



# PUBLIC SPEAKING

Tecniche ed azioni vincenti  
per comunicare con successo  
a una platea

# RETORICA

- L'arte della persuasione
- Di cosa si compone un intervento toccante?

# DIVENTARE BUONI SPEAKER

- Lo speaker è un mestiere. Si impara facendolo.
- Questo corso ti fornirà le basi.

# FORMATORE

- La parola FORMATORE deriva da "FORMA".
- Per fare un buon intervento di formazione, devi innanzi tutto sapere qual è la FORMA che vorresti dare alle persone che stai formando.
- In altre parole che cosa vuoi che vadano a fare dopo il corso? Come vuoi che siano?

# COS'E' LA COMUNICAZIONE?

- La comunicazione è il trasferimento di un messaggio che mette le persone in azione.
- Trasferire un'idea senza mettere le persone in azione non è comunicare, ma è solo parlare.
- Le persone che hai in platea spesso conoscono già quello che dovrebbero fare, serve che tu crei quella scintilla che le mette in azione!

# IMPORTANZA DELLA COMUNICAZIONE

- Una volta che abbiamo un'idea da comunicare ad una platea dobbiamo renderci conto che alla sala si applicano le stesse basi che si applicherebbero ad una normale comunicazione.

# LA SALA NON E' UNA GENERALITA'

- Quando sei uno speaker in realtà non parli mai alla sala, ma parli ad ogni singola persona al suo interno.
- Se in sala ci sono 20 persone, hai 20 cicli di comunicazione simultanei.

# SUCCESSO DI UN ORATORE

- DANDO PER SCONTATO CHE I DATI CHE L'ORATORE IMPARTISCE SIANO DI VALORE, IL SUCCESSO CHE LUI HA DIPENDE DA:
- 50% PERSONALITA'
- 50% ASPETTI TECNICI DELL'EROGAZIONE DEI DATI.



# ASPETTI TECNICI

- Gli aspetti tecnici includono:
- ORGANIZZAZIONE DELLA SALA
- GESTIONE DELL'AULA (L'aula silenziosa è pericolosa).
- PROGETTAZIONE DEGLI INTERVENTI
- GESTIONE DEI MEZZI

# ORGANIZZAZIONE DELLA SALA

- Arriva in anticipo per assicurarti che tutto sia sotto controllo e per ambientarti.
- **DISPOSIZIONE DELLA SALA:** disponi la sala nel modo più adeguato all'intervento. Cerca di non mettere barriere tra te e la platea.
- **ORARI DI INIZIO:** Cerca di attenerti il più possibile agli orari stabiliti. Ma **NON** cominciare se la maggior parte dei partecipanti ancora non sono arrivati. Ti interromperebbero nel corso della riunione.
- Ricordati che ogni 1 ora e 45 minuti devi fare un break.

# GESTIONE DELLA PLATEA

# COME SI GESTISCE UNA PLATEA?

- In primo luogo lo speaker si deve sentire la causa per ciò che accade all'interno della platea e per come sono le persone

# GESTIONE DELLA PLATEA

- VERIFICA CONTESTUALE INFORMALE: Guarda le persone negli occhi.
- RIDONDANZA FUNZIONALE: Ripeti più volte i concetti. Perché ci si ricordi di un messaggio a distanza di un mese, questo deve essere ripetuto almeno 14 volte nel corso di una giornata di formazione.
- FIL ROUGE
- SINCRASI - ANALISI - SINTESI:
- "Dite quello che volete dire, ditelo, dite quello che avete detto"
- APPRENDIMENTO EMOTIVO: Comunicare informazioni con emozione
- GESTIONE DELLE DOMANDE: Rispondere sempre alle domande
- COMUNICAZIONE A DUE SENSI: Mantieni interazione con la platea

# ESERCIZIO

- Prepara e tieni un intervento: Una tua azione di successo nella gestione della tua azienda.
- L'intervento è rivolto alle persone che hai in sala in questo momento.

# INTERAZIONE CON LA PLATEA

- Fai spesso domande alla sala, e appunta le risposte alla lavagna
- Spiega un dato e poi chiedi alle persone come lo applicherebbero
- Usa il "Secondo Voi", spesso e volentieri
- A volte cerca di far arrivare la sala al dato
- Includi degli esercizi
- Messaggio: Tieni attente le persone. In una comunicazione ottimale il 50% del tempo si parla e il 50% del tempo si ascolta. Se c'è troppo "flusso di comunicazione entrante" le persone si addormentano
- Non voler per forza far tutta la scaletta. Se un dato coglie l'interesse della sala, fai anche meno di quello che avevi stabilito.

# ESERCIZIO

- Prepara e tieni un intervento: Una tua azione di successo nella vendita.
- L'intervento è rivolto alle persone che hai in sala in questo momento.



# COS'E' LA COMUNICAZIONE?

- La comunicazione è il trasferimento di un messaggio che mette le persone in azione.
- Trasferire un'idea senza mettere le persone in azione non è comunicare, ma è solo parlare.
- Le persone che hai in platea spesso conoscono già quello che dovrebbero fare, serve che tu crei quella scintilla che le metta in azione!

# DATI STABILI NELLA GESTIONE DI UNA PLATEA FINO A 40 PERSONE

- LA SALA SILENZIOSA E' PERICOLOSA
- IL 50% DEL TEMPO LA SALA DEVE PARLARE (soprattutto se piccola)
- LA COMUNICAZIONE A DUE SENSI E' PIU' IMPORTANTE DEI DATI
- IL PARTECIPANTE QUANDO PARLA SALE DI TONO
- IL TONO DELLA SALA E' PIU' IMPORTANTE DELLA SCALETTA
- IL FORMATORE E' IL COORDINATORE DEL SAPERE DELLA SALA
- IL FORMATORE FA ARRIVARE LA SALA AL DATO
- IL FORMATORE DEVE DIRE ALLE PERSONE CHE COSA DEVONO FARE DOPO IL CORSO

# PROGETTAZIONE DEGLI INTERVENTI

# SCHEMA DI UN INTERVENTO

- Ogni intervento include:
- a) Una parte iniziale dove si dice lo scopo all'audience. Allegra, su di tono (puoi anche fare una battuta o raccontare un aneddoto divertente).
- b) Una parte centrale dove si analizzano i dati tecnici, i ragionamenti logici ed eventuali procedure.
- c) Una parte finale dove si materializza il successo dell'intervento, che deve essere in un crescendo a livello di tono.
- Il finale deve essere sempre in crescendo e le persone devono andarsene via più cariche di come sono arrivate.
- Nel finale devi essere molto convinto e cercare di evidenziare il senso di missione sociale in quello che le persone dovranno andare a fare.
- Nel finale non si fa comunicazione a due sensi. 20

# PROGETTAZIONE DEGLI INTERVENTI

- Preparati una scaletta!!!! E studiala.
- Se solo fai questo, avrai un buon successo come oratore.
- Per preparare una buona scaletta, devi cercare di conoscere il più possibile circa i partecipanti.

# INGREDIENTI DELLA COMUNICAZIONE

- La comunicazione richiede che prima di comunicare io abbia chiaro il messaggio che voglio trasferire.
- "Che cosa vuoi che le persone vadano a fare dopo il tuo intervento?"

# L'IMPORTANZA DEL MESSAGGIO

- L'intervento può trattare tanti argomenti diversi, ma ricordati che le persone si ricordano uno o due messaggi al massimo.
- Se hai più argomenti da trattare, individua le cose veramente importanti e ripetile spesso durante l'intervento.
- Una volta che hai chiaro qual è il messaggio che vuoi trasferire, puoi preparare il MIX PERSUASIVO, vale a dire gli strumenti e le argomentazioni che metterai in campo per trasferire quello che vuoi che loro facciano.

# Schema di un intervento

- Messaggio che vuoi comunicare
- Mix Persuasivo:
- Inizio dell'intervento (alto di tono):
  - Scopo dell'intervento (xché è interessante)
  - Domanda o domande per aprire la sala
- Parte centrale dell'intervento (dati, procedure, logiche, schemi).
- Parte finale (che include pathos o senso di missione sociale in ciò che bisogna fare)
- Ethos, Pathos e Logos traspirano in tutto l'intervento



# CONSIGLI PER LA PREPARAZIONE DI UNA SCALETTA

- Includi nella scaletta le domande da fare alla sala
- In un corso includi anche esercizi (se chiedi alla sala di farli, accertati che li facciano, altrimenti perdi presenza). Non limitarti a fare teoria
- Devi esercitare bene la parte iniziale e la parte finale perché sono quelle che fanno la differenza nell'intervento
- Scriviti i punti focali del discorso in **GRANDE** così che tu possa vederli anche a distanza.
- Cerca di non lasciare nulla al caso.

# ESERCIZIO

- Prepara un intervento di almeno due ore che dovrai tenere prossimamente.
- Assicurati che includa ogni passaggio dello schema.

# Schema di un intervento

- Messaggio che vuoi comunicare
- Mix Persuasivo:
- Inizio dell'intervento (alto di tono):
  - Scopo dell'intervento (xché è interessante)
  - Domanda o domande per aprire la sala
- Parte centrale dell'intervento (dati, procedure, logiche, schemi).
- Parte finale (che include pathos o senso di missione sociale in ciò che bisogna fare)
- Ethos, Pathos e Logos traspirano in tutto l'intervento

# GESTIONE DEI MEZZI

- Lavagna a fogli mobili: scrivi in modo leggibile.
- Stampati le slide e scrivici sopra delle note
- Proiettore: assicurati che su power point non venga proiettata tutta la slide, ma solo 1 concetto alla volta.
- Filmati, come usarli.

# GESTIONE DELLE OBIEZIONI

# OBIEZIONE



## ■ CAUSA

## EFFETTO

- L'obiezione è un segnale di interesse, non essere affatto permaloso.
- Facendoti l'obiezione ti ha fatto un favore. Poteva dirla al suo compagno alla fine del tuo intervento e invece l'ha detta a te
- Non dar torto alla persona. Sei tu che non hai spiegato bene.
- Se attacchi chi ti ha fatto l'obiezione, lo rendi un nemico.

# Gestione di un'obiezione

- Domanda aperta ("in che senso?" o "mi faccia un esempio" o tutte e due). La domanda aperta ti dà il tempo di pensare e mette nelle pesti chi ti ha fatto l'obiezione.
- Non comunicare solo con la persona che ti ha fatto l'obiezione, ricordati di comunicare con tutta la sala. Se serve rendi pubblica l'obiezione.
- Mantieni il controllo della sala. Sei tu che dirigi la comunicazione e dici chi parla e chi non parla.
- Apprezza le cose che ti sono state dette ("Bene per questo punto", "In effetti Lei ha ragione")
- Prosegui a gestire spiegando qualche dato aggiuntivo o fai gestire l'obiezione alla sala.

# "Insabbiare" un'obiezione

- Dì alla persona: "Questo è un ottimo punto. Ne parleremo tra poco".
- Nell'80% dei casi la persona non ti rifarà la stessa domanda.
- Puoi usare questa tecnica fino a due volte. Poi devi gestire.



# GESTIONE DEGLI ELEMENTI PROBLEMATICI IN SALA

- Quello che interviene sempre: Dagli riconoscimenti. Non coinvolgere la sala in modo generico, ma coinvolgi i singoli individui, altrimenti interviene sempre lui. A volte interrompi la sua comunicazione e digli che sentiamo prima cosa ha da dire un'altra persona che vuole intervenire.
- Quello che sa tutto lui: è una persona che ha un senso di inferiorità. Dagli riconoscimenti.
- Quello fortemente critico: dallo in pasto alla sala, ma solo se la sala è già con te. Mostrati divertito dai suoi interventi. Coinvolgi le persone positive piuttosto che fare domande alla sala.
- Se interviene prima che la sala è con te, tieni ferme le tue convinzioni, e cerca di "insabbiarlo". Al primo break, affrontalo con un colloquio one to one e cerca di sanare la situazione. Non permettergli di monopolizzare la riunione.

# ALCUNI CONSIGLI PREZIOSI

- I break non sono break, ma sono momenti importanti per rinforzare i concetti, farti degli alleati o gestire i negativi.
- Ogni platea ha i suoi opinion leader. Cerca di farti alleati e nei break presidiali.

**METTERE IL "TURBO"  
AGLI INTERVENTI**

# ETHOS, PATHOS, LOGOS

- Un buon intervento richiede ethos, pathos e logos
- Ethos: la forza morale dell'oratore.
- Pathos: comunicare i dati con emozione o per suscitare emozioni.
- Logos: i ragionamenti logici riguardo a perché vada bene quello che stiamo dicendo, le procedure ed i dati tecnici.

# FATTORI CHE INCIDONO IN UNA COMUNICAZIONE

- 1) Una buona disciplina della comunicazione
- 2) Convinzione-Emozione- Azione
- 3) Legame emotivo tra te ed i partecipanti

# CONVINZIONE

- a) Non insegnare mai qualche cosa che tu stesso non fai con successo. Puoi insegnare solo quello che sai fare bene.
- b) Studia i partecipanti così da renderti conto che puoi insegnar loro qualcosa.
- c) Continua a visualizzare nella tua testa quello che vuoi vadano a fare dopo il tuo intervento.
- d) SII CONVINTO!

# LEGAME EMOTIVO TRA TE E I PARTECIPANTI

- Il legame emotivo tra te ed i partecipanti può aiutare grandemente la comprensione.
- Evidenzia la similitudine tra te ed i partecipanti. "Anch'io sono come voi". "Anch'io come voi cerco di vendere tutti i giorni..."
- Esprimi vero affetto e vero interesse per le persone che sono presenti in sala. Per te loro devono essere importanti innanzi tutto come persone.
- Avvicinati a loro.
- Sii compassionevole.

# SPUNTI PER RENDERE LA COMUNICAZIONE PIÙ MOTIVANTE

- Dì una frase con grande convinzione e con un tono di voce alto, poi abbassalo di colpo per la sintesi. Nel momento in cui abbassi il tono di voce, l'interesse della sala aumenta.
- Quando devi dire qualcosa di importante, aumenta la lunghezza delle pause tra una parola e l'altra.
- Fai delle pause dove guardi la sala in silenzio.
- Metti della suspense o del mistero (tipo racconta una storia che non si sa come andrà a finire).
- Ricordati che la persuasione deve includere come sua componente fondamentale anche l'estetica.
- Emozionati.



# ESERCIZIO

- Prepara e tieni un intervento: Una tua azione di successo per automotivarti.
- L'intervento è rivolto alle persone che hai in sala in questo momento.
- Assicurati che il tuo intervento includa una grande convinzione.

# IL CAMBIAMENTO

# IL CAMBIAMENTO DELLE PERSONE

- L'emozione precede il desiderio di mettersi in azione!!!
- Per creare emozioni, devi essere convinto.
- Per creare emozioni devi parlare all'anima e non alla testa dei partecipanti.
- Ogni volta che nel corso di un intervento crei un'emozione, le persone si smuovono e decidono di cambiare qualcosa nelle proprie vite.

# **ALCUNI ESEMPI**

**“UNA TALE META CI  
SERVIRA’ PER  
ORGANIZZARE E METTERE  
IN CAMPO IL MEGLIO DELLE  
NOSTRE ENERGIE ED  
ABILITA’...”**

**PROFESSIONE = VITA**

**VINCERE NELLA  
PROFESSIONE**

**=**

**VINCERE NELLA VITA**

**“Mi rivolgo a voi non come  
presidente (direttore, capo,  
imprenditore) ma come  
essere umano...”**

**“il genere umano”**

**“il coraggio”**

**PROVEREMO A CREARE  
UN'EMOZIONE...**



# EMOZIONI

- Alcuni fattori che creano emozione, dando per scontato che tu abbia una grande convinzione:
- Il tuo entusiasmo.
- La tua empatia (= capacità di interpretare accuratamente le sensazioni dell'altra persona).
- Il fatto che tu comprenda e menzioni le difficoltà o pensieri intimi che le persone in sala hanno sperimentato o stanno sperimentando.
- Il fatto che con piccole cose spesso possiamo scatenare grandi cambiamenti.
- Valori come "libertà" e "onore".
- Rivelazioni riguardo a te stesso.
- Per emozionare parla di cose che emozionano te.

# MIX CORRETTO PER UN INTERVENTO

- Una parte logica che spieghi a fondo quali sono le procedure che devono essere intraprese e perché. Questa dovrebbe includere i passi esatti che la persona dovrebbe fare dopo la riunione.
- Una parte emozionale, dove crei un'emozione nelle persone emozionandoti tu.
- Se mentre fai passare il messaggio finale riesci ad emozionarti, hai fatto bingo!

# ESERCIZIO

- Prepara e tieni un intervento:
- DEVI EMOZIONARE LE PERSONE IN SALA
- PER FARLO DEVI PARLARE DI QUALCOSA CHE EMOZIONI TE
- DOPO CHE HAI EMOZIONATO LE PERSONE (O TI SEI EMOZIONATO TU) DEVI AGGIUNGERE UN MESSAGGIO PER LE PERSONE IN SALA.