

Lezioni di comunicazione e gestione della clientela

dott. Lorenzo Barbagli

Cosa vuol dire comunicare?

- La comunicazione è un atto inevitabile della costruzione di relazioni, pertanto possiamo addirittura definirla relazione.
- Tecnicamente, da sempre ci insegnano che comunicare vuol dire scambiarsi informazioni o, sovrapponendone il senso alla parola relazione, scambiarsi opinioni, segnali di significato, vissuti e stati d'animo.
- In una parola, la comunicazione è la relazione che intercorre tra due emozioni diverse, simili o uguali vissute da due persone differenti nel momento in cui si incontrano.
- Comunicare è dunque incontrare qualcuno.

Cosa è la comunicazione?

- Costruzione di relazione
- Trasferimento di informazioni (di lavoro, su noi stessi, su un compito, su un evento ecc..)
- Condivisione di un'emozione
- Offerta/riciesta di qualcosa ...
- Incontro
- Confronto

Perché devo comunicare?

- Perché è utile..
- Perché è piacevole
- Perché è stupido non farlo
- Perché faccio un lavoro che mi mette in contatto con le persone
- ... ma soprattutto, perché è inevitabile!

... esiste forse una non-comunicazione?

Come comunicare?

- Con le parole, il tono ed il volume
- Con i gesti e le espressioni del viso
- Scrivendo
- Con il mio corpo
- Con le posizioni che occupo nello spazio

Le regole per una comunicazione efficace:

- Essere semplici e chiari
- essere sinceri e trasparenti
- ascoltare chi ti ascolta
- Credere in ciò che vogliamo dire
- Avere qualcosa da dire di interessante!

Le Funzioni della comunicazione:

- Fatica
- Conativa
- Informativa
- Persuasiva

- Espressiva
- Poetica
- Immaginativa
- Descrittiva
- Coinvolgente-consensuale
- Narrativa

Modelli di intelligenza

- Logica
- Cinestetica
- Spaziale
- Linguistica
- Intrapersonale
- Lessicale
- Interpersonale

Personalità e comunicazione

- Ognuno di noi possiede elettivi modelli comunicativi che ne caratterizzano il modo di esprimersi e di relazionarsi con le persone.
- La personalità di ognuno di noi è data dalle sue disposizioni emotive, ovvero le emozioni che solitamente si muovono in lui.
- Ogni stato emotivo esprime un modello comunicativo e corrisponde ad una funzione della comunicazione.
- Capire quindi le emozioni che proviamo, ci permetterà di sapere con quale tono e quale modo ci esprimeremo, al di là dei concetti che volgiamo far passare.

Le emozioni primarie

(se riconosci le tue emozioni, riconosci anche quelle degli altri)

- Paura
- Rabbia
- Distacco
- Piacere
- Quietè
- Vergogna
- Affetto

Gli idealtipi di temperamento

L'avaro: è una persona precisa ed ordinata, che tende a controllare con attenzione tutto ciò che vive o che gli sta intorno. E' procedurale e sistematico nel modo di fare le sue cose, abbastanza paziente e ben bilanciato nei rapporti con gli altri. Sa bene cosa è suo e cosa è giusto fare, è saggio e responsabile. Ma anche ansioso e a volte sembra non provare emozioni.

Il ruminante: è energico, dinamico ed intraprendente anche se spesso tende ad arrabbiarsi facilmente e a scivolare nella collera e nell'ira. Sente molto nettamente le ingiustizie ed è sempre pronto ad impegnarsi e a lottare. Schietto e sincero, tende però ad essere troppo preso dalle sue battaglie e a finire per passare sopra le persone con la sua rabbia.

Il delirante: creativo e spesso chiuso nelle sue riflessioni, il delirante ama valutare e pensare a tutto ciò che gli succede, entusiasmandosi per le sue intuizioni continue. E' instabile ed ha un basso

sensu pratico, come del resto ha di solito difficoltà nell'espressione della sua affettività. E' invece grande il suo senso morale e il suo ancoraggio ai valori. Lungimirante e strategico.

Lo sballone: assolutamente instabile, oscilla tra fasi di entusiasmo totale e di totale depressione come anche sprofonda romanticamente nella malinconia e nel dolore. Comunicativo e seducente, narciso e abile attore o cantante. E' generoso e disponibile come ama divertirsi e stare in compagnia. Purtroppo però è spesso inconcludente e fa fatica ad andare in profondità sia nei rapporti interpersonali che nelle responsabilità.

L'apatico: è quieto e decisamente calmo e rilassato. Imperturbabile sembra che nulla lo possa scomporre o mettere in azione. Grande mediatore e ottimo autista, è però assolutamente non intraprendente e difficilmente si attiverà verso un impegno. Le cose si fanno una per volta ed è raro che lui non rispetti questo modo di dire.

L'invisibile: è la personalità più sensibile tra tutte, percettivo e quasi sensitivo nelle sue impressioni "senza pelle" e "di pancia". Ha però una bassissima stima di sé e tende a nascondersi e a non voler farsi vedere, per la forte vergogna che sente. Sa sostenere e dare spazio alle persone ed sa capire e riconoscere le sensazioni degli altri. Molto timido

L'adesivo: affettuoso e giocherellone, è sempre in cerca di attenzioni e gratifiche. Molto attento alle persone care e decisamente curato nei modi e nelle sue faccende. Gentile e cortese con tutti tende però a farsi facilmente condizionare e ad accettare anche bassi livelli di rispetto pur di essere accettato dai suoi gruppi di riferimento.

I tipi di cliente

- L'aggressivo; è sempre arrabbiato ed offensivo, farebbe perdere il controllo anche ad un santo. Cerca un nemico e continuerà a provocare finché avrà fiato. (ruminante e sballone)
- Il dominante; ha sempre un tono deciso e freddo, come se ovviamente fosse lui il padrone di tutto il creato, anche lui come l'aggressivo è spesso carico e borioso. (avaro e ruminante)
- Il dogmatico; "le cose si fanno così perché da sempre così si fanno".. " "possibile che tutto debba essere così mal gestito?" "O si fa le cose per bene o si fanno male" sono alcune frasi tipiche del dogmatico.. il possessore del verbo. Ma è lucido e freddo, difficilmente si arrabbia. (delirante e avaro e apatico)
- L'esperto; non è uno come tutti. Sa tutto ciò che deve sapere e ci tiene che gli venga riconosciuto, da consigli e fa critiche costruttive. (delirante e adesivo)
- L'inesperto; sembra sia uscito adesso da una cella criogenica e non sappia neanche cos'è la luce elettrica, attende che gli si spieghi anche l'ovvio. (invisibile e adesivo)
- L'emotivo; è sperduto, impaurito e dominato dalle sue emozioni, crolla nell'angoscia e poi ti ringrazia in ginocchio e ti spedisce un regalo se gli risolve il problema (sballone e invisibile)

...di cosa hanno bisogno (gestione delle obiezioni)?

- L'aggressivo; di essere assorbito e calmato.. Ha avuto una giornata di ...
- Il dominante; di essere limitato e reso cosciente, con calma e precisione
- Il dogmatico; di essere tranquillizzato, ha oggettivamente ragione ...
- L'esperto; di essere riconosciuto
- L'inesperto; che qualcuno gli insegni e gli spieghi con responsabilità cosa deve fare.
- L'emotivo; di essere guidato, con stile paterno...

La gestione delle obiezioni (II) e dei clienti insoddisfatti

- La gestione delle obiezioni è come un incontro di fioretto, chi è più preciso la spunta
- Ascolta sempre tutti come se stessero dicendo indubitabile verità
- Sii informato sulle cose che riguardano il tuo lavoro e il tuo servizio
- Sii informato su ciò che la gente pensa del tuo lavoro

- Cerca di anticipare le loro idee
- Tieni i paletti tra te e lui, resta lucido e freddo, anche se amichevole, cortese e disponibile
- Sii umano
- Non dire mai “questo non mi compete”, di piuttosto che capisci il problema ma puoi cercare una soluzione comoda per tutti, e che signalerai ai vertici il disservizio.
- Non esporti troppo e mai in negativo, sei la faccia dell’azienda

Come riconoscere i segnali di irritazione dei clienti

- Immagina di essere un cliente
- Diventa invisibile e drizza le antenne
- Pensa bene se il servizio che offri è efficace
- Osserva con attenzione le persone fin da quando salgono (il passo, la postura, il primo sguardo ...)

Come accogliere un cliente, regole e strategie

- Un sorriso è gratis e non fa male a nessuno, neanche a te!
- Una parola è poco, due sono troppe..
- Sii ottimista e accogli il problema del cliente (.. O almeno fa che lui pensi questo!)
- Ricordati che rappresenti un ente che svolge un servizio alle persone.
- Fa come se dovessi ospitare qualcuno a casa tua. Deve sentirsi a suo agio!

La risoluzione dei problemi e degli imprevisti (coping e problem solving)

- Risolvi l’emozione (coping eteronomo)

Spesso infatti una protesta è frutto di una relazione negativa ed un problema è sempre foriero di dissonanze relazionali (opposizioni)

- Risolvi il problema (coping autonomo) ovviamente c’è anche un problema reale da risolvere
- Risolvi l’emozione ogni emozione ha il suo antidoto nell’emozione opposta ...

Tecniche comunicative II

(la costruzione del consenso) ed i principi di marketing (Cialdini)

- Principio di Reciprocità
- Principio di Scarsità
- Principio di Autorità
- Principio dell’Impegno regolare
- Principio del Consenso
- Principio del Gradimento

Ti interessano questi argomenti?

Visita il sito www.prepos.it e www.prepos.com troverai articoli, libri ed esperienze su questi argomenti.

Eccoti una piccola bibliografia di riferimento...

V. Masini, *Dalle emozioni ai sentimenti*, ed. Prevenire è Possibile, Isernia, 2000.

U. Volli, *Il libro della comunicazione*, Il Saggiatore, 2002, Piacenza.

G. Del Rio, *Stress e lavoro nei servizi*, Urbino, Nis, 1990.

G. Bechelloni, *Svolta Comunicativa*, Ipermedium Libri, 2002, Napoli.

S. Re, *Mindfucking, come sfottere la mente*, Cooper Castelvechi, Roma 2003.