

Aspetti comunicativi del CSE nei confronti della committenza e le imprese

1

«Evita di diventare troppo serio.

Troppe persone diventano serie e cercano di avere «ragione» tutto il tempo.

Se nella vita non riesci ad arrivare dove vuoi e continui a credere che avere «ragione» sia la cosa più importante, più importante dell'essere felici.....

E' qui che sprechi l'energia di una vita e te ne accorgi poi, dopo dieci anni, di non aver avuto ragione e che non aveva nessuna importanza.

Richard Bandler

Castagna Roberto Mental Coach

Coach: allenatore

Mental Coach : allenatore della mente

PNL: Programmazione Neuro Linguistica

Voi ? Chi siete ? cosa fate? Che ruolo ricoprite?
e cosa vi ha spinto frequentare il corso?
cosa vi aspettate?

Il perché del corso e il perché dell'importanza della comunicazione nell'ambito della sicurezza.

Quanto è importante per voi la comunicazione in generale e quanto la è in questo ambito ?

Mettiamola così

Sai che hai avuto successo o insuccesso ma non sai perché?

Programma

- Prima di procedere vi espongo quello che faremo e quello che non faremo.
- - Faremo esercizi (magari) ed esempi (tanti)
- - Non leggerò solamente gli argomenti, ma per quanto possibile interagirò.
- - Non ripeterò gli articoli del D. lgs 81/2008 ma tratteremo argomenti che vi serviranno per comunicare efficacemente quanto previsto nello stesso Decreto.

- - Tra poco faremo un lavoro sulla consapevolezza e sulla leadership che deve avere il CSE
- - La PNL e la sua storia
- - Cos'è la PNL
- - Il modello di comunicazione della PNL
- - Il nostro modello del mondo
- - I tre livelli della comunicazione
- - Comunicare il tuo messaggio
- - I sistemi rappresentazionali

Cosa vi porterete via

- La consapevolezza che c'è un altro modo di lavorare.
- La capacità di comprendere meglio l'interlocutore sia esso figlio atleta moglie datore di lavoro etc.
- Gestione degli stati d'animo e delle emozioni
- Non posso promettervi nulla anche se so che se applicherete questi principi fin da subito i vostri miglioramenti saranno evidentissimi.
- Migliori risultati in termini di efficacia.

Ecco che vi presento uno strumento importantissimo per comunicare efficacemente

LA CORNICE D'ACCORDO

Cosa è? L'arma più efficace per anticipare eventuali obiezioni .

A cosa serve una cornice ? A delimitare, contenere qualcosa, costituisce i confini entro i quali si stabilisce un certo tipo di patto. Sono le regole del gioco. Funziona anche emotivamente in un determinato rapporto .

Ecco quattro punti per ricordare la cornice d'accordo:

- definisci cosa vuoi,
- definisci cosa non vuoi,
- stabilisci cosa puoi/ non puoi promettere,
- eventuali scadenze.

Esempi



- PARTIAMO?



In questa prima parte con questo manuale ti guiderò nel focalizzare l'attenzione su di te come "leader" prima di "te stesso" e poi degli altri.

Attraverso domande e spunti di riflessione, ti inviterò a sperimentare in prima persona gli argomenti che tratteremo e ti aiuterò ad annotare dentro di te le parole chiave che permetteranno ai tuoi interlocutori e a te che sei il loro leader di ottenere **RISULTATI**.

Nel corso della giornata vi verranno poste domande provocatorie che vi guideranno nel consapevolizzare.

CONSAPEVOLEZZA

Quanto è importante l'essere consapevoli dei rischi che corri quando ti trovi a dover esplorare un terreno che non conosci?

Che ruolo hanno la pazienza e la tolleranza?

Indicatemi le vs. identità?

Qual'è l'identità che vi contraddistingue?

Come vi sentite in questa identità

Come deve essere?

Come deve parlare?

Come vi deve accogliere?

Elenca le caratteristiche che secondo te deve avere

Elenca le caratteristiche che secondo te NON deve avere

Se tu potessi definirlo in una sola parola, che più ti piace, che ti fa stare meglio, che lo riconosci tuo e che ti fa stare bene con te stesso? _____

- **Fiducia**

Racconto del capo indiano

I tuoi clienti /committenti salirebbero sulla tua carriola salirebbero sulla tua carriola?

Gli impresari con cui hai a che fare salirebbero sulla tua carriola?

Il tuo socio, il tuo collaboratore, la tua compagna/o moglie/ marito amico/amica salirebbero sulla tua carriola?

Ma fondamentalemente TU saliresti sulla tua carriola?

Come puoi pretendere che salgano le persone intorno a te , se non ci sali tu?

Pensate ai vostri ragazzi, collaboratori titolari etc, uno per uno e fatevi queste domande riferite a loro. Le risposte che vi darete vi aiuteranno a comportarvi in modo diverso.

• **Motivare : Ascolto e Entusiasmo**

chi conduce contamina o in senso positivo o in senso negativo. Il vero significato della leadership è condurre le persone, instillare energia e senso di appartenenza, dire le cose con entusiasmo sia nel comunicare i successi che nei momenti di crisi.

Leader to lead = condurre, guidare dare il buon esempio

Motivazione : motivare all'azione

Allora chiediamoci come ti senti quando non sei degno oggetto dell'attenzione di qualcuno?

Che effetto ha l'indifferenza del tuo interlocutore sulla tua autostima?

Qual è il tuo livello di disagio e demotivazione davanti ad un atteggiamento disinteressato? E tu ascolti le persone? In modo attivo o passivo?

Ascolto è comprendere il significato, entusiasmo è contagiare e motivare

Ricordati che Ogni volta che punti il dito contro qualcuno hai tre dita che puntano verso di te.

Non si ottengono risultati se si continua a puntare il dito verso gli altri dicendo è colpa sua (la difesa contro l'attacco etc.

Non si ottengono risultati se un leader aspetta che siano gli altri a cambiare. Sono i leader che per primi devono cambiare e dare il buon esempio per condurre la squadra e la società nella stessa direzione e obiettivi.

Perché spesso ci si dichiara pochi soddisfatti dei rapporti interpersonali con colleghi o clienti e aggiungiamoci anche gli amici

Come sono i tuoi rapporti con loro,?, demotivanti o gratificanti?

ti senti frustrato o soddisfatto?



- **Fatti o opinioni**

In molti ambiti c'è la cultura del noi e del loro, noi progettisti siamo più bravi dei coordinatori, noi la pensiamo così loro invece....

Spesso quello che gli uni dicono sia un 6 a volte per gli altri è un nove.

- **Sforzi o risultati**

Perché è così difficile promuovere il valore di gruppo e la collaborazione?

Ti piace lavorare in una squadra o preferisci lavorare da solo?

Cosa significa per te fare squadra?

Tu ti senti più a posto quando hai raggiunto dei risultati o quando hai comunque fatto il tuo dovere e ti sei sforzato

- **Promesse o fatti?**

Siamo persone che promettono o che realizzano?

Una cosa è impegnarsi nelle promesse una cosa è impegnarsi a farle.

C'è chi aspetta e chi si dà da fare.

Voi chi siete?

Siete persone che promettono o che realizzano?

Nei momenti bui, difficili, di crisi, come reagisci?

Aspetti che gli altri cambino e facciano loro qualcosa oppure ti tiri su le maniche per primo e ti dai da fare?

- **Spettatore o protagonista**

Siamo in grado di creare reali opportunità o reagiamo semplicemente a quelle che si presentano?

La fortuna è quando la preparazione si incontra con l'opportunità: se non sei preparato possono capitarti anche mille opportunità, ma non sarai in grado di coglierle.

Bisogna prepararsi, allenarsi, andare incontro alle opportunità.

Vai tu incontro alla nave non aspettare che entri in porto.

Che cosa stai facendo per prepararti, allenarti per andare incontro alle opportunità?

- **Il cambiamento e la velocità del cambiamento**

La capacità di reagire di fronte al cambiamento è qualcosa che tutti devono sviluppare, perché il cambiamento è inevitabile e prima o poi arriva per tutti. Tutto cambia costantemente e più velocemente. E' necessario essere pronti perché il cambiamento non ti avverte prima di arrivare. Tutto cambia costantemente e sempre più velocemente. E' necessario essere pronti sempre perché il cambiamento non ti avverte prima di arrivare.

Storiella del Luccio

Come reagisci davanti al cambiamento?

Ti comporti come i pesci?

Insisti ad ignorarlo e per abitudine eviti di affrontarlo oppure trovi strategie per adattarti al meglio?

Sai imparare dai tuoi errori?

La paura o il ricordo del dolore crea l'abitudine ad evitarlo. Questo comportamento però ti preclude di esplorare, rischiare, e constatare magari che le cose sono cambiate e non sono più come te le aspetti. E' un diritto ed un dovere uscire dalla zona di confort.

Sei pronto a rischiare di nuovo?, sei pronto a cambiare abitudini e fare diversamente da quello che hai sempre fatto o non hai mai fatto?

- **Gestione o valorizzazione delle risorse umane**

Che cosa possiamo fare come Leader per fare elevare il valore del nostro apporto? Anzi cosa dobbiamo fare?

I clienti si **valorizzano** non si gestiscono, i lavoratori si valorizzano non si gestiscono. Cosa Cambia? La percezione che è fondamentale nei rapporti interpersonali.

Qui giace un uomo che si seppe circondare di persone migliori di lui.

Diventerete veri imprenditori /liberi professionisti quando vi renderete veramente LIBERI.

E allora, tu che ti lamenti dai per scontato il tuo lavoro? I tuoi collaboratori? Tu architetto che ti lamenti del tuo lavoro dai per scontato il tuo ruolo? Tu marito moglie che ti lamenti, dai per scontato il tuo compagno?

Dare per scontato situazioni o persone, spesso equivale a perderle

In un mondo interamente cablato la connessione più importante rimane quella delle relazioni umane. E in un momento di crisi fa ancora di più la differenza.

Ecco allora che : Le persone sostengono il mondo che hanno contribuito a creare

Le persone sostengono un processo che li ha aiutati ad avere successo.

Creare un ambiente positivo in piscina è sano egoismo per vivere al meglio la nostra vita privata (80% da svegli)



- **La spirale della fiducia**

Dare fiducia a chi se lo merita non è un atteggiamento da Leader. Un leader dà e ispira fiducia ancor prima che tu l'abbia dimostrato. Ottenere risultati straordinari da persone straordinarie non è un atteggiamento da Leader. Un leader ottiene risultati straordinari da persone ordinarie dando loro fiducia e valorizzandole. Il leader favorisce così sicurezza, la giusta autostima che fa sentire importanti e che dà importanza agli altri. Con la nostra fiducia favoriamo partecipazione, sicurezza, autostima; questo fa sì che i ragazzi manifestino apertura, spirito d'iniziativa, dedizione e conferma della fiducia che a sua volta genera ancora più fiducia.



- **La spirale della sfiducia**

Con la nostra sfiducia favoriamo un controllo eccessivo, uno stile autocratico, dubbi. Quando iniziano ad esserci dubbi, le persone si fermano, i ragazzi hanno paura di sbagliare, hanno paura di essere additati e nel dubbio preferiscono non fare nulla. I dubbi generano risentimento, incertezza e apatia. Questo a sua volta si traduce in fallimenti, trascuratezza, diffidenza che a sua volta porta la conferma della sfiducia che a sua volta genera ancora più dubbi e sfiducia.

- **Il valore del leader**

Il leader deve ispirare fiducia affinché tutti i componenti lo seguano allo stesso modo, ed evitare che uno o più dei suoi "ragazzi" vadano in direzioni opposte o contrarie. Unica direzione successo assicurato. Quali sono i modi per dare valore?

Il primo è l'atteggiamento vostro positivo

Sorridete che il sorriso è contagioso. Provate. Entrate in cantiere ? Sorridete, incontrate un operaio? e voi sorridete. Alla stesso verrà da sorridere.

Nonostante ciò se gli piaci, si fidano di te e ti credono, forse "comprano" da te... ecco allora che ci vuole anche altro.

Il secondo è il rapporto che avete con l'interlocutore

Come vi rapportate con i vostri interlocutori?, li salutate sempre e per primi?, come li salutate?

Quindi fateli sentire importante, trattateli come una celebrità.

Il terzo è la Comunicazione

Come comunicate con il vs. interlocutore ? Imparerete oggi che **si può comunicare meglio e più efficacemente.**

- **Il ciclo di autosviluppo**

Per ottenere dei risultati occorre avere il giusto atteggiamento : la capacità di reagire alle situazioni, ma la motivazione non è sufficiente.

Crederci che si realizzi è condizione necessaria ma non sufficiente. Oltre all'atteggiamento ci vuole Volontà nel fare le cose che dipendono da te.

Ci vuole inoltre la necessità di fare qualcosa e il desiderio che è la scintilla per le performance di squadra e del singolo.

Dopo l'atteggiamento con tutti i suoi ingredienti ci vuole Conoscenza; la conoscenza significa studiare, sviluppare processi, tecniche, procedure, essere studenti, confrontarsi con gli altri espandersi etc.

Dopo di chè ci vuole la pratica perfetta che rende perfetti.

Vi lascio con questa storia Non tutte le ciambelle nascono con il buco.

Non è vero Basta avere lo strumento per fare il buco

Lo strumento è la differenza tra il dilettante ed il professionista.



La regola d'oro è:

AMA TE STESSO

AMA I TUOI CLIENTI,

AMA IL TUO LAVORO

e non mollare mai

LA VITA E' BREVE CIRCONDATEVI DI COSE DIVERTENTI



PAUSA

Aspetti comunicativi del CSE nei confronti della committenza e le imprese

2

La PNL e la sua storia

Anni 70

Bandler e Grinder

Satir

Modelling . Hanno cercato di capire cosa portasse le persone a fare quello che facevano e come mai alcuni a parità di risorse ottenessero risultati migliori di altri

Cos'è la PNL

- Definizione migliore: lo studio della struttura dell'esperienza soggettiva – per questo imparerai la tua struttura e quella delle persone che ti stanno intorno.

- **PROGRAMMAZIONE,**

in PNL riguarda le nostre abitudini, quegli schemi di pensiero e di comportamento che tendono a ripetersi. Questi programmi funzionano inconsciamente e per cui non ne siamo consapevoli

- **NEURO**

Tutto ciò che riguarda il sistema nervoso, il tuo cervello.

Include i cinque sensi

Dentro di te ti fai delle immagini senti delle voci avverti sensazioni etc.

Ti parli tramite il dialogo interno

- - LINGUISTICA

E' quindi evidente che il nostro linguaggio condiziona il comportamento degli altri (esempio del saluto).

Il nostro scopo (allenatori) è quello di trasmettere e far passare il nostro messaggio. Il modo come comunichi, cosa dici e come lo dici influenzerà lo stato dell'interlocutore o ascoltatore.

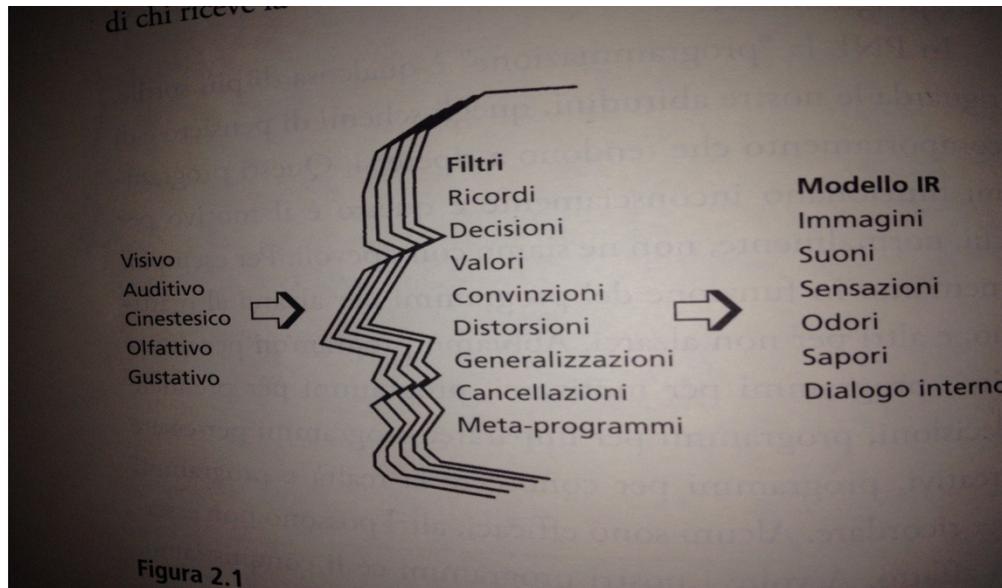
Per comunicare in modo facile ed efficace bisogna conoscere il metodo per strutturare la comunicazione.

La pnl ci aiuta.

PRESUPPOSTI DELLA PNL

- Non si può non comunicare: ogni comunicazione è comportamento, ed ogni comportamento è comunicazione.
- Non è importante ciò che parte, è importante ciò che arriva; noi siamo i responsabili della «nostra» comunicazione .
- La mappa non è il territorio.
- Tutto ciò di cui ha bisogno una persona è già dentro di se.
- Non esistono fallimenti, esistono solo risultati
- Ogni comportamento ha una intenzione positiva ed esiste sempre un contesto nel quale uno specifico comportamento ha valore.
- Le persone non sono il loro comportamento.

Il modello di comunicazione della PNL



FILTRI

- - Cancellazioni: ci arrivano milioni di informazioni , non possiamo appesantirci, il cervello filtra cancellando superfluo per noi e tutto quello irrilevante per noi dalla nostra consapevolezza conscia

Esempio: leggi un libro e sei immerso da non accorgerti che qualcuno ti fa una domanda sulle chiavi, cerchi le chiavi e non le trovi ma sono sotto il tuo naso.

- - Generalizzazioni:
le generalizzazioni ci permettono di riconoscere classi di oggetti come sedie o penne nonostante il loro aspetto possa variare enormemente.

Esempio, mi apri la porta per cortesia?

- Distorsioni :
altro modo per gestire le informazioni;
creiamo relazioni tra ciò che percepiamo e quello
che potrebbe significare o le conseguenze che
potrebbero verificarsi. Interpretiamo e diamo
significati giungendo a conclusioni.

Esempio: quando guardo la squadra
avversaria so che ci divertiremo; darò a voi molte
dispense così sarete contenti; se imparo
questa tecnica tutto sarà più facile in futuro;

- - Convinzioni:
ciò che credi sia vero per te.

Possono essere limitanti o potenzianti. Tendono ad essere nell'inconscio per quello che ci è stato trasmesso oppure per esperienze passate.

Esempio nel calcio : Bambino che non crede di essere bravo a fare i cross, in una partita li fa bene e quando gli fanno i complimenti pensa che lo facciano solo per essere gentili

- - Regole:
Ciò che è giusto per te
Se le regole sono troppo rigide portano all'infelicità; le regole di una persona è bene conoscerle
sono dettate dalla scuola, dalla famiglia e dall'ambiente.

Esempio:
sei mio amico se mi mandi tre messaggi al giorno

IL NOSTRO MODELLO DEL MONDO

- - Ecco quindi che riusciamo a comprendere meglio il nostro modello del mondo, e quello degli altri. come lo processiamo e come lo interpretiamo attraverso suoni immagini regole convinzioni distorsioni interpretazione

I TRE LIVELLI DELLA COMUNICAZIONE

1. VERBALE -- PAROLE

7%

2. PARA VERBALE -- TONO e TIMBRO VOLUME

38%

3. NON VERBALE -- LINGUAGGIO DEL CORPO

55%

Sistemi rappresentazionali

Abbiamo visto che processiamo il mondo attraverso i cinque sensi.

E' interessante sapere che ogni persona ha una sua modalità preferenziale di percezione (rappresentazione) del mondo, vale a dire che se anche utilizziamo normalmente tutti i sensi, usiamo di più un canale specifico che chiameremo sistemi rappresentazionali.

Per individuare il sistema rappresentazionale primario possiamo avvalerci dei seguenti metodi:

- Comunicazione verbale (predicati sensoriali)
- Comunicazione paraverbale (ritmo, tono, volume voce)
- Comunicazione non verbale (gestualità respirazione postura)

Sistema preferenziale visivo

Sistema preferenziale auditivo

Sistema preferenziale cinestesico

Sistema preferenziale visivo

Un visivo cammina mantenendo una posizione dritta, parla velocemente tenendo gli occhi rivolti verso l'alto e con tono di voce ugualmente alto, perché le immagini corrono nella sua mente ed egli deve cercare di afferrarne il più possibile.

La respirazione è spezzata e localizzata nella zona toracica, generando pallore in viso per lo scarso afflusso di sangue. La tensione muscolare è maggiormente evidente nelle spalle e nel collo.

Memorizza vedendo immagini ed è poco distratta dal rumore. Ha spesso problemi a ricordare istruzioni verbali perché la sua mente tende a svagarsi. Le apparenze sono importanti, infatti il visivo è interessato maggiormente sul come avvengono le cose.

Sistema preferenziale auditivo

Un auditivo parla muovendo gli occhi lateralmente , respira con tutto il torace e sul suo corpo si possono notare piccoli movimenti ritmici. La voce è chiara , espressiva e risonante. L'auditivo impara ascoltando, di solito ama la musica e parlare al telefono. Assume infatti la cosiddetta posizione della cornetta telefonica in quanto ha la testa inclinata verso destra o verso sinistra proprio come se stesse parlando al telefono. Memorizza per gradi i procedimenti e le sequenze dei dati ed ama sentirsi spiegare le cose e risponde volentieri. Alcune volte possiamo avere di fronte un particolare tipo di auditivo che per il suo tono costante di voce viene definito monotono.

Sistema preferenziale cinestesico

Nel cinestesico la respirazione è addominale, lenta, profonda e il tono di voce basso con un ritmo intervallato da lunghe e frequenti pause. Di solito assume una posizione implosiva, ha una gestualità lenta e gradisce il contatto fisico. Non bada all'aspetto, ma alla comodità delle cose che indossa.

BILANCIARE I SISTEMI

A noi interessa sapere che esistono, che si possono utilizzare tutti allenandoli e che i migliori risultati si ottengono bilanciando i sistemi

Esercizio : A tre persone il primo racconta la sua ultima vacanza un minuto e a seguire, viene individuato il sistema

Esercizio : a tre persone a turno inizia il primo e usa due parole visive il secondo auditive e cinestesiche poi auditive cinestiche. Come vi sentite?

COMUNICARE IL TUO MESSAGGIO

Ora che hai le basi della PNL, il successo con le persone lo avrai se desterai interesse in quello che hai da dire, al tuo messaggio.

Per questo motivo le parole che dirai, userai, sono molto importanti e devi assicurarti che siano adeguate a far comprendere i passaggi chiave del tuo discorso.

- Mettete in pratica quanto appreso fino a questo punto:
suggerisco da domani di ascoltare le persone ed individuare ogni giorno almeno una persona che ha prevalenza visiva, una uditiva ed una cinestesica e prenderne nota in un vostro diario agenda cellulare e alla sera ricontrollare.

Condivisione

- Vorrei sapere in pochi minuti da qualcuno di voi cosa vi portate via da quello che avete da poco ascoltato?



PAUSA

Aspetti comunicativi del CSE nei confronti della committenza e le imprese

3

La gente mi chiede:
«lavora mai con i ciechi e con i sordi?»
E io rispondo: «ogni giorno...ogni giorno»
Richard Bandler

Prima di procedere vi espongo quello che faremo e quello che non faremo in questa sezione .

- -Il linguaggio del corpo
- - I segnali di accesso oculari
- - Calibrazione



Il linguaggio del corpo

Microsegnali :RIFIUTO (tensione) e CHIUSURA-

Allontanamenti: la persona si sposta all'indietro o semplicemnete indietreggia con il busto o con la testa se è seduto. Allontanamento è inteso anche quando allontanano da me o spostano qualcosa dal tavolo, sia a pranzo che in appuntamento (i NO e gli Alt)

Mimica facciale: Ciglia abbassate/corrucciate – smorfia delle labbra – pupille strette;

braccia e gambe incrociate: meno incisive le gambe soprattutto per le donne e anche perché spesso sono nascoste; nel caso delle gambe non necessariamnete il fatto che siano incrociate dimostra chiusura, devo prestare anche attenzione al lato delle gambe che mi rivolge; per le braccia chiuse non sempre è un segnale di chiusura potrebbe essere comodità o ancoraggio etc.

Spazzolamenti e speluccamenti: rifiuto chiusura se fatti su di se, fatto sugli altri è gradimento

Microsegnali :Tensione (scarico):

può essere preambolo di uno stato sia positivo che negativo

sbadiglio ,dondolamento gamba, tamburellare giocherellare
velocemente, grattamenti , sbuffo, sudorazione, schiarirsi la gola,
sospiro, mangairsi le unghie, rossore

I PIU FORTI

tic nervosi balbuzie palpebre che si muovono e muscoli che si
contraggono

Microsegnali :Gradimento (piacere):

segnali di piacere che si possono trovare in ogni tipo di relazione personale e lavorativa. Dimostrano anche grande attenzione o interesse per l'argomento

Avvicinamenti, apertura e ascolto ricettivo, accarezzamenti (delle braccia, mani gambe e spalle,

mimica facciale = segnali piu forti

capelli (accarezzarli – metterli dietro l'orecchio mettendolo in evidenza)
occhi (pupilla dilatata) mostrare il collo a 45°, bocca (mordersi il labbro in particolare quello inferiore (grossa metafora) linguino umettarsi le labbra, toccare accarezzare sensualmente e bottiglia bicchiere e penne

Conoscendo i micro segnali del corpo si può fingere o simulare uno stato d'animo, ma non si può fare per molto tempo. Non si può mantenere qualcosa che non si prova veramente. Da qualche parte viene fuori, esce l'incoerenza con altri segnali opposti alla nostra intenzione. Il corpo parla da solo, senza che ne abbiamo il controllo.

COME INTERPRETARE :

- Mai basarsi su un solo elemento (se un ragazzo si gratta la guancia non necessariamente è un segnale di tensione)
- Cerco almeno tre indizi dello stesso seme (divento un detective della comunicazione) corpo messaggio e tono; Attenzione al senso del contesto.
- Non usare assoluti (l'errore più grande che si può commettere anche se si dispone di più elementi è dare per certe e sicure le mie impressioni)

I segnali d'accesso oculare

Se fai una domanda ad una persona o gli suggerite di ricordare una esperienza la persona dirige gli occhi in una direzione. Quella direzione, è stato studiato che è collegata ad un processo di pensiero.

I segnali d'accesso oculare

Quando elaboriamo delle informazioni lo facciamo in maniera diversa a seconda che i nostri pensieri siano formati da immagini, da suoni o da sensazioni.

Sulla base di ciò che accade dentro di noi, muoviamo gli occhi in diverse direzioni.

Se osservate la direzione in cui guardano gli occhi di una persona quando le fate una domanda o le suggerite di ricordare un'esperienza, noterete chiaramente alcuni movimenti direzionali che sembrano collegarsi ai loro processi di pensiero e potremmo sfruttare l'informazione per avere delle indicazioni su come probabilmente agirà di conseguenza. Ciò è valido anche quando si immagina, si ricorda, si parla tra se e se.

Questi movimenti indentificati da Bandler e Grinder si chiamano segnali di accesso oculari e tendenzialmente :

- Se lo sguardo è rivolto verso l'alto, l'occhio manda un impulso al cervello che va alla ricerca di immagini.
- Se lo sguardo si sposta verso destra o verso sinistra il cervello accede al sistema uditivo alla ricerca di suoni o parole.
- Se lo sguardo va verso il basso il mio interlocutore sta sentendo delle sensazioni, o sta parlando con se stesso, si dice qualcosa, si fa delle domande (dialogo interno)
- Lo sguardo defocalizzato in avanti denota un processo di visualizzazione in atto.

DOMANDE SULL'ACCESSO OCULARE

- Di che colore sarà la casa dei tuoi sogni?
- Di che colore era il tuo gioco preferito da bambino?
- Prova ad ascoltare la tua voce comese parlassi da paperino
- Ricordi la voce del tuo migliore amico?
- Cosa provi quando tieni in mano un cubetto di ghiaccio?
- Cosa ti dicevano quando ti rimproveravano da piccolo?
- Cosa ti sta dicendo la tua vocina in questo momento?
- Come è la tua vocina in questo momento?
- Come è la voce del tuo vicino di casa?
- Che cosa provi toccando l'acqua del mare?
- Che cosa ti dici per alzarti la mattina?

DOMANDE SULL'ACCESSO OCULARE

- I tuoi piedi adesso sono caldi?
- Qual è l'ultimo film che hai visto?
- Ricordi quando hai gridato l'ultima volta?
- Che suono avrebbe la tua voce se parlassi in russo?
- Immagina di volare con la tuta di superman
- Come ti sei sentito l'ultima volta in cui qualcuno ti ha fatto un complimento?
- Com'è il suono del tuo campanello di casa?
- Cosa si prova a rotolare sulla neve?
- Immagina te stesso
- Ricordi la canzone del tuo primo amore?

Calibrazione

Ecco allora, dopo tutte le informazioni ricevute l'importanza dell'ascolto e della calibrazione:

Calibrare significa:

1. Studiare appieno la situazione per raccogliere informazioni
2. Osservare e dosare per ottenere un risultato preciso e ottimale.

Nella fase iniziale della comunicazione in cui le parole contano il 7% il linguaggio paraverbale il 38% e il linguaggio non verbale il 55% è molto importante diventare dei veri detective della comunicazione.

Per farlo è necessario sviluppare sensibilità, acutezza sensoriale, attenzione per il dettaglio, e delle doti di ascolto e osservazione fuori del comune.

Questo significa saper leggere «tra le righe», cogliere le sfumature avere la lente d'ingrandimento.

Attraverso la calibrazione possiamo distinguere differenti stati mentali in cui un individuo si trova, controllarli e manipolarli, guidando il nostro interlocutore verso lo stato desiderato.

Per quanto riguarda **la fisiologia** osserviamo:

- La postura del corpo
- gambe allargate, unite o accavallate, ecc
- Mani chiuse, aperte intrecciate tra loro ecc,
- Spalle dritte, spostate in avanti, in alto all'indietro ecc.
- Testa eretta, spostata di lato, china in avanti ecc,
- Mimica facciale in particolare gli occhi, la bocca, la tensione dei muscoli facciali
- Colorazione del viso e sue variazioni
- Respirazione alta, toracica, media (tra torace ed addome), bassa (addominale)

Per quanto riguarda **la voce** ascoltiamo facendo attenzione alle seguenti caratteristiche:

- Volume: alto / basso e valori intermedi
- Tempo/ritmo: velocità lentezza d'eloquio
- Timbro: caratteristiche individuali della voce (gutturale, nasale, soffocata)

Per quanto riguarda **il livello verbale** le persone usano tre diversi tipi di predicati sensoriali:

- Visivi
- Auditivi
- Cinestesici

- Esercizi:
- Calibrazione Visiva

A e b si mettono ad una distanza tale da poter vedere reciprocamente l'intera figura. A chiude gli occhi per qualche secondo mentre b cambia leggermente postura (sposta la mano, allarga le gambe sposta il piede, sorride etc. A riapre gli occhi cercando di individuare il cambio di postura indicandolo a B Ripere l'esercizio rendendo sempre più impercettibile il micro movimento

- Calibrazione Uditiva

A tiene gli occhi chiusi B pensando a qualche cosa di piacevole/antipatico inizia a contare ad alta voce fino a 10 mantenendo costante il pensiero sull'evento/persona mentre A presta attenzione al tono della voce. A riapre gli occhi per qualche secondo e poi li richiude. B ora pensa a qualche cosa contrario a prima contando fino a 10 mentre a presta attenzione alla voce. A riapre gli occhi per qualche secondo e poi li richiude.

Test B rioensa ad uno dei due episodi e conta ad alta voce fino a 10. A con gli occhi chiusi cercherà di capire a quale delle due situazioni sta pensando B. feedback

- Calibrazione Cinestesica
- A tiene gli ochhi chiusi . B tiene una mano sul palmo di A pensando a qualcosa mentre A cerca di percepire che situazioni sente. Etc

In sintesi:

«L'ambiente migliora
solo se noi ci
miglioriamo»



AZIONI



Condivisione

Aspetti comunicativi del CSE nei confronti della committenza e le imprese

4

«Le parole sono il DNA della
nostra identità»

Prima di procedere vi espongo quello che faremo prima di andare a conclusione .

- - il ricalco e la guida
- - le sottomodalità
- - gli ancoraggi (se riusciamo)
- - i metaprogrammi se riusciamo

IL RICALCO e LA GUIDA

Creazione del Rapport-

Il ricalco è lo strumento principale per creare rapporto.

E' il processo attraverso il quale variamo alcuni elementi del nostro comportamento al fine di modellare gli stessi elementi che caratterizzano il comportamento dell'altra persona.

Ricalcare significa quindi andare incontro al nostro interlocutore entrando in relazione con lui e stabilendo affinità a livello verbale e non verbale, conscio e inconscio.

Con il ricalco entriamo in sintonia con l'altra persona, generando fiducia e distensione , facendolo sentire a proprio agio, come se stesse parlando con il suo alter ego.

Riprodurre in maniera impercettibile i movimenti di una persona, significa inviare al suo inconscio un messaggio quale: « ti puoi fidare di me perché sono simile a te

E' possibile stabilire Rapport «calibrando» e ricalcando i seguenti aspetti della sua comunicazione

VERBALE

- Linguaggio : Hotwords (parole che le persone usano di più – il loro vocabolario) e Keywords (le parole con impatto emozivo alto anche trance inducono un leggero stato ipnotico)
- Parole che identificano il sistema rappresentazionale
- Convinzioni e valori
- Esperienze comuni (trovare terreno comune in attività diverse)

Paraverbale

- Tono
- Ritmo
- Volume
- Intonazione
- Timbro

Non verbale

- Espressioni facciali
- Respiro
- Gestualità
- Postura
- Stretta di mano

E' possibile ricalcare un elemento comunicativo dell'altra persona con un aspetto diverso del tuo comportamento. In questo caso parliamo di ricalco indiretto o incrociato.

Per ricalcare si possono scegliere canali diversi

- LNV
- LV
- LPV

- Il ricalco può essere superficiale
- Profondo (convinzioni regole valori e metaprogrammi)

- In sintesi utilizzare chiavi superficiali per arrivare al ricalco profondo

- l'obiettivo del ricalco oltre a quello di creare sintonia con l'interlocutore è comunque la GUIDA.
- Ci agganciamo al destinatario della nostra conversazione con la creazione di rapport.
- Verifichiamo il rapporto costantemente per assicurarci di essere sempre in sintonia
- Guardiamo la persona in maniera sottile ed impercettibile per esempio alterando il ritmo della respirazione, lo sguardo, il tono della voce, le posture. (il ricalco verbale e paraverbale è molto più discreto e impercettibile rispetto al linguaggio non verbale).

Esercizio

**Conoscere la persona ed il suo mondo
(verificare parole chiave gestualità movimento
oculare segnali del corpo e metaprogrammi)**

LE SOTTOMODALITA'

Abbiamo considerato sino ad ora le tre modalità sensoriali, visiva, auditiva e cinestesica, ma queste sono solo l'inizio, di quello che è la rappresentazione della realtà.

Infatti, se ora chiudete gli occhi, vedete un'immagine, udite un suono o ancora provate una sensazione?

Qualunque sia la vostra risposta avrei comunque una informazione decisamente incompleta. Infatti ipotizziamo che vediate un'immagine, se vi chiedessi di descrivermela cosa mi direste? Probabilmente i contenuti dell'immagine stessa, ciò che state vedendo.

Ma se vi chiedessi di dirmi se era a colori o in b/n? Era grande o piccola? Era ferma o in movimento? Stessa analisi, potremmo fare per un suono (volume alto, basso) o per una sensazione (caldo, freddo).

Ecco un esempio di cosa sono le sottomodaltà ; non sono nient'altro che le modalità della modalità. Ogni informazione elaborata internamente, ha una sua struttura. Infatti che sia una immagine, suono o sensazione, avrà dei dettagli che diventano importantissimi

Per verificarlo provate a ricordare un momento piacevole della vostra vita, se vedete una immagine, provate a cambiare le sottomodaltà, per esempio se l'immagine è a colori, provate a renderla in bianco e nero o il contrario, come cambia la vostra percezione dell'evento?

Potete divertirvi ad aumentare le sensazioni che un ricordo vi dà!

Provate per esempio se avevate un professore dalla voce severa a ricordarlo ed a modificare mentalmente il suo modo di parlare, magari rendendolo ridicolo, come cambiate? E' addirittura possibile che cambi anche il ricordo del suo viso in conseguenza di ciò!

L'aspetto più interessante delle sottomodali infatti è rendersi conto che alcune di esse possono essere cambiate senza nessun particolare effetto, mentre altre possono modificare totalmente le nostre reazioni (sono le cosiddette modalità critiche)

Ad ogni esperienza solitamente corrisponde una sottomodali critica, è la stessa in ogni tipo di esperienza.

Dobbiamo quindi e possiamo prestare molta attenzione al linguaggio che le persone e noi stessi usano per descrivere le loro esperienze prendendolo spesso alla lettera perché attraverso il linguaggio che la persona molte volte indica la sottomodaltà critica.

Facciamo qualche esempio:

- Ho bisogno di prendere le distanze,
- Ho un grosso problema
- Vedo tutto nero
- Mi sento circondato

Nel primo esempio verificiamo che magari basterebbe far allontanare , la persona , per ottenere un cambiamento di stato della mente

Ora ecco alcuni esempi di sottomodaltà nei diversi sistemi sensoriali

VISIVO : colori/bianco e nero; bidimensionale/tridimensionale; distanza; ferma o in movimento; cornice/panoramica; dimensioni; luminosità; a fuoco/sfuocata, forma; associato dissociato; tipo di colori; collocazione; immagine chiara/ opaca

AUDITIVO: stereo/mono; parole/suoni; volumi; tono; distanza; durata; ritmo; pause; provenienza; intensità; sottofondo

CINESTESICO: localizzazione; profumo; peso; pressione; temperatura; gusto

Queste sono solo indicazioni – se ne possono trovare altre.

Finalmente è giunto il momento di parlare di sicurezza!

La domanda che sorge spontanea è :

Come possiamo utilizzare e mettere in pratica quello che abbiamo visto oggi?

Esempi concreti :

-
-
-
-
-

La regola d'oro è:

AMA TE STESSO
AMA I TUOI CLIENTI,
AMA IL TUO LAVORO
e non mollare mai
LA VITA E' BREVE CIRCONDATEVI DI COSE DIVERTENTI