

**CNA REGIONALE**

**PUBLIC SPEAKING:  
come diventare un EFFICACE COMUNICATORE**

**INFORMARE, CONVINCERE E PERSUADERE:  
tecniche di comunicazione efficace in pubblico**

**LA COMUNICAZIONE IN PUBBLICO:  
concetti e strumenti per aumentare la propria  
efficacia e diminuire lo stress**

**Aprile 2010**

## **Premessa**

Sempre più spesso chi opera all'interno di una organizzazione è chiamato a sostenere presentazioni ed eventi comunicativi che coinvolgono platee variabili per dimensione e caratteristiche professionali, motivazionali e disponibilità all'ascolto degli uditori.

Una comunicazione efficace in grado di catturare e mantenere nelle varie fasi l'attenzione e il coinvolgimento di un pubblico non è esclusivamente l'esito di fattori personalogici innati, ma invece è la combinazione di regole, metodi e tecniche il cui utilizzo contestualizzato al contenuto che si trasmette e agli obiettivi che si vogliono conseguire può massimizzare il conseguimento dei risultati auspicati.

L'attività di comunicazione, seppur appresa dall'essere umano fin dalla prima infanzia e perciò resa automatica e quotidiana, presenta problemi realizzativi non indifferenti: è un atto di estrema complessità che mette in moto tutta una serie di meccanismi psichici e fisiologici e che necessita di una serie competenze specifiche e di caratteristiche che l'individuo attiva, in maniera più o meno raffinata e consapevole, al momento stesso di comunicare.

Ottimizzare le capacità comunicative e conoscere come attrarre l'attenzione di un pubblico è diventato un obbligo indispensabile per tutti coloro che nelle organizzazioni agiscono in situazioni di contatto con un pubblico in quanto accanto al trasferimento di contenuti e informazioni svolgono un ruolo fondamentale nella trasmissione dell'immagine aziendale.

## **Obiettivi del corso**

- ▶ Fornire modelli di comunicazione in pubblico per gestire in modo ottimale se stessi, ogni tipologia di uditorio (grandi e piccoli gruppi) e il tempo a disposizione così da rendere il processo maggiormente efficace;
- ▶ Utilizzare la comunicazione per consolidare la propria immagine pubblica e professionale;
- ▶ Sviluppare la capacità di attrarre l'attenzione dell'uditorio gestendo al meglio il linguaggio verbale e non verbale;

## **Contenuti**

- ▶ Fattori di successo di una presentazione
- ▶ I primi 30" di una comunicazione: la profezia che si autoavvera
- ▶ Le due dimensioni del processo comunicativo: cosa (contenuto) / come (relazione)
- ▶ La gestione della relazione come "ponte" per il trasferimento dei contenuti
- ▶ Tecniche di coinvolgimento dell'uditorio
- ▶ Le check list della comunicazione
- ▶ Linguaggio verbale: la distorsione delle informazioni
- ▶ Come utilizzare la comunicazione non verbale: il linguaggio del corpo
- ▶ Come utilizzare la comunicazione paraverbale: l'uso efficace della voce e dei ritmi
- ▶ Come preparare una presentazione:
  - ▶ l'uditorio
  - ▶ gli obiettivi della presentazione
  - ▶ come strutturare il discorso in unità informative
- ▶ Come condurre una presentazione:
  - ▶ gestione delle emozioni paralizzanti
  - ▶ come stimolare gli interventi
  - ▶ tecnica di gestione delle obiezioni
  - ▶ tecnica di gestione delle domande
- ▶ Autopercezione del proprio stile di comunicazione
- ▶ Simulazioni ed esercitazioni

## **Metodologia e strumenti**

Il corso sarà basato su un approccio esperienziale: accanto al trasferimento di strumenti concettuali e tecniche saranno valorizzati i momenti esercitativi e di sperimentazione delle tecniche di apertura, conduzione e chiusura di un intervento comunicativo.

Al fine di massimizzare i risultati saranno effettuate delle video riprese. E' pertanto necessario dotare l'aula di una telecamera collegabile attraverso presa SCART ad un televisore

## **Docente**

Claudia Righetti - psicologa del lavoro e delle organizzazioni e psicoterapeuta (iscrizione all'albo degli psicologi della regione Emilia Romagna n. repertorio 1909)

## **Durata**

7 ore