

Comunicazione efficace

“Il sorriso è un istante di saggezza
e la saggezza un eterno sorriso”

Roberto Assagioli



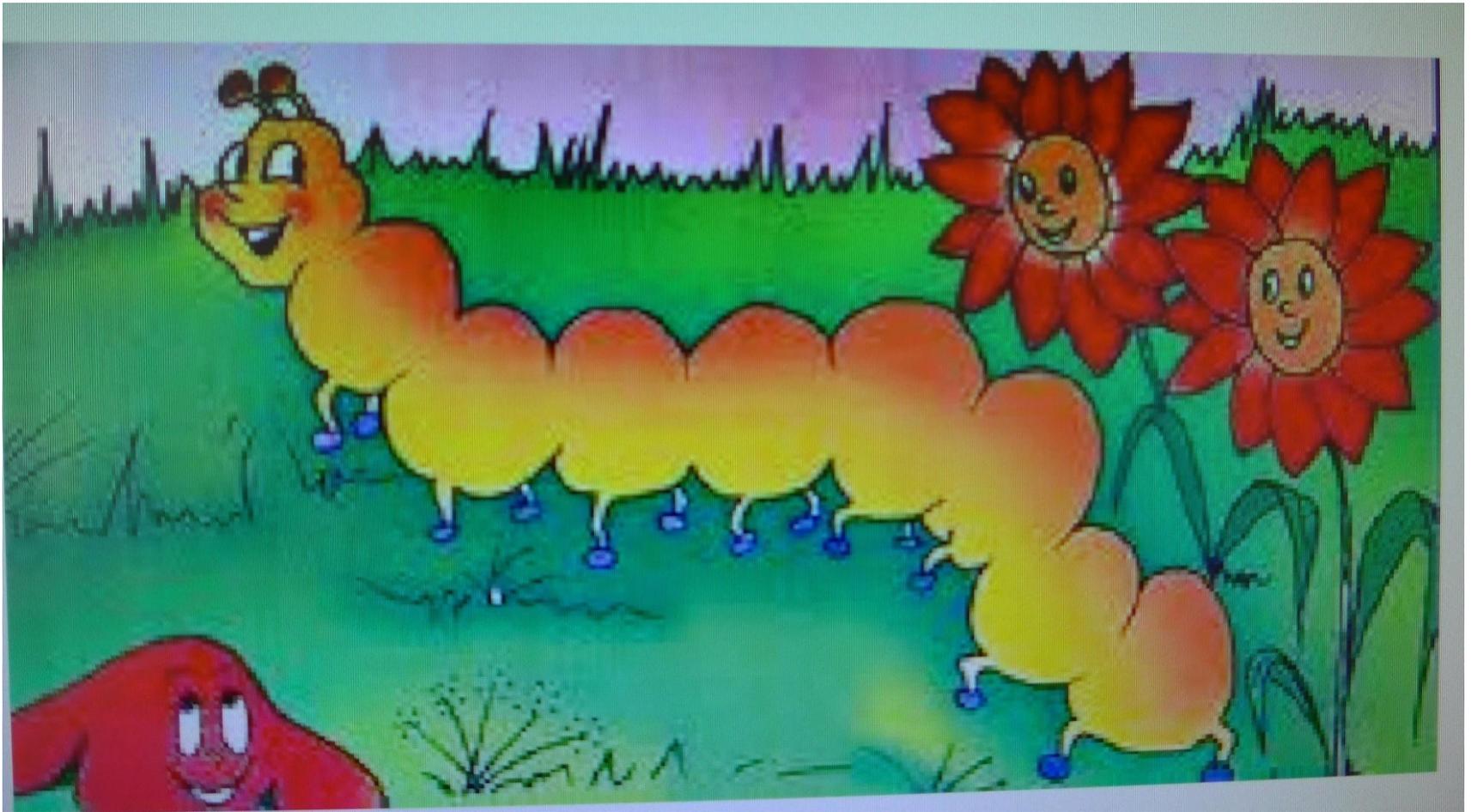
Comunicazione efficace

*“Chi non ha mai sofferto a causa della conoscenza,
non ha conosciuto nulla.”*

Emil Cioran



Il Millepiedi



La metafora del Millepiedi

Un millepiedi viveva sereno e tranquillo.
Finché una formica un giorno non disse per scherzo:

“In che ordine metti i piedi l’uno dietro l’altro?”

Il millepiedi incominciò a lambicarsi il cervello
e a fare innumerevoli prove.

Il risultato fu che da quel momento non riuscì più a muoversi.

Storia zen



Mirella Lelli

Comunicazione e formazione

Chi ha bisogno di parlare efficacemente?



I mercati sono conversazioni



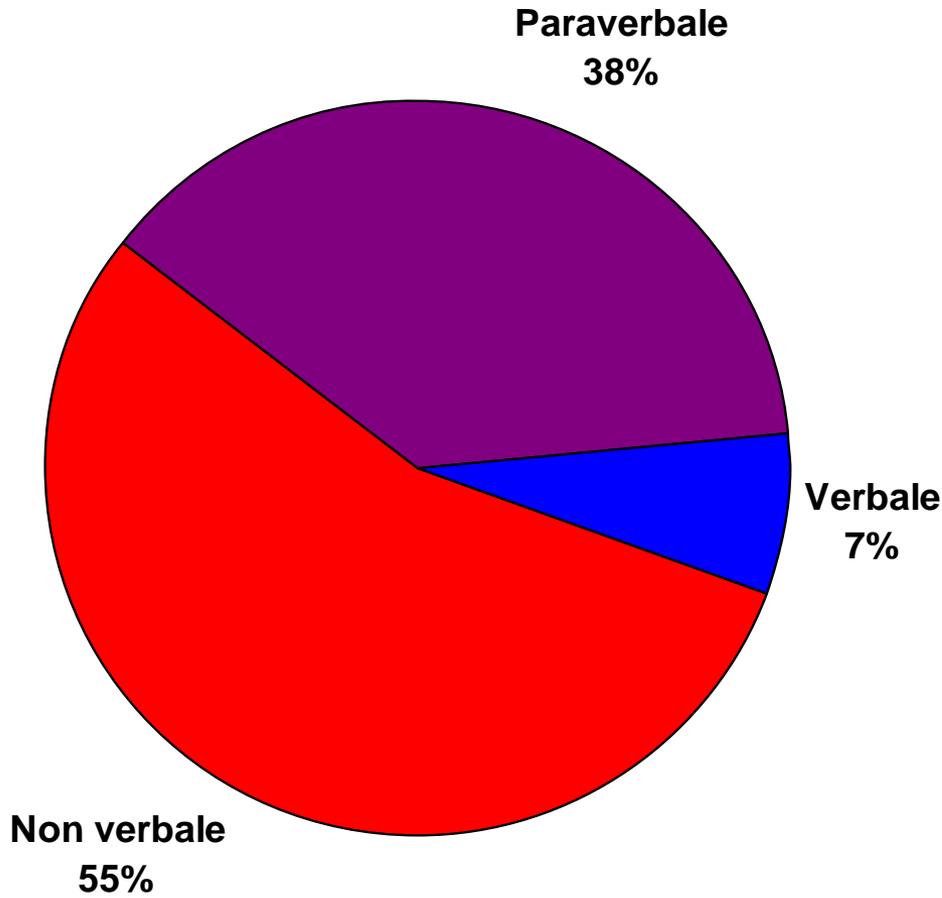
Mirella Lelli

Comunicazione e formazione

I tre livelli della comunicazione

7 38 55

I tre numeri chiave



L'efficacia della
comunicazione
dipende solo per
il 7%
dalle parole



“Dimmi e io dimentico.
Insegnami e io ricordo.
Coinvolgimi e io imparo.”

B. Franklin.



Piramide dell'apprendimento

Dopo 2 settimane
ricordiamo



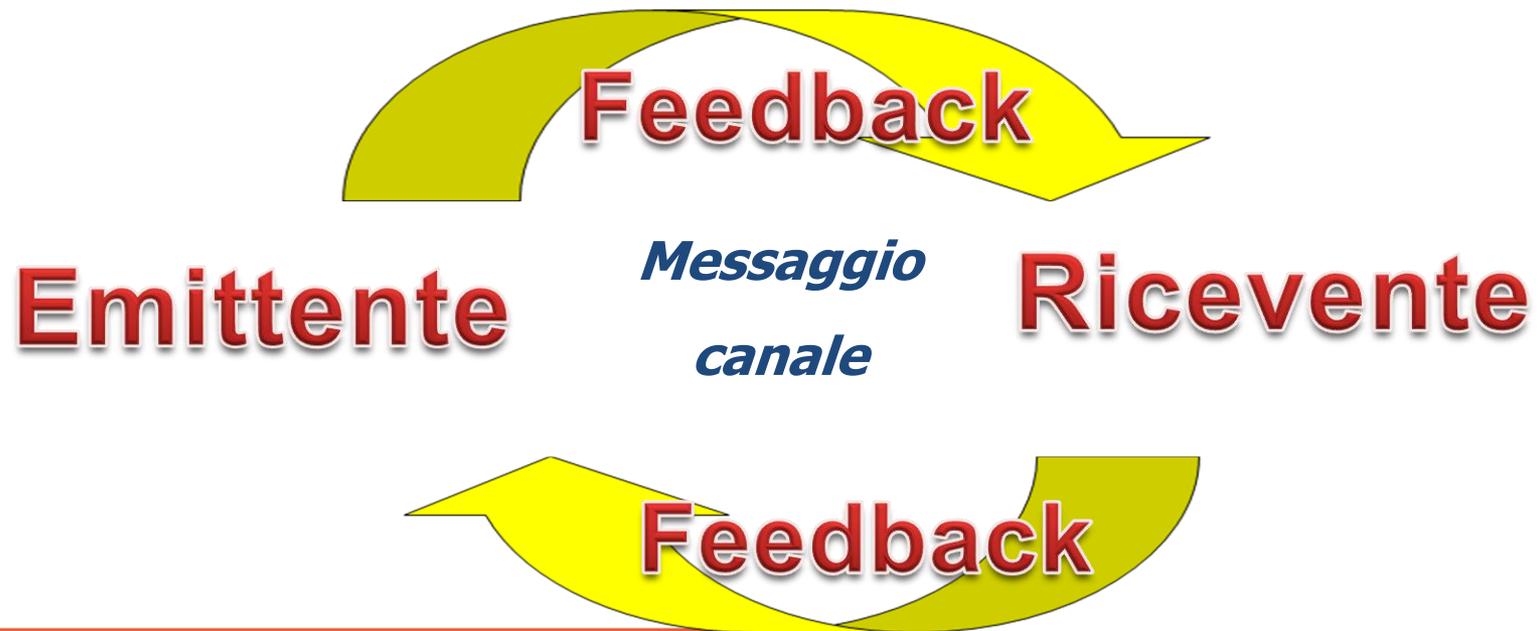
Gli elementi della comunicazione



Gli elementi della comunicazione

Il significato della comunicazione è la risposta che si riceve

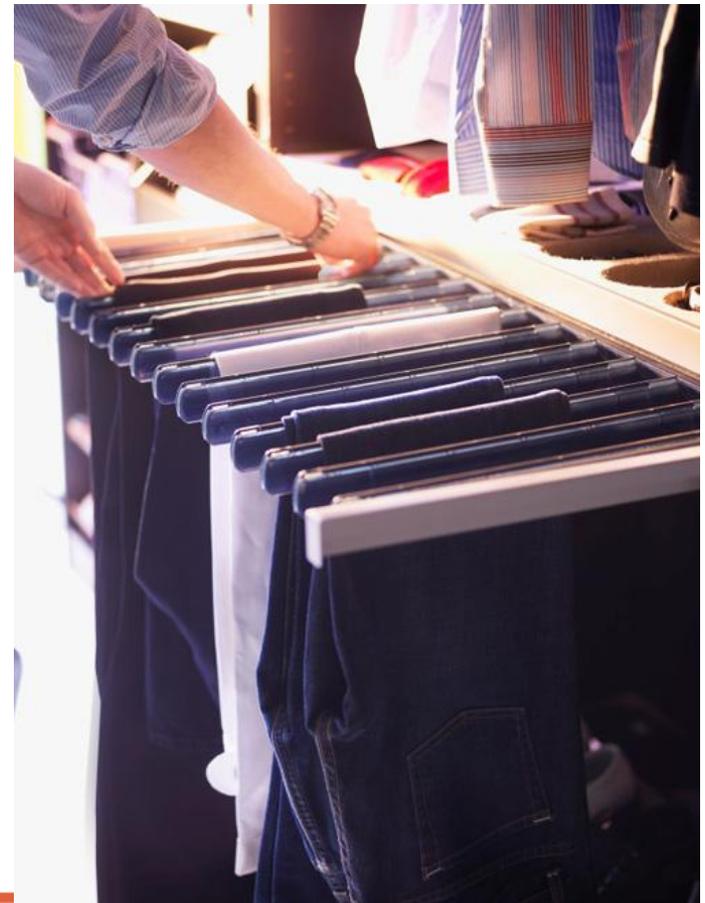
- Ciò che io dico influenza l'altro, me e il mio successivo atto comunicativo in un atto di influenza reciproca
- L'efficacia della comunicazione risiede nel ricevente, bisogna partire da lui, usando il suo linguaggio, il suo codice (es. bambini)



La comunicazione

A volte è sufficiente un diverso tono di voce
a veicolare un diverso metamessaggio.
Per questo i due piani devono coincidere.

*es. Lui: “Dove sono le camicie?”
Lei: “Sono nel cassetto”*



La comunicazione

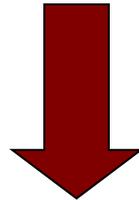
- La “relazione”
 - Attenzione a **come** si dicono le cose
 - Uso di informazioni non verbali (linguaggio corporeo)
 - Comunicazione delle emozioni, degli stati d’animo
 - Espressione del proprio sentire



La congruenza nella comunicazione

I segnali sul piano del contenuto e su quello della relazione possono essere

- **congruenti** (CNV a supporto dell'elemento verbale)
- **incongruenti** (CNV in discrepanza con le parole)



Nel caso di incongruenza, tende a **prevalere il messaggio comunicato dalla CNV**

La congruenza nella comunicazione

- Insicurezza
 - Emotività incontrollata
 - Timidezza
- portano a **INCONGRUENZA**



COMUNICAZIONE DISTORTA
(si presta a fraintendimenti)

OBIETTIVO



**ALLINEARE I TRE LIVELLI
DELLA COMUNICAZIONE**

Far sì che **ciò che diciamo** sia accompagnato da un **tono di voce** e da una **gestualità** convincenti.
(es. *“sono contento di essere qui”*)



L'incongruenza

Da noi, cortesia e
disponibilità verso la
persona sono al primo
posto

Un messaggio è **INCONGRUENTE** quando le tre componenti (verbale, paraverbale, non verbale) sono incoerenti, cioè sono in conflitto tra loro nell'esprimerlo

Gli assiomi della Comunicazione

Rappresentano le proprietà fondamentali
della comunicazione umana

E SPIEGANO ...

le caratteristiche del **funzionamento** della
comunicazione umana

gli **errori** che portano al fallimento
della comunicazione

Mirella Lelli

Comunicazione e formazione

Gli assiomi della Comunicazione

I) Si comunica sempre

Gli assiomi della Comunicazione

2) Siamo noi i responsabili della nostra comunicazione

Gli assiomi della Comunicazione

3) La mappa non è il territorio

Sintonizzarsi con l'interlocutore: PNL ricalco e guida

Uno dei migliori modi per entrare in sintonia con la mappa mentale del mondo di un interlocutore consiste nel cercare di vedere il mondo attraverso i suoi occhi.

Questa tecnica viene denominata in PLN **Ricalco e Guida**.

La prima fase il Ricalco è finalizzato a creare feeling: consiste nel modulare la voce allo stesso modo dell'interlocutore o ripetere determinati movimenti (gesti delle mani o delle braccia) o posture (posizione del corpo)

La seconda fase Guida serve a **far capire:** consiste nel proporre, dopo una fase di Ricalco, un leggero cambiamento della voce, dei movimenti o della postura. E verificare se l'interlocutore ci segue

Sintonizzarsi con l'interlocutore: Rapport

- 1) Sincero interesse**
 - 2) Il sorriso**
 - 3) Similitudini**
 - 4) Contatto visivo**
 - 5) V.A.K.**
 - 6) Ricalco e Guida**
-
-
-

Il sorriso

“La mimica del volto e del corpo è la prima forma di comunicazione tra madre e figlio”

C.Darwin



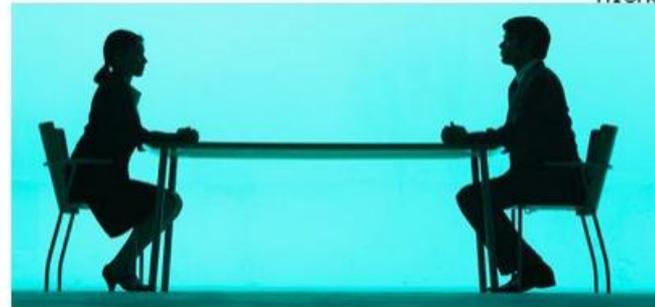
*Quando il piccolo non vuole più il latte
gira il viso dall'altra parte*



IL RISPECCHIAMENTO NATURALE

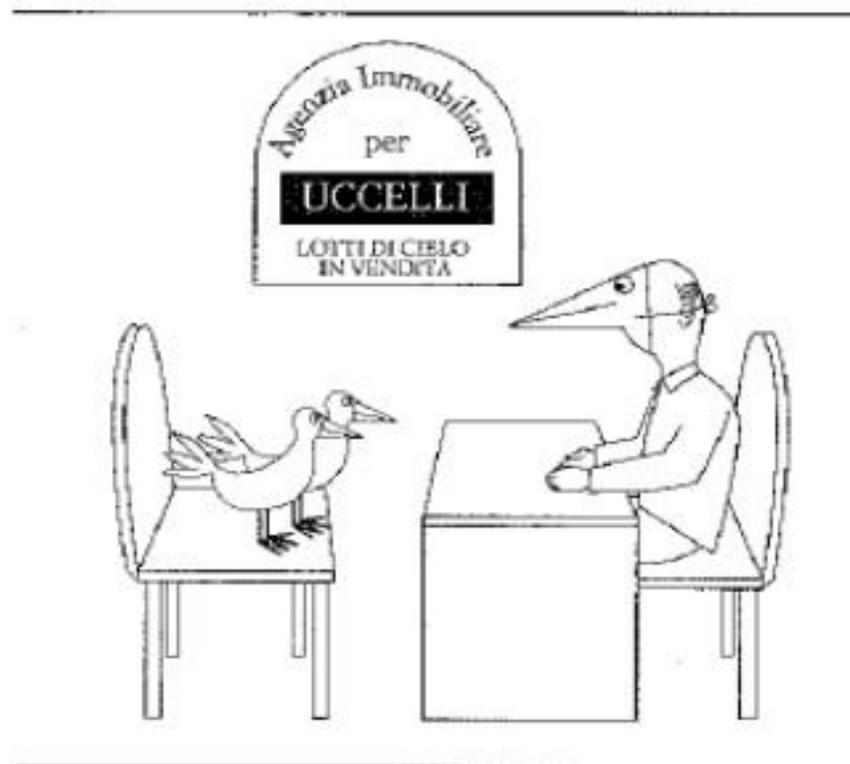


Michael Tolosa



Quando due persone stanno bene assieme hanno la tendenza inconsapevole ad adattarsi all'altro imitando il loro stile e la CNV quasi a voler eliminare le differenze tra loro

SOMIGLIANZA



Gli occhi sono il primo contatto

Nella comunicazione non verbale, che coinvolge il respiro, le posture, i movimenti, e i gesti, **gli occhi giocano un ruolo preminente.**



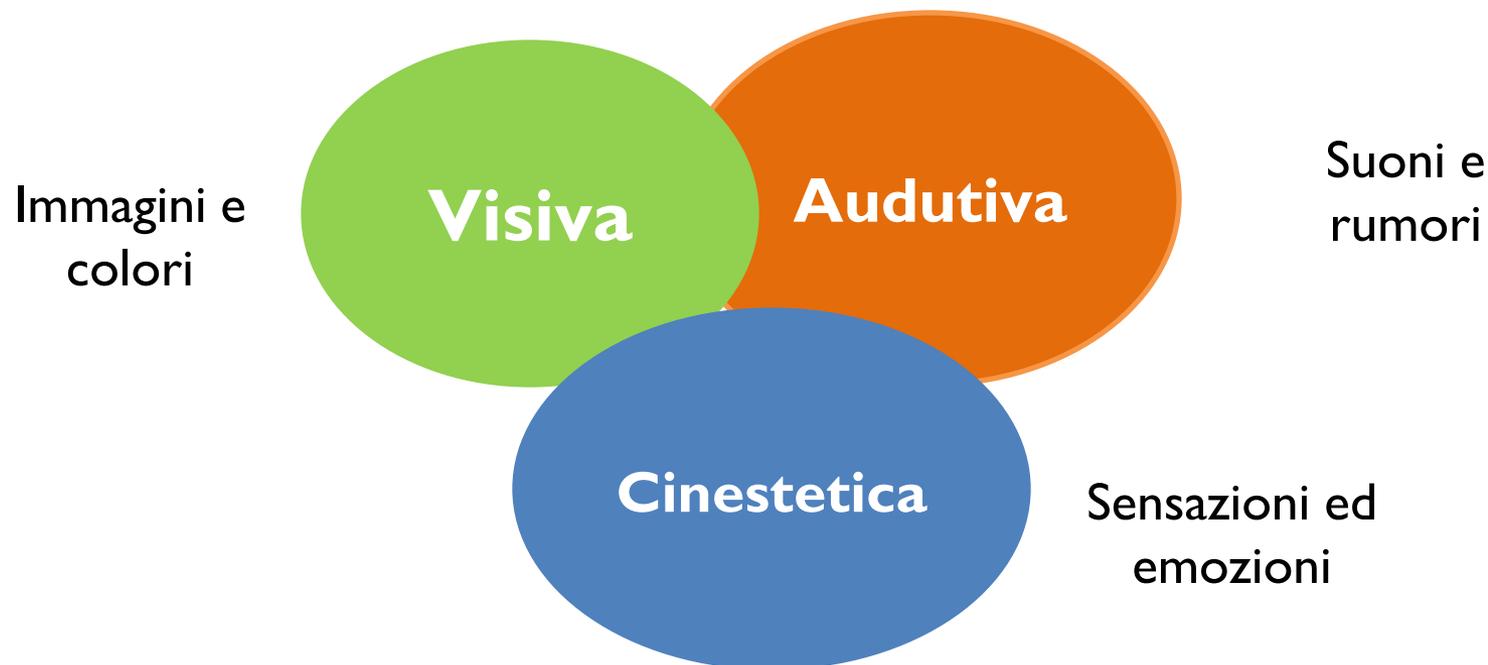
*“Per farsi capire dalle persone
bisogna parlare prima di tutto ai loro occhi”.*

Napoleone

**Il contatto visivo
è
il più potente
mezzo di comunicazione
che possediamo**

C'è un solo modo per raggiungere il pubblico?

Ognuno di noi comunica con una modalità privilegiata

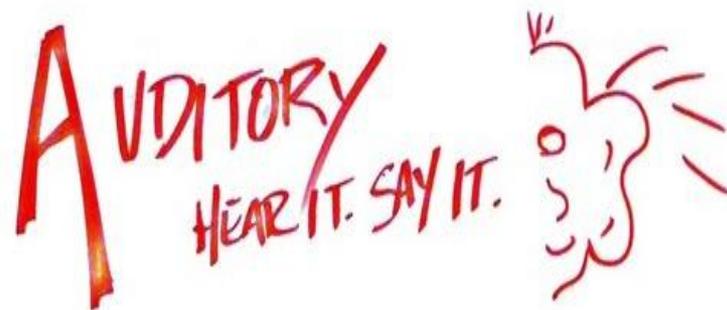


Una comunicazione è quando si esprime in modo appropriato efficace a un contesto della comunicazione e all'interlocutore, sviluppando un giusto equilibrio sia in modalità verbale che non verbale attraverso i canali/modalità

Il Visivo: Postura diritta – orientamento degli occhi frontale o verso l’alto – respirazione alta (di petto)- tende a dare importanza all’aspetto esteriore ed estetico delle cose



L’Uditivo: durante la conversazione muove gli occhi lateralmente - ha una respirazione più toracica - impara “ascoltando” – rispetto al visivo ha maggiori capacità riflessive.



Il Cenestetico: respirazione addominale (di pancia) – ama il contatto fisico e tutto ciò che ha a che fare con tatto, gusto e olfatto (toccare cose morbide, mangiare cibi ricchi di gusto, sentire intorno a se o nei cibi profumi che lo appaghino)- gestualità più lenta – memorizza con la pratica.



La multisensorialità



VISIVO

La persona visuale si concentra sull'osservazione visiva del mondo esterno, ovviamente è attirata dalle immagini e dall'esteriorità. Ama immaginare, progettare. Al suo interno "visualizza" i concetti e crea e memorizza **immagini** interiori.

VISUAL

Preferirebbe la **proiezione** di slides o video, avere delle dispense.



AUDITIVO

La persona uditiva si concentra sul suono e sulla parola, è attratta dai suoni, dai rumori, dai ritmi. Ama il dialogo e la discussione. Al suo interno tende a collegare i concetti a **suoni e a discorsi**.

AUDITORY

Preferirebbe ci fosse una persona che **spieghi** e che attivi un dibattito.



CINESTESICO

La persona cinestesica si concentra sulle sensazioni corporee (caldo, freddo, liscio, ruvido, dolce, aspro, profumi). Ama la manualità e costruire fisicamente. Al suo interno rappresenta e memorizza i concetti come **sensazioni fisiche**.

KINESTHETIC

Preferirebbe **esperienze** pratiche ed attività di gruppo.

La multisensorialità e il discorso incisivo

Se i primi secondi di un discorso sono decisivi per il suo esito, quali elementi dobbiamo inserire per essere incisivi?

Una buona regola è costruire un inizio VAC, visivo, auditivo e cinestesico. Infatti ognuno di noi ama il proprio linguaggio e presta maggiore attenzione a chi utilizza un codice simile al suo.

Un esempio:

Buongiorno e benvenuti.... Oggi vi **illustrerò** gli aspetti fondamentali del prodotto, vi **parlerò** in dettaglio delle sue caratteristiche in modo da **farvi toccare con mano** la sua qualità.

Sintonizzarsi con l'interlocutore: PNL ricalco e guida

Uno dei migliori modi per entrare in sintonia con la mappa mentale del mondo di un interlocutore consiste nel cercare di vedere il mondo attraverso i suoi occhi.

Questa tecnica viene denominata in PLN **Ricalco e Guida**.

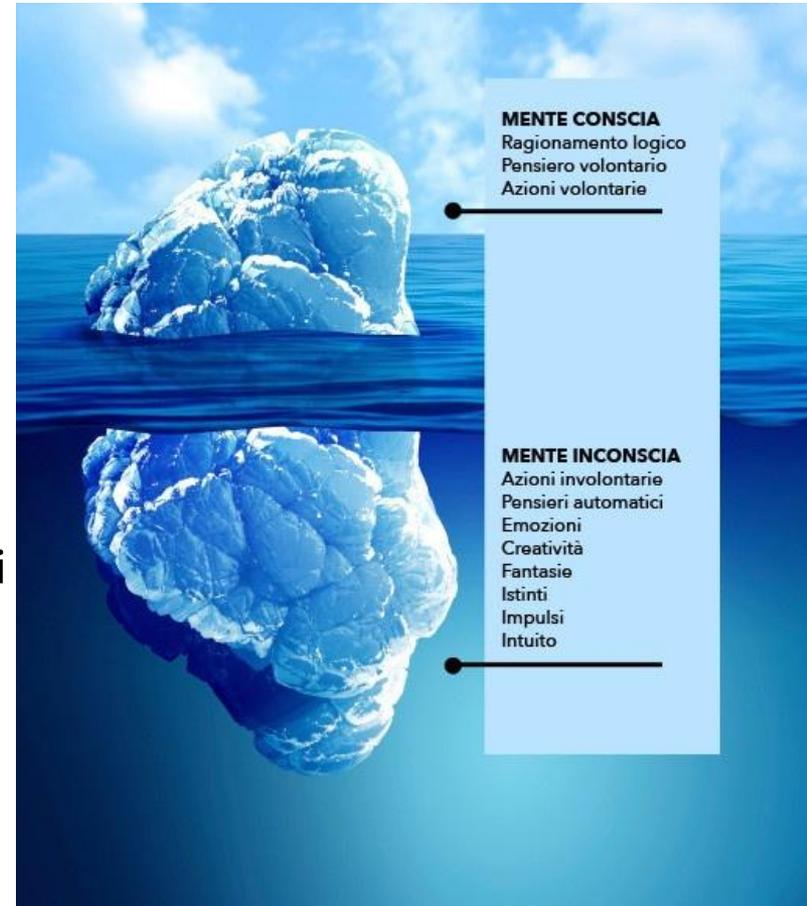
La prima fase il Ricalco è finalizzato a **creare feeling**: consiste nel modulare la voce allo stesso modo dell'interlocutore o ripetere determinati movimenti (gesti delle mani o delle braccia) o posture (posizione del corpo)

La seconda fase Guida serve a **far capire** : consiste nel proporre, dopo una fase di Ricalco, un leggero cambiamento della voce, dei movimenti o della postura. E verificare se l'interlocutore ci segue

Comunicazione efficace

- L'apprendimento è connesso con l'azione
- Le ripetizioni di un'esperienza portano ad un miglioramento dell'apprendimento
- Questo processo diventa automatico

Quindi più vi esercitate più le informazioni che avete appreso diventeranno comportamenti inconsci, naturali, e non dovrete più pensare di guardare il pubblico perché lo farete spontaneamente. Proprio come guidate l'auto. Oggi mica pensate come fare per cambiare la marcia?

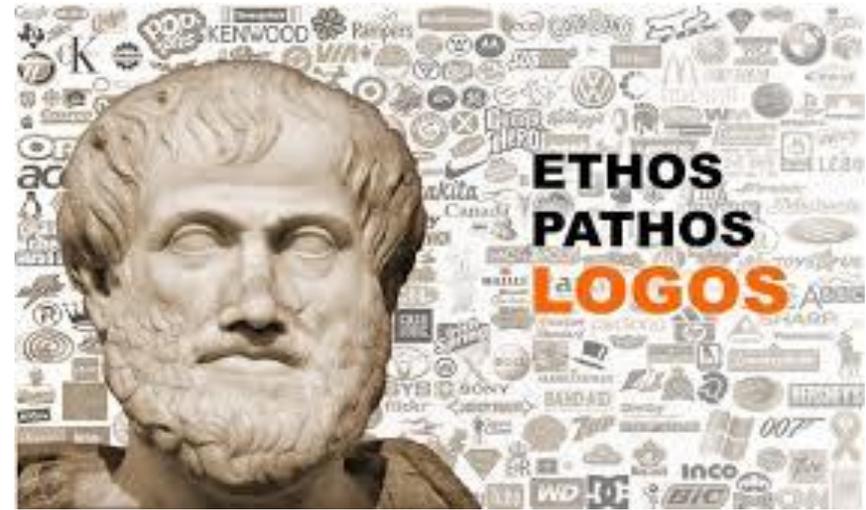


Gli insegnamenti di Aristotele

Ethos: congruenza tra ciò che si pensa e ciò che si dice, tra il suo linguaggio verbale e ciò che comunica con i gesti del corpo.

Pathos: rappresenta la passione, l'emotività e l'entusiasmo. Per suscitare emozioni nel pubblico l'oratore deve dimostrare una grande capacità di lasciarsi andare ai propri stati d'animo.

Logos: il potere dell'argomentazione che serve a dare credibilità al discorso . Gli strumenti sono l'esempio e il ragionamento deduttivo (dal generale al particolare, da premesse verosimili a casi concreti).



Parlare efficacemente



Nel discorso pubblico è protagonista la persona

Vince la spontaneità – Sono così preparato che posso dimenticarmi del copione → Tono colloquiale

Vincono i vissuti – Le cose che dico sono filtrate dalle mie emozioni, dalle mie storie, dalla mia testimonianza → Importanza di storie e narrazioni

Vince l'orientamento agli altri – Gli altri sono così importanti che mi dimentico di me → Non pensare “Come sto andando” ma “che cosa sta succedendo in aula”

Vince la relazione – Nessun contenuto è così importante da dimenticare chi ho di fronte → Copione flessibile e capacità di adattamento

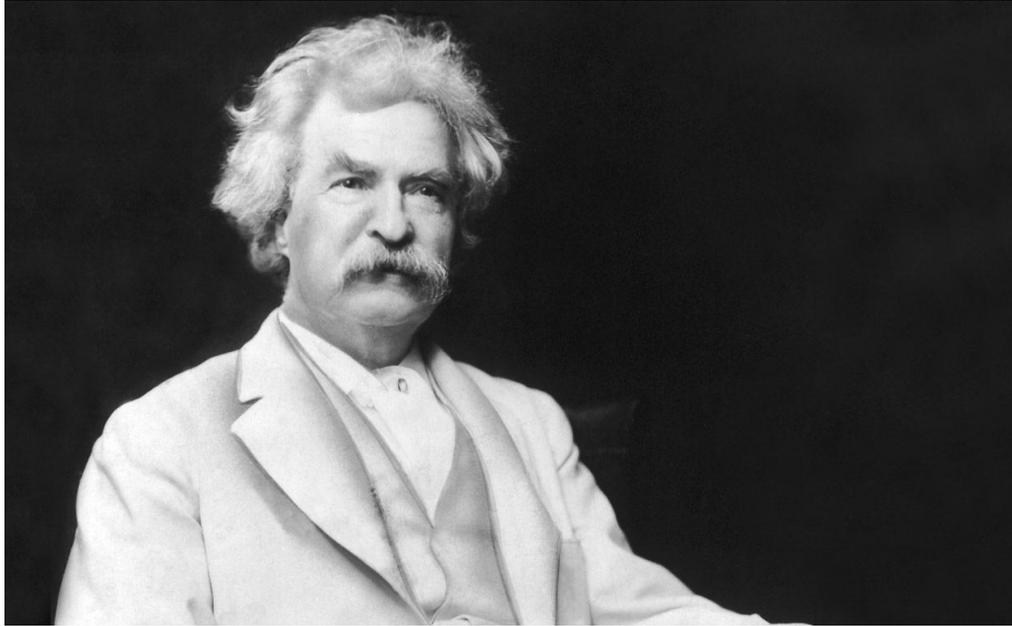
Comunicazione è sedurre

Si può quindi affermare che la comunicazione verbale è una forma di seduzione. Infatti, interessare, piacere, fare emozionare il pubblico che ci ascolta significa sedurre, quindi **parlare in pubblico è una forma di seduzione.**

L'aspetto più interessante del parlare in pubblico è insomma l'arte di saper piacere, l'arte di portare le vostre argomentazioni dentro uno stile gradevolmente convincente, uno stile capace di **persuadere, commuovere, divertire** e perché no, fare sognare i vostri interlocutori.

Gli uomini e le donne di tutto il mondo usano la seduzione per conquistare o fare innamorare il partner. In realtà che cosa fanno se non comunicare sensazioni **cercando di piacere e interessare ?**

Ogni relatore dovrebbe vedere **il pubblico come un partner da fare innamorare, da conquistare, da affascinare.**



Le cose scritte non servono per un discorso; Devono essere tradotte nella forma comune del parlare spontaneo

Mark Twain

Non avere paura di essere te stesso

“C’è un momento in cui ogni uomo nella sua vita arriva alla conclusione che invidia significa ignoranza; imitazione significa suicidio, che deve prendere se stesso com’è, nel bene e nel male, che, sebbene l’intero universo sia pieno di beni, nemmeno un chicco di grano potrà nascere se non dalla fatica e dal sudore speso su quel pezzo di terra che gli è stato affidato. La forza che risiede in lui è l’unica in natura, e nessuno, al di fuori di lui, sa cosa lui stesso è in grado di fare, né lui stesso lo saprà finché non si mette alla prova”.

Dal saggio *Fiducia in se stessi* di Ralph Waldo Emerson



Comunicazione efficace

"Si guarda indietro apprezzando gli insegnanti brillanti,
ma la gratitudine va a coloro che hanno toccato la nostra
sensibilità umana.

Il programma di studi è materia prima così tanto necessaria,
ma il calore è l'elemento vitale per la pianta che cresce
e per l'anima del bambino".

Carl Gustav Jung

- La pragmatica della comunicazione umana – Watzlawick, Beavin, Jackson - (Astrolabio)
- Profili di Leadership – F. Nanetti – Pendragon
- Il linguaggio segreto del corpo – A. Guglielmi - Piemme
- Le armi della persuasione – R. Cialdini – Giunti
- Come parlare in pubblico e convincere gli altri – D. Carnegie, Bompiani
- Ma Obama ha usato l'ipnosi?- C. Fantechi - Dialogika
- Il venditore meraviglioso – F. Bettger – Longanesi

Contatti: Mirella Lelli su Facebook
tel: 329 42 58 573
email: mirella.elli@gmail.com

