

O.L.È. - ON LINE ENGAGEMENT

la comunicazione efficace nel web meeting

Avere meno occasioni di incontrare fisicamente i clienti, non significa avere meno possibilità di mantenere i rapporti o inaridire le relazioni. Per tutti coloro che fanno della promozione e della negoziazione il cardine della propria professione, l'attività non può certo fermarsi, rallentare o impoverirsi. Anche per chi opera nel proprio settore da diversi anni, si pongono nuove sfide e nuovi quesiti:

Come comunicare efficacemente on line?

In che modo agganciare il proprio interlocutore?

Quali sono le strategie per risultare interessanti?

È possibile stabilire una relazione attraverso il video?

A queste e altre domande intendiamo rispondere attraverso una proposta formativa da erogare via web, per poter sperimentare limiti e risorse della comunicazione in video. Il percorso alterna momenti di coinvolgimento attivo dei partecipanti a brevi approfondimenti teorici ed esempi concreti; a conclusione dell'esperienza viene lasciato il materiale con tutti gli spunti emersi durante gli incontri. Le esercitazioni descritte di seguito sono da ritenersi una traccia sulla quale costruire una proposta "ad hoc".

- modalità: piattaforma web (da definire con il cliente)
- durata: 6-9 ore, preferibilmente da suddividere in due o tre sessioni di 3 ore ciascuna
- partecipanti: min. 3-4, max 10-15
- materiale: nessuno

esempio di esercitazioni

EFFETTO PRIMACY – durata 45'

(focus: come introdurre il discorso e catturare l'attenzione nella comunicazione on line)

Esercitazione individuale. Il partecipante deve riuscire a “fare breccia” nel suo interlocutore (trainer) in un tempo molto limitato, variabile da 20 a 60 secondi. Può utilizzare qualsiasi tecnica e stratagemma; l'interlocutore si limiterà a reagire alle stimolazioni per supportare la performance del “venditore”. La simulazione può essere riferita al contesto professionale oppure ad altro contesto. La durata viene stabilita dallo stesso partecipante, che terminerà il suo intervento appena avrà la sensazione di avere effettivamente “agganciato” l'interlocutore.

APPUNTAMENTO AL BUIO – durata 45'

(focus: competenze para verbali nella comunicazione on line)

Una persona a turno deve presentare se stesso senza attivare la telecamera, parlando per 90 secondi, cercando di risultare interessante sfruttando al massimo tutte le componenti para verbali (ritmo dell'eloquio, pause, silenzi, intonazione,...). Se ritenuto opportuno, il tempo della performance viene esteso a 120 secondi. Al termine della performance, gli altri partecipanti sono invitati ad esprimere punti di forza e di debolezza.

IL GRADO DI INTERESSE – durata 60'

(focus: importanza delle componenti non verbali nella comunicazione on line)

Esercitazione di coppia. Ad ogni membro della coppia viene assegnato un numero variabile da 0 a 10, segreto al resto dei partecipanti. Il numero corrisponde al grado di interesse verso l'interlocutore (0 = nessun interesse... 10 = massimo interesse). I due partecipanti devono parlare di un argomento a piacere per circa un minuto esprimendo attraverso i canali non verbali (sguardo, postura, orientazione, gestualità, ...) il proprio grado di interesse. È opportuno che tutti i presenti spengano la telecamera e annullino il volume; in tal modo possono osservare esclusivamente le componenti non verbali della comunicazione. Al termine della prova viene chiesto agli spettatori di indicare il numero assegnato a ciascun membro della coppia. L'esercizio ha una doppia finalità: per chi deve comunicare il grado di interesse serve a sviluppare consapevolezza riguardo la propria CNV; per coloro che seguono è utile a riconoscere il grado di interesse del proprio interlocutore.

MI RACCONTO – durata 45'

(focus: componente emotiva nella comunicazione, apertura verso l'interlocutore)

Esercizio individuale in cui la persona deve “semplicemente” raccontare un aneddoto riferito ad un fatto o esperienza realmente accaduta, in cui lui/lei sia protagonista e in cui emerga chiaramente il contenuto emotivo. Il tempo a disposizione è di 2-3 minuti e bisogna risultare interessante considerando anche sugli aspetti della comunicazione affrontati negli esercizi precedenti. Al termine della performance, gli altri partecipanti sono invitati innanzitutto a definire l'emozione/i che hanno percepito nel racconto, quindi si passa all'analisi degli aspetti che li hanno convinti e che hanno funzionato meno. L'esercizio è importante non solo per apprendere i fondamenti dello storytelling e della comunicazione emotiva, ma anche per “concedersi” una vera e sincera apertura verso l'altro/gli altri.

L'OGGETTO MAGICO – durata 60'

(focus: capacità persuasiva ed efficacia nella comunicazione on line)

È un esercizio che tende a riassumere i focus e gli aspetti fondamentali nella comunicazione on line, trattati in precedenza: capacità di “scaldare l'atmosfera” e risultare interessante da subito, consapevolezza delle componenti non verbali e para verbali della comunicazione, capacità di sintesi ed emotività nel discorso. Si tratta di un esercizio articolato in due fasi. Nella prima fase ciascun gruppo sceglie un oggetto di uso quotidiano, recuperato sul posto (es. una penna, una sedia, un foglio di carta, una bottiglietta d'acqua, ...); a tale oggetto devono essere attribuite proprietà particolari, normalmente non possedute dallo stesso. L'abilità è quella di stimolare l'attenzione e ammaliare l'interlocutore rimanendo sul confine tra realtà e finzione, senza cadere nell'incredibile e nell'impossibile

Vengono dati 15 minuti per preparare il discorso che il presentatore dovrà fare in pubblico, tutto il gruppo deve contribuire alla creazione. Quindi ciascun presentatore avrà massimo 2-3 minuti per proporre il proprio oggetto, cercando di ammaliare e persuadere l'interlocutore (trainer). Al termine di tutte le presentazioni ciascuno spettatore vota la presentazione che lo ha convinto maggiormente. È possibile sostituire l'oggetto magico con il prodotto che viene trattato solitamente.