazione personale determina il successo
- riorganizziamole in base a quanto sappiamo a proposito degli interlocutori



l' arte di ascoltare a

- se vogliamo l' attenzione degli altri, prima diamogli la nostra! se li ascoltiamo ci diranno tutto cio' che cui abbiamo bisogno di sapere sul loro conto
- ascoltiamo 5 volte piu' di quanto scriviamo; tre volte di quanto leggiamo, una volta e mezza di quanto parliamo: ma nessuno ci insegna ad ascoltare



l' arte di ascoltare b

cerchiamo di udire le idee

- non tutti sanno farsi capire: ma spesso ripetono invariabilmente le cose che sono importanti per loro
- cerchiamo di udire le idee nascoste in quello che gli altri ci dicono e cominceremo a comprenderli

diventiamo egoisti !!!


- ascoltiamo con l' obiettivo di ricavare qualcosa da quello che gli altri dicono, qualcosa che possa valere per noi
- aggiungiamo quello che loro sanno a quello che noi sappiamo già
- facciamo nostro qualche punto importante tratto da quello che ascoltiamo e immagazziniamolo

l' arte di ascoltare b

evitiamo di stare sulla difensiva

- spesso stiamo ascoltando con la mente aperta, ma come sentiamo anche una sola parola che ci provoca una reazione di difesa! ogni comunicazione cessa .
- ci sentiamo minacciati ovvero è in pericolo il nostro bisogno di avere ragione





La presentazione aziendale

la mia azienda è (solo aggettivi):

<i>caratteristiche</i>	<i>vantaggi</i>	<i>caratteri distintivi</i>

cosa sono i plus

- ▶ **sono i punti di forza**
- ▶ **sono gli elementi che creano la differenza**
- ▶ **sono quello che non ha la concorrenza**
- ▶ **sono il desiderio appagato del consumatore**
- ▶ **sono il successo di un'impresa**

▪ per il dentifricio gli attributi possibili sono:

- gusto e aspetto,
- bianchezza denti,
- prevenzione carie,
- prezzo conveniente





- **preoccupati:** famiglie con figli che danno molta importanza al fattore anticarie
- **socievoli:** importanza bianchezza denti. Giovani coppie, fumatori etc.
- **sensoriali:** gusto e aspetto. Giovani (prediligono quello alla menta)
- **indipendenti:** prezzo. Soprattutto uomini. Usano più dentifricio rispetto alla media e considerano dentifricio una commodity



La presentazione d'Azienda (prima presentazione anche telefonica)

*Buongiorno, sono Cova, Fernando Cova,
Responsabile dei Rapporti con la clientela di
Lei conosce la nostra società?*



Sì!

Mi può dire cosa ricorda (cosa sa) della nostra Società

.....parla il cliente.....

No!

*In breve faccio un panoramica completa, evidenziando
quanto possiamo fare insieme (o per la sua Azienda)*

La presentazione d'Azienda (prima presentazione anche telefonica)

...opera da dodici anni nel campo dello sviluppo manageriale, della formazione e della consulenza aziendale nei settori commerciale, comunicazione-marketing, organizzazione e sviluppo personale.

È formata da professionisti, dirigenti d'azienda che vantano un curriculum operativo di notevole livello nei campi di competenza, e sono in grado di trasferire in azienda e in aula le loro esperienze mutate "dal campo" e limitano allo stretto indispensabile la parte teorica.

Operiamo con diverse Associazioni sia territoriali che di categoria e con aziende diversificate per settore merceologico e dimensioni,

Domande, domande, domande e ...

La presentazione d'Azienda (prima presentazione anche telefonica)

Le offre una vasta esperienza che garantisce i risultati concordati in quanto opera da sette anni nel campo dello sviluppo manageriale, della formazione e della consulenza aziendale nei settori commerciale, comunicazione-marketing, organizzazione e sviluppo personale...

..otterrà che i partecipanti possano “da subito” applicare quanto appreso poiché è formata da professionisti, dirigenti d'azienda che vantano un curriculum operativo di notevole livello nei campi di competenza, sono in grado di trasferire in azienda e in aula le loro esperienze mutate “dal campo” e limitano allo stretto indispensabile la parte teorica.....

possiamo quindi fornirle referenze su quanto già ottenuto in altre realtà, da tempo operiamo con diverse Associazioni sia territoriali che di categoria e con aziende diversificate per settore merceologico e dimensioni,

Domande, domande, domande e ...



PRESENTAZIONE AGENZIA

XYZ é un' agenzia di marketing e comunicazione a servizio completo che opera da oltre 20 anni sul mercato (conoscenza e fiducia) e che si pone l' obiettivo primario di instaurare, con i propri Clienti, un rapporto di partnership, contribuendo a far crescere il loro business attraverso la qualità creativa, supportandola con propri servizi in tutte le aree della comunicazione.

All'interno di XYZ operano professionisti che hanno esperienze specifiche maturate nei vari settori di competenza (sempre aggiornati); per il Cliente ciò significa poter fare affidamento su di un unico competente interlocutore che da un lato sviluppa una conoscenza approfondita delle problematiche aziendali e dall' altro applica realmente i principi della comunicazione integrata, garantendogli

vendere l'identità prima di vendere il prodotto

- *chi siamo*

vendere l'affidabilità dell'azienda, la sua storia, la sua cultura e personalità, le sue capacità

- *come lavoriamo*

far emergere l'attenzione verso il cliente tramite fatti e comunicazione empatiche

- *in cosa crediamo*

far emergere la cultura dei valori, l'etica del business in maniera concreta

- *quali benefici ne derivano*

far capire i benefici per il cliente (qualità, personalizzazione...)

L'approccio motivato in cinque fasi

attenzione, necessità, soluzione, visualizzazione, azione

- 1. catturo l'attenzione dell'ascoltatore (battuta, miglioramento, ecc.)*
- 2. identifico il problema intorno al quale verterà il discorso*
- 3. propongo una o più soluzioni a questo problema*
- 4. espongo i risultati positivi (vantaggi) che la soluzione proposta apporterebbe se adottata (far immaginare)*
- 5. una serie di inviti all'azione, spronare ad agire chi ascolta*

E IN ITALIA...

- ⇒ IL “*CORRIERE DELLA SERA*” È LETTO “*DA QUELLI GUIDANO IL PAESE*”
- ⇒ LA “*REPUBBLICA*” È LETTA “*DA QUELLI CHE VORREBBERO CHE IL PAESE FOSSE GUIDANO SOLO DA LORO*”
- ⇒ IL “*SOLE 24 ORE*” È LETTO “*DA QUELLI CHE POSSEGGONO IL PAESE*”
- ⇒ LA “*STAMPA*” È LETTA “*DA QUELLI CHE VORREBBERO CHE IL PAESE FOSSE GUIDATO SOLO DA QUELLI CHE LEGGONO IL CORSERA*”
- ⇒ IL “*GIORNALE*” È LETTO “*DA QUELLI CHE PENSANO CHE SARANNO LORO A GUIDARE IL PAESE*”
- ⇒ “*LIBERO*” È LETTO “*DA QUELLI CHE PENSANO CHE IL PAESE È COMUNQUE GUIDATO MALE*”
- ⇒ IL “*MESSAGGERO*” È LETTO “*DA QUELLI CHE SI ILLUDONO DI ESSERE LORO A GUIDARE IL PAESE*”
- ⇒ L’ “*UNITÀ*” È LETTO “*DA QUELLI CHE AVREBBERO VOLUTO POSSEDERE E GUIDARE IL PAESE*”

Manager e Dipendenti

Cosa dicono i Manager

Vogliamo che i nostri dipendenti
siano soddisfatti

Cosa capiscono i Dipendenti

Dobbiamo essere sempre soddisfatti.
Quando ci sentiamo delusi qualcuno deve
farci immediatamente sentire meglio

Manager e Dipendenti

Cosa dicono i Manager

Vogliamo che i nostri dipendenti
vengano stimolati di continuo

Cosa capiscono i Dipendenti

Non dobbiamo mai annoiarci.
Dobbiamo fare sempre le cose che ci
stimolano e ci divertono

Manager e Dipendenti

Cosa dicono i Manager

Vogliamo che i nostri dipendenti
scelgano da soli quello che vogliono

Cosa capiscono i Dipendenti

Nessuno deve dirci cosa dobbiamo fare.
Ci deve essere permesso di avere le nostre
idee e fare quello che vogliamo

Manager e Dipendenti

Cosa dicono i Manager

Vogliamo includere i nostri dipendenti
nelle decisioni aziendali

Cosa capiscono i Dipendenti

I Manager non devono prendere nessuna
decisione senza prima averci consultati

Manager e Dipendenti

Cosa dicono i Manager

Vogliamo dare delle buone ragioni ai nostri dipendenti per le cose che chiediamo loro di fare

Cosa capiscono i Dipendenti

Non faremo niente se non ci viene data una buona ragione.
Se non siamo d'accordo con la ragione dovranno offrircene altre.

Manager e Dipendenti

Cosa dicono i Manager

Vogliamo che i nostri dipendenti
siano trattati equamente e giustamente

Cosa capiscono i Dipendenti

Dobbiamo essere trattati allo stesso modo
dei Manager.
Se loro possono fare una certa cosa
dobbiamo poterla fare anche noi



La costruzione della Torre di Babele andò in crisi quando saltarono i canali della comunicazione interna.

Esattamente quando gli addetti ai lavori non ebbero più un linguaggio in comune

Gn

[6]Il Signore disse: «Ecco, essi sono un solo popolo e hanno tutti una lingua sola; questo è l'inizio della loro opera e ora quanto avranno in progetto di fare non sarà loro impossibile.

[7]Scendiamo dunque e confondiamo la loro lingua, perché non comprendano più l'uno la lingua dell'altro».

[8]Il Signore li dispersse di là su tutta la terra ed essi cessarono di costruire la città.