

La comunicazione persuasiva

Obiettivi

Stimolare nell'ascoltatore l'adesione alla tesi contenuta nel messaggio usando la forza della parola che fa "accedere" senza costringere, che "obbliga" senza creare un vincolo di necessità.

Destinatari

Tutte le persone che... quando comunicano devono persuadere il proprio interlocutore.

Durata

16 ore.

Premessa

Interagire con le persone significa "saper comunicare" ma "saper comunicare" non significa solo trasmettere e ricevere segnali, significa riuscire ad entrare in sintonia, persuadere gli altri della validità del proprio pensiero, delle proprie idee.

Il processo di persuasione, non è un percorso semplice, implica un'attenzione specifica e mirata ai comportamenti delle persone. Questo corso vuole, in primo luogo, insegnare alle persone come capire sé stessi, punto di partenza fondamentale per capire gli altri e quindi riuscire a comunicare con efficacia.

Contenuti del corso

Prima Parte | I principi di base della comunicazione

- ┆ Richiami sul meccanismo della comunicazione
- ┆ L'importanza dell'ascolto
- ┆ La coerenza tra ciò che viene detto e ciò che viene fatto

Seconda parte | La comunicazione persuasiva

- ┆ L'empatia, la fiducia
- ┆ La trattativa in cui tutti "vincono" (Win-Win)
- ┆ La variabile "uomo", l'iceberg dei comportamenti

Terza parte | Comunicare con persone difficili

- ┆ Il concetto di dominanza e di espansività
- ┆ I bisogni interpersonali
- ┆ L'analisi dei comportamenti, gli stili di relazione

Quarta parte | Il nostro comportamento nella vendita

- ┆ Modi di essere
- ┆ Come comunicare
- ┆ Come creare fiducia
- ┆ Come vendere
- ┆ Come negoziare