

Saper comunicare significa sapersi esprimere.

Sapersi esprimere significa farsi capire.

Per farsi capire occorre suscitare interesse in chi ascolta le nostre parole.

CONVINCERE E' UN'ARTE

L'efficacia è sempre determinata dal grado di comprensione a cui perviene il pubblico.

Tre risultati:

1. la comprensibilità del discorso
2. la capacità di rendere sempre viva l'attenzione
3. la capacità di dare forza ed impatto a ciò che viene detto

LA PERSUASIONE

La persuasione è un forte valore aggiunto all'efficacia della comunicazione.

La persuasione presuppone l'uso coordinato di:

- schemi logici
- consequenzialità
- assertivismo
- concretezza
- motivazione

alto numero di informazioni fornite + seduzione = persuasione

PER CONVINCERE

Una presentazione convincente è formata da questi elementi:

1. IL BACKGROUND
2. LA VISIONE D'INSIEME
3. IL PROBLEMA/BISOGNO
4. L'IDEA/SOLUZIONE
5. LE EVIDENZE
6. I VANTAGGI
7. L'AZIONE
8. IL RIEPILOGO

CHECK LIST DELLE BUSINESS PRESENTATIONS

1. STABILIRE GLI OBIETTIVI

- Perché si fa la presentazione

2. ANALIZZARE I DESTINATARI

- Quale è la loro conoscenza dell'argomento?
- Quale è la loro opinione?
- Perché partecipano alla riunione?
- Quali sono i vantaggi o gli svantaggi che possono loro derivare?

3. PREPARARE UNO SCHEMA DEI CONTENUTI

a. L'INTRODUZIONE DELL'ARGOMENTO

- la motivazione (perchè è stata organizzata)
- il programma (i temi che saranno trattati e in quale ordine)
- gli obiettivi (informare, proporre, far decidere)

b. LO SVOLGIMENTO VERO E PROPRIO

- il problema
- l'idea soluzione
- le evidenze
- i vantaggi
- le azioni

c. LE CONCLUSIONI

IL COMPORTAMENTO DEL PRESENTATORE

La comunicazione non verbale (il come) ha spesso più efficacia del contenuto (il cosa).

Occorre tenere sotto controllo:

- IL TONO DI VOCE
- LA VELOCITA' E LE PAUSE
- IL CONTATTO VISIVO
- L'ESPRESSIONE FACCIALE
- LA GESTUALITA'
- IL LINGUAGGIO.

LA SCALETTA

L'utilizzo di una scaletta strutturata permette una maggiore padronanza e sicurezza degli argomenti da esporre evitando il rischio di dimenticare qualcosa.

Un buon metodo consiste nel suddividere l'intervento in 4 fasi:

1. LA PREPARAZIONE
2. IL DECOLLO
3. IL VOLO
4. L'ATTERRAGGIO

2. IL DECOLLO

Tecniche di apertura del discorso:

1. Raccontare un aneddoto
2. Raccontare un fatto vero
3. Aprire con un esempio specifico
4. Mostrare qualcosa al pubblico
5. Porre una domanda
6. Incominciare con una citazione
7. Legare il tema agli interessi personali del pubblico
8. Incominciare con dati stupefacenti o raccontando fatti straordinari su cose ordinarie

4. L'ATTERRAGGIO

Sei diversi tipi di chiusura:

1. Rielencate i punti particolari del vostro discorso
2. Esigete che i vostri ascoltatori agiscano
3. Fate un sincero complimento al vostro pubblico
4. Fateli ridere
5. Citate qualche verso poetico particolarmente appropriato
6. Fate della chiusura il punto culminante del discorso.

3. IL VOLO

Tre tecniche comuni:

- elencate i vostri dati
- argomentate in base ad essi
- esigete qualche tipo di azione

- dimostrate che qualcosa non funziona come dovrebbe
- mostrate come rimediare alla disfunzione
- esigete che vengano intraprese le azioni necessarie per cambiare la situazione

- ottenete l'attenzione e la fiducia del pubblico
- elencate i vostri dati ed informateli sui meriti ed i pregi della vostra proposta
- appellatevi ai motivi che inducono gli uomini ad agire

10 REGOLE PER PARLARE IN PUBBLICO

1. Tenete presente il tipo di persona cui vi rivolgete per definire in anticipo:
 - l'abbigliamento
 - il tono dell'intervento
 - la lunghezza dell'intervento
 - la partenza
2. Preparate un progetto di esposizione di quello che volete comunicare
3. Fate una prova generale e concentrate i concetti base.
4. Controllate la vostra emotività prima di iniziare respirando profondamente
5. Controllate la gestualità senza però averne timore

10 REGOLE PER PARLARE IN PUBBLICO

6. Variate il tono della voce (pause nel discorso per evidenziare i concetti più importanti)
7. Guardate il pubblico cui vi rivolgete
8. Rendete partecipe il pubblico come se si stesse dialogando con lui.
9. Parlate sempre a voce alta respirando lentamente
10. Ogni affermazione è valida quanto più è credibile l'immagine di chi la pronuncia.

La vostra faccia, i vostri occhi, i vostri gesti, i vostri modi sono la garanzia

I SUPPORTI AUDIOVISIVI

Un individuo ricorda:

- il 10% di ciò che legge
- il 20% di ciò che ascolta
- il 30% di ciò che vede
- il 50% di ciò che vede e ascolta

Il loro scopo è di aiutare a rafforzare la nostra comunicazione e quindi devono mettere in evidenza soltanto ciò che è importante far rilevare e ricordare.

E' più efficace scrivere soltanto parole-chiave o alcuna frasi-chiave semplici, brevi, chiare, coordinate con ciò che viene espresso verbalmente.

IN CONCLUSIONE

Fare un bel discorso significa molto semplicemente avere qualche idea da comunicare e saperla comunicare con efficacia cioè con precisione, chiarezza e incisività in modo tale che alla fine l'ascoltatore abbia afferrato che cosa gli si voleva trasmettere, sia stato colpito, sia stato chiamato in causa.

Ciò significa che si deve sempre considerare come un tutto unico inseparabile quello che si dice, il modo in cui lo si dice alla gente alla quale lo si dice.

Il discorso è sempre un rapporto autentico tra l'IO ed il TU;
ci sia un solo tu o ce ne siano molti.

E' un flusso di simpatia a fiducia che trasporta un messaggio di vita.