

Ciclo di incontri formativi, di aggiornamento e specializzazione

**Comprendere la natura dei propri obiettivi:
le diverse componenti della comunicazione
e le sue "*complesse facilità*"**

Roma, 27 marzo 2025

Programma incontro Comunicazione

**La Comunicazione Efficace:
torniamo sul “luogo del delitto”**

Comunicare con il corpo: modelli, gesti e...giochi!



La Comunicazione Persuasiva

La Comunicazione Strategica

Programma incontro di Comunicazione

- **La Comunicazione Efficace:
torniamo sul "luogo del delitto"**



- **Comunicare con il corpo:
modelli, gesti e...giochi!**



Dov'eravamo rimasti...?



Ordine dei
Dottori Commercialisti e degli
Esperti Contabili di
Roma



COMITATO
PARI OPPORTUNITÀ

ODCEC di Roma





Ordine dei
Dottori Commercialisti e degli
Esperti Contabili di
Roma



COMITATO
PARI OPPORTUNITÀ

ODCEC di Roma



Torniamo sul «luogo del delitto»



Ordine dei
Dottori Commercialisti e degli
Esperti Contabili di
Roma



COMITATO
PARI OPPORTUNITÀ

ODCEC di Roma





Ordine dei
Dottori Commercialisti e degli
Esperti Contabili di
Roma



COMITATO
PARI OPPORTUNITÀ

ODCEC di Roma

È impossibile
non comunicare
[Paul Watzlawick, 1967]

“

*Ognun vede
quel che tu pari.
Pochi sentono
quel che tu sei*

”

Niccolò Machiavelli

AFORISMI.meglio.it



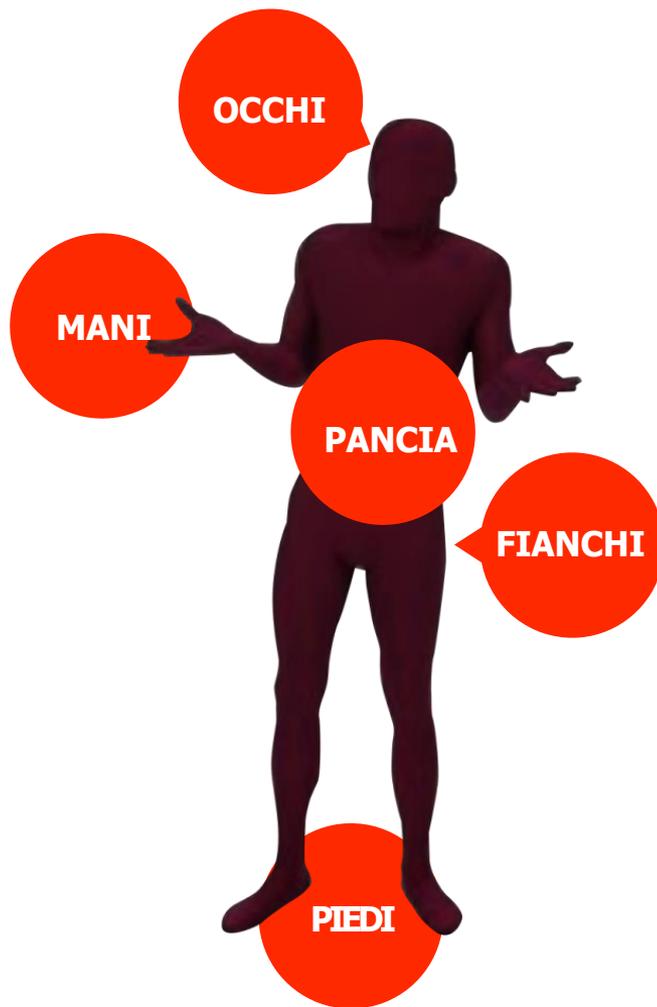
Ordine dei
Dottori Commercialisti e degli
Esperti Contabili di
Roma



COMITATO
PARI OPPORTUNITÀ

ODCEC di Roma

I 5 livelli fondamentali del body language





Occhi

Usa i tuoi occhi
per «ascoltare»,
non per «guardare»



Parli con tutti, ma uno per volta

Chi parla in pubblico, davanti a una platea numerosa o anche in una riunione, non deve **mai guardare "nel vuoto"**. Lo sguardo deve sempre avere una direzione precisa, e **cercare gli occhi degli altri, uno per volta**.

Anche con un assembramento numeroso, cercheremo gli occhi delle persone una per una, sia a distanza che a metà sala che nelle prime file.

Uno **sguardo luminoso e ben puntato** fa capire che lo speaker è autentico, determinato, che ha una "visione" delle cose, che sa guardare in faccia le persone.

Ti servono per ascoltare

**Noi guardiamo in faccia le persone non solo per “vederle”,
ma per “ascoltarle”.** Avere un buon contatto visivo con il pubblico
(e con i collaboratori) è la prima caratteristica di un leader.
Gli occhi sfuggenti sono sempre segno che qualcosa non va.

Quindi, quando guardiamo gli altri, è per **stabilire una corrente
di comunicazione reciproca e di emozione.**

I 3 tempi del contatto [CAD]

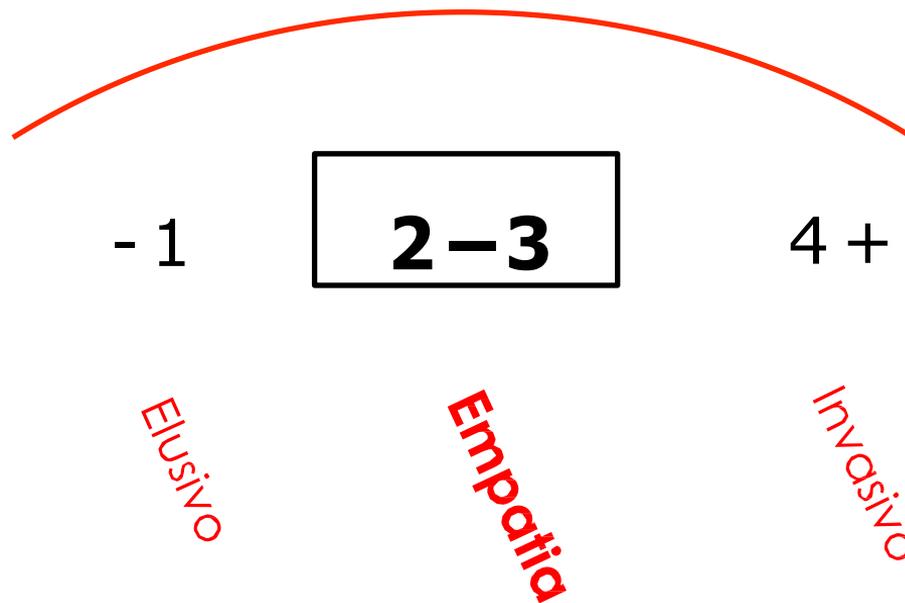
Quando guardiamo dobbiamo fare in sequenza queste 3 cose:

[C]ONTATTO, [A]SCOLTO, [D]ISTACCO

1. Stabilire il contatto con una certa decisione, come per “lanciare la palla” a chi ci ascolta [C].
2. Attendere in pochi istanti il segnale di reazione: un battito di ciglia, una dilatazione delle pupille. In questo momento dobbiamo “lasciarci guardare”[A].
3. Distaccarci con dolcezza per passare a un altro ascoltatore [D].

Occhi

I tempi del contatto





Mani

aperte e sciolte,
palmi in vista

**Mostra
i palmi**

Lascia andare le mani

Le mani devono:

1. rimanere aperte e sciolte, non toccarsi
2. mostrare il più possibile i palmi (comunica trasparenza e condivisione)
3. assecondare il parlato in una gesticolazione naturale



Closed



Open



«Io non ho tasche»

Chi parla in pubblico non deve MAI mettere le mani in tasca, né nei pantaloni né nella giacca. Apparentemente tenere le mani in tasca è un gesto disinvolto. In realtà comunica imbarazzo, impaccio, “qualcosa da nascondere”.

Le tasche sono il luogo simbolico della nostra intimità.

MANTRA: «IO NON HO TASCHE».

Dalle mani in tasca il pubblico riceve segnali di: **disimpegno, sciatteria, scarsa comunicativa, poca volontà di condividere.**

Per lo stesso motivo, **gli appunti con cifre, numeri ecc. non vanno mai estratti dalle tasche durante un discorso.** Se si parla da seduti è bene averli davanti, in vista. Altrimenti è preferibile un piccolo foglio, o appoggiarli su un tavolo e prenderli al bisogno.

Armoniosi e aperti

SI: lasciar «cadere» leggermente le mani ruotando i polsi.

NO: gesti bruschi, “scattosi” o nervosi. Muoversi il più possibile con dolcezza, seguendo l’andamento del discorso.

SI: Porgere le mani con i palmi in vista

NO: movimenti “percussivi” (schiaffeggiare l’aria), a meno che non sia giustificato da un particolare passaggio.

NO...

- **NO «ringfinger»:** tormentare anelli comunica nervosismo
- **NO incastri** con la punta delle dita
(con palmo parzialmente estroflesso)
- **NO** fare movimenti a **“saponetta”**
- **NO** arrotolare i **capelli** con le dita
- **NO** Protezione del ventre, o delle **parti vitali/riproduttive** in genere
- **NO far combaciare le punte delle dita** (3 modalità: cuneo orizzontale aggressivo e invasivo, come un'arma, piramide verticale «self-important e di potere», «sfera di cristallo» del veggente)
- **NO far combaciare i palmi**, come se si stesse facendo un “predicazzo” dal pulpito (mani giunte «God-like» predicatorie).

Le braccia

Oltre a non incrociare le braccia davanti al corpo, è bene **non incrociarle neanche dietro la schiena, nella posizione del "caporale"** (apparente autovulnerabilità, in realtà posizione arrogante) o afferrandosi un avambraccio (San Sebastiano).

Questo determina infatti **contrazione muscolare, «incamiciamento» e ingessatura del busto**, e di conseguenza la scarsa motilità del diaframma, a danno della respirazione.



Hands clenched in
raised position



Hands clenched in
middle position



Hands clenched in
lower position



WWW.ACESTA-JOB.INFO



The superiority
confidence gesture



The hand-gripping
wrist gesture



The upper a





Pancia

- Feeling

- **Respiro, ritmo, tono, emozioni**

- 1) RESPIRAZIONE**
- 2) PROPRIOCEZIONE**
- 3) VISUALIZZAZIONE**
- 4) PAROLA**

Voce e respirazione

Per usare bene la voce si deve:

1. Mantenere una respirazione calma e profonda,
rilassando in avanti l'addome durante l'inspirazione,
facendolo rientrare con delicatezza durante l'espiazione.
2. Imparare a ossigenarci, riprendendo **fiato durante le pause,**
anche quelle brevi
3. **Sentire il corpo** nell'emissione vocale

Respirazione e pause

Le pause sono molto importanti: un oratore che parla “a mitraglia” rischia di travolgere il pubblico e ottenere il contrario di quello che voleva.

Bisogna fare **pause strategiche, ben mirate**, non lunghissime, ma abbastanza lunghe da far sì che chi ci ascolta venga “incuriosito” dal momento di silenzio

Voce e microfoni

I microfoni e gli impianti voce vanno, provati, fatti provare e riprovare dai collaboratori ogni volta. **Non fidarsi solo dei tecnici di sala che dicono "È tutto a posto".**

Quando ci sono microfoni a batterie senza fili dobbiamo sincerarci: a) che le batterie siano state cambiate di recente, b) che ci sia sempre un secondo microfono disponibile e a portata di mano in caso di guasto del primo.

Se l'oratore arriva in anticipo prima del pubblico, deve sempre chiedere di fare una breve **prova di voce per sentire come risuona la sala.**

Pancia

Voce e posizioni dei microfoni

Il microfono non deve mai "puntare il viso" dall'alto coprendo il volto. Deve sempre stare vicino alla bocca, ma in modo da coprire solo in parte il mento.

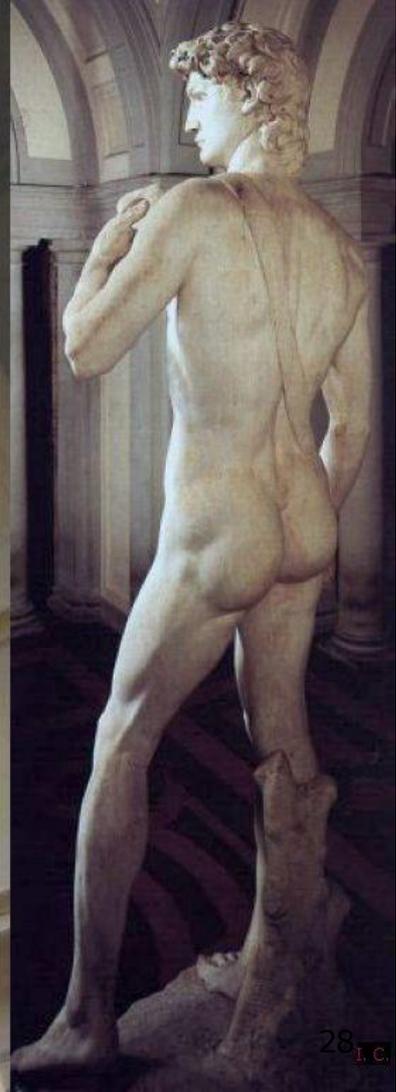
Chi parla deve sentire con attenzione **il centro, il "campo" acustico del microfono**. Prestare attenzione al fatto che ogni microfono e impianto voci hanno un funzionamento diverso.

Attenzione a **non scostare la bocca "di lato" dal campo acustico** del microfono, perché si sente un vai-e-vieni, un effetto vicino-lontano molto fastidioso

Quando il microfono è tenuto a mano, ricordarsi sempre di **cambiare di mano con naturalezza**, senza apparente sforzo

Fianchi

bilanciati
ed elastici



Naturale mobilità e scioltezza dei fianchi

Piedi alla stessa larghezza delle spalle: non tenere i piedi accostati, paralleli e stretti, non incrociare le gambe «a X»

Trasferire il peso con naturalezza da un fianco all'altro,
per interagire con settori laterali diversi di pubblico

**Aprire verso l'esterno la punta del piede opposto
al piede di appoggio**

A photograph of a person's feet on a sandy beach. A small puddle of water in the foreground reflects the feet and the person's legs. The scene is lit with warm, golden light, suggesting late afternoon or early morning. The background shows the ocean waves gently washing onto the shore.

Piedi

Grounding
Movimento

Stop&Go

La mobilità

SI: Alternare alcuni passi e delle soste [STOP & GO].

NO: mantenere un movimento continuo (comunica nervosismo, e fa sentire il pubblico «sotto esame» se lo fissiamo con gli occhi mentre camminiamo senza pause)

SI: Mantenere una postura frontale o semi-frontale,

movendosi con scioltezza

NO: «offrire il fianco», dare le spalle, dondolarsi avanti/indietro, oscillare di fianco (tipo tolda della nave), andare su/giù come un animale in gabbia



**Ordine dei
Dottori Commercialisti e degli
Esperti Contabili di
Roma**



**COMITATO
PARI OPPORTUNITÀ**

ODCEC di Roma

Body Language e Linguaggio non Verbale

Le persone ci parlano in vari modi, attraverso:

1. Segnali di Benvenuto
2. Body Language
3. Scrivania Ordinata/Disordinata
4. Oggetti, Foto e Disposizione dell'Ufficio
5. Strategie di Conversazione

La stretta di mano

SEI DAVVERO IL BENVENUTO?

IMPARIAMO IL LINGUAGGIO

DELLA STRETTA DI MANO

La stretta di mano

Sin dai tempi antichi, la stretta di mano è sempre stata
uno strumento di **«conflitto e rappacificazione»**



La «stretta di mano romana»



COMITATO
PARI OPPORTUNITÀ

ODCEC di Roma



Intenso e Accogliente: tenta di stabilire una sensazione di calore al fine di «umanizzare» l'interlocutore.

SIGNIFICATO: il cliente ci sta chiedendo di vedere la «persona» che è in lui, non solo la «forma», la «job description» e l'insieme delle informazioni che già conosciamo.

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: stabilire un clima di relazione leale e personale



Intenso e prolungato (almeno 5 secondi): il cliente vuole «dimostrare» che è accogliente

SIGNIFICATO: il cliente cerca di manipolarci e condizionarci con un gioco di potere:
«lo posso disporre del tuo tempo»

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: Mostrare rispetto. Dare un' anticipazione
di ciò che state andando a trattare (senza però svelare tutte le informazioni)



Secco, rapido e rigido: il cliente ci sta segnalando il suo imbarazzo. Vuole farci capire che è indaffarato.

SIGNIFICATO: il cliente non si sente ben preparato per il colloquio, o non gradisce la visita

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: non «forzarlo» non «metterlo in un angolo», non essere aggressivo, negozia sugli orari e le scadenze



Mano a forcina distante: il cliente ci impedisce di arrivare ai suoi sentimenti più nascosti

SIGNIFICATO: il cliente non si fida di noi e sta sulla difensiva.

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: Rassicuralo. Usa parole come: «forse potremmo..», «pensi che...». Sii calmo e rilassato.

Lascia che investighi su di te, mettiti in «ascolto» con gli occhi



Mano a Forcina ravvicinata: il cliente ci osserverà da vicino, e vorrà mantenere un controllo emotivo.

SIGNIFICATO: il cliente si sente più a suo agio nella comunicazione scritta e da un punto di vista fisico non si sente sicuro.
Preventivamente cercate di non essere troppo travolgenti.

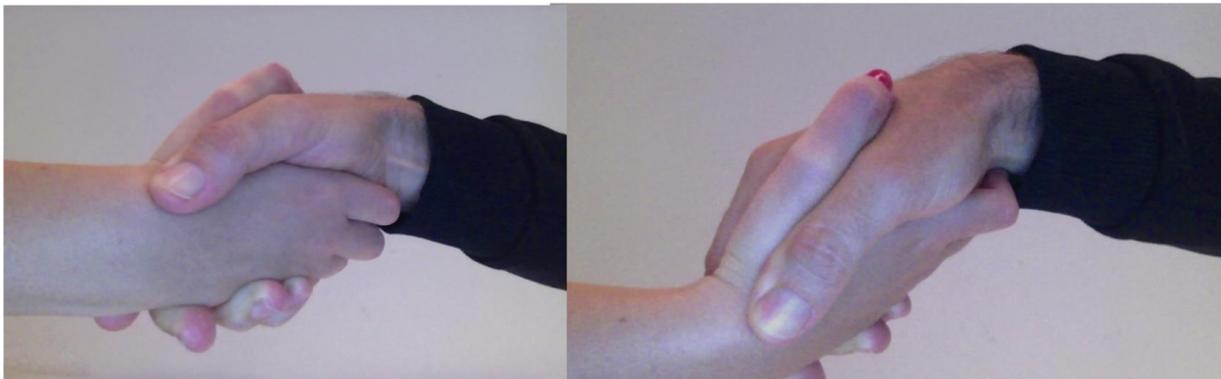
STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: cerca di essere affettuoso e rassicurante, utilizzando frasi come: «Ho avuto l'opportunità di studiare i tuoi eccellenti risultati in X e Y, e stavo pensando...».



Triplo uncino: la sua disponibilità è limitata, non vuole rivelarsi completamente.

SIGNIFICATO: il cliente è complicato, oppure pensa che la «comunicazione» sia tutta basata su «sporchi trucchi».

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: usa parole come «ripulire», «chiarezza», «trasparenza», fagli capire che credi alle sue parole.



Torsione Top/Down: il cliente è un «lottatore di judo», è flessibile e cerca di prendere subito un vantaggio.

SIGNIFICATO: proverà a stancarci e logorarci, durante la fase del dialogo.

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: Sii flessibile, lascia che sia lui a scegliere l'ordine degli argomenti, usa parole come: «ok», «ah, questo va bene», etc. Non essere rigido e tirato durante le domande e accetta con entusiasmo alcune pause o qualche conversazione fuori tema. Prendi tempo, studialo.



Leva Top/Down : il cliente vuole testare la nostra forza e potenza.

SIGNIFICATO: il cliente vede l'Interazione come un gioco di potere ed equilibrio asimmetrico.
Negozia da una posizione sicura e forte.

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: rassicura il cliente sui suoi metodi di controllo
e chiedigli in che modo ha intenzione di procedere.



Top/Down Territoriale: il cliente vuole affermare la sua «sovranità di campo».

SIGNIFICATO: il cliente si sente bene solo quando ha il pieno controllo delle cose. Non vuole che gli «vengano impartite istruzioni». Ha una visione rigida, top-down, win-lose delle relazioni professionali e umane.

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: intervistalo facendogli pensare che sia lui ad «insegnarti» la visione giusta delle cose. Non iniziare con domande difficili, non sfidare apertamente la sua affidabilità o le sue posizioni.



Dietro le Linee Nemiche: : il cliente improvvisamente chiude la stretta con il pollice ferendoci con una pressione penetrante, e ci attacca da dietro.

SIGNIFICATO: sta cercando di nascondere le sue difese territoriali. Potrebbe provare a farvi un' imboscata, o si difenderà con armi ben nascoste. Il suo pensiero è:
«Dirò sempre la verità, ma non tutta la verità».

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: preparati ad una lenta «indagine».

Poni le stesse domande in modo diverso e da differenti punti di vista. Il cliente ha paura che tu voglia scoprire i suoi segreti più reconditi, quindi non incalzare troppo se si mette sulla difensiva.

Cambia argomento, e successivamente torna sul messaggio principale con una strategia «circolare».



Frantumatore di ossa: : il cliente vuole dare una dimostrazione brutale della sua forza, frontale e senza compromessi.

SIGNIFICATO: : il cliente è troppo sicuro di sé, ma non ha una strategia di conversazione molto intelligente.

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: rassicuralo e lodalo. Lasciagli mostrare tutta la sua forza. Evita confronti «testa a testa». Sii accogliente. Quindi «conduci il toro per l'anello al naso».



Doppia stretta di mano: apparentemente rassicurante e paternalistica.

SIGNIFICATO: il cliente è il «padrone di casa». Vuole tutelare la sua posizione e «lusingarti con un caloroso benvenuto».

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: onora e sii onorato. Trattalo come un superiore, un consulente esperto e saggio. Chiedigli «suggerimenti».



Strofinaccio soffice, pesce bagnato: il cliente non ti permetterà mai di instaurare una vera relazione

SIGNIFICATO: aggressivo-passivo, mai aperto e diretto, freddo e con alti e bassi. Non mostrerà mai la sua forza nascosta. Sarà sempre il mandante del crimine, non l'esecutore.

Ha sempre una ragnatela di relazioni più ampia di quello che sembra.

Se attaccato, cercherà velatamente di screditarti, diffondendo voci sul tuo conto.

STRATEGIA DI CONVERSAZIONE: parla piano e con un volume di voce basso, con delle pause.

Cerca di impegnarlo su scadenze certe. Dagli poche alternative e fai attenzione alle sue armi nascoste.

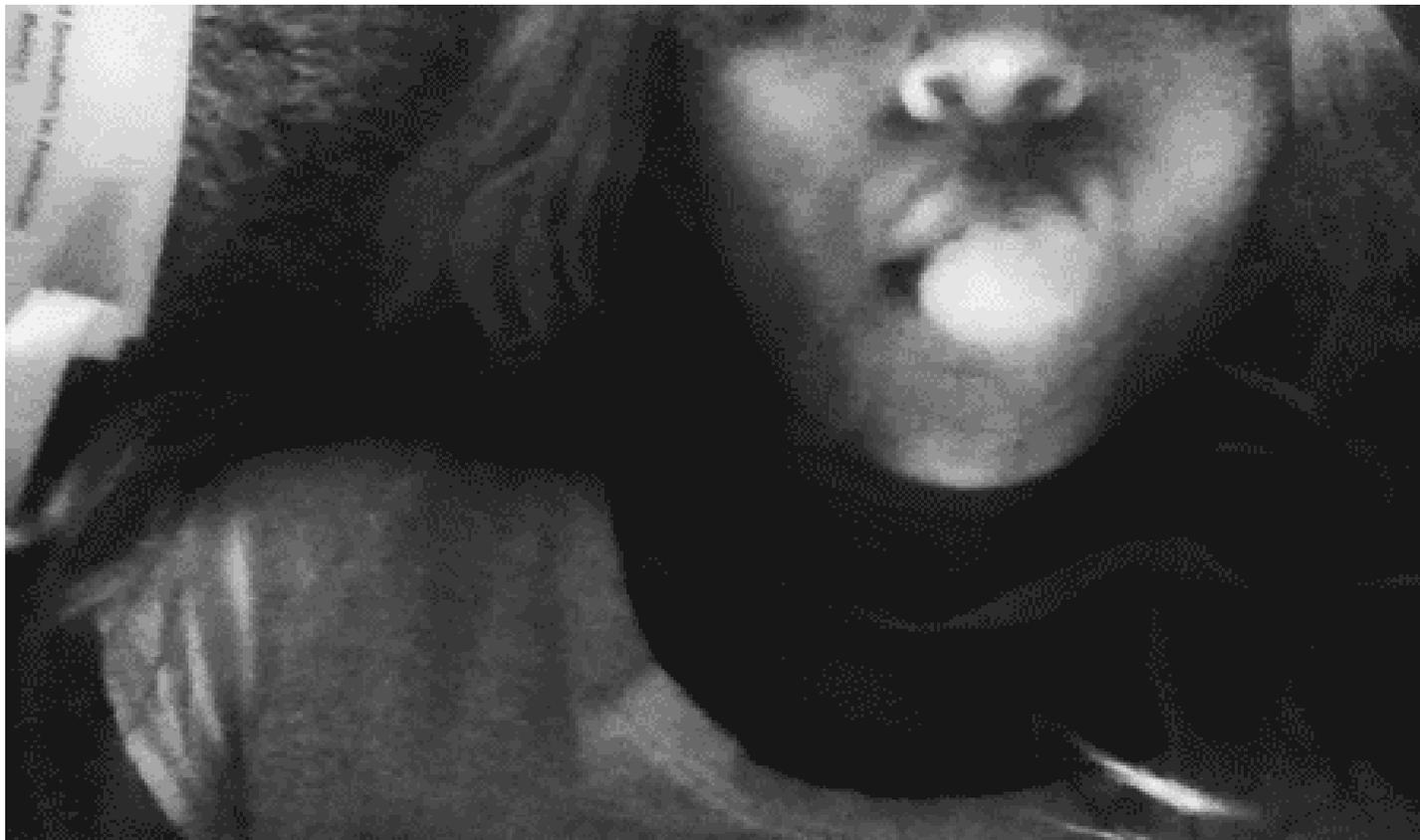


Ordine dei
Dottori Commercialisti e degli
Esperti Contabili di
Roma



COMITATO
PARI OPPORTUNITÀ

ODCEC di Roma



Caffè?

