

Convegni in aula presenta la Programmazione Neurolinguistica

Non c'è più il **FUTURO** di una **VOLTA**

Così qualche giovane ispirato ha scritto su un muro metropolitano. Ottima sintesi delle incertezze di oggi e del richiamo al cambiamento che tutti percepiscono, ma che ancora in pochi riescono ad affrontare. Soprattutto in ambito lavorativo.

Di certo si sente il bisogno, a qualunque livello di responsabilità, di un aggiornamento professionale, utile non solo ad arricchire le proprie competenze, ma anche, e forse soprattutto, ad "allargare l'orizzonte" e il proprio ventaglio di opportunità.

È questa la convinzione che accomuna i corsi di formazione di *Convegni in aula*, progettati e organizzati dalla società di consulenza **Meeting Management** di **Massimo Melis** in collaborazione con la nostra casa editrice: **nove corsi nell'ambito del marketing e della gestione degli eventi**, con docenti e testimonial scelti fra i manager e i professionisti più preparati del settore.

Dopo questi primi sei mesi di attività, abbiamo misurato il successo dei programmi attraverso le testimonianze dei partecipanti, che con i loro ringraziamenti e il loro entusiasmo ci hanno confermato la validità di questa iniziativa e convinto a diffonderne i contenuti.

Cominciando proprio da uno dei corsi più richiesti, probabilmente perché ampiamente trasversale a tutte le professionalità impegnate in questo settore, **L'arte del negoziare: le relazioni virtuose**, un concentrato di riflessioni e suggerimenti da applicare in ogni momento della vita aziendale. E non solo.

CRESCE IL CONSENSO DEL PUBBLICO PER I CORSI DI FORMAZIONE PROMOSSI DALLA NOSTRA CASA EDITRICE E DALLA SOCIETÀ MEETING MANAGEMENT. FRA I PIÙ RICHIESTI, QUELLO DEDICATO ALLA PNL: UNA TECNICA CHE CONSENTE DI APPROFONDIRE GLI AFFASCINANTI MECCANISMI DELLA COMUNICAZIONE PER MIGLIORARE LE PROPRIE RELAZIONI E DARSÌ NUOVE OPPORTUNITÀ DI CAMBIAMENTO. IMPARANDO AD ASCOLTARE

di Silvia Marino

Un pezzettino di cervello in più

Un bel video accompagnato da una musica trascinate per catturare l'attenzione e far passare subito il primo messaggio: «Lo scenario è cambiato, per questo deve cambiare il modo di gestire le imprese e il modo di comunicare. Oggi non si vendono più prodotti, ma sogni» esordisce il docente **Claudio Maffei**. Una laurea in Scienze politiche e un appassionato periodo di studio di recitazione teatrale (si considera un attore prestato alla formazione), da anni ha scelto di dedicare la propria vita all'insegnamento, perché è soddisfatto, come ama ripetere, di aiutare la gente a "usare un pezzettino in più del proprio cervello". Il pezzettino che, nella vita, facilita proprio la gestione del cambiamento e che viene attivato dalla Programmazione Neurolinguistica. Ma di cosa si tratta, esattamente? Da un po' di anni se ne sente parlare nelle accezioni più varie: dalle camminate sui carboni ardenti alle sedute ipnotiche agli eventi più spettacolari. Una specie di moderna magia. Ma le cose non stanno proprio così.

Non c'è più il FUTURO
di una VOLTA

Che cos'è la PNL

È una tecnica che aiuta l'individuo a comunicare efficacemente e a mettere in atto i cambiamenti comportamentali necessari per raggiungere i propri obiettivi in tutti i campi della vita.

Si tratta di una scienza pragmatica, nata, non per nulla, in America, presso l'Università di Santa Cruz in California, all'inizio degli anni '70. È il prodotto dell'intuizione e del lavoro di due geniali personalità, **Richard Bandler**, matematico e studioso di psicologia, e **John Grinder**, professore di linguistica. Entrambi studiano i metodi utilizzati dai più famosi psicoterapisti dell'epoca (Milton Erickson, Fritz Perls, Virginia Satir) arrivando alle medesime



conclusioni: i loro modelli di cura mostrano sorprendenti corrispondenze e, soprattutto, un alto livello di efficacia. È il tipo di comunicazione che funziona. Ma come?

Dalla loro osservazione e dalla codificazione delle strategie rilevate, Bandler e Grinder hanno estrapolato una serie di tecniche che costituiscono la PNL:

- **Programmazione:** in base all'uso soggettivo dei cinque sensi e alle esperienze vissute fin dalla nascita, ognuno di noi ha delle specifiche impressioni su ciò che lo circonda, che quindi non coincidono necessariamente con quelle altrui.

C'è una gamma predefinita di comportamenti (programmi o schemi), che funzionano in modo inconsapevole e automatico, e poi c'è una serie di "programmi di funzionamento", molto complessi, che ciascuno si crea e che con il tempo tendono a diventare inconsci: noi li chiamiamo abitudini o modi di essere.

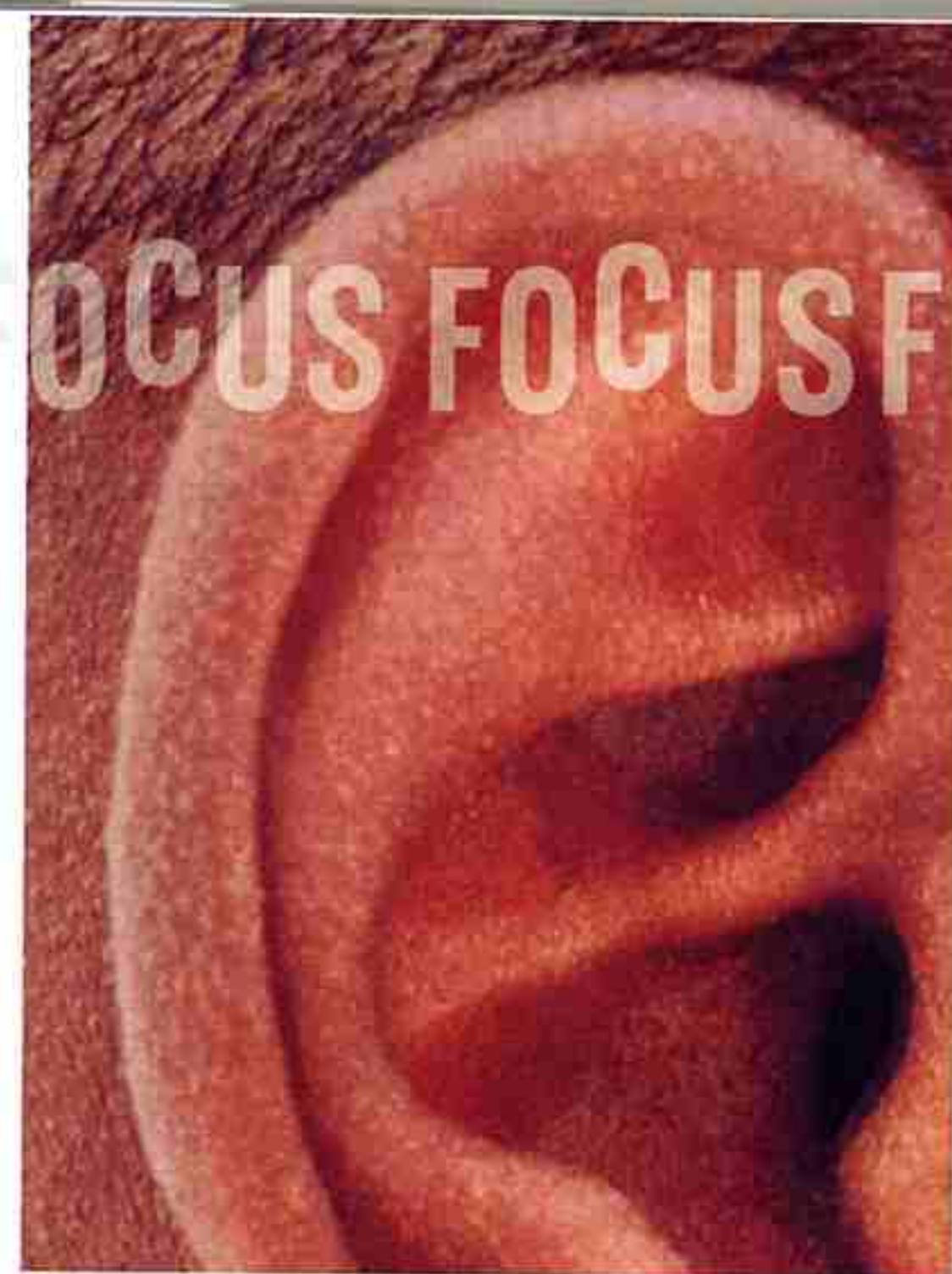
Dunque: *la mappa* (cioè la nostra interpretazione della realtà) *non è il territorio* (cioè la realtà).

È il primo, fondamentale comandamento della PNL;

FOCUS

Il 91% della comunicazione passa attraverso aspetti non verbali: l'immagine della persona, i movimenti, la gestione della voce, del respiro, dello sguardo.

«**Ho chiuso una trattativa in brevissimo tempo, con grande stile... Fantastico**»
(**Alessandra Gabrieli, Gabetti**)



- **Neuro:** questi programmi sono codificati a livello dei neuroni del nostro cervello;

- **Linguistica:** essi sono codificati, organizzati e trasformati attraverso il nostro linguaggio verbale e non verbale.

La Programmazione Neurolinguistica può così essere definita lo studio della struttura dell'esperienza soggettiva, cioè di come ogni individuo costruisce il proprio modello del mondo e, quindi, di come agisce nel mondo.

La sua tecnica è **basata sul principio del "modellamento"** di persone eccellenti: se una persona è riuscita a fare quella cosa, è possibile ricavarne un modello di comportamento da insegnare a chiunque altro. Oppure, meglio ancora, è possibile prendere a modello un proprio comportamento che in passato ha permesso di raggiungere buoni risultati, recuperando risorse interne e trasferendole al presente.

In poche parole, secondo la PNL ogni essere umano ha risorse sufficienti per realizzare ciò che maggiormente desidera. Quello che manca, spesso, è la possibilità di accedere a queste risorse in modo adeguato. Che è proprio il risultato a cui mira questa tecnica.

Alle spalle di questi presupposti c'è uno sfondo teorico che va ad attingere a molte discipline e al contributo di molti intellettuali (fra i quali Alfred Korzybski, fondatore della semantica generale, il linguista Noam Chomsky, lo psicologo Paul Watzlawick, massimo studioso della pragmatica della comunicazione umana, Gregory Bateson, antropologo, fra i più importanti studiosi dell'organizzazione sociale di questo secolo).

Oggi la PNL è usata negli studi sulla comunicazione, come l'educazione, l'apprendimento, il marketing, la vendita, il team-building, la leadership, in alcuni interventi di psicoterapia, nelle scuole e nella terapia dei rapporti familiari.

Il primo corso: capire se stessi per capire gli altri

Uno dei motivi per cui questo corso riscuote tanto successo è che si tratta di **un'esplorazione che parte, prima di tutto, da se stessi**. A cominciare dai propri bisogni.

Nel relazionarsi con gli altri, nella negoziazione, entrano in gioco molti aspetti della personalità e ciascuno affronta difficoltà diverse.

Fra i partecipanti del medesimo corso si trova chi vuole imparare a **controllare le proprie emozioni**, chi ha difficoltà a **parlare in pubblico**, chi deve migliorare la **gestione dei collaboratori**, chi ha difficoltà a tenere distinti i rapporti di amicizia dall'aspetto lavorativo, chi non riesce a superare le insicurezze e perde efficacia nello scambio relazionale, chi, ancora, vorrebbe capire meglio quali sono le proprie potenzialità.

Il rapporto con gli altri e quello con se stessi sono le due facce della stessa medaglia. La PNL insegna a modificare i modelli, cioè i programmi attraverso i quali interpretiamo una realtà attribuendole sempre un certo significato per noi svantaggioso, in modo da ottenere un cambiamento utile nel nostro comportamento; ma anche a capire meglio gli altri ed entrare in relazione con loro in modo efficace.

Proprio quest'ultimo è uno dei primi passi della PNL, normalmente inserito nel programma del corso di base.

Il docente del corso, **Claudio Maffei**, autore di libri, professore universitario, coach e trainer di politici e imprenditori.



«Uno dei corsi più interessanti fra tutti quelli frequentati»
(Viviana Baudo, Sunny Way)

Scoprire come comunicare

La gente ama chi le assomiglia. È il secondo comandamento della PNL. In un rapporto è fondamentale individuare i segnali che la controparte ci lancia e adeguare i nostri comportamenti a tali segni. «Cominciamo dall'esercizio più semplice. Prendete, per esempio, la corrispondenza via e-mail» suggerisce Claudio Maffei. «Provate, la prossima volta, ad adeguare il tono della vostra risposta a quello della mail ricevuta, soprattutto per quanto riguarda l'attacco e la chiusura del testo. Vi assicuro che la percentuale di successo delle vostre comunicazioni via e-mail salirà moltissimo».

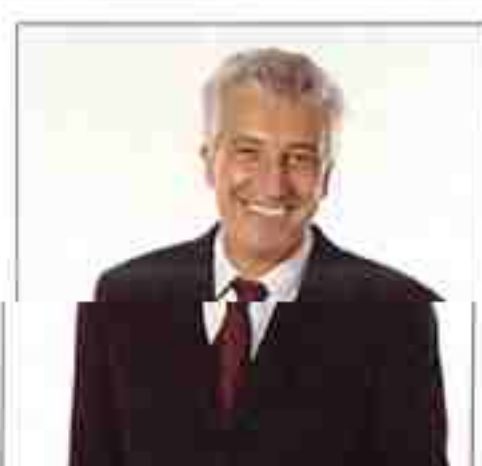
Si tratta di mettere in atto una discreta, non sfacciata, imitazione dell'altro (**ricalco**) assumendo volutamente alcuni aspetti del comportamento (gestualità, postura, respirazione, parole, stato d'animo, etc.) per permetterci di posizionarci sulla sua stessa "lunghezza d'onda" (**calibrazione**) e creare una situazione di empatia e reciproca fiducia (**rapport**). Un comportamento gestito in questo modo, secondo i precetti della PNL, diventa irresistibilmente persuasivo nei confronti dell'interlocutore.

Ma in noi sorge un sospetto: questa non si chiama manipolazione? Secondo la PNL, vi è un'innata tendenza nell'uomo a uniformarsi ai comportamenti dell'altro, in questo senso la vita passa, in qualche modo, attraverso costanti rapporti di manipolazione, o meglio, di influenza: l'abbiamo sempre fatto, fin dall'infanzia: è un basilare meccanismo di sopravvivenza. Semplicemente ora si tratta di applicarlo con l'etica della consapevolezza, mettendosi, cioè, nei panni dell'altro (per esempio, il cliente), che è poi quanto ci consente, anche se solo a livello formale, di **vedere le cose secondo la sua angolatura**, di condividere in qualche modo la sua esperienza, e capire, dunque, cosa potrebbe percepire e come.

«Il nostro linguaggio può modificare la neurologia della persona che abbiamo di fronte» avverte Maffei. «In ambito lavorativo, per esempio, è sempre bene tener presente che le critiche generano odio, non lavoro ben fatto. Non si tratta di quello che si dice, ma di come lo si dice. Un consiglio. Se dovete comunicare un giudizio negativo a qualcuno, usate la tecnica delle 3 K: kiss – kick – kiss (bacio – calcio – bacio), cioè fatelo precedere e seguire da un complimento: avrete raggiunto il vostro obiettivo senza creare disagio».



Massimo Melis



Vittore Castellazzi



Convegni in aula è un progetto di formazione, frutto della collaborazione tra la casa editrice Convegni e la società di consulenza Meeting Management, dedicato a tutti coloro che si occupano di convegni ed eventi.

Il programma didattico è stato costruito con grande attenzione all'attinenza fra i contenuti e le esigenze più attuali del lavoro quotidiano, con un taglio pragmatico e fortemente interattivo.

La conoscenza completa e aggiornata delle problematiche del settore, proprie della casa editrice Convegni, si uniscono alla visione di campo di Meeting Management, che svolge attività di consulenza al servizio di sedi per eventi, alberghi e destinazioni a vocazione congressuale; realizza business plan, studi di fattibilità, piani di marketing, eventi promozionali e corsi di formazione aiutando i propri clienti a raggiungere gli obiettivi di fatturato e migliorare la gestione delle attività.

Non c'è più il FUTURO
di una VOLTA

FOCUS FOCUS FOCUS FOCUS

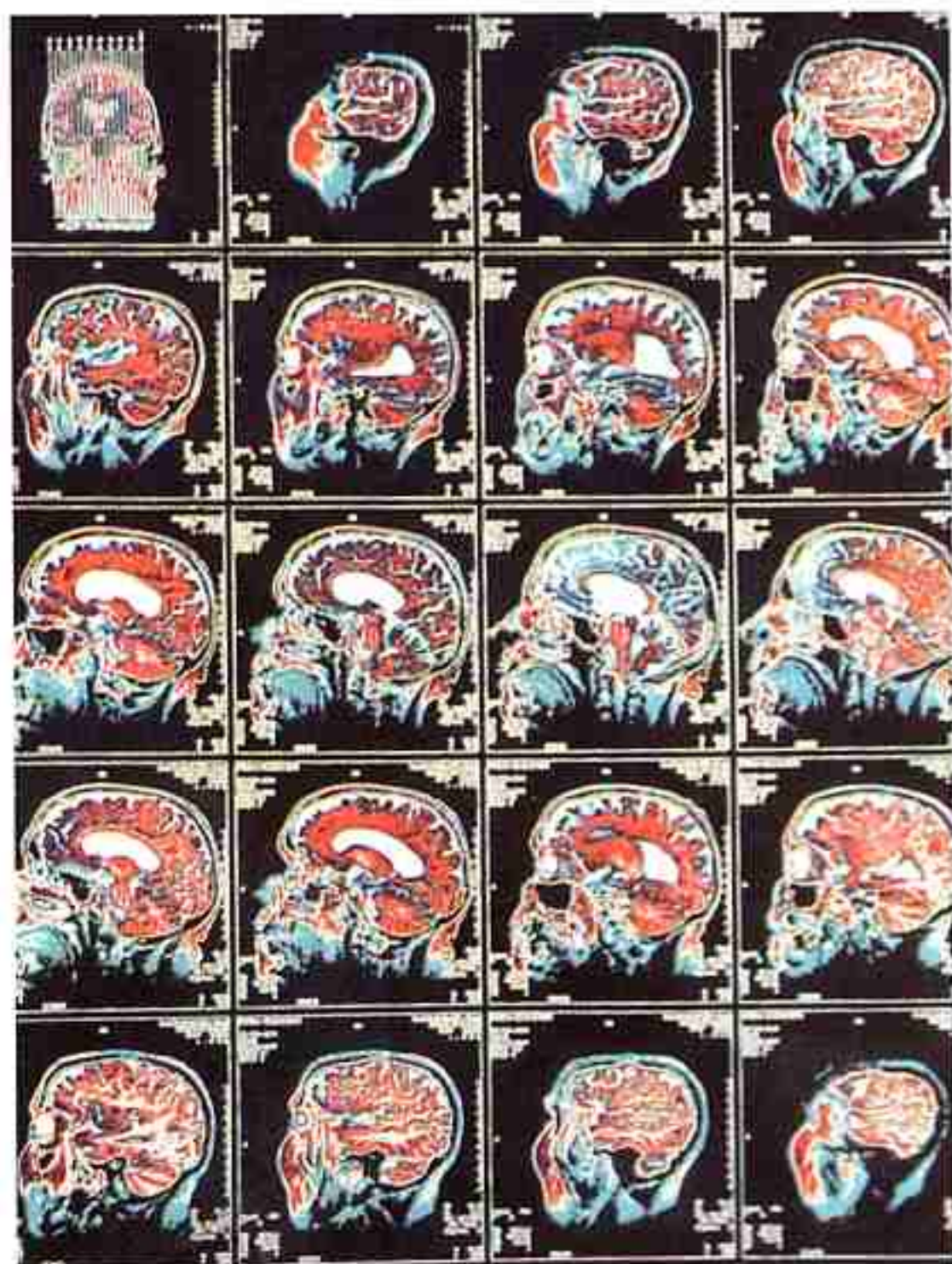
Chi hai davanti?

Saper stabilire *rapport* con qualcuno è soprattutto questione di esercizio: con il tempo si impara a padroneggiare la tecnica e a controllare i moltissimi elementi che possono rientrare in un *ricalco* senza perdere "il filo del discorso" e il punto di vista sull'obiettivo da raggiungere. Si impara, soprattutto, quanto poco conta l'**aspetto verbale** nel determinare il successo di una comunicazione: meno del 10%. Molto più importanti (91%) risultano la gestione dell'**aspetto** ("l'abito fa il monaco"), dei **movimenti**, della **voce** (tono, volume, timbro, ritmo, pause), del **respiro**, dello **sguardo**.

Tuttavia, dal punto di vista verbale, è assolutamente strategico il ricalco del **sistema rappresentazionale preferito** del nostro interlocutore. Secondo la PNL ciascuno di noi interpreta, dunque rappresenta, ogni cosa in base a tre "**porte della percezione**": **visiva**, **auditiva** e **cinestesica**. La prima è legata al mondo delle immagini e di ciò che si può visualizzare; la seconda al mondo dei suoni, esterni e interni; l'ultima è legata al mondo delle sensazioni tattili, olfattive e gustative.

Per rendere più efficace la comunicazione nell'ambito delle relazioni, personali e professionali, è importante individuare la "modalità sensoriale" che domina nell'interlocutore, così da adeguare il proprio atteggiamento nei suoi confronti al suo modo di riceverlo.

Ma come si fa a capire qual è il sistema rappresentativo preferito della persona che abbiamo di fronte? Attraverso due canali principali: le parole e gli occhi.



**«Segnerà
la mia
crescita
professionale
e personale»
(Francesca
Shunck, Gruppo
Fonema)**

I primi strumenti da usare

Con una serie di domande si possono stimolare risposte che contengano una serie di **parole** rivelatrici. Per esempio, uno stesso concetto sarà espresso diversamente a seconda della modalità sensoriale che la persona con la quale siamo in relazione ha in atto: "Capisco il tuo punto di vista" (Visivo), "Mi suona bene quello che stai dicendo" (Auditivo), "Dentro di me sento che hai ragione" (Cinestesico). In pratica, canali sensoriali diversi utilizzano linguaggi diversi. La stessa persona può cambiare canale o usarne più di uno in contemporanea, a seconda della situazione, ma la PNL ha riconosciuto che ciascuno di noi utilizza in media circa 50 **key-words**, parole chiavi particolarmente significative per l'individuo, che la tecnica insegna a individuare.

Non solo. Uno degli strumenti peculiare della PNL, anche se non condiviso a livello accademico, è l'osservazione degli **accessi oculari**: le persone, inconsciamente, muovono gli occhi a seconda del sistema rappresentazionale con il quale stanno pensando e specularmente rispetto all'emisfero cerebrale interessato (emisfero sinistro, della logica e dell'astrazione, o emisfero destro, della creatività e dei sentimenti). Attraverso gli accessi oculari possiamo dunque capire quale canale sensoriale la persona sta usando nell'elaborazione dei suoi pensieri non ancora espressi o se, mentre li esprime a parole in un modo, li percepisce dentro di sé in un altro.

Per esempio, il Visivo muove gli occhi verso l'alto a sinistra se sta rivedendo un ricordo, verso l'alto a destra, invece, se sta immaginando, astraendo. L'Auditivo muove gli occhi più facilmente all'altezza delle orecchie, il Cinestesico verso il basso.

Non solo. Anche altri comportamenti non verbali possono dare segnali chiari sul sistema rappresentativo preferito del nostro interlocutore.

Il **respiro** per esempio: più superficiale e veloce nel Visivo, più lento e profondo nel Cinestesico, uniforme nell'Auditivo. La **postura**: più chiusa nel Cinestesico, eretta nel Visivo, spostata lateralmente nell'Auditivo.

La cosa più divertente di tutto questo è che funziona. Durante un corso di PNL, si tratta ovviamente di una rivelazione irresistibile. Inutile dire che la prima domanda è: ma io come sono? E allora ecco test, confronti, domande, stupore. Che magnifico regalo: una succosissima definizione in più di se stessi! Normalmente passa un quarto d'ora buono prima che si riesca a tornare a focalizzarsi sull'obiettivo iniziale:

capire come funziona la persona che abbiamo di fronte per sapere come ottenere il suo consenso.

Per fortuna poi arrivano i Maffei-consigli.

Come funziona negli affari

«Dopo aver capito con chi avete a che fare è bene sapere come usare al meglio questa informazione. È per questo che la PNL funziona negli affari».

«Per esempio. La maggior parte della popolazione italiana, e quindi dei suoi businessmen, è costituita da Visivi: persone molto veloci, tanto nei pensieri quanto nelle parole, e poco pazienti. Tra i modi utili a creare *rapport* con loro: usare stimoli visivi (il prodotto va visto, prima di tutto), e convalidare i loro pensieri (per esempio, durante una conversazione, ripetendo le ultime parole delle loro affermazioni). Per gestire collaboratori di questo tipo, ricordate: imparano osservando. Con un cliente Auditivo, invece, va benissimo comunicare tramite metafore. Lasciategli il tempo che gli serve e mai, mai interromperlo quando parla. Il Cinestesico? Da affrontare solo nei giorni buoni, se no meglio rinunciare. E fidarsi delle sue sensazioni: spesso "ci arriva" prima lui».

E si potrebbe continuare a lungo: **come individuare i segnali di interesse del cliente, come assicurarsi la sua attenzione, come evitare i messaggi negativi, come ottimizzare la comunicazione a più interlocutori...** e così via.

Insomma: una tecnica per affrontare e risolvere una gamma vastissima di problemi ed esigenze.

Certo, come tiene a precisare Claudio Maffei, «la Programmazione Neurolinguistica è fatta per correggere gli effetti, non per curare le cause. Non potrà mai sanare definitivamente eventuali problemi della personalità. È piuttosto una sorta di "cibalgina" della comunicazione, con il grande vantaggio di offrire risultati concreti in tempi estremamente rapidi».

È, soprattutto, un mondo da esplorare, intrigante, sempre diverso. Come i corsi di formazione proposti in questi primi sei mesi, che in tutte le edizioni –svoltesi a Vicenza, Montepulciano e Roma– hanno sempre approfondito aspetti nuovi, assecondando di volta in volta le esigenze dei partecipanti. Dai quali sono arrivati riscontri ottimi. Proprio a loro è stata dedicata la **versione avanzata del corso: Neurolinguistica. Pensieri, parole, stati d'animo**, che ha visto l'adesione di 20, ormai affezionati, partecipanti.

Sono soddisfazioni. ●



«Bellissimo corso, ricco di nuove idee. Sono tornata a casa con un maggiore bagaglio culturale»
(Stefania Del Castello, Pfizer Div. Veterinaria)

Valentino
★★★★ RESORT



- ✓ DUE SALE MEETING
- ✓ APPARTAMENTI - CAMERE
- ✓ RISTORANTE
- ✓ CENTRO BENESSERE CON SAUNA, HAMMAM E DOCCE AROMATICHE
- ✓ ANGOLO PALESTRA CON VASCA IDROMASSAGGIO
- ✓ GARAGE - LAVANDERIA



Valentino
★★★★ RESORT

Lungomare De Gasperi (ang. via Alighieri, 99)
63013 GROTTAMMARE (AP)
Tel. 0735.5979 (r.a.) - Fax 0735.5979579

www.valentinoresort.com
E.mail: info@valentinoresort.com