



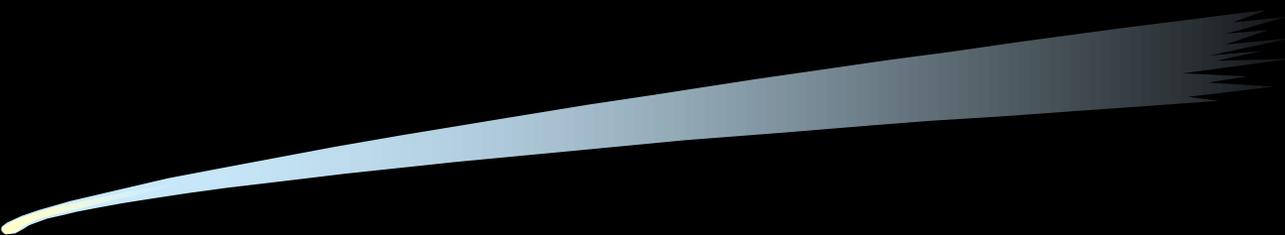
ESERCITARE UNA PROFESSIONE
INTELLETTUALE comporta:

RESPONSABILITA'

- Civili (paziente, familiari)
- Penali
- Disciplinari

parlare in pubblico ed essere convincenti

strategie di presentazione



ma chi sei?

ovvero

che ruolo hai

quando parli?

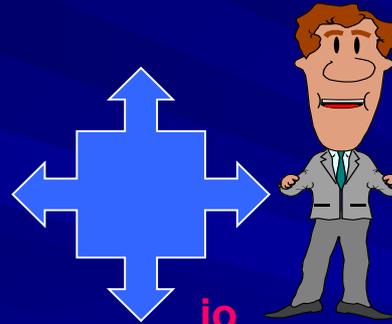
i rapporti affettivi



genitori
superiorità



fratelli
uguaglianza



io



partner
complementarietà



figli
inferiorità

i rapporti professionali

superiori/docenti

superiorità



collegi



uguaglianza



io

collaboratori/studenti

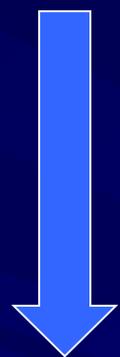
inferiorità



clienti

complementarietà

**non rispettare il proprio ruolo
o il ruolo altrui
in qualsiasi relazione
è fonte di conflitti**



lo speaker o il formatore
è un mestiere
e lo si impara facendolo

ovvero

non c'è mai abbastanza neve in
aula per imparare a sciare

la parola formatore deriva da «forma»

- per fare un buon intervento di formazione, devi innanzitutto sapere qual è la FORMA che vorresti dare alle persone che stai formando
- che cosa vuoi che cambi nel loro **comportamento**, ovvero vadano a fare, dire, pensare dopo la tua presentazione?



infatti

- la comunicazione è il trasferimento di un messaggio che mette le persone in azione, altrimenti è un parlare tanto per parlare
- a volte, la persona che hai di fronte conosce già quello che dovrebbero fare, ...
- ... serve che tu crei quella «scintilla» che la mette in azione

sappiamo che il successo di un oratore dipende da:

1. come (rapportato a chi) e quando
insegna: **metodi**
2. cosa insegna: **contenuti**

prima di iniziare

è fondamentale
il rispetto degli esseri umani
e dei ruoli
nelle relazioni affettive
e professionali,
altrimenti



in clima di libertà il pubblico

- è la somma di tante persone diverse con la medesima importanza, pertanto è l'espressione tacita o eloquente di altrettante reazioni e di azioni soggettive
- ciascuno è titolare degli stessi diritti così come è vincolato dagli stessi doveri verso sé stesso e verso gli altri

comunicare può avere molti significati:

- inviare
- trasmettere
- trasferire
- notificare
- far vedere
- far sentire
- emozionare
- illustrare
- elogiare o aggredire
- far crescere
- far conoscere
- investire
- contagiare
- partecipare
- unire o dividere
- mettere in comune con altri ciò che è nostro
- insegnare
- ...

se vuoi insegnare devi sapere che:

- solo obiettivi in termini operativi
- solo performance-base training
- si impara solo per conseguenze
- si impara solo per tentativi e successi
- l'insegnamento è scienza e non arte
- l'apprendimento si misura continuamente
 - con misure parametriche
 - no test
- meglio rispondere veloce, che è giusto
 - più conseguenze, più opportunità di apprendere

l'essere umano apprende per conseguenze positive

- il leone affamato, finché attacca l'antilope con il vento alle spalle, non riuscirà a cacciare
- il giorno in cui il vento sarà contro il suo volto riuscirà a cacciare con successo
- imparerà per la conseguenza positiva

l'essere umano apprende per conseguenze positive, che otterrà sperimentando in situazioni diverse

- nell'imitazione
- nella competizione
- per condizionamento e/o suggerimento

l'essere umano con l'apprendimento

- **rammenta** un messaggio recepito con la testa
- **ricorda** un messaggio recepito con il cuore
- **rimembra** un messaggio recepito con il cuore e le parti del corpo umano nel loro insieme

rammentare

- richiamare o avere presente nella propria mente, nella propria memoria: *ho studiato a memoria la poesia, rammento o non la rammento*
- esprime più chiaramente l'idea del **richiamare alla mente**

ricordare

- re-, di cor cordis «cuore», il cuore era ritenuto la sede della memoria nei latini
- il fatto del ricordare, di **rievocare alla mente abbinando ad una emozione immagini, nozioni, persone, avvenimenti:**
- gli tornò vivissimo il r. dell'amico lontano; mi resta di lui un ottimo r.; mi è rimasto un buon r. di quell'incontro; quella giornata è viva nel mio ricordo

rimembrare

- richiamare alla memoria esperienze del passato che riconducono alla sfera profonda delle emozioni e sentimenti
- evoca un movimento di ricondurre al cuore e alle parti profonde del corpo umano nel loro insieme
- sede dell'intelletto nell'antica cultura Egizia
- un legame profondo, di sangue, nella membra, ...

dal'apprendere conseguono comportamenti e pensieri

- comportamento muscolare-motorio
- **emozione** (c. neuro vegetativo-simpatico)
 - stato di attivazione dell'organismo
- **pensiero, abilità cognitive, linguaggio**
 - rule governed behavior
 - mi ricordo che ...
 - se... allora...
 - devo fare come dice mia madre

fonte del potere

FORZA

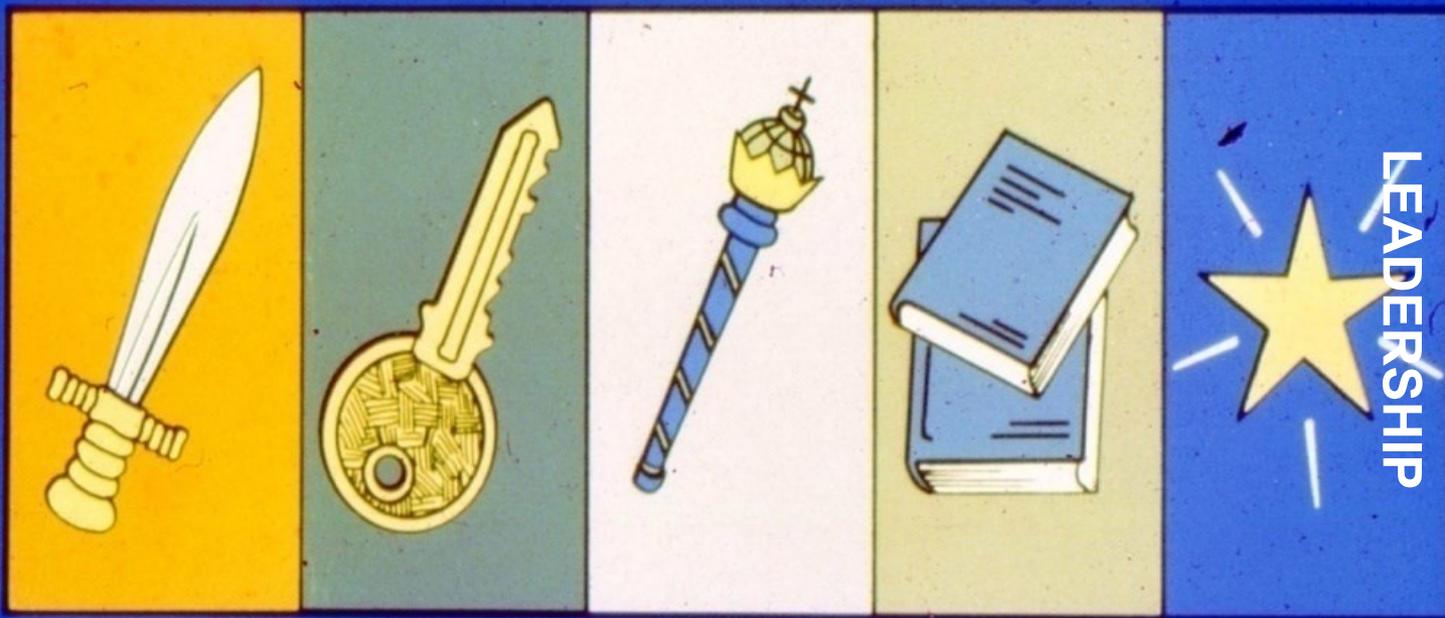
**CON-
TROLLO**

**POSI-
ZIONE**

**COMPE-
TENZA**

FASCINO

**le 5 variabili
del potere che condizionano
la relazione**



LEADERSHIP

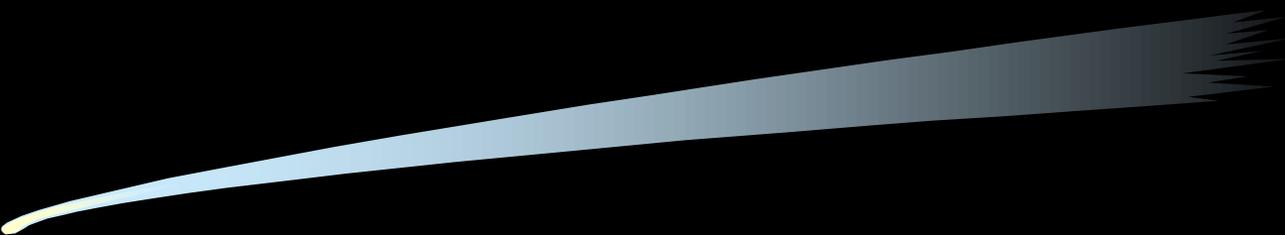
risposta

**OBBE-
DIENZA**

INTERIORIZZAZIONE

**IDENTIFI-
CAZIONE**

ogni singola invenzione, scoperta e creazione umana nasce dal potere: una buona salute, buone relazioni con gli altri, un lavoro che ami, una vita ricca di felicità e anche i soldi che ti servono per essere, fare e avere ciò di cui hai bisogno nasce dal potere



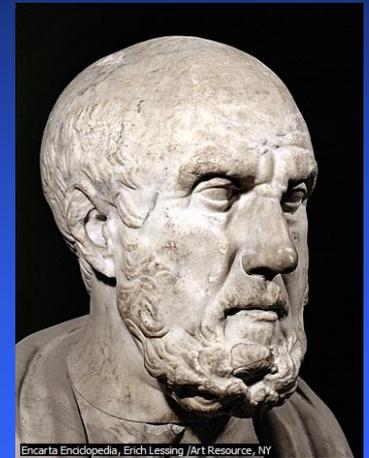
**“ CU’ PECURA SI FA,
LUPU S’A MANCIA “**

il potere si divide in due categorie

1. il potere guidato dalla morale altruistica

1. il potere guidato dalla amorale egoistico/opportunistica

- ipocrisia: simulazione di buoni sentimenti e intenzioni lodevoli, allo scopo di ingannare qualcuno;
- falsità, doppiezza.



il potere infatti

- consiste nel soddisfare, attraverso comportamenti verbali e non verbali, i propri e altrui desideri per renderle felici (**potere positivo**)
- oppure nel soddisfare solo i propri desideri e se serve, anche sopraffando gli altri rendendoli infelici (**potere negativo**)
- tutti perciò lo cerchiamo

nel costruire il vostro potere
non dovete resistere
al potere altrui,
ma conquistare il vostro potere,
perché ciò a cui resistiamo
persiste

tratto dal film:
“the segret”

"CIÒ A CUI RESISTIAMO



Carl Jung
1875-1961

se la peggior arma è
l'indifferenza,
perché vi focalizzate spesso sulle
persone che disprezzate o sulle
situazioni che non volete.

IGNORATELE!

e concentratevi su ciò che
appreziate e desiderate

quindi:

- 1. non concentrarti mai su ciò che non vuoi**
- 2. concentrati sempre su ciò che vuoi**
- 3. nelle relazioni non usare il tu e il voi, perché è un attacco, che genera difesa e contrattacco**

è la dimensione
delle tue convinzioni
a determinare la dimensione
del successo da te auspicato,
non basta desiderarlo,
lo devi volere e devi credere
di essere capace di ottenerlo
e di meritarlo

è la tua mente che ti guida

- la dimensione dei risultati che ottieni nella vita è limitata dalla dimensione dei tuoi pensieri
- in altre parole, ciò che diventi è limitato da ciò che pensi di poter diventare (sperando che tu lo pensi intensamente)
- e allora sarai credibile

molti hanno delle barriere che

- li separano da ciò che gli piacerebbe avere o diventare
- queste barriere non sono reali o fisse, ma psicologiche
- sono convinti di non essere capaci di farcela a fare o parlare e per questo qualcuno non ci prova nemmeno



l'unico limite

a quanto in alto possiamo andare

è legato

a quanto crediamo di poter salire

quando pensi ad un nuovo obiettivo da raggiungere

- ci sono tre livelli di convinzione necessari:
 1. che è possibile
 2. che ne sei capace
 3. che te lo meriti

più tempo passi a pensare con intensità a ciò che vuoi raggiungere

- e più chiara e cristallina diventa la via per conseguirlo
- il cervello si impegna ad aiutarti nel trovare nuove soluzioni ai tuoi problemi/obiettivi/sogni, ma solo se ha ben chiaro che cosa vuoi raggiungere

le 5 variabili del potere e la capacità di essere assertivi

- la forza

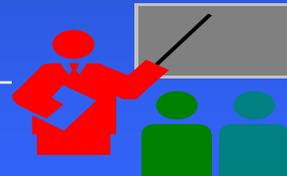


- il controllo



- l'utilità sociale o la posizione

- la competenza



- la leadership



obbedienza

interiorizzazione



identificazione

risposta: ascolto,
condizionamento,
obbedienza,
imitazione, rispetto

1° la forza: tre sottovariabili

1. la forza fisica ed economica
2. la forza che deriva dai gruppi di appartenenza o dagli influenti (stakeholders)
3. la forza di farsi rispettare, ascoltare e di convincere

gruppo:
di lavoro
professionale
sindacale
politico
volontariato
culturale

.....
rapporti con:

- enti locali
- stato
- territorio
- parrocchie
- media
- stakeholders

nell'antico popolo ebraico

- lo straniero
- la vedova
- l'orfano

non avevano nessun riconoscimento sociale

risposta:
interiorizzazione
dei valori,
principi, modelli,
metodi, regole,
usi,
consuetudini

risposta: ascolto,
condizionamento,
obbedienza,
imitazione, rispetto

2° il controllo

- azione che induce e mantiene la conformità della condotta delle persone a dei modelli
- strumento per regolare o comandare sulla base della conoscenza del sistema
- vigilanza implicante una competenza e una responsabilità elevata

- conoscenze specifiche teoriche e pratiche
- l.g., procedure e protocolli
- risultati attesi
- uso di strum. di control., documentazione di lavoro
- acquisti presidi per assistenza
- carichi di lavoro
- costi dell'assistenza
- delibere aziendali
- ...

risposta:
interiorizzazione
dei valori,
principi, modelli,
metodi, regole,
usi,
consuetudini

3° l'utilità sociale ovvero la posizione

fai conoscere:

il tuo valore
i tuoi risultati
il tuo sapere
il rispetto dell'ambiente
i tuoi valori

- è il posto che una persona occupa nella struttura sociale, secondo il giudizio e la valutazione dell'istituzione e della società
- non è quello che pensi di essere, ma è quello che gli altri pensano tu sia

•riconoscimento aziendale
e sociale

risposta:
interiorizzazione
dei valori,
principi, modelli,
metodi, regole,
usi,
consuetudini

identificazione:
col gruppo

4° la competenza

- la realtà non vive di teoria, ma di eccezioni
- competenza è un aspetto personale che conduce a piena capacità di orientarsi nelle eccezioni
- la capacità di dare risposte al cliente, committente, utente è supportata dal sapere la propria materia e dal saperla fare, anche se può succedere che chi sa e sa fare sia incompetente se manca il saper essere

- gestire l'eccezionalità
- raggiungere gli obiettivi
- risolvere i problemi
- soddisfare i bisogni
- gestire le relazioni in modo funzionale

competenze professionali

- **conoscenze:**
 - padronanza mentale, formale, di per sé astratta dell'operatività profess.
 - cultura generale: storica, politica, scientifica, religiosa, etica, tecnica, ...
- **abilità:**
 - di base: comuni a più competenze (lingue straniere, computer, sicurezza)
 - tecnico-operative: specifiche di un contesto professionale, identificano
 - trasversali: abilità generali come saper raccogliere e leggere le informazioni, diagnosticare, relazionarsi, affrontare/decidere, valutare
- **comportamenti organizzativi:**
 - capacità di interagire positivamente con contesti sociali e lavorativi; sapersi muovere e orientandosi armonicamente nel lavoro, nei sistemi

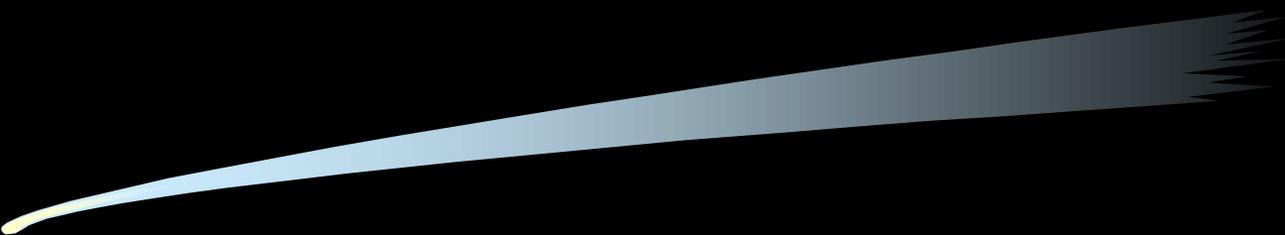
5° la leadership

identificazione:
col gruppo

- la potenza di attrazione di un singolo o di un gruppo sugli altri in modo spontaneo
- Machiavelli sosteneva che gli altri ti seguono solo se sei in grado di soddisfare loro uno o più bisogni
- il leader è altruista

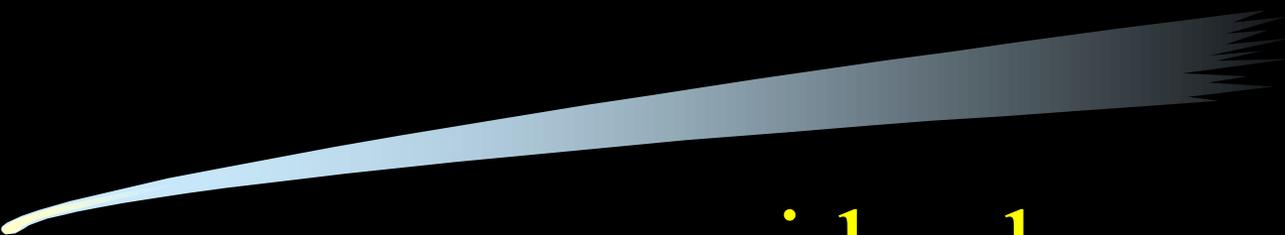
- rispetto delle risorse umane
- assertività





... e se ambisci a divenire un leader
sappi che:

«non è tanto ciò che ti accade,
ma è come reagisci a ciò che ti
accade quello che conta»



sei leader

non per situazioni fortunate,

ma in base a come

pensi, parli e agisci



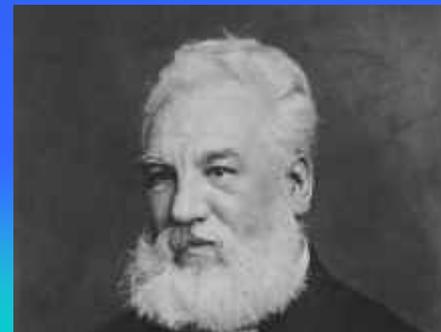
*“... da un grande potere
derivano
grandi respons-abilità ..”*

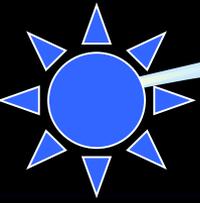
(Lo zio dell’Uomo Ragno, 1962)

cosa sia questo potere non lo so,
so solo che esiste

Bell, Alexander Graham

(Edimburgo 1847 - Baddeck, Canada 1922),
inventore statunitense di origine scozzese.





ricordate che:

- ogni successo ha un prezzo!
- conquistate il vostro successo al servizio degli altri, non a spese degli altri

indice del corso

■ 1. tenere presente il ruolo e il tipo di persone alle quali ci si rivolge, conoscere il destinatario per poter decidere in anticipo:

- *relazione verticale/orizzontale, affettiva/profess.*
- *il tono dell'intervento: formale, sciolto, serio, enfatico, scanzonato, amichevole, ...*
- *la lunghezza dell'intervento stesso*
- *l'incipit, cioè l'avvio: adattare la prima frase al pubblico che ascolta è un vecchio trucco di imbonitori e cabarettisti, un po' sfruttato ma efficace*
- *l'abbigliamento*

■ 2. preparare un progetto di esposizione di quello che volete comunicare:

- l'improvvisazione può essere pericolosa
- *individuare i punti di forza in modo che il pubblico li capisca completamente e ne sia coinvolto*
- *controllare i fatti e i riferimenti che supportano il discorso*
- *toccare le emozioni e/o i valori della comunità alla quale parlate*
- *pensare alle possibili domande, alle controdeduzioni che possono essere rivolte*

■ 3. tenere nella massima considerazione le aspettative, le motivazioni, le opinioni e il perché sono presenti gli ascoltatori

■ dobbiamo domandarci:

– *quale utilità riceverà il pubblico dal nostro discorso?*

- 4. è consigliabile fare una piccola prova generale del discorso che si intende pronunciare
- *concentrare tutti i concetti base nei primi minuti:*
 - *la soglia di attenzione del pubblico ha andamento ondulatorio, specie se sei «barboso», cala vertiginosamente dopo i primi 10 minuti, dopo 20 minuti è al minimo ed è pressoché inesistente dopo i 45 minuti*
- *quindi variare l'intensità del discorso per mantenere l'attenzione*

■ 5. conoscere bene lo/gli strumento/i che utilizzerete per comunicare, facendo attenzione ai problemi organizzativi

■ *quali sussidi cartacei o audiovisivi o ...
utilizzeremo per rendere più efficace il
nostro discorso?*

■ 6. controllare la propria emotività

- prima di iniziare un discorso respirare profondamente e dire la prima frase con un tono deciso:
 - se va bene la prima frase, il discorso ha più probabilità di essere efficace

■ 7. in una riunione con più relatori

■ parlate per ultimi:

- raccoglierete gli errori o gli spunti degli altri
tirate le somme favorendo la migliore
conclusione

quasi tutti i relatori
partono alla pari,
infatti spesso,
ciò che importa è come e
quando lo dicono
piuttosto ciò che dicono

Robert J. Ringer

le presentazioni orali
sono grossi impegni:
portano via un sacco di energie,
tempo,
spesso anche denaro
e non sempre funzionano

convincere qualcuno è difficile

- ma farlo in pubblico, con un gruppo di persone, la tensione e il nervosismo non risparmiano nessuno

e quando non si riesce ad assumere il controllo della situazione è pericoloso:

- ovvero si rischia che al posto di raggiungere i risultati auspicati si perde, oltre alla credibilità, anche la faccia
- certamente poche persone riescono in una presentazione e non sempre ad essere assertive e a dare un'immagine brillante di sé

piuttosto di una brutta figura

è meglio stare zitti!

e piuttosto di mettere i puntini

ad un discorso altrui positivo

è meglio approvare

e condividere il successo

Fai
ESPLODERE
la tua comunicazione



1. quando vogliamo veramente essere credibili e fare il punto della situazione ci riesce meglio stando in piedi

in piedi dominiamo di più
per convincere, per affermare le
nostre ragioni, per dichiararsi in
amore, per dichiarare la nostra
gioia o la nostra rabbia

specialmente se gli altri sono seduti

A large crowd of people, mostly men, are gathered in a hall or auditorium. They are dressed in simple, traditional Indian clothing, including turbans and shawls. The scene is dimly lit, with several overhead lights visible. The crowd is dense and appears to be waiting or listening. The text "tratto dal film: Gandhi" is overlaid in the center of the image.

tratto dal film:
Gandhi



in piedi sembriamo più sicuri e
potenti perché non nascondendoci
dimostriamo di non avere paura

il tutto elevato al quadrato:

- usando la gestualità e
- parlando ad alta voce

... ma in piedi davanti a tutti!

quando siamo in piedi

- noi e i nostri messaggi non verbali e verbali siamo al centro dell'attenzione
- e non diamo la pessima impressione di essere dei vigliacchi, dei codardi o degli incerti su ciò che dobbiamo dire, ma di avere un grande coraggio e la certezza di ciò che stiamo dicendo

pensate in termini di persuasività

- anche se dovete presentare solo a una o due persone, voi dovete stare in piedi
- le parole possono mentire
- i comportamenti, le azioni non mentono mai
- in piedi permettiamo agli ascoltatori di trovare conferme dal nostro corpo sul fatto che non stiamo mentendo (specie se poi diamo la mano o tocchiamo le persone)

quando noi ascoltiamo
noi interpretiamo i messaggi
che arrivano
dal corpo e dalla parola,
i quali sono i servitori
della mente di chi sta parlando

tratto dal film:
Wall Street

Stock Watch



spesso i presentatori non riescono a distinguersi

- tutti, o quasi, sono eleganti
 - parlano più o meno bene
 - e sembrano brave persone
- eppure qualche differenza c'è,
naturalmente, ma è così sottile che ...
- state in piedi, presentate bene e
trasformerete i dettagli in grandi differenze

anche ad un matrimonio

- quando sbattendo la posata sul bicchiere gli invitati chiedono a gran voce allo sposo: discorso, discorso ...
- se lo sposo non si alza e quasi nascondendosi tra le bottiglie ed i bicchieri del tavolo fa finta di niente o rinuncia, decisamente sembra non padrone della situazione e non convinto della sua scelta, e... se parla da seduto è una schifezza

2. non leggete la relazione

quello che ho da dire, io credo,
è troppo importante
per scriverlo su un pezzo di carta;
io invece voglio scrivere nelle menti
e nei cuori dei miei ascoltatori,
nelle loro emozioni,
con ogni grammo di me stesso;
un pezzo di carta non può stare tra
me e coloro che voglio convincere

Charles F. Kattering, direttore della General Motors

tratto dal film:
ogni maledetta domenica

▶ Riproduci

POSITIVELY
NO
VISITORS

se avete dimenticato quanto è
deprimente leggere una presentazione
basta ricordare che le migliori e
appassionanti storie che
ci hanno raccontato a scuola
non le hanno lette.
anche con i bambini
evitate di leggere le storie, raccontatele

il Direttore Generale si avvia al leggio con un fascio di carte

- le posa, appoggia le mani ai lati del leggio, si sporge in avanti e inizia il discorso
- legge un paio di righe e getta un'occhiata al pubblico
- va avanti così per qualche pagina finché non perde il segno, si impappina, strabuzza gli occhi e comincia a sudare

a questo punto per sicurezza si convince che:

- “è meglio che non mi distraiga per non perdere il filo della lettura, conviene non guardare il pubblico, se lo faccio ancora mi inceppo di nuovo”
- così smette di guardare i presenti e continua a leggere a ruota libera senza intoppi

chiunque presenti una relazione

- se pensa che leggendo si sentirà a suo agio e la presentazione scorrerà senza intoppo: **sbaglia**
- certamente è importante sentirsi a proprio agio, ma non è l'unica variabile per garantire l'ascolto e la comprensione da parte degli ascoltatori

i relatori

- all'inizio hanno la nostra attenzione, specialmente se si tratta di un Direttore Generale, perché di solito sono inavvicinabili e/o non li vediamo spesso: è così interessante guardare gli “dei” da vicino
- ma dopo pochi minuti non sono più una novità e la nostra attenzione comincia a vagolare, e questo per due ragioni:
 - primo, non succede niente di nuovo
 - secondo, uno che legge ad alta voce provoca solo una gran barba, se poi legge a bassa voce è la fine!

non succede niente

- dal momento in cui il presentatore leggendo si aggrappa al leggio e raramente fa qualche gesto
- anche se stiamo ascoltando, dopo poco, ci ritroviamo a guardare il vestito del nostro vicino, il pavimento, l'orologio o ...
- i nostri occhi vagano perché là non c'è azione né movimento e così cerchiamo con gli occhi qualcosa di più interessante, ma sentiamo ancora le voci o almeno ci pare...
- ...e la mente viaggia tra i suoi pensieri

la lettura è una barba

■ volete essere etichettati come persone
noiose?

1. leggete una presentazione
2. magari dietro una scrivania o un leggio

le conseguenze



leggere una presentazione è noioso perché:

- c'è poco contatto con gli occhi
- c'è poca gestualità
- chi parla nasconde i 2/3 del suo corpo dietro il leggio o la scrivania
- e la sua voce diventa presto monotona
- e poi ci sono anche quelli che non sanno neanche leggere bene



un matrimonio



**sia negli affari, che nella leadership
non potete avere successo
se siete noiosi**

- in effetti quelli che sopravvivono nella giungla del business sono persone appassionate, energiche, positive, piene di entusiasmo e acute

eppure c'è ancora un sacco di gente

- che si aggrappa al leggio e legge ... legge.
- perché lo fanno?
- alcuni di loro tendono a rimandare la preparazione e si ritrovano a buttar giù le loro idee all'ultimo minuto, così sono costretti a leggere o se le fanno scrivere
- inoltre, la maggior parte crede semplicemente che leggere sia il solo modo per esprimersi bene

altri mettono sé stessi in primo piano e non gli altri

- ovvero per loro ciò che conta è leggere bene un buon pezzo, cioè essere inattaccabili, non farsi criticare (se poi gli altri non colgono il valore del contenuto, non ha importanza)
- non hanno nel loro cuore il voler portare un contributo agli altri mettendosi generosamente a servizio della platea con le loro idee, emozioni, entusiasmi, ...

l'alternativa alla lettura

davanti ad un vasto pubblico, che vi guarda

- è facile dimenticare l'esatta sequenza di tutti i punti e sottopunti



ma potete ricordare le vostre idee
se vi vengono suggerite

- e allora prendete un cartoncino da 15x20
A5 o una pagina della vostra agenda o
meglio un computer proiettando sulla
parete le vostre slide
- scriveteci su tutti i punti principali e, sotto,
tre o quattro sottopunti per ognuna

il cantastorie ben conosceva l'efficacia dei mezzi audiovisivi



al momento di parlare

- con ciò che avete scritto nelle slide, mettete la memoria sotto pressione ed esponete i concetti
- dopo aver detto tutto quello che ricordate, tornate alla slide che è proiettata alle vostre spalle per controllare di non avere tralasciato niente

se avete dimenticato qualcosa che
valeva la pena di essere detta

■ guardate di nuovo il pubblico e continuate
a parlare

■ alla fine, **una brevissima pausa**, passate
alla seconda slide, concentratevi e
continuate

nel tempo

- acquistando più fiducia in voi stessi vi sentirete sempre più a vostro agio con il pubblico, e gli appunti o le slide vi serviranno meno
- anzi vi serviranno per rimanere dentro un binario e un tempo, altrimenti il piacere di parlare in pubblico vi trasporterà, senza accorgersi, a parlare anche troppo

gli appunti o le slide sono un sostegno

- sono la vostra assicurazione
- tracciano il binario del discorso
- valgono come stimoli alla memoria
- vi fanno apparire spontanei, ma con la rete di salvataggio

gli appunti o le slide non sono un testo

- non cedete alla tentazione di fissarci dentro interi discorsi, fitti fitti e illeggibili
- altrimenti sarete daccapo nel

REGNO DEGLI SBADIGLI

i supporti audiovisivi

- devono mostrare quello che noi a parole non riusciamo, chiaro?
- quindi diagrammi, grafici, fotografie, videoclip, musica dal vivo o registrata
- e ciascuno strumento deve funzionare in sinergia con il testo illustrando il nostro discorso

Pausa

relazione:

la motivazione

Pausa



**fidatevi di voi
e non dimenticherete quello
che avete veramente da dire**

prima di iniziare a parlare

- predisponete sul computer l'inizio della presentazione poi spostatevi di lato senza rimanere appoggiati a nessuna barriera
- questo passo è fondamentale, perché vi vedranno tutto intero e voi avrete le braccia libere per aiutarvi gesticolando

guardate il pubblico negli occhi

- cercate e prendete contatto con gli occhi dei partecipanti
- partite dal fondo e passate attraverso gli occhi di tutti
- fate cadere ogni barriera
- la vostra gestualità dice che desiderate essere vicino al pubblico e ciò che state dicendo è personale e creato appositamente per loro

scendete poi dal palco

- e entrate in mezzo a loro e avviatevi anche nel corridoio centrale della platea
- tutto ciò vi permetterà:
 - di essere più voi stessi,
 - più vicini a loro
 - più credibili e convincenti, perché coerenti tra i messaggi non verbali e quelli verbali

se siamo divertenti, buon per noi!

- a tutti piace ridere, ma non è necessario o obbligatorio essere divertenti per fare una buona presentazione
- l'unica cosa da fare, infatti, è essere sé stessi
- il pubblico presta ascolto solo alle persone di cui si fida e l'unico modo per essere credibili è essere autentici, che equivale a essere sé stessi

tratto dal film Luther



il leggio o la scrivania

- costituiscono una barriera tra il pubblico e il presentatore: nascondono fino al 70% del suo corpo
- **il microfono spessissimo altera la voce**
- se fate abbassare le luci per proiettare le slide, aumenta la vostra lontananza e anche le espressioni del volto si perdono

in questi casi il messaggio arriva:

- scialbo
- impersonale
- inefficace
- favorendo le distrazioni più disparate

certamente!

- mai arrivare sul palco senza aver preparato nei minimi dettagli il nostro discorso
- non importa quanto sia il tempo che abbiamo a nostra disposizione
- a nessuna piace ascoltare qualcuno che balbetta, divaga o si ripete continuamente
- Mark Twain diceva che per sostenere un discorso improvvisato occorre moltissima preparazione

tecniche di esposizione e pratica della presentazione

il messaggio non sono le
vostre parole:
il messaggio siete voi

dominare il nervosismo

- è fondamentale, perché divora letteralmente la maggior parte dei presentatori
- la nostra prima reazione è quella di tentare sopprimere ciò che si sta scatenando dentro di noi, perché il nervosismo crea una sensazione paragonata a un'orda di bisonti a passeggio dentro di noi

barricati dietro la scrivania o il leggio

- spesso, afferriamo i bordi, con tale forza che le nocche delle mani diventano bianche, e i palmi si grondano di sudore
- oppure, sprovvisti di barriere difensive, subito nascondiamo le braccia dietro la schiena o nella celebre posizione “a foglia di fico” aggrappandoci alle nostre parti nobili

una posizione molto gettonata tra gli uomini

- è con una mano in tasca e l'altro gomito
inchiodato contro il fianco

ma che razza di movimenti si possono fare da queste posizioni?

- piccoli gesti, inefficaci e ridicoli
- con le mani incollate a qualche parte del corpo non può succedere un gran che!

non stupiamoci quando in pedagogia

- o quando la gente ci dice di essere esausta dopo una presentazione di venti minuti
- se una parte del corpo cerca di muoversi, spesso, nella veste di relatori, si crede sia meglio bloccare qualsiasi movimento
- ma perché incatenarci?

noi abbiamo paura che lasciandoci andare

- si finisce a fare qualche movimento strano, indiscreto e inopportuno
- più il concetto di noi stessi è basso e più temiamo che il nostro corpo ci tradisca (Fantozzi)
- in realtà, il nostro corpo vuole aiutarci, se glielo permettiamo



il sistema nervoso

- reagisce alla tensione della presentazione rilasciando adrenalina nel sangue
- la funzione dell'adrenalina è di dare una sferzata all'organismo in modo da renderlo capace di fronteggiare ciò che succede: minaccia o sfida
- l'adrenalina prepara l'organismo, come dicono gli psicologi, “a battersi” o “a battersela”

in un modo o nell'altro

- l'energia verrà sempre fuori
- come in un vulcano, il nervosismo parte dal basso, dai piedi
- ecco perché alcuni presentatori camminano avanti e indietro
- il nervosismo non si può reprimere, è una reazione all'adrenalina
- però lo si può ottimizzare: ma come?

l'energia si sprigiona e contenerla, spesso, fa disastri

- tentare di sopprimerla è come tentare di contenere il vapore di una pentola in ebollizione mettendogli un coperchio ermetico

il trucco
per dominare l'energia nervosa
sta nel bruciarla
a nostro vantaggio,
invece di lasciarla
vagare incontrollata

questo lo si ottiene in tre modi:

1. con una posizione corretta
2. con l'aiuto dei gesti
3. con una voce forte

tratto da una lezione di:
Roberto Benigni



1. la posizione

- se volete che il vostro corpo vi aiuti nella presentazione, dovrete prendere una posizione tale da permetterglielo

mettevi di fronte al vostro pubblico

- i piedi distanziati da una trentina di centimetri
- non spostate il peso del corpo da una gamba all'altra
- non bloccate le ginocchia
- tenete le mani fuori dalle tasche
- e le braccia, dapprima, lungo i fianchi
- questa posizione vale per le donne e per gli uomini

donne evitate

- di sollevare la punta di un piede e di ruotare il tallone: è brutto e distrae
- gli uomini sono attratti anche dalle caviglie

cominciate qualsiasi presentazione da questa posizione neutra

- ma non rimarrete neutri a lungo
- dopo poco, lasciate libere le mani e le braccia per aiutarvi con i loro movimenti a sostenere il vostro messaggio
- vi troverete senza accorgervi a spostare il vostro peso, perché i gesti forti e autoritari si avvalgono sia delle braccia che di tutto il corpo

muoversi va bene

- ma gesti e movimenti devono supportare o aggiungere qualcosa al messaggio
- potrete fare degli spostamenti, ma non in modo frenetico avanti e indietro, perché è un uso negativo dell'energia nervosa e distrae
- tra un gesto e l'altro, comunque, ricordatevi di tornare periodicamente alla posizione neutra

la posizione neutra

- vi sembrerà innaturale all'inizio, perché spesso siamo abituati alla posizione seminascosta o di riposo o a foglia di fico o a stare con le mani in tasca
- qualsiasi vecchia abitudine è dura a morire

2. gesti

- sembra che le azioni seguano i sentimenti, ma in realtà azioni e sentimenti vanno insieme
- noi regolando l'azione, che è sotto il controllo diretto della volontà, possiamo indirettamente governare i sentimenti, i quali, invece, ne sono separati

William James

un eccellente modo per
incanalare l'energia nervosa si
ha attraverso i gesti

quando non siamo sotto pressione per una presentazione

- usiamo i gesti liberamente e in modo naturale ed efficace
- specie noi italiani diamo informazioni sempre con i gesti: viene così naturale indicare con il dito oppure piegare il palmo della mano, dicendo: “poi vada a sinistra”

alcune persone gesticolano di più

- di conseguenza sono incapaci di dire una sola frase senza muovere le mani
- altri fanno meno gesti, ma la maggior parte di noi ne fa largo uso quotidianamente nella conversazione



Dott. Balanzone

durante una presentazione i gesti hanno essenzialmente tre scopi

1. liberare energia nervosa
2. catturare e mantenere l'attenzione degli ascoltatori
3. dare un supporto visivo al messaggio orale



CRO

un'intervista a
Roberto Biancat

AVIANO

An aerial photograph of an airport terminal building, viewed from a high angle. The terminal has a complex, multi-winged structure with a central hub. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter. Large, white, 3D-style letters spell out 'CRO' across the top half of the image. The letters have a slight shadow and are positioned over the terminal's roof and surrounding tarmac areas.

CRO

AVIANO

sarete d'accordo con me

- che bruciare energia nervosa con i gesti è più gradevole che giocherellare con le monetine nelle tasche o rigirarsi l'anello
- l'occhio viene attratto da quattro cose:
 1. il vostro fisico
 2. il colore dei vestiti
 3. il rumore della vostra voce
 4. e qualsiasi movimento del vostro corpo

cos'è che affascina nello spettacolo dei ceppi che bruciano in un camino

■ sono presenti tutti e quattro gli elementi:

1. il caminetto
2. diversi colori
3. il crepitio
4. e la danza delle fiamme

i movimenti o i gesti

- sono uno degli elementi critici di ogni presentazione, se si vuole catturare l'attenzione dell'ascoltatore

Renato Zero





**mantenete viva l'attenzione
e date supporto ai messaggi
con gesti ampi e non stitici**

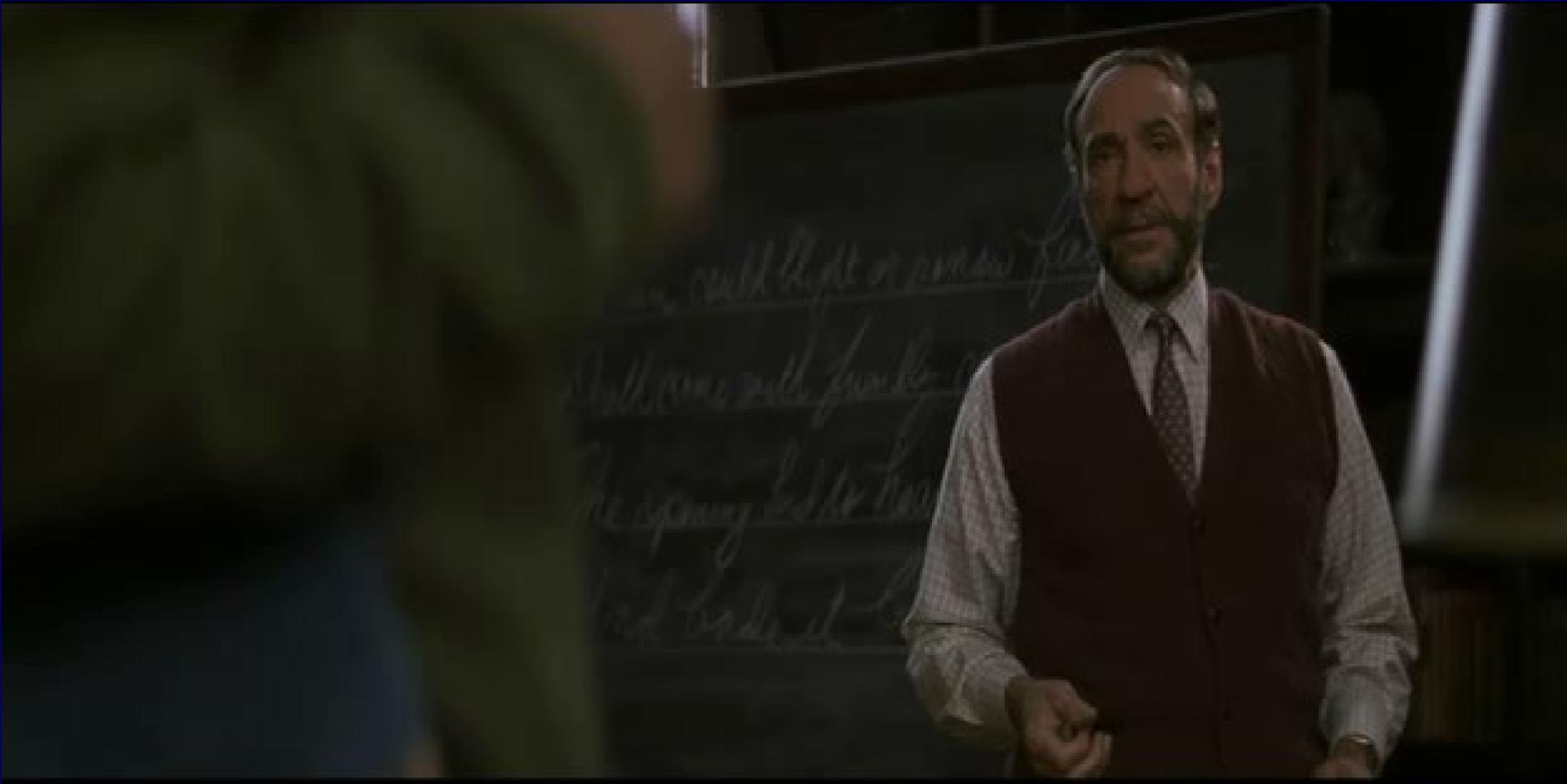
- sfortunatamente, l'uso dei gesti è di solito un problema per molti manager

da bambini

- eravamo bravissimi coi gesti, come del resto tutti i bambini, ma per colpa di alcuni genitori o insegnanti ci veniva insegnato che non era bene gesticolare
- così, con il passare degli anni, si è diventati più controllati e inibiti nell'uso del proprio corpo, specie in occasioni formali come le presentazioni



tratto dal film:
scoprendo Forrester



l'esser riservati

- conservatori e calmi è la caratteristica delle persone in doppiopetto
- o meglio, è l'atteggiamento che si addice di più al doppiopetto, ma rende rigido e barboso un presentatore

non vi chiedo di diventare degli imbonitori

- vi raccomando, però, di usare il vostro corpo a supporto di quanto dite

ottimi strumenti

■ sono anche i termini descrittivi o gli aggettivi qualificativi:

1. hanno fatto un gran mescolare in magazzino
2. i profitti sono finiti in cantina
3. questa promozione sta andando alle stelle

esistono altri movimenti negativi

- l'energia nervosa si manifesta in forma negativa quando il presentatore continuamente si tocca parti del corpo:
 - si gratta dietro un orecchio
 - si strofina le guance
 - si aggiusta gli occhiali
 - o ha qualche tic

durante la presentazione

- non dovrete tenere in mano indicatori di sorta:
 - matite o penne (più del meteo ci ricordiamo della penna rigirata continuamente)
 - pezzi di carta
 - microfoni
 - o il telecomando del proiettore (come me)
- tutte queste cose acquistano vita propria nelle vostre mani

è altrettanto vero che
dire “avanti”,
in modo tale che qualcuno
vi cambi la slide, è distruttivo!

■ è sempre meglio gestirsi le slide da soli

quelli che tengono in mano

- un indicatore allungabile lo tireranno dentro e fuori di continuo
- quelli che invece usano indicatori di legno, si sentiranno tutti ufficiali di cavalleria e si scolpiranno le gambe con quel frustino, oppure giocheranno al direttore d'orchestra con la loro bella bacchetta nuova

se tenete in mano una matita

- la rigirerete continuamente o la farete roteare
- naturalmente, prima o poi, quella dannata cosa finirà per cadervi, così tutti potranno ridere e ammirarvi mentre vi chinate a raccoglierla



il miglior indicatore

- sono le vostre braccia e le vostre mani
- imparate ad usare le mani per dare enfasi al discorso
- ma non usate solo le dita per indicare: è un gesto debole o, peggio, può essere vagamente osceno
- non fate nemmeno l'errore di coprire quello che intendete mostrare

sottolineare

- è come assestare un colpo di karatè: un gesto autorevole e forte
- enfatizzando i gesti il vostro corpo brucerà energia nervosa in modo positivo e diventerà parte del vostro messaggio anziché una distrazione

IL METODO DI DOMINAZIONE

come si relaziona

Il Manager utilizza sistemi che allarmano o che sono sicure promesse di turbamento con coloro che lo circondano al fine di ottenere obbedienza e adempimento alle regole e procedure aziendali.

Stabilisce ed impone regole ferree.

Genera conflitti sociali.

IL METODO DI DOMINAZIONE

Il Manager utilizza sistemi che allarmano o che sono sicure promesse di turbamento con coloro che lo circondano al fine di ottenere obbedienza e adempimento alle regole e procedure aziendali.

Stabilisce ed impone regole ferree.

Genera conflitti sociali.

un primo aspetto tecnico

■ organizzazione della sala:

- arriva in anticipo per assicurarti che tutto sia sotto controllo, per ambientarti e avere un po' più di sicurezza
- per assicurarsi che l'impianto video e audio funzioni correttamente
- evita barriere tra te e la platea
- stabilisci orari precisi
- controlla la giusta dimensione dello schermo
- e ricorda che ogni 2 ore, circa, bisogna fare un break

3. il volume della voce

uno degli effetti collaterali dell'adrenalina messa in circolo

- è la bocca secca e la gola contratta
- per superare questo inconveniente, molti oratori bevono un po' d'acqua fredda prima di presentare
- questo aiuta la bocca secca, ma è un errore per la gola strozzata, perché il freddo contrae i muscoli
- perciò la bevanda migliore è qualcosa di caldo: tè, caffè o cioccolata

se non c'è niente da bere

- mordetevi leggermente la lingua
- avanti! provate ora ...
- in 15 secondi avrete tutta la saliva che vi serve per non avere più la bocca secca

all'inizio i presentatori sono molti nervosi

- la loro voce è bassa
- a un certo punto tossiscono, portano la mano alla bocca e dicono: “scusate”
- **lo avete visto centinaia di volte**
- sapete che quella non è tosse, è piuttosto la voce del presentatore che si affievolisce per l'estrema tensione e si soffoca
- qui l'energia nervosa ha il sopravvento sul presentatore

per evitare tutto ciò

- bisogna parlare a voce alta e specialmente all'inizio
- la voce di chi presenta è come un'automobile in una fredda mattinata d'inverno: se non le diamo gas, tossicchia e si ferma
- la vostra voce fa lo stesso quando siete nervosi
- dovete iniziare ad alta voce

per ottenere un volume più alto

- parlate a qualcuno seduto in fondo alla sala
- generalmente si tende a iniziare guardando la persona più vicina, ma quando si parla a una persona vicina il volume naturalmente è più basso di quando si spinge la voce fino in fondo alla sala
- iniziate ad alta voce e per i primi dieci secondi, almeno, rivolgetevi ad una persona nelle ultime file

la voce di una donna

- non è mai così forte come quella di un uomo
- una donna perciò dovrà fare uno sforzo maggiore per iniziare con un volume elevato, o la sua voce si strozzerà e si affievolirà ancora prima di quella di un uomo

il microfono non è la risposta

- ma anche se avete una voce più debole del vostro collega uomo, non c'è ragione di apparire timide o meno decise
- un volume più alto aiuta a controllare lo stress
- perciò, gentili signore parlate forte
- poi, se la sala è grande, parlate forte al microfono

Pausa

tratto dal film:

Evita



Pausa



ho spesso problemi

- a convincere i colleghi a parlare con un volume sufficientemente alto
- la loro risposta è: «troppo forte» sembra che stia gridando
- la voce di chi presenta risulta sempre più alta a lui stesso che non agli ascoltatori
- i presentatori sentono la loro voce con qualcosa di più delle sole orecchie, sentono anche il suono trasmesso dalla struttura ossea del cranio

una voce più alta esige attenzione

- alzando il volume gesticolerete, annuirete col capo, sorriderete di più e sarete più vivaci, trasmetterete entusiasmo e convinzione
- proprio ciò di cui avete bisogno quando cercate di vendere le vostre idee ad un gruppo di persone
- non dico di gridare, ma parlo di una salutare, vigorosa proiezione della voce

ma il maggior vantaggio

- di un volume più alto della voce è sul fronte dell'energia nervosa
- letteralmente la brucia
- l'energia nervosa deve pur andare da qualche parte
- se sfruttate la vostra energia nervosa per alzare il volume della voce, la usate in modo positivo e proficuo

contatto d'occhi

il persuasore silenzioso

per farsi capire dalle persone,
bisogna parlare prima di tutto
ai loro occhi

Napoleone

R I P R O D U C I



la mamma dice al figlio: “guardami negli occhi!”

- perché vuole la verità
- perché vuole esprimere la sua sincerità

chi deve presentare

- di solito, da poca importanza al contatto con gli occhi
- sono pochi i presentatori che sanno come guardare il pubblico

il contatto d'occhi

- è uno dei più importanti mezzi di persuasione che si possa utilizzare nel convincere un pubblico o una “privata”



abbiamo preso una terribile abitudine

- che è cominciata all'asilo e alle elementari con le recite e poi è continuata alle scuole medie, quando il professore ci invitava ad alzarci e fare alla classe la nostra prima relazione su un libro letto
- probabilmente ci diceva anche: “guarda davanti a te e guarda tutta la classe”
- non ci è voluto molto per imparare come si guardano i compagni scorrendo con un solo sguardo tutti i volti della stanza: tutti e nessuno

scanning è il termine inglese per definire tutto ciò

- passando dalle interrogazioni scolastiche, alle bugie raccontate ai propri genitori, senza guardarli negli occhi, e ai dibattiti delle superiori fino alle presentazioni di lavoro, lo scanning è diventato un'abitudine profondamente radicata in noi

si crede che

- scorrendo rapidamente lo sguardo per tutta la sala si riesca a coinvolgere il pubblico in modo costante
- **la supposizione è errata e dannosa**
- ovvero siamo convinti che vedere il pubblico sia l'obiettivo, ma in realtà bisogna penetrare con lo sguardo gli occhi altrui

perché lo scanning dà solo problemi?

- la mente è come un fantastico computer
- può elaborare informazioni in frazioni di secondo
- mentre il presentatore fa lo scanning sul pubblico, ogni immagine, gesto, colore che l'occhio vede viene forzatamente registrato dal suo cervello distraendo dalla presentazione

il cervello lavora molto velocemente

- ma ciò non toglie che ogni singolo dato debba essere elaborato
- il cervello riflette su ogni dato, lo rifiuta, lo accetta, reagisce, lo elabora e lo interpreta
- quanto più velocemente gli occhi guardano, tante più informazioni visive devono essere elaborate

la prossima volta che siete al telefono

- in una conversazione importante, provate a leggere e capire una lettera o dei numeri mentre parlate
- è quasi impossibile, no?
- eppure questo è ciò che chiedete al cervello quando elaborate informazioni visive (scanning) e insieme presentate

capita spesso

- ai corsi di management che un allievo debba alzarsi e fare una breve presentazione davanti a tutto il gruppo
- i suoi occhi allora diventano sfuggenti, la sua voce roca e le dita fanno ballare le monetine nelle tasche
- il poveretto è a disagio e perciò sembra non sincero o comunque non in grado di reggere la situazione

uno sguardo
poco fermo e sfuggente
è sempre un chiaro segno:
il presentatore è nei guai

come correggere il vizio dello scanning

il modo per rallentare il meccanismo

- consiste nel puntare il vostro sguardo su una persona alla volta invece di vagare con gli occhi qua e là su tutto il gruppo

un contatto con gli occhi più prolungato

- diminuisce il numero di immagini che il cervello dovrà gestire in un dato tempo
- e in più il cervello potrà concentrarsi meglio sull'elaborazione del vostro messaggio

si dice scanning

- la messa a fuoco per mezzo secondo o anche meno, prima di spostare lo sguardo
- un contatto d'occhi efficace guarda fisso ogni ascoltatore per almeno tre secondi o anche più

all'inizio

- un contatto d'occhi di tre secondi vi darà l'impressione di fissare intensamente la persona e vi sembrerà poco naturale
- questo perché per anni avete avuto l'abitudine opposta, molto difficile da vincere
- ma lo sforzo vale la pena, perché lo scanning crea molti problemi durante una presentazione, oltre a rendervi meno convincenti



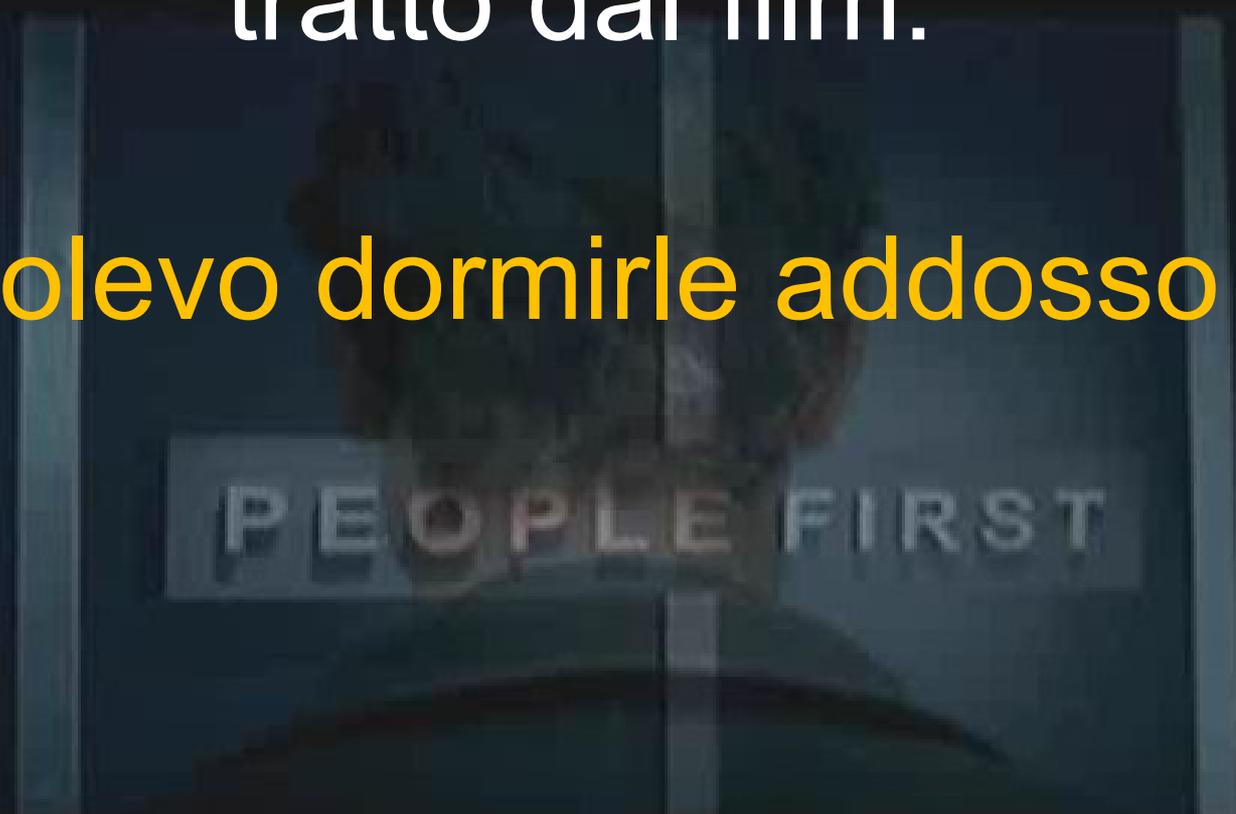
benefici di un contatto d'occhi prolungato



voi volete dire qualcosa di
importante ai vostri ascoltatori?
per fare ciò avete bisogno
di guardarli negli occhi
**e non mettete mai
gli occhiali da sole!**

tratto dal film:

volevo dormirle addosso





PEOPLE FIRST

un contatto d'occhi prolungato:

- stabilizzerà il vostro discorso, impedirà che vi dondolate sui piedi e che facciate gesti senza senso
- i vostri gesti diventano più espressivi e coerenti col vostro messaggio

se ritenete

- che il contatto d'occhi prolungato in una presentazione appaia forzato, pensate a una conversazione a due
- vi domando: “non vi offendereste o non sareste per lo meno sospettosi se l'altro facesse vagare lo sguardo per la stanza o guardasse per aria mentre vi parla?”

la prossima volta

- che avrete un appuntamento romantico fate caso a quanto ci si serva del contatto d'occhi
- gli innamorati sanno usare gli occhi molto bene
- parole come “**ti amo**” perdono credibilità se mentre le pronunciamo gli occhi vagano per la stanza, malgrado tutti i sinceri sentimenti

la differenza

- tra chi usa e chi non usa un contatto d'occhi prolungato durante una presentazione è enorme
- il presentatore che mantiene un contatto d'occhi per almeno tre o cinque secondi appare molto più sincero, convincente e sicuro di sé rispetto a chi è invece abituato a guardare tutti di sfuggita

in una presentazione

- il contatto d'occhi prolungato è uno fra i più potenti mezzi di persuasione che voi possiate avere
- a meno che le vostre idee non siano così brillanti e concise come le parabole del **Vangelo di Matteo** o il **Discorso di Gettysburg**, altrimenti i vostri ascoltatori non ce la faranno a seguire attentamente ogni vostra parola

fate uso
del contatto d'occhi prolungato
durante i primi minuti
di presentazione

inoltre quando impaperate

- o percepite una reazione sfavorevole dal pubblico o vedete un volto reagire negativamente a ciò che state dicendo, è allora che dovete dire a voi stessi: “devo calmarmi usando il contatto prolungato”
- magari con chi avete notato essere più distratto o irrequieto

dove guardare se il gruppo è numeroso

- in un teatro, con 500 o più persone, non potete certamente fissare ogni volto per tre secondi
- ma potete far uso del contatto d'occhi prolungato su determinate persone, con giusti e ampi intervalli, e la maggior parte dei 500 spettatori crederà che stiate guardando proprio loro

la distanza fra voi

- e gli ascoltatori farà sì che quando guarderete una persona nel pubblico, almeno altre dieci persone avranno l'impressione di essere guardate negli occhi

non dimenticate poi

- di usare il contatto d'occhi anche con chi siede nei primi posti alla vostra destra e alla vostra sinistra
- è molto facile dimenticarsi di chi sta vicino e ai lati

piano piano

- vi approprierete dell'uso del contatto d'occhi prolungato e vi renderete anche conto che la vostra abilità aumenterà notevolmente

un buon risultato lo si ottiene

- in modo che la durata del contatto abbia un significato, che sia una frase o un'idea completa. date tempo e senso

quando sei davanti al tuo pubblico

- disegna con lo sguardo un triangolo immaginario, e guarda negli occhi chi si trova ai vertici di questo triangolo
- per esempio, guarda *davanti a destra, poi davanti a sinistra, poi in fondo al centro*
- dopodiché inverti il triangolo: *guarda in fondo a sinistra, poi in fondo a destra, poi davanti al centro*

disegnando con lo sguardo dei triangoli immaginari

- tutti i membri della tua platea avranno
l'impressione che ti stai rivolgendo proprio
a loro

una variante è quella della croce:

- dividi la platea in 4 blocchi immaginari e sposta lo sguardo di blocco in blocco
- guarda sempre al centro di ogni blocco, alternando ora uno ora l'altro e darai l'impressione di guardare tutte le persone presenti in quella zona

migliorerete assai poco

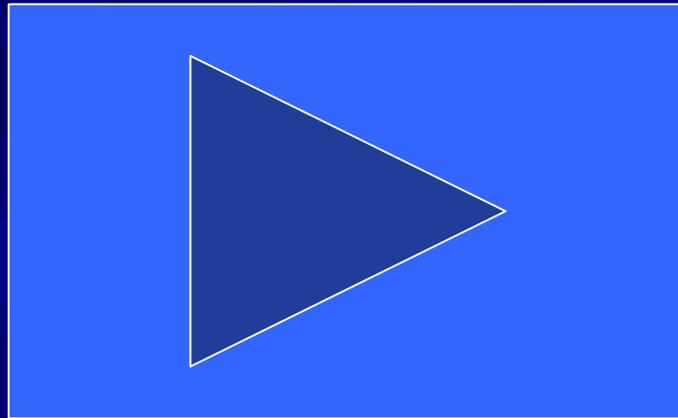
- se oggi vi limitate ad ascoltarmi!
- per imparare la tecnica è necessaria molta pratica e buona volontà

**non c'è abbastanza neve in aula
per imparare a sciare**

conversazione a due:

- non c'è momento migliore, per cominciare a migliorare il proprio contatto d'occhi, in una conversazione a due
- in genere, ma non tutti, se la cavano bene in questa situazione
- attenti! ogni distrazione nella conversazione a due è un messaggio chiaro: ci sono cose più importanti di te (l'orologio, una passante, una moto, ...)

esercizi



tecnica della sala vuota:

- se fate le prove di una presentazione in una sala per conferenze, potete anche fare esercizio di contatto d'occhi
- più grande è la sala, meglio è
- appoggiate un'etichetta ogni tre sedie, sullo schienale e iniziate a presentare guardando le etichette per il tempo necessario: minimo tre secondi

tecnica delle “mani in alto”:

- durante la vostra prossima presentazione a colleghi, con cui siete in rapporti amichevoli, chiedete loro di aiutarvi, alzando tutti un braccio, come se chiedessero la parola
- spiegate che, quando i vostri occhi si fissano su uno di loro, questa persona deve contare mentalmente fino a 5”, poi deve abbassare il braccio
- potrà succedere che più persone abbasseranno il braccio

date un'occhiata a tutte le braccia alzate

- scegliete il volto di qualcuno in fondo alla sala, fate una pausa di tre secondi e iniziate
- ricordate, dovete guardare solo una persona alla volta e poi passate ad un'altra da altra parte
- quando l'ascoltatore vede che lo guardate, comincerà a contare fino a cinque

nelle istruzioni

- dovete anche aggiungere: “se mentre state contando, distolgo lo sguardo e passo ad un'altra persona, fatemi un bel sorriso e agitate la mano

accertatevi

- di avere gli occhi negli occhi e non guardate la testa o altre parti “interessanti” del corpo, **ma proprio gli occhi**
- quando la mano si abbassa, potete spostare lo sguardo verso una qualsiasi altra persona: non esitate un ordine magico da seguire

questo è un esercizio

- molto difficile, ma fattibile
- vi accorgete che far abbassare tutte le mani non è semplice e tenderete sempre a distogliere lo sguardo prima dello scadere dei 5”
- ma se avrete fiducia in voi stessi, sarete i vostri critici più severi e se cercherete di migliorarvi continuamente, trarrete un enorme beneficio da questo esercizio

termino questa parte ribadendo

- il contatto con d'occhi prolungato è uno dei mezzi di persuasione più potenti a vostra disposizione per vendere idee in pubblico

pause per ottenere l'impatto

un silenzio al momento giusto
è molto più eloquente
di qualsiasi discorso,
ma è utile anche per il lancio
di un nuovo prodotto nel mercato

M. T. Tupper

le pause hanno una forza straordinaria

- eppure pochi presentatori ne fanno uso
- una pausa (ovvero un silenzio) prima o dopo un punto chiave è un modo eccellente per enfatizzare e vendere il vostro messaggio

avete mai sentito

- un presentatore fare una lunga pausa prima di iniziare?
- non è forse vero che, quanto più lunga è stata, tanto più avete pensato: “qualunque cosa stia per dire, sarà senza dubbio importante”

oppure la Apple annuncia
l'immissione nel mercato di un
suo nuovo prodotto, ma non da
alcuna informazione in anticipo
su di esso
accrescendo nel mercato
l'attesa

il primo punto in cui fare una pausa

- è all'inizio della vostra presentazione
- troppi presentatori si alzano, vanno dritti a parlare cominciando senza ancora guardare il pubblico
- fate un pausa all'inizio e vi guadagnerete la massima attenzione

**troviamo una similitudine
tra l'infermiere impreparato
e la persona morente**

troppo spesso non si sa cosa dire al morente

- se il morente ha un bisogno la persona che lo assiste impreparata è di solito contenta, perché concentra così le sue attenzioni sul bisogno sul da farsi
- una distrazione che tende a proteggere dall'imbarazzo, perché se il morente non esprime un bisogno chi assiste si sente impacciato
- e il morente avverte l'imbarazzo degli altri

camminate con calma

- verso la posizione da voi prescelta, rivolgete il vostro corpo, in piedi, al pubblico e scegliete una persona seduta verso il fondo della sala, bloccatela con il contatto d'occhi, aspettate tre secondi e solo allora cominciate a parlare
- se cominciate senza aver fatto una pausa, è molto facile che iniziate anche a fare lo scanning

**aspettate un attimo
concentratevi e stabilite
un contatto d'occhi
in quei secondi di silenzio**

lo so, è difficile

- attendere quando nel vostro corpo l'adrenalina sta lavorando contro di voi e cerca di buttarvi fuori le parole in velocità
- sembriamo spaventati dal silenzio
- o pensiamo che, non essendo spontanei, i silenzi non funzionino
- oppure pensiamo che le pause diano l'impressione di impreparazione

abbiamo l'abitudine

- di riempire le nostre pause con dei bruttissimi sostituti, espressioni come:
 - dico
 - veramente
 - in realtà
 - quindi
 - cioè
 - in realtà
 - ...

sembra che

- vogliamo ficcare, un quindi o un veramente, ogni due parole
- dove ci vorrebbe una breve pausa buttiamo là un “in realtà” che non c’entra niente
- terribile!

suoni riempitivi

- come ehm, uhm, eh, sono molto più naturali, perché li abbiamo sempre sentiti
- ma, in ogni caso, queste nuove interiezioni (intercalari) di moda, come tutti i riempitivi senza importanza, non fanno altro che distrarre e diluire il nostro messaggio

in una presentazione

- gli ascoltatori hanno bisogno di tempo per riflettere tra un'idea e l'altra
- più è importante l'idea, più il presentatore deve fare pause e lasciare che le parole si depositino prima di passare all'idea successiva

le pause sono necessarie

- come lo spazio bianco è spesso un elemento essenziale di un bel annuncio pubblicitario
- la mancanza di pause obbliga gli ascoltatori ad ammassare le idee e rende difficile distinguere le idee più importanti dalle altre minori

per esempio

- “signori, riassumendo, ci sono tre buone ragioni per considerare la scelta della nostra azienda:
 - pausa (milleuno, milledue)
- la prima ragione è
 - pausa (milleuno, milledue)
-
- la seconda ragione è
 - pausa (milleuno, milledue)
-
- e la terza ragione è
 - pausa (milleuno, milledue)
-
- grazie del vostro ascolto

non abbiate premura

- niente pause di mezzo secondo: fatele di due secondi senza problemi
- con le pause, avrete un contatto d'occhi più lungo, un ritmo più pacato nel parlare e gesti più articolati

come vestirsi

l'abito che indossate ad una
presentazione è importante

i libri di John Molloy

- sull'abbigliamento di successo sul lavoro, per uomini e donne, sono una documentazione fondamentale su questo argomento, anche se è stato scritto per gli americani, mentre da noi la simbologia del vestiario è simile, ma non uguale

una camicia

- o una camicetta bianca, danno ancora l'immagine di una persona onesta, sincera, lavoratrice (dall'antica Roma "candidato")
- per gli uomini, l'abito scuro con gilet è ancora il look più forte, il segnale di potere
- forse avete bisogno di attenuare il vostro look con un abito grigio o blu, e per favore lasciate perdere le cravatte tipo tappezzeria da poltrone o le sciarpe a righe vistose

qualunque cosa decidiate di indossare

- io vi raccomando fortemente di scegliere vestiti leggeri
- ricordate il famoso dibattito fra Kennedy e Nixon e il suo sudore?
- l'adrenalina supplementare che viene prodotta prima di una presentazione non solo scatena il flusso di energia nervosa, ma alza anche il termostato del corpo

è facilmente prevedibile

- la sfida o lo stress di una presentazione obbligano il corpo a reagire con una serie di mutamenti psico-fisici:
- battito cardiaco accelerato
- pressione sanguigna più alta
- muscoli contratti
- e il calore del corpo è un sottoprodotto di tutte queste reazioni

un vestito pesante di lana

- funziona meravigliosamente per trattenere tutto quel calore
- un vestito estivo, di lana leggera, è il modo più giusto per vestirsi, anche a gennaio

gli uomini

- fanno un sacco di errori nella scelta dell'abito per una presentazione, ma per lo meno hanno una cosa che va sempre bene: la divisa ovvero la giacca
- le donne invece si vestono sempre in modo diverso, perché non amano un vestito “divisa”, ma quel modo di vestirsi fa parte del lavoro

è meraviglioso: una bella donna

- e intravedere le sue doti, ma se devo stare attento alla sua presentazione non posso essere distratto dai suoi capezzoli, dal pizzo delle autoreggenti, dalla scollatura o dallo spacco provocante o dal suo emisfero tondo, solcato dal filo interdentale, facendomi sentire un suo satellite

mi intendo di presentazioni

- non di vestiti, ma vi posso assicurare che il modo in cui una donna si veste, nelle presentazioni, è molto più importante che per un uomo
- può costituire un vero ostacolo al successo, il problema è biologico o semplicemente per le persone dello stesso sesso di invidia

come controllare il disastro

i disastri nelle presentazioni portano alle chiusure affrettate

- le cerniere scendono
- le camicette si aprono
- la camicia al break si è macchiata di caffè
- il videoproiettore non funziona o si brucia la lampadina
- ti rubano il computer nella pausa pranzo
- lo schermo non scende
- salta la corrente
- poi quando torna il video proiettore ha bisogno di alcuni minuti per riavviarsi
- c'è uno in sala che non è venuto ad ascoltare, ma a fare il protagonista: ti rompe continuamente

la cosa più importante

- da ricordare sui disastri è che diventano catastrofi nella misura in cui voi reagite ad essi
- se vi perdetevi d'animo quando accade il peggio, allora sì che è finita!

quando accade il peggio

- fate una pausa: panico si, ma con calma
- fate buon viso, perché non potete far altro che continuare
- fate che sia solo un attimo di imbarazzo, non una calamità pubblica

P.S.

- se durante una presentazione, vi accorgete che la vostra cerniera è aperta o la camicetta è sbottonata, per carità, fate quello che fate normalmente quando siete soli: chiudete la cerniera o abbottonate la camicetta
- non scusatevi né date la colpa al sarto e non gridate: sistemate tutto e tirate dritto

riepilogo

- trasformare l'energia nervosa in gesti di supporto, far uso del contatto d'occhi prolungato e utilizzare le pause sono capacità dure da acquisire

all'inizio

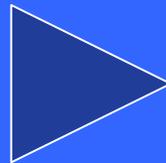
- forse i contenuti ne soffriranno, perché i vostri sforzi saranno completamente assorbiti dall'acquisire la padronanza delle tecniche di esposizione
- imparare nuove tecniche e dare un taglio alle vecchie abitudini è sempre una faticaccia

le tecniche di esposizione

- sono un fatto molto fisico: occhi fissi su una persona alla volta, stop alle corde vocali per fare le pause
- man mano che vi impadronirete delle tecniche penserete sempre meno ai gesti, al contatto d'occhi prolungato, alle pause
- farete tutto questo senza pensarci, come un bel rovescio a tennis

vi ricordate

- quando imparavate ad andare in bicicletta?
- la cosa più sorprendente era come fosse facile un mese dopo
- oggi andiamo in bicicletta senza nemmeno pensare a cosa fare e a cosa non fare
- è diventato facile come respirare



persuasione e organizzazione

il miglior discorso che un venditore
possa fare è quello in cui dice tutto
quello che deve essere detto e non
tutto quello che può essere detto

S. H. Simmons

potete chiamare una presentazione

- con tutti i nomi che volete:
 - revisione per sommi capi
 - dimostrazione orale
 - presentazione tecnica
- ma l'elemento comune di tutte le presentazioni è che voi avete un'idea A o una conclusione Z e cercate di provocare una reazione

non c'è niente di peggio

- di una presentazione puramente informativa
- se non avete bisogno di reazioni come:
 - sono perfettamente d'accordo
 - ne terrò conto
 - forse
 - fantastico
 - così spenderemo di meno
 - ...
- perché diavolo ve ne state in piedi di fronte ad un gruppo di persone?

la “vendita”

- di un sogno
- di un’idea
- di una meta
- di una strategia
- di un servizio o di un prodotto
- ...

■ dovrebbe essere lo scopo di ogni presentazione

quanto meglio

- avete organizzato i vostri contenuti tanto più facile sarà per chi vi ascolta reagire alle vostre idee
- questo, in definitiva, è il nocciolo della persuasione

alcune presentazioni

- richiedono un livello di persuasività più elevato di altre
- per esempio una presentazione fatta per acquisire nuovi clienti, sarà impregnata di moltissima persuasività

catturare le idee

ci sono tre elementi di base che
fanno il successo di una
presentazione:

- contenuti
- esposizione
- materiale visivo

molti presentatori

- passano il 95% del loro tempo sui contenuti
- eppure ben poche presentazioni vengono strutturate in modo da essere così persuasive come potrebbero essere
- sapete perché?
- tutto dipende da come i presentatori organizzano il loro materiale

normalmente

- non iniziano a prepararlo finché non arrivano con l'acqua alla gola
- allora si danno un termine e, spesso, dicono: “bene, per le prossime due ore, lascio da parte tutto e butto giù le mie idee”
- poi riempiono pagine su pagine e sfortunatamente, quanto più scrivono tanto più grosso si fa il problema

le idee sono nascoste dalle parole

- più parole noi mettiamo intorno alle idee, più sarà difficile distinguere il nostro pensiero
- così, ogni volta che desideriamo rivedere le idee, dobbiamo scartabellare un gran numero di pagine
- il rischio è di fare discorsi pieni di confusione e certamente poco efficaci

se cercate di scrivere tutti i vostri pensieri

- in uno o più momenti, come potete essere certi di avere messo giù tutte le vostre idee più importanti?
- solo perché vi siete applicato e concentrato al 100% non significa che la vostra mente abbia generato all'improvviso e a comando tutte le buone idee in un colpo solo

il processo creativo non è un rubinetto che potete aprire e chiudere

- le idee vanno e vengono come dei flash
- vi colpiscono all'improvviso, ci riflettete per un momento poi la vostra mente passa a qualcos'altro
- un'ora più tardi cercate di recuperare quella idea, ma se ne è andata!
- è stato anche detto che la mente è simile ad una spugna e che trattiene le idee per sempre: **non è esatto**

la mente genera molte idee

- ma se ne trattiene solo alcune
- le migliori idee per la vostra presentazione vi possono venire mentre siete in treno, mentre leggete, mentre fate jogging
- il punto è che i vostri lampi di genio non arrivano tutti e subito, e, forse, quando arrivano non restano a lungo

così ora avete due problemi

- prima tentate di far nascere a forza le idee in un colpo solo
- e poi le nascondete dietro a troppe parole
- avete bisogno di un metodo per acchiapparle appena compaiono e tenerle ben strette

ecco come

- appena avete in programma una presentazione, compratevi:
- un mazzetto di cartoncini da 7x12 cm. e mettetene una decina in tasca
- o un'agenda da tenere sempre con voi
- o un computer portatile che vi seguirà sempre

la data di presentazione è già fissata

- perciò comincerete a pensare a cosa dire
- magari siete in aereo
- la vostra mente vaga qua e là e, quando non ve lo aspettate, di colpo vi viene un'idea
- a questo punto dovete semplicemente scrivere un concetto su ogni pagina o cartoncino senza infagottare le nostre idee con troppe parole

solo una frase sintetica:

- deve essere breve così non seppellirà l'idea
- ma attenzione, breve non significa una sola parola, perché potreste poi avere difficoltà a ricordare cosa volevate dire

non giudicate le idee a prima vista

- ma raccoglietele tutte senza preoccuparvi se sono giuste o dove potete metterle
- in questa fase siate felici di tutte le idee che la vostra mente sforna

il giorno della presentazione si avvicina

- adesso dovete cominciare ad organizzare i vostri contenuti
- se avete usato i cartoncini o l'agenda o il computer, raccogliete il vostro materiale, che nel tempo avete scritto, senza nessuna fatica
- potete guardare al giorno fatidico senza quel senso di panico che prende chi deve mettere giù tutte le idee di colpo insieme

prima di esaminare

- quale sia il modo migliore per utilizzare i pensieri che avete raccolto, diamo un'occhiata agli elementi che danno vita a una presentazione persuasiva
- questi elementi costituiranno una griglia per le vostre idee

mettere in sequenza per convincere

■ una presentazione convincente è formata da questi 8 elementi:

1. background: mettere tutti gli ascoltatori allo stesso livello
2. visione di insieme: saper dire tutto in due parole
3. conoscere il perché esiste il problema o perché c'è bisogno?
4. convinti della vostra idea centrale e del perché è in grado di risolvere il problema

mettere in sequenza per convincere

5. convinti che la vostra idea funzionerà o risolverà il problema
6. elencare i vantaggi e il perché vale la pena fare così o il perché gli ascoltatori dovrebbero seguirvi nella vostra idea
7. azione: spiegare cosa bisogna fare
8. sommario: ricapitolare quello che avete detto

non tutti questi elementi

- e la loro sequenza andranno sempre bene per tutte le presentazioni indistintamente
- ma la maggior parte di questi elementi dovrebbero figurare nella maggior parte delle presentazioni
- in ogni caso questi elementi servono come tratta per garantire ai neofiti il successo nell'esposizione

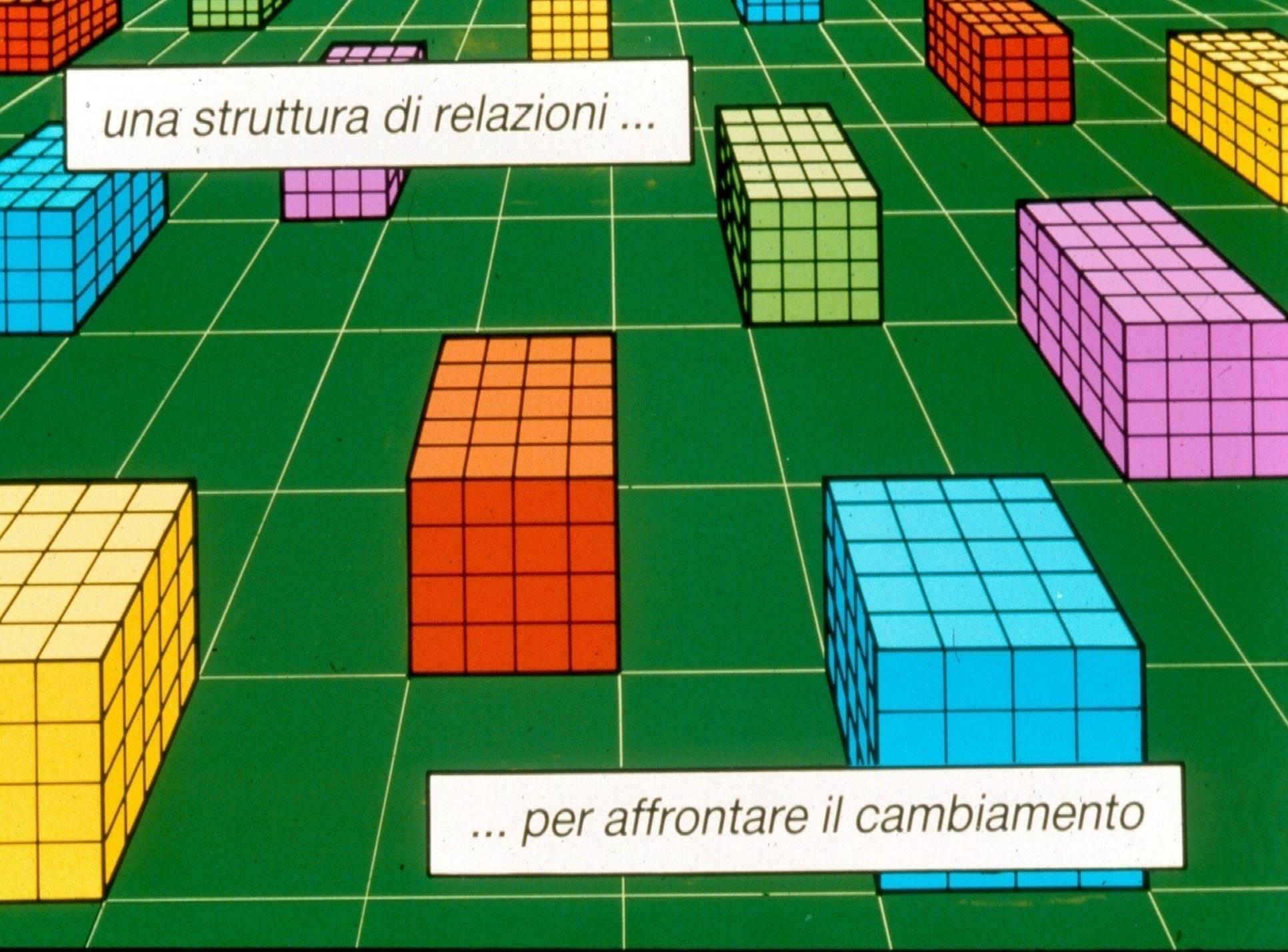
non è mai una buona idea
parlare più del previsto

dobbiamo terminare
qualche minuto prima
oppure perfettamente puntuali

se siamo uno dei molti relatori

- e il nostro turno è l'ultimo prima di pranzo o, peggio, siamo gli ultimi della giornata, chiudiamo con qualche minuto d'anticipo e saremo degli eroi
- rendiamoci disponibili per eventuali domande durante la pausa o l'aperitivo: chi avrà voglia di sapere di più verrà a chiedere

tutti ci ameranno
per il semplice fatto
di aver compreso
i loro stomaci vuoti
e le loro menti sovraffollate

The image features a green background with a white grid pattern. Scattered across this grid are several 3D rectangular blocks of various colors: red, yellow, blue, green, and purple. Each block is composed of smaller, uniform cubes. The blocks are arranged in a way that suggests a complex, interconnected structure. Two white text boxes are overlaid on the image. The first box, located in the upper left, contains the text 'una struttura di relazioni ...'. The second box, located in the lower right, contains the text '... per affrontare il cambiamento'.

una struttura di relazioni ...

... per affrontare il cambiamento