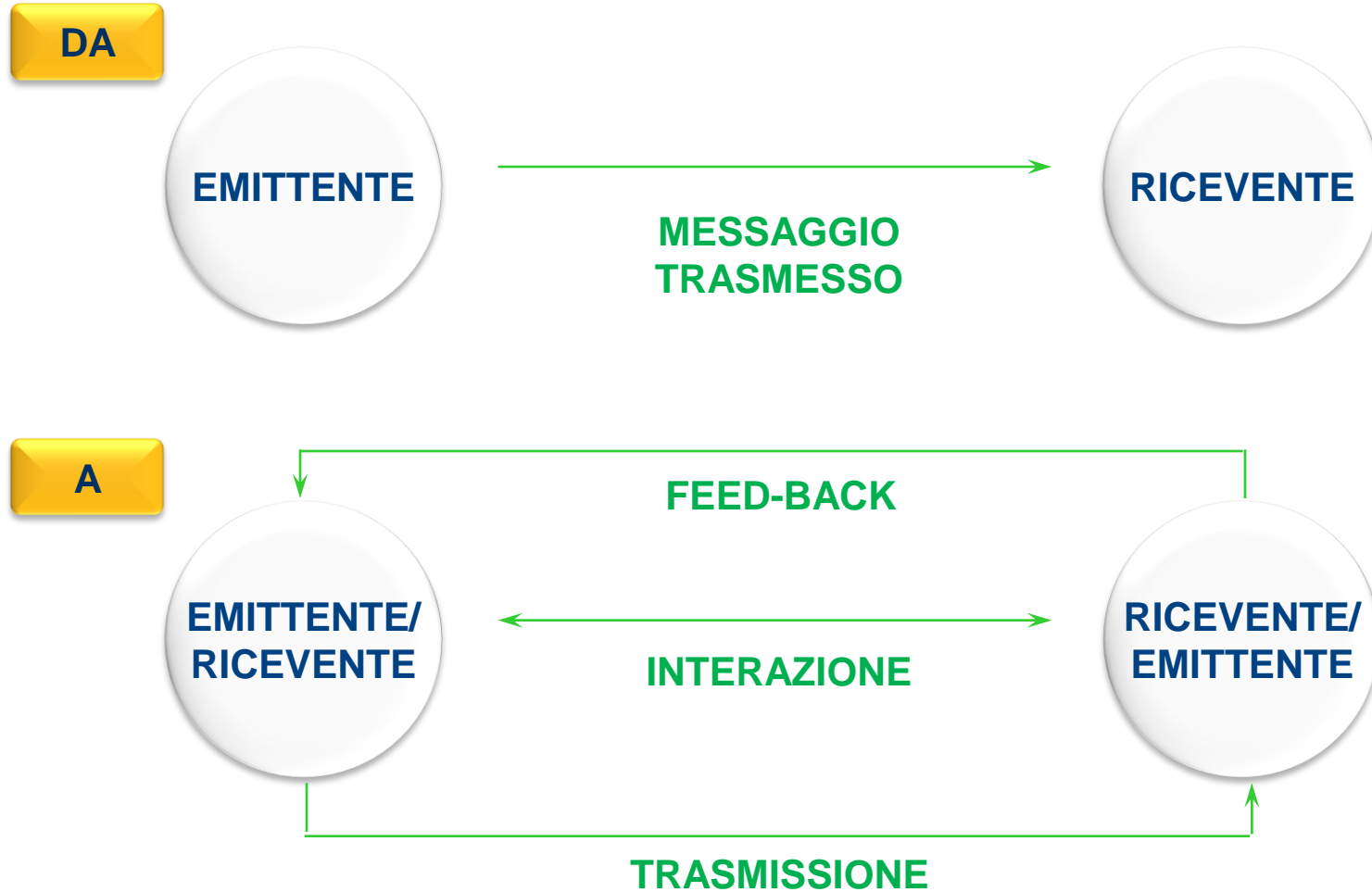




# **COMUNICAZIONE EFFICACE e PUBLIC SPEAKING**

## **Difficoltà e capacità per superarle**

# COMUNICAZIONE = PROCESSO CIRCOLARE



# IL PROCESSO DI COMUNICAZIONE SI PUO' AFFRONTARE SECONDO

## MODELLI ISTINTIVI

- PENSIERO INTUITIVO - SINTETICO
- ESPERIENZA PERSONALE

*RISCHIO* PROIEZIONI  
PERSONALI

*VANTAGGIO* IMMEDIATEZZA

## MODELLI LOGICI

- PENSIERO SEQUENZIALE - ANALITICO
- METODO

*RISCHIO* BUROCRATIZZAZIONE

*VANTAGGIO* - PROGETTUALITA'  
- ORIENTAMENTO  
CONSAPEVOLEZZA DEI  
COMPORAMENTI

INTEGRARE - MIGLIORARE - SUPPORTARE

## PERDITA D'EFFICACIA DEL MESSAGGIO :

CIO' CHE HO **INTENZIONE DI DIRE** 100

CIO' CHE **DICO VERAMENTE** 70

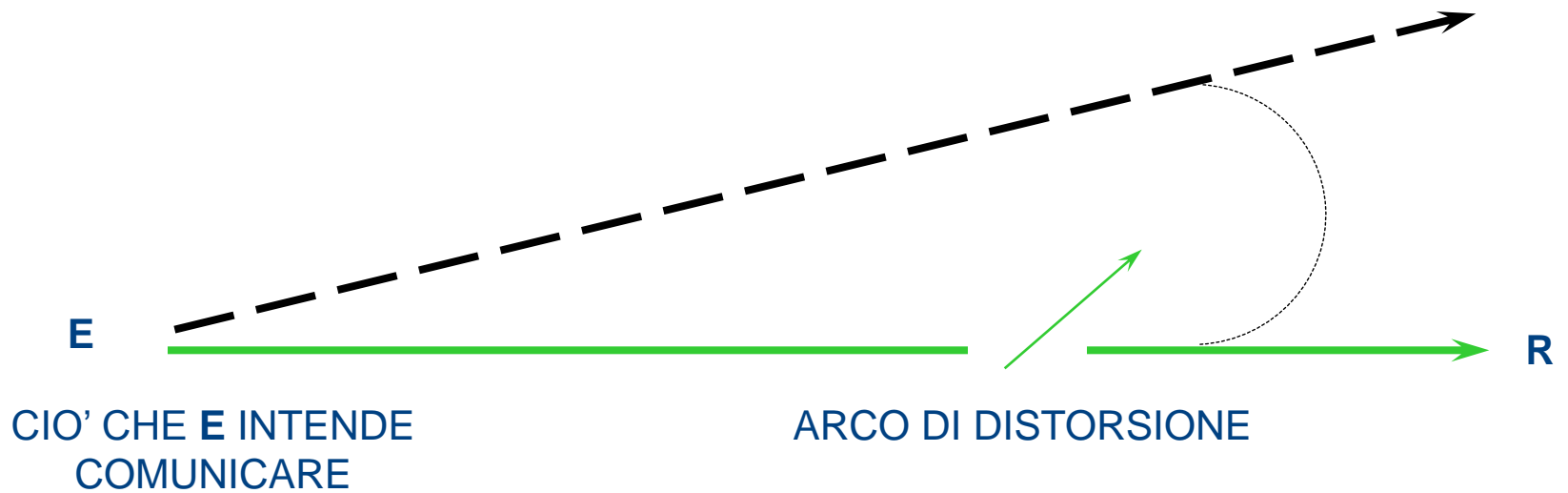
CIO' CHE L'ALTRO **HA SENTITO** 40

CIO' CHE L'ALTRO **HA CAPITO** 20

CIO' CHE L'ALTRO **HA RITENUTO** 10

# DISTORSIONE

CIO' CHE R RECEPISCE



- LA PERCEZIONE CREA UNA NOSTRA “MAPPA DEL MONDO” IN BASE ALLA QUALE AFFRONTIAMO E REAGIAMO AL MONDO

- LA NOSTRA “MAPPA DEL MONDO” NON E’ IL MONDO OGGETTIVO

- LA NOSTRA “MAPPA DEL MONDO” E’ TENDENZIALMENTE AUTOCONFERMANTE

# IDENTIFICAZIONE DEL DESTINATARIO

- A CHI MI RIVOLGO ?
- IN CHE AMBITO AZIENDALE OPERA ?
- CHI RAPPRESENTA ?
- COSA CONOSCO DEL SUO MODELLO CULTURALE ?
- CHE ATTESE HA ?
- CHE TIPO DI LINGUAGGIO USA ?

*PER ARRIVARE A CONCLUDERE:*

QUALE REAZIONE DESIDERO ATTIVARE ?

# COERENZA NELLA COMUNICAZIONE

NON E' COERENTE USARE LE STESSE  
MODALITA' DI COMUNICAZIONE  
(LE NOSTRE CONSUETE MODALITA')  
PRESCINDENDO DAGLI INTERLOCUTORI

E' COERENTE USARE MODALITA'  
DIVERSE CON INTERLOCUTORI DIVERSI



# DIAGNOSI DEGLI INTERLOCUTORI

L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE RICHIEDE  
UNA DIAGNOSI CONSAPEVOLE, FINALIZZATA, ARTICOLATA  
DEL "PUBBLICO" (GLI INTERLOCUTORI) COINVOLTO  
NEL PROCESSO DI COMUNICAZIONE

PUBBLICI DIVERSI RICHIEDONO  
MODALITA' DI COMUNICAZIONE DIVERSE

# I CONFINI DELLA COMUNICAZIONE

**MODALITA'**

**TEMPO**

**OBIETTIVI**

**INTERLOCUTORI**

# LA SELEZIONE DELLE INFORMAZIONI

NELLA PREPARAZIONE DELLA COMUNICAZIONE  
OCCORRE SELEZIONARE LE INFORMAZIONI

IN FUNZIONE DI:

- TEMPO
- UTENZA
- OBIETTIVI

# LA STRUTTURA DELL'INTERVENTO

10/20%

**PREMESSA**

CATTURARE  
L'ATTENZIONE

65/85%

**NUCLEO**

SEGUIRE IL  
PERCORSO LOGICO

5/15%

**CONCLUSIONE**

RAFFORZARE  
GLI OBIETTIVI

LE PARTI DEL MESSAGGIO CHE **MAGGIORMENTE SI RICORDANO** SONO COLLOCATE IN

**PREMESSA E CONCLUSIONE**

# LA SCELTA DELLE PRIORITA'

## IN PREMESSA :

- L'ARGOMENTO CHE MAGGIORMENTE MOTIVA L'ASCOLTO O LA LETTURA
- LO SCHEMA GENERALE DEL MESSAGGIO → LA "SCALETTA"

## NEL NUCLEO :

- LA SEQUENZA LOGICA SOGGETTIVA E RAZIONALIZZATA CON LA TABELLA DELLE PRIORITA'

## IN CONCLUSIONE :

- RINFORZO SINTETICO DEGLI ARGOMENTI DI MAGGIOR RILIEVO

# CONDIZIONI PER L'EFFICACIA DELLA COMUNICAZIONE

## PREPARAZIONE DELLA COMUNICAZIONE

- DEFINIRE I CONFINI
- TENER CONTO DEL PUBBLICO
- ORGANIZZARE LE INFORMAZIONI

## PRESENTARE LA COMUNICAZIONE

- PERCORSO LOGICO
- CHIAREZZA ESPOSITIVA
- COMPORTAMENTI