

Comunicazione d'Impresa

Laboratorio di Strategie Pubblicitarie

Stella Romagnoli

a.a. 2021-22 canale A-L

FACOLTÀ DI SCIENZE POLITICHE, SOCIOLOGIA, COMUNICAZIONE
DIPARTIMENTO DI COMUNICAZIONE E RICERCA SOCIALE



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



Come si lavora in gruppo



Lavorare in gruppo

Saper **lavorare in gruppo** è una *soft skill* molto importante.

E soprattutto bisogna imparare a **lavorare a distanza**

Vedremo:

- Quali sono gli **strumenti di comunicazione a distanza** e come usarli
- Come vanno **organizzati gli incontri** perché siano efficaci
- E come si crea un **clima collaborativo e di fiducia**

Gli strumenti di comunicazione a distanza



Email



Le mail devono essere **corte, dirette al punto e meno possibili, e NON per cose urgenti**

- Quando si scrive una mail bisogna pensare all'**azione** che dovrà fare il lettore e **scriverla nella prima o seconda frase** della mail
- **Se nessuna azione è necessaria, pensiamo bene prima di mandare una mail**



Email



- Rendere **FACILE completare l'azione** (ad esempio **rinviano allegati** che magari erano già stati mandati)
- Utilizzare un **TONO di comunicazione adatto** per l'impatto che si desidera ottenere



Email

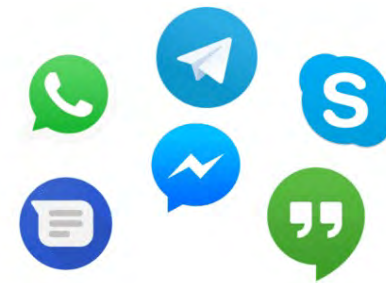


Verificare eventuali **errori** (**cercarli** con attenzione leggendo e **rileggendo**):

1. lettura per gli **errori grammaticali** e di **punteggiatura**,
2. lettura per **verificare i numeri**,
3. lettura per verificare la correttezza dei **nomi**



Instant Messaging (es. gruppo whatsapp)



Vanno bene per **comunicazioni veloci in tempo reale**

Se la conversazione va avanti per più di 2 minuti... è meglio fare una telefonata



Call meetings



Le **telefonate distraggono** chi le riceve, quindi sarebbe meglio **pianificarle**

- Se è una cosa urgente, mandate **prima un messaggio**
- **Una conference call o una video** sono migliori per discutere **temi più lunghi**. Sono l'equivalente di una riunione aziendale.
- In questo caso è meglio **mandare prima un'agenda** con i temi che verranno discussi e il tempo richiesto

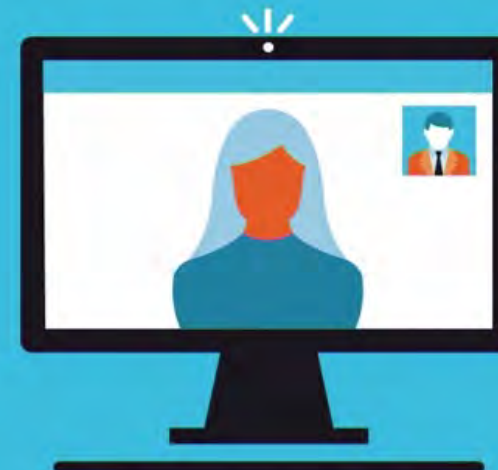


Organizzare meeting in remoto

3'30''

Successful Remote Meetings

- Determine the purpose and style
- Determine availability



LinkedIn LEARNING

Remote work foundations–Mike Gutman – LinkedIn Learning – 2018



Come gestire una riunione in remoto

1. Definire prima l'**obiettivo** dell'incontro
2. Verificare gli impegni degli altri invitati e proporre una data ed un'orario
3. La video conference è preferibile rispetto al collegamento audio, perché così si può capire il **linguaggio del corpo**
4. L'**agenda** deve essere mandata almeno **un'ora prima**, così che tutti si possano preparare (e non si perda troppo tempo)
5. Il **moderatore** deve presentare i presenti, ed è comunque meglio cominciare con **small talks** (come sta andando la giornata...)
6. Il moderatore si deve accertare di **coinvolgere tutti**



**Prima cosa:
essere puntuali**





2 tips for successful meetings

3'29''

- Information giver
- Information seeker
- Initiator
- Devil's advocate
- Encourager
- Facilitator
- Gatekeeper
- Notetaker

LinkedIn LEARNING

Organization Communication – Brenda Bailey Hughes– LinkedIn Learning – 2019

Come gestire un gruppo in remoto



Come gestire un gruppo in remoto

Visto che non possiamo controllare quello che fanno i componenti del team, Il **briefing** per svolgere le attività deve essere **chiaro a tutti**. E in particolare

- **Obiettivi** (perché va fatta una certa cosa)
- **Compiti** (ciò che ciascuno deve fare)
- **Dead-line** (le date **entro cui** i compiti devono essere eseguiti)



La chiarezza è essenziale.
Ma siamo sicuri che siamo
sempre chiari?



Interpretazione dei messaggi

Ogni persona ha dei filtri mentali, **preconcetti**, conoscenza, **bias** buoni o meno

Ci sono diversi aspetti che **influenzano** l'**interpretazione** del messaggio:

- La **relazione** con l'interlocutore (cosa pensa del mittente)
- Lo **stato mentale** del momento (è nervoso per fatti suoi, oppure felice e positivo)
- La **scelta delle parole**



Facilitare l'interpretazione dei messaggi

Meglio sempre chiarire il **PERCHE' si sta mandando quel messaggio** (non lasciarlo all'interpretazione del destinatario)

- E, se il canale di comunicazione è **di persona**, verificare il **feedback del linguaggio del corpo** (per capire come l'ha recepito)



Come superare i conflitti

La **comunicazione scritta può essere fraintesa** (noi leggiamo con il nostro umore in testa), quindi bisogna stare **MOLTO attenti al tono della comunicazione** (niente maiuscole, attenzione al sarcasmo...)



Come superare i conflitti

Le mail vengono lette e rilette e possono creare rancore. Meglio alzare il telefono e **chiarire subito**.



Come superare i conflitti

Domandare chiarimenti, **NON** dare nulla per scontato (es. compiti, dead-line), chiedere sempre se tutti hanno le informazioni che servono



Come superare i conflitti

Creare un **clima di fiducia** reciproca **accettando**
eventuali contrasti



Per creare un clima di fiducia
bisogna saper ascoltare gli
altri e **sviluppare l'empatia**

LA COMUNICAZIONE INTERPERSONALE



Per essere efficaci nella comunicazione interpersonale bisogna considerare questi 3 aspetti:

1. In comunicazione c'è sempre un **GAP** tra intenzione e risultato
2. Ogni comunicazione efficace parte da un **obiettivo**
3. Occorre **saper ascoltare** gli altri

**1. In comunicazione c'è sempre un
GAP tra intenzione e risultato**



Avevano fatto un esperimento...

...con persone che cercavano di **riprodurre una canzoncina famosa** (come Happy Birthday) solo **tamburellando con le dita** e altre che cercavano di indovinare il motivetto.

I «suonatori» erano convinti che gli ascoltatori ci avrebbero azzeccato al 50%, ma gli ascoltatori non sono arrivati che al 2,5% di soluzioni esatte.

Perché?



Perché?...

Perché chi suona **sente nella propria testa** la canzone. **Ma chi ascolta no.**

E si arrabbia anche perché l'altro non lo capisce

Intent

Communicate a song

Impact

Random noise



**Tendiamo a pensare che
l'impatto generato
sia colpa di chi ascolta**



**Ricordiamoci che quando
comunichiamo **stiamo**
tamburellando una canzone
che chi ascolta non può
conoscere**



**E se l'impatto non è quello
voluto non prendiamocela con
chi ascolta.**

**Ma chiediamoci:
cosa possiamo fare allora?**



**Riconoscere l'esistenza di
questo GAP è il primo passo
per una buona comunicazione**

2. Ogni comunicazione efficace parte da un obiettivo (privato e pubblico)



3 domande per definire l'obiettivo di comunicazione (Think, Feel, Do)

Alla fine del mio messaggio:

- **Cosa vogliamo che le persone pensino?** (hanno imparato qualcosa di nuovo? Hanno cambiato parere su qualcosa?)
- **Cosa vogliamo che le persone sentano?** (apprezzamento? Stima nei nostri riguardi? Che si sentano valorizzati e motivati? Che impressione vogliamo lasciare?) – questo è un obiettivo privato
- **Cosa vogliamo che facciano e quando** (acquistare qualcosa? Andare da qualche parte? Face COSA, con CHI e QUANDO)



Per creare un messaggio impattante

1. **MAKE IT SIMPLE**: il messaggio deve essere semplice per essere memorabile, anche se frutto di complessi ragionamenti
2. **Spiegare** chiaramente **dove si vuole andare** (noi lo sappiamo, gli spettatori no), dobbiamo evitare che si perdano
3. Rimanere **focalizzati sull'obiettivo** (per **non dare informazioni inutili** fuorvianti o distraenti)

3. Occorre saper ascoltare gli altri



ASCOLTARE PER CREARE FIDUCIA



**La chiave per attirare le
persone non è show off,
ma **show interest****



Ascoltare: prendere la strada più lenta per essere più efficaci

Noi ci giudichiamo dalle nostre intenzioni, ma gli altri dall'IMPATTO che creiamo, da quello che

accade a LORO

Solo ascoltando possiamo **ridurre il GAP**
intenzioni-impatto



Ascoltare: prendere la strada più lenta per essere più efficaci

Ma anche mettendoci tutta la nostra migliore volontà dobbiamo essere **consapevoli dei nostri punti ciechi**: quello che **ascoltiamo è filtrato** dai nostri bisogni, conoscenze, esperienza, cultura.

Anche cercando di ascoltare potremmo NON capire, ma **non dobbiamo dare la colpa all'interlocutore**

I 4 livelli di ascolto



4 livelli di ascolto

1. **Ascolto Elusivo** (quelli che fanno « mhm mhm» ma non stanno sentendo nulla, sono **chiaramente disinteressati** a quello che l'altra persona sta dicendo, e magari fanno altro al cellulare..)



4 livelli di ascolto

2. **Ascolto Difensivo** (quelli che rispondono ancora prima che gli altri abbiano smesso di parlare. Sono **più attenti a come devono rispondere che a quanto viene detto**)



4 livelli di ascolto

3. **Ascolto Problem-Solving** (si ascolta cercando di capire l'altro **per proporre consigli e soluzioni**. Il che va bene se l'altro sta cercando una soluzione... Ma se non è così questo stile può essere frustrante per chi parla. Questo tipo di ascoltatori ha buone intenzioni, vuole essere efficiente, ma **i risultati non sono sempre positivi**)



4 livelli di ascolto

4. **Ascolto Connesso** (si ascoltano veramente le persone **mettendoci nei loro panni**, per capire cosa c'è dentro di loro. E' un tipo di ascolto che si basa sull'interlocutore, non su di noi. **E' un ascolto per IMPARARE**. Se non impariamo qualcosa non abbiamo ascoltato)



Le domande dell'ascolto connesso

Cosa significa per te?

Cosa ne pensi?

Qual è la tua prospettiva a riguardo?



Ascolta stando dalla parte di chi parla

Il principio per ascoltare in modo efficace è di farlo come un **PARTNER**,
NON come un **CRITICO**

Bisogna cercare di vedere la prospettiva dal **loro punto di vista**,
sincronizzarsi sulle idee degli altri, sul loro sentire.



Ascolta stando dalla parte di chi parla

- Bisogna **sospendere il giudizio** di valutazione dal nostro cervello. Si può **valutare DOPO che abbiamo veramente capito**.
- Riusciamo a riportare efficacemente quello che è il loro pensiero? (possiamo anche chiederlo: «è importante per me capire se ho capito»...)



Ascolta stando dalla parte di chi parla

Quando si ascolta bisogna pensare che **la persona che sta parlando è la più importante** del mondo

- E alla fine **ringraziare**



L'ascolto efficace comporta l'utilizzo di tutti i sensi: orecchie, occhi, cuore

Ascoltare efficacemente non significa sentire, ma **CAPIRE**.

Si ascolta:

- **Quello che viene detto**
- Quello che **NON** viene detto
- **COME** viene detto



L'ascolto efficace comporta l'utilizzo di tutti i sensi: orecchie, occhi, cuore

Ascoltare QUELLO che viene detto e **NON detto**:

- Perché lo dicono **adesso** (non prima e non poi)?
- Perché **enfaticano** alcuni punti e non altri?
- **Che altro potrebbero aggiungere** per spiegare ancora meglio che intendono?



L'ascolto efficace comporta l'utilizzo di tutti i sensi: orecchie, occhi, cuore

Ascoltare **COME** vengono dette le cose:

- Voce
- Body language
- emozioni



5 domande per migliorare la comprensione e la connessione

1. Domande **descrittive**
 - *Che è successo? (chi, cosa, dove, quando, come)*
2. Domande **sulle cause**
 - *Perché le cose sono andate così?*
3. Domane sullo **scenario desiderato**
 - *Cosa volevi che succedesse? Qual è la cosa più importante per te?
Per capire cosa significa il successo per lui*
4. Domande sulle **possibilità**
 - *Che succede se cambia qualcosa? Cosa fai se...*
5. Domande di **contributo**
 - *Come posso aiutarti?*



Come dare i feedback

Come dare un feedback:

- Riferirsi ad un **COMPORAMENTO specifico** non ad opinioni (es. non dire «non ascolti», ma «stamattina quando xy stava ancora parlando, l'hai interrotta...»)
- **Chiarire l'IMPATTO del comportamento** (es. non sono riuscita a sentire l'idea di xy e neanche gli altri)
- **ASCOLTARE** la persona (con apertura, interesse, connessione). L'obiettivo NON è criticare, ma **AIUTARLO ad avere un migliore impatto in futuro**
- Chiedere se ci sono dei **SUGGERIMENTI** o se ne vuole parlare. L'obiettivo è portare VALORE.



E se ricevete un feedback...

RINGRAZIATE

I feedback sono un grande regalo che vi aiutano a migliorare.



“I've learned that people will forget what you said, people will forget what you did, but people will never forget how you made them **feel.”**

– Maya Angelou



Grazie.

Fonti

- Working remotely –Mike Gutman – LinkedIn Learning – 2018
- Communications Foundation – John Ullmen – LinkedIn Learning
- Organization Communication – Brenda Bailey-Hughes – LinkedIn Learning - 2015