PMGT-54 - COMUNICAZIONE PERSUASIVA

Categoria: **Management & Soft Skills**

INFORMAZIONI SUL CORSO

Durata:	Categoria:	Qualifica Istruttore:	Dedicato a:	Produttore:
2 Giorni	Management & Soft Skills	Docente Senior (min. 5 anni)	Manager	PCSNET

OBIETTIVI

La persuasione è una forma fondamentale di interazione sociale, un elemento chiave di tutte le interazioni umane: dalla politica, alla commercializzazione, alle relazioni della vita quotidiana con amici, familiari e colleghi. Essa è la nostra modalità di creare consenso intorno a noi e definire obiettivi condivisi.
Purtroppo la persuasione è notoriamente difficile da ottenere ed è quasi impossibile resistervi quando fatta bene. Gli psicologi sono stati a lungo affascinati dalla persuasione soprattutto in merito alla ricerca delle motivazioni per cui alcune persone sono più convincenti di altre. Recenti teorie sulla persuasione sono basate sul presupposto che ogni organismo, per sopravvivere nel suo ambiente, ha dovuto sviluppare due differenti sistemi neuro-chimici cerebrali: uno dedicato al rilevamento, valutazione e avvicinamento delle opportunità, l'altro dedicato al rilevamento, valutazione ed evitamento di rischi e pericoli.
Questa struttura cerebrale implica che ci siano due percorsi separati per la persuasione che stanno alla base del cosiddetto conflitto approccio-evitamento: le opposte reazioni, positive e negative, che le persone avvertono difronte ad un comportamento persuasivo o di offerta.
In ogni appello o argomentazione, alcuni aspetti possono essere percepiti dall'interlocutore come attraenti e spingere all'accettazione, mentre altri sgradevoli e creare resistenza. La decisione di accettare un'idea, un'offerta o, al contrario, di respingerla, dipende da quali aspetti sono dominanti. Inoltre, riducendo al minimo la resistenza di una persona, si riduce la possibilità che essa rimpianga, in futuro, la decisione presa.
Quanto sopra suggerisce che l'abilità di persuadere, influenzando il comportamento dell'interlocutore, richiede di lavorare su due fronti: rendere attraente un'idea, una cosa, una situazione e dissipare o ridurre al minimo le resistenze.
Le competenze chiave per diventare "buoni persuasori" sono quindi piuttosto ampie e le ricerche evidenziano che gli ingredienti di base sono in gran parte di tipo emotivo. A tali ingredienti devono essere necessariamente aggiunte strategie e skills specifiche di dimostrata efficacia.
Sulla base delle premesse poste, l'intervento di formazione ha la finalità di sviluppare nei partecipanti una comunicazione persuasiva stimolando in loro una visione "binoculare" che consenta di scegliere e adottare gli approcci e le tecniche adeguate alle diverse situazioni professionali.

PREREQUISITI

Nessun prerequisito.

CONTENUTI

Riconoscere i principi, gli elementi e le caratteristiche della comunicazione persuasiva, identificando i fondamenti che

fanno della comunicazione un veicolo di influenzamento.
Utilizzare approcci e tecniche persuasive in relazione a situazioni specifiche e sulla base della domanda, dei bisogni e delle aspettative del proprio interlocutore.
Comprendere la natura, il funzionamento e le principali manifestazioni della resistenza alla persuasione, per scegliere risposte comportamentali efficaci in grado di abbatterla o ridurla al minimo, aumentando il proprio potere di influenzamento.

INFO

Materiale didattico: Dispense PCSNET
Costo materiale didattico: 20 € incluso nel prezzo del corso a Calendario
Natura del corso: Teorico Metodologico