

La comunicazione assertiva



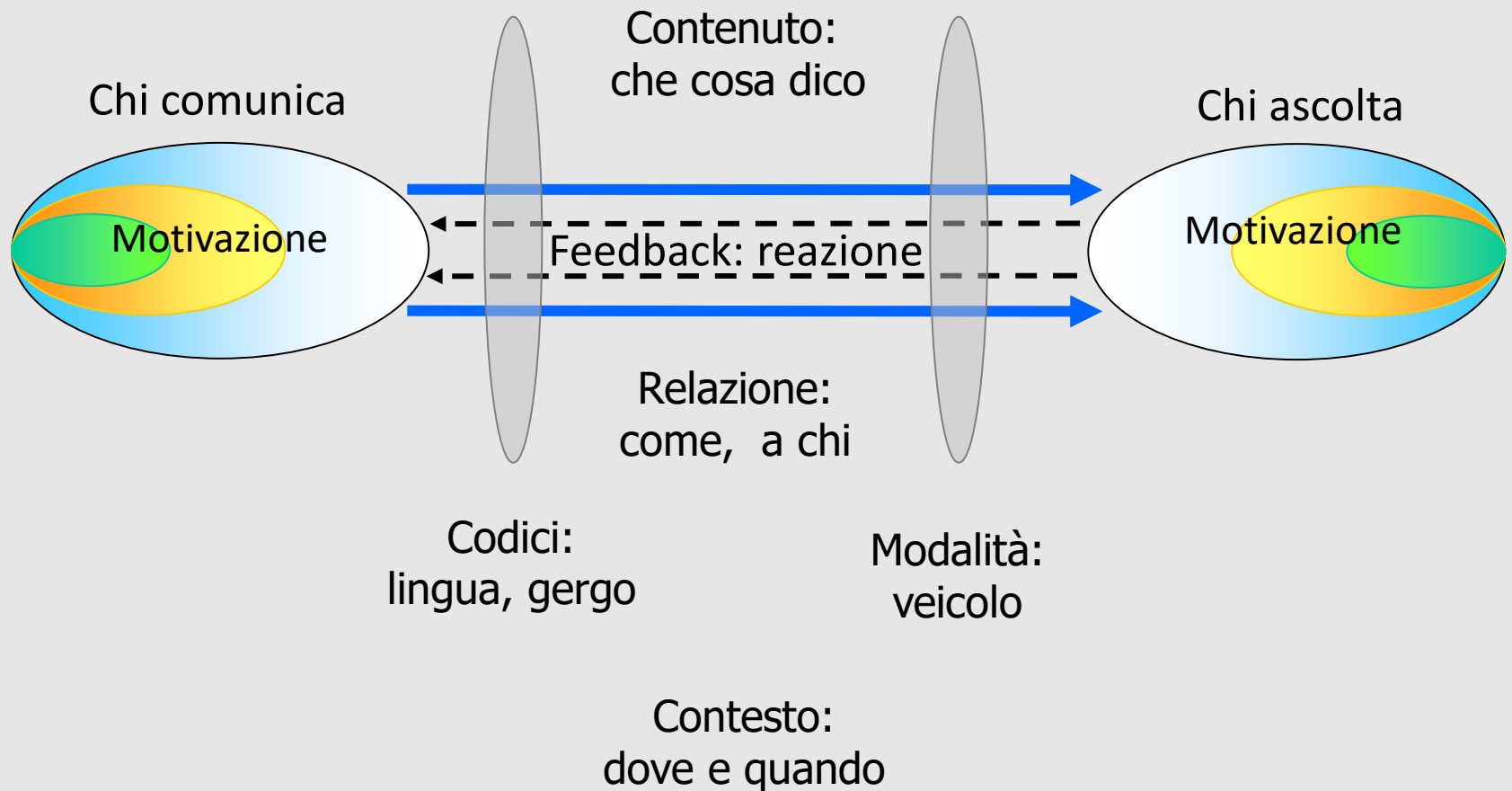
Scopo

- **Acquisire consapevolezza del proprio modo di comunicare**
- **Conoscere alcuni accorgimenti per migliorarlo**

Le componenti della comunicazione

Contenuto	VERBALE	Ciò che dico	Le parole che uso
Relazione	PARAVERBALE	Come mi esprimo	Il tono, le pause, il ritmo, la cadenza, la velocità
	NON VERBALE	Linguaggio del corpo	Postura, prossemica, gestualità, sguardo

Il processo di comunicazione verbale



La motivazione a comunicare

La motivazione è pre-requisito per una comunicazione efficace

- Chi non è motivato a comunicare parlerà dimostrando scarso impegno, favorendo il disinteresse di chi ascolta
- Chi non ha interesse ad ascoltare trascurerà parole e atteggiamenti, perdendo buona parte del contenuto della comunicazione
- L'abilità di chi comunica sta nel:

“motivare chi ascolta”

Chi comunica

Facilitare la **COMPRESIONE**

- Sintonizzarsi sul “ricevente”
(codici, relazione, contesto, modalità)
- Dire l’essenziale
- Aggregare
- Strutturare

Saper anche **ASCOLTARE**

- Impegnarsi nella comprensione
 - del punto di vista dell’altro
 - della sua motivazione
 - della sua emotività (empatia)

Comunicazione strutturata: il caso

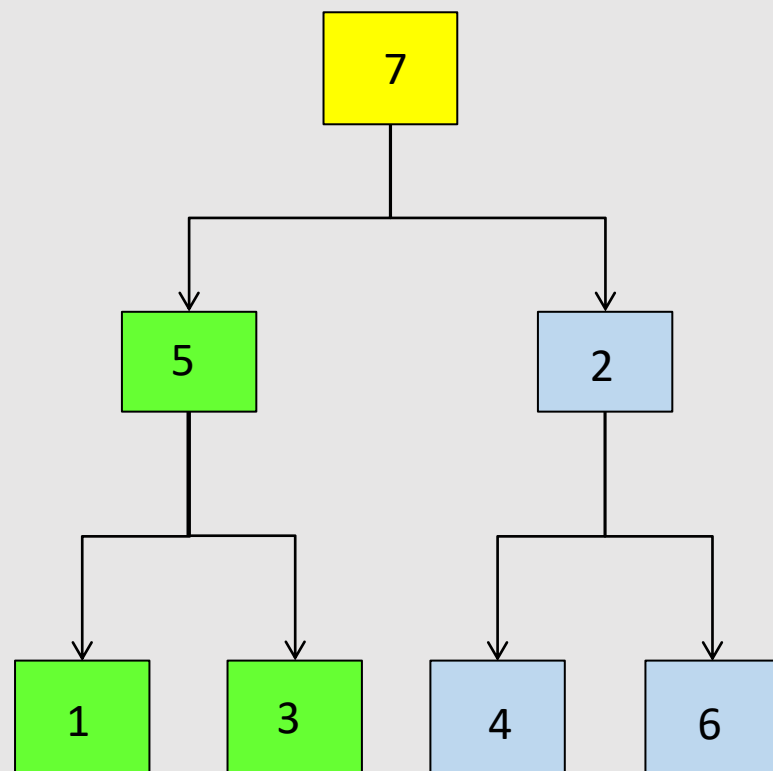
*Siete uno studio
associato di
CONSULENTI
AZIENDALI.*

*Chiamati ad analizzare
la situazione aziendale
della **Ditta Fabbriconi
& C.**, avete individuato
alcuni punti di criticità*

1. I venditori sono poco incentivati sui modelli di fascia alta
2. Esistono difficoltà nella gestione della linea prodotti
3. C'è una focalizzazione sui clienti medio-piccoli
4. Le soluzioni personalizzate riducono drasticamente il margine di guadagno
5. La rete di distribuzione è inadeguata
6. Si produce una gamma incompleta
7. L'Azienda non sta rispondendo all'evoluzione del mercato

Comunicazione strutturata: l'analisi

1. I venditori sono poco incentivati sui modelli di fascia alta
2. Esistono difficoltà nella gestione della linea prodotti
3. C'è una focalizzazione sui clienti medio-piccoli
4. Le soluzioni personalizzate riducono drasticamente il margine di guadagno
5. La rete di distribuzione è inadeguata
6. Si produce una gamma incompleta
7. L'Azienda non sta rispondendo all'evoluzione del mercato



Comunicazione strutturata: la relazione finale

Egr. Ing. Fabbriconi,

la nostra verifica ha rilevato le seguenti criticità, per importanza e correlazione, come descritto nello schema allegato:

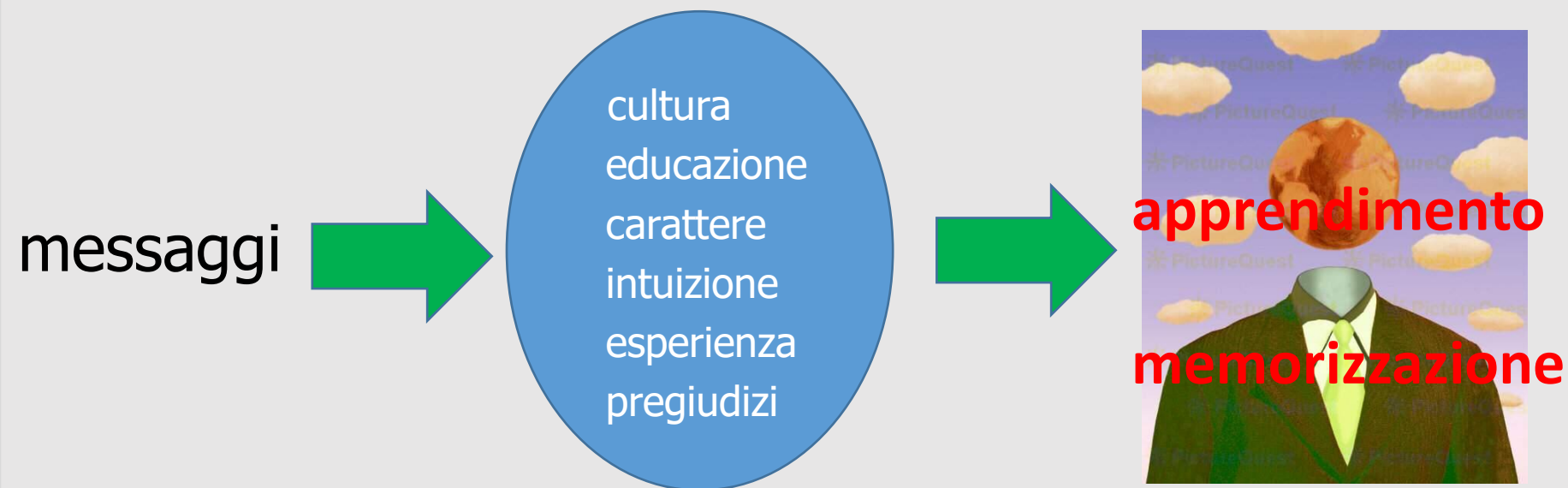
- **L'Azienda non sta rispondendo all'evoluzione del mercato (7)**
 - **La rete di distribuzione è inadeguata (5)**
 - **I venditori sono poco incentivati sui modelli di fascia alta (1)**
 - **C'è una focalizzazione sui clienti medio-piccoli (3)**
 - **Esistono difficoltà nella gestione della linea prodotti (2)**
 - **Le soluzioni personalizzate riducono drasticamente il margine di guadagno (4)**
 - **Si produce una gamma incompleta (6)**

Le suggeriamo quindi di intervenire sui punti che originano il problema complessivo ovvero: 1; 3; 4; 6.

Nel ringraziarla per la fiducia accordataci restiamo a disposizione per qualunque sua ulteriore esigenza.

Distinti saluti.

L'ascolto - Percezione dei messaggi

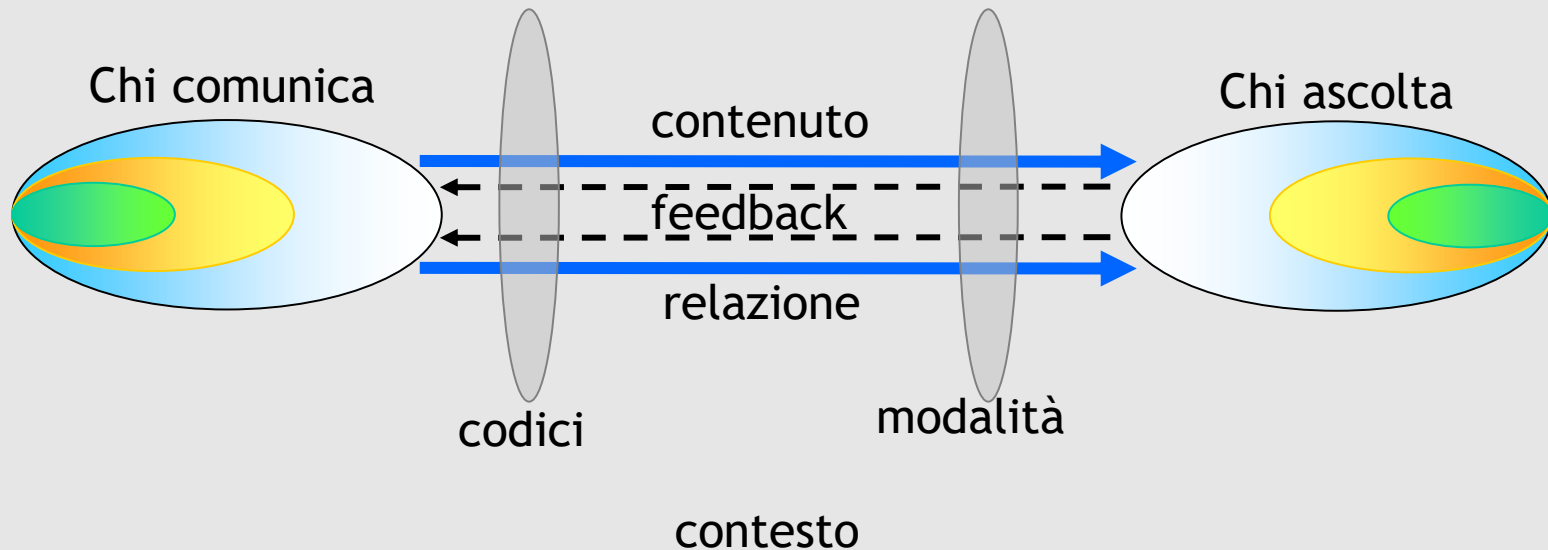
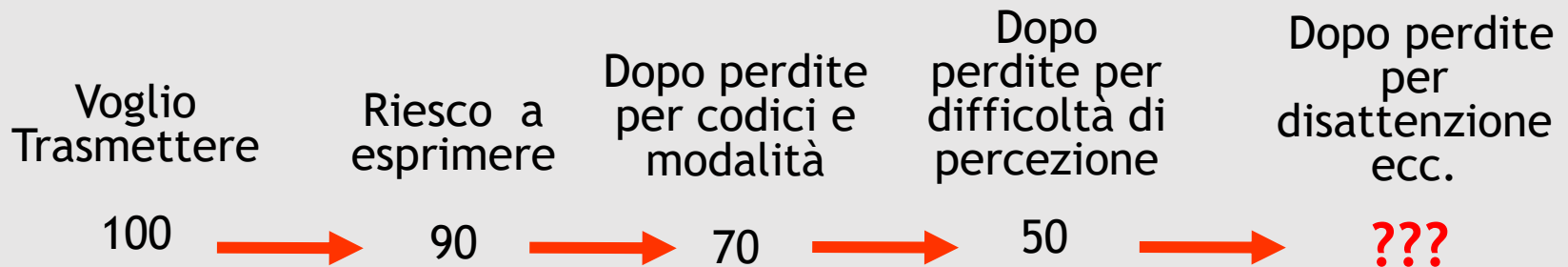


Gli schemi, o quadri di riferimento, sono “schermi” che difendono, ma anche limitano e deformano la ricezione e la comprensione dei messaggi, verbali e non.

L'ascolto

- Ascoltare **prima** quello che l'altro dice
senza interrompere
- Ascoltare **tutto** quello che l'altro dice
- **Non dare nulla per scontato**
 - fare domande di chiarimento
 - riformulazione di verifica

Nessun processo ha efficienza 100%



La comunicazione non verbale

*E' la **via naturale** attraverso la quale esprimiamo gli **stati d'animo** e le **emozioni**.*

- Linguaggio del corpo
 - Coinvolge viso (occhi, mimica facciale), braccia (mani), gambe
- Linguaggio paraverbale
 - Legato al carattere ed allo stato d'animo (tono, volume,...)
- Prosemica
 - Indicativa del rapporto con l'interlocutore (confidenziale, ufficiale,...)

La comunicazione non verbale

- E' inevitabile, spontanea
sfera emotiva
- Trasmette informazioni sulla persona
carattere, umore
- Esprime atteggiamenti verso la relazione
interesse, motivazione, emozioni
- Influenza l'interazione
- Sostituisce il linguaggio quando mancano le parole

La comunicazione è efficace se «verbale» e «non verbale» sono congruenti

Il linguaggio del corpo

IT'S WHAT YOU **DON'T** SAY THAT COUNTS!



Un commesso di un negozio di mobili



L'assertività

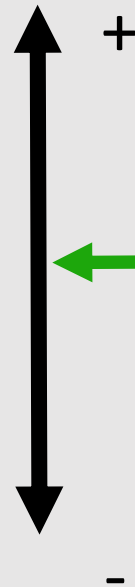
“Rispettare gli altri e farsi rispettare”

Aggressività

Assertività



Sottomissione
(*passività*)



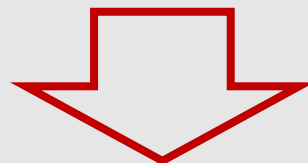
Assertività

né “istrice”,
né “zerbino”

Comportamento assertivo

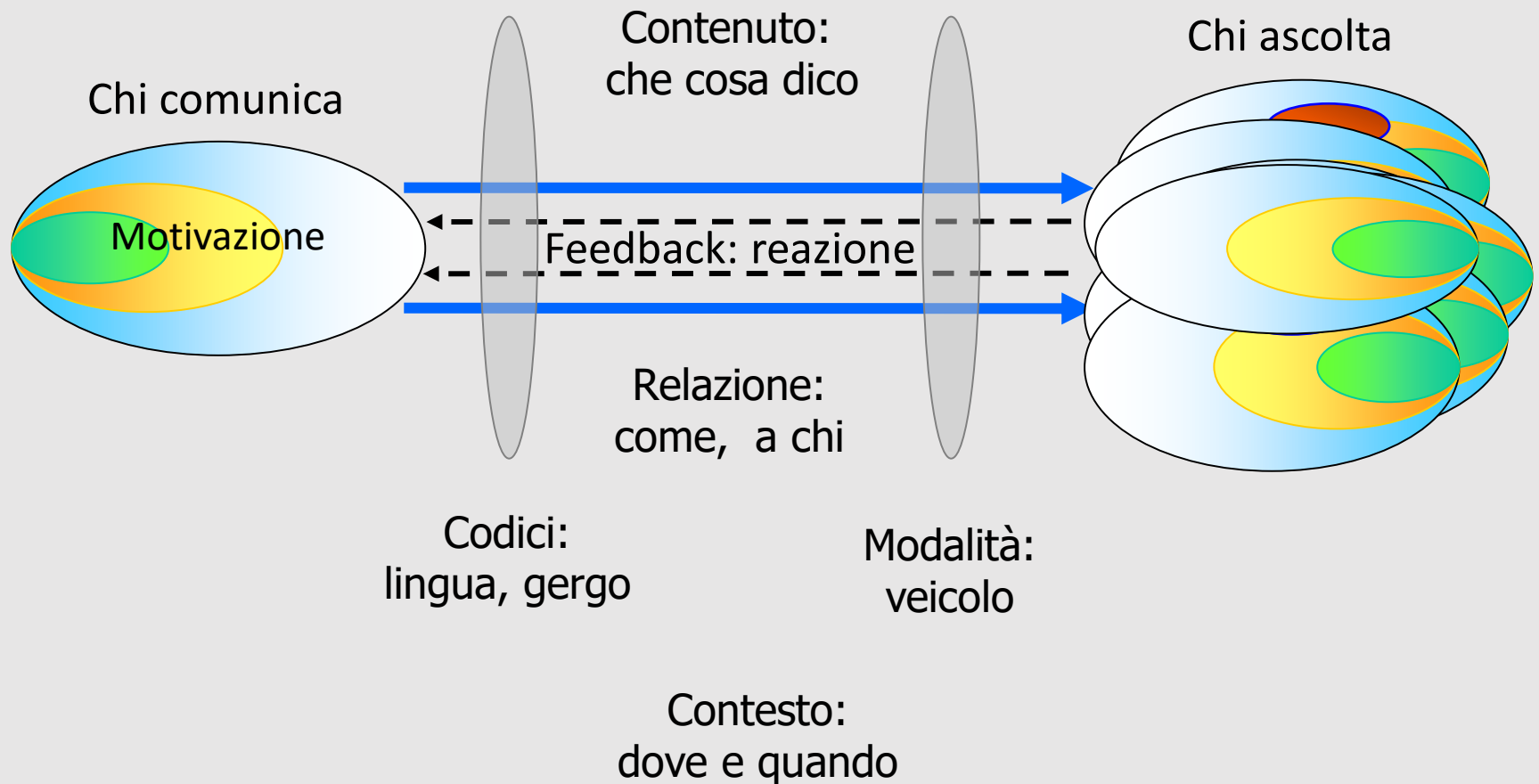
Si fonda su:

- Intelligenza emotiva
 - Empatia
- Equilibrio e rispetto di sé e dell'altro
- Buona comunicazione verbale e non



Efficacia della prestazione

E se parliamo a più persone?



Qualche suggerimento se parliamo a più persone

- Prepararsi prima (*contenuto, tempi*)
- Motivare subito l'ascolto (*che cosa dirò*)
- Mantenere contatto con tutto l'uditorio (*sguardo*)
- Evidenziare i punti chiave (*paraverbale*)
- Gestire le domande (*risposte 'calibrate'*)
- Fare una sintesi riassuntiva (*messaggio*)
- Capitalizzare l'esperienza (*autovalutazione, feed back*)

Comunicazione a distanza



Nella comunicazione si frappone la barriera dei dispositivi
Social, Dad, Smart working

Opportunità

- Eliminazione delle distanze
fisiche e temporali

Rischi:

- Spersonalizzazione
- Isolamento
- Utilizzi impropri



Bisogna sapersi informare distinguendo le fonti

Good
news

Fake
news

Bad,
illegal
news

Good
news

Fake
news

Bad,
illegal
news



**Filtro giuridico legale.
Responsabilità civili e penali dei
direttori e degli editori.**



Sintesi

- *Si comunica sempre, anche in modo involontario.*
- *La motivazione e l'intelligenza emotiva rendono efficace la comunicazione.*
- *La comunicazione è valida se il messaggio viene recepito correttamente.*
- *La responsabilità è prima di tutto di chi trasmette.*
- *L'assertività crea relazioni positive permettendo di far comprendere più facilmente il proprio messaggio.*