

I **SEGRETI** DELLA **COMUNICAZIONE**

I SEGRETI DELLA COMUNICAZIONE

I contenuti di questo volume sono tratti dalla collana "Coach di te stesso" di Roberto Re.

TESTI: Roberto Re

IMMAGINI: Shutterstock Images pagg. 16, 17, 41, 62, 92, 93, 106-107, 122-125, 130, 136, 140, 145, 155, 171, 177, 178, 201; Envato Elements pagg. 131, 175; Freepik pagg. 22, 30, 31, 36, 38, 44, 45, 51, 54, 55, 61, 68-71, 76-78, 81, 85, 90, 99, 111, 115-117, 119, 121, 126, 127, 132, 133, 141, 146, 147, 151, 152, 158, 159, 161, 163, 164, 166, 167, 173, 180-184, 188, 189, 193, 195, 202-206,

IMPAGINAZIONE: Pandant Web Agency

Redazione Gribaudo

Via Strà, 167/F

37030 Colognola ai Colli (VR)

redazione@gribaudo.it

RESPONSABILE DI PRODUZIONE: Franco Busti

RESPONSABILE DI REDAZIONE: Laura Rapelli

RESPONSABILE GRAFICO: Meri Salvadori

FOTOLITO E PRESTAMPA: Federico Cavallon, Fabio Compri

SEGRETERIA DI REDAZIONE: Emanuela Costantini



STAMPA E CONFEZIONE: Arti Grafiche Dial Mondovì (CN),
azienda certificata FSC®-COC con codice ICILA-COC-000335

© 2020 Gribaudo - IF - Idee editoriali Feltrinelli srl

Socio Unico Giangiacomo Feltrinelli Editore srl

Via Andegari 6 - 20121 Milano

info@gribaudo.it - www.gribaudo.it

PRIMA EDIZIONE: 2020 [11(O)] 978-88-580-2926-8

Tutti i diritti sono riservati, in Italia e all'estero, per tutti i Paesi.
Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta, memorizzata o trasmessa
con qualsiasi mezzo e in qualsiasi forma (fotomeccanica, fotocopia, elettronica, chimica,
su disco o altro, cinema, radio, televisione) senza autorizzazione scritta da parte dell'Editore.
In ogni caso di riproduzione abusiva si procederà d'ufficio a norma di legge.



ROBERTO RE

I SEGRETI DELLA COMUNICAZIONE

L'ARTE DI CAPIRE E FARSI CAPIRE

G R I B A U D O

SOMMARIO

INTRODUZIONE	8
Capitolo 1	
Diventa un grande comunicatore	16
Cosa significa comunicare	20
Non puoi non comunicare	22
Conta come lo dici	28
Capitolo 2	
Le parole ti cambiano la vita	30
Il potere magico delle parole	34
La forza delle emozioni	38
Il linguaggio trasformatzionale	42
Come creare i tuoi incantesimi potenzianti	46
Crea le tue domande potenzianti	50
Capitolo 3	
Il potere delle parole nella comunicazione con gli altri	54
La grande influenza che abbiamo sugli altri	58
I giochi di prestigio verbali	62
Dal problema al risultato	66
Capitolo 4	
Vedo, sento, provo: le emozioni nella comunicazione	70
I sistemi rappresentazionali	74
La calibrazione	78
L'arte di ascoltare	80
Il ricalco	84
La legge della varietà indispensabile	88
Capitolo 5	
Il segreto della comunicazione efficace	92
Con chi comunico?	96
Aggressiva, passiva e assertiva: gli stili della comunicazione	100
Gestisci le emozioni e comunica meglio	102

Capitolo 6

Convincili tutti: i segreti della persuasione

106

Cosa ti fa scegliere

110

Emisfero destro e sinistro

114

Lettura oculare

118

Le quattro personalità

120

Capitolo 7

Le tecniche di persuasione più efficaci

126

Furto di ancore

130

Il potere del linguaggio

134

Sei scorciatoie universali

140

Capitolo 8

Il linguaggio segreto del corpo

146

Il corpo ti parla

150

La bocca: cosa rivela quando non proferiamo parola

154

La potenza dello sguardo

158

Attenzione alle mani: piccoli gesti che tradiscono grandi discorsi

162

Capitolo 9

Come parlare in pubblico senza paura

166

Bravi "parlatori" vs comunicatori efficaci

170

L'obiettivo della comunicazione efficace

174

L'estetica della comunicazione

178

La preparazione

184

Capitolo 10

Comunica te stesso e la tua professionalità

188

Per chi è il *personal branding*

192

Strumenti di comunicazione autorevoli per imprenditori e professionisti

198

Business celebrity building: il vademecum per imprenditori e professionisti

208

CONCLUSIONE

210

Conoscere (e saper utilizzare!) i principali strumenti che sono a nostra disposizione può dare una concreta scossa alle nostre esistenze e fare la differenza.

E lo strumento di cui parleremo insieme è uno dei più potenti in assoluto, tanto valido quanto sottovalutato: le parole. Le parole trasferiscono emozioni e, se usate in modo appropriato, sono in grado di modificare enormemente la percezione delle cose o delle esperienze.

Una singola parola da sola è in grado di cambiare completamente l'intensità emozionale di un messaggio.

Disponiamo di uno strumento unico, probabilmente il più potente e straordinario che un essere vivente possa avere (che è proprio il linguaggio), ma pochissimi hanno davvero idea delle cose meravigliose che si possono fare utilizzandolo in modo attento, preciso e consapevole.

Le parole sono il veicolo per esprimere e condividere le nostre esperienze.

Molti non capiscono che le parole che scegliamo di usare finiscono per influenzare la nostra vita. Semplicemente cambiando il nostro vocabolario abituale – ovvero le parole che utilizziamo continuamente per descrivere le emozioni che proviamo – possiamo cambiare ciò che pensiamo, ciò che sentiamo e quindi la qualità della nostra esistenza. Oggi più che mai è fondamentale essere consapevoli degli effetti che le parole possono avere su noi stessi e sulle persone che ci stanno intorno.

Le parole nascondono un potere immenso: un potere che la maggior parte della popolazione terrestre neanche comprende.

Se ci pensi un attimo, una singola parola è in grado di farti morire dalle risate. Di farti piangere a dirotto.

Può guarire la tua sofferenza o può ferirti in maniera irreparabile. Una cosa è certa: ognuno di noi ha provato sulla sua pelle il potere delle proprie parole. Probabilmente a livello inconscio, ma ciascuno di noi ha sentito come alcune parole riescono a entrare così in profondità nella nostra mente da stravolgere il modo di vedere le cose. Le parole di un genitore. Le parole di un amico. Quelle di un maestro o semplicemente di una persona che non conosci.

Se fai mente locale, alcune di queste parole che ti sono state dette in un certo modo e in un momento particolare ancora oggi continuano a condizionare il tuo essere e la visione che hai di te stesso. Dedicheremo i primi capitoli proprio al potere delle parole.

Per quanto le parole che utilizziamo siano importanti, però, dobbiamo ricordare che comunicare è qualcosa di più che parlare o (come vedremo) informare. Il primo assioma della comunicazione dice che "non si può non comunicare". Il che significa che non serve parlare per comunicare qualcosa: il nostro comportamento dice sempre qualcosa.

Ma se è vero che comunicare è un atto naturale, è anche vero che non tutti, e non sempre, lo fanno in modo efficace. Sembra un paradosso, ma pro-

prio nell'era in cui ci sono sempre più strumenti di comunicazione le persone sembrano fare ancor più fatica a comunicare. E ciò vale in ogni contesto, da quello privato a quello professionale.

L'esigenza di comunicare meglio è sentita anche da chi non ha particolari problemi di comunicazione.

Uno dei presupposti della comunicazione definiti da Paul Watzlawick, studioso del Mental Research Institute di Palo Alto, California, dice che: «Il significato della comunicazione sta nel responso che se ne ottiene e non nelle intenzioni».

Forse ti sarà successo di dire o fare qualcosa che pensavi sarebbe stata gradita da un tuo familiare, amico, collega, suscitando invece una reazione inaspettatamente negativa.

Ti sei domandato il motivo? Il motivo è che non tutti attribuiamo lo stesso significato agli avvenimenti e quindi reagiamo a essi in modo diverso.

Quindi la prima domanda chiave per comunicare in modo efficace è: con chi comunico? Che significa porsi altre domande come queste: "Qual è la sua mappa del mondo? Quali i suoi bisogni? Le emozioni che sta vivendo in questo momento o che vorrebbe vivere?"...

Affronteremo approfonditamente questo argomento nel terzo e nel quarto capitolo, studiando anche come, attraverso l'ascolto attivo, possiamo "sintonizzarci" sulle emozioni altrui per attuare una comunicazione che colpisca nel segno.

Dopo aver riflettuto sull'importanza fondamentale della comunicazione e sul nostro interlocutore, potremo cominciare a concentrarci sul "come" comunico. Il quinto capitolo, dedicato all'efficacia della comunicazione, è un approfondimento sullo stile del nostro approccio comunicativo (sei più Fantozzi o Miranda Priestly de Il diavolo veste Prada?) e sulla gestione delle emozioni coinvolte in ogni processo di scambio.

Dal capitolo sesto entriamo davvero nella battaglia. È così che infatti concepiamo spesso il negoziato, come uno scontro tra due eserciti in guerra. Ti mostrerò che non c'è niente di più sbagliato! Il negoziato può nascere come un conflitto, ma non per forza deve concludersi come una guerra.

Con il termine "conflitto" intendo la manifestazione di diversi punti di vista. Ciascuno esprime la propria veduta in base alla propria esperienza, alle proprie necessità, ai propri obiettivi e alle proprie paure. Se il conflitto tra diversi punti di vista è ben gestito può trasformarsi in un momento di crescita per entrambe le parti.

La negoziazione non è solo un processo "ufficiale" che coinvolge per esempio due aziende in una trattativa o professionisti per la gestione di una controversia. La negoziazione, vedremo, è pane quotidiano.

Immaginiamo tre situazioni di confronto quotidiano.

La prima: una coppia che valuta dove trascorrere le prossime vacanze di Pasqua. Lei vuole andare al mare per godersi la riviera e i primi soli primaverili,

lui desidera andare in montagna a sciare e sfruttare le ultime domeniche di neve in quota con gli impianti di risalita ancora aperti.

La seconda: genitore e figlio adolescente che dibattono sull'acquisto del motorino. Il figlio, quattordicenne, sostiene che tutti i suoi amici hanno lo scooter e non vuole sentirsi da meno. Il padre, preoccupato dei pericoli della strada, è decisamente contrario a concedere al figlio l'utilizzo di una moto, benché di piccola cilindrata.

La terza: titolare e dipendente che discutono sulla fattibilità di un progetto aziendale. Il dipendente, promotore del progetto, sostiene che con la realizzazione della sua idea l'azienda trarrà grandi profitti nel medio e lungo termine. Il capo, dal canto suo, ha già affrontato ingenti spese nell'ultimo semestre ed è più orientato a fare quadrare i conti della sua attività nel breve periodo, evitando ulteriori investimenti in questa fase.

Cosa hanno in comune tali situazioni?

Tutte mostrano un confronto tra due soggetti, dove ciascuno cerca di difendere la propria posizione e portare l'altro dalla propria parte.

In questi casi siamo di fronte a una negoziazione. Come fare a comunicare nel migliore dei modi all'altra parte la nostra posizione e ottenere in questo modo ciò che desideriamo? Lo scopriremo nei capitoli VI e VII, in cui ti guiderò a comprendere le migliori tecniche di persuasione per con-vincere (vincere insieme) i tuoi interlocutori, nelle situazioni di lavoro ma anche personali.

Il nostro viaggio nel mondo della comunicazione prosegue con una scoperta fondamentale, a cui abbiamo accennato: le parole sono solo uno dei tuoi strumenti per comunicare in maniera davvero efficace.

Come disse Charles Darwin:

«La mimica rende più vive le nostre parole e conferisce loro più forza. Essa è più delle parole, che possono essere falsate, rivela i pensieri e le intenzioni altrui. La libera espressione di un'emozione per mezzo di segni esteriori la rende più intensa».

Sguardi d'intesa, ammiccamenti, guance che si infiammano, mani che si nascondono sprofondando nelle tasche, gambe che si muovono come in preda a un tic.

Sebbene siamo soliti assimilare la comunicazione all'atto del parlare, nella realtà di ogni giorno comunichiamo più attraverso il nostro corpo che attraverso le parole.

Le "regole" del non verbale ci seguiranno anche nel passo successivo, dedicato alla comunicazione in pubblico.

«Parlare di fronte a una folla è considerata la paura numero uno dalla maggior parte delle persone. Mentre la seconda paura è quella della morte! Questo significa che la media delle persone che puoi incontrare a un funerale preferirebbe essere nella bara piuttosto che tenere l'elogio funebre.»

Questa battuta di Jerry Seinfeld può suonare un po' macabra, ma ha un fondo

di verità. Nella mia esperienza di formatore e coach ho riscontrato che parlare in pubblico è l'attività che mette più in crisi le persone. Succede a tutti i livelli. Obiettivo del nono capitolo è darti dei suggerimenti e degli strumenti pratici che possono aiutarti ad affrontare con maggiore sicurezza la sfida della comunicazione in pubblico e migliorare le tue performance oratorie.

Dulcis in fundo, l'ultimo capitolo sarà dedicato alla comunicazione personale: in un'era in cui l'offerta di beni e servizi è alle stelle e in cui si è bombardati di messaggi, diventa fondamentale distinguersi. Per fare carriera personale oppure per accrescere la reputazione della tua azienda (e vendere di più).

Affronteremo quindi il tema del *personal branding*, ovvero la capacità di costruire la propria immagine digitale proprio come se fosse un marchio. Perché la differenza nel successo di una persona, sia personale che professionale, al giorno d'oggi passa anche dalla sua capacità di gestire in modo efficace il proprio brand personale.

Conoscere tutti i registri e i canali di comunicazione è una *soft skill* che interessa tutti noi, come esseri umani, proprio perché come abbiamo detto non possiamo non comunicare. Questo libro vuole aiutarti a comprendere a fondo i meccanismi comunicativi per entrare in relazione più profonda con gli altri, per capirli meglio e, di conseguenza, comunicare in modo più efficace. Questo è il giusto atteggiamento mentale con cui affrontare la lettura di un libro che si propone di svelare i segreti del linguaggio a tutto tondo.

**PRONTO
PER LA
SCOPERTA?
PARTIAMO.**

Roberto Re

1.

**DIVENTA
UN GRANDE
COMUNICATORE**



Quando hai letto il titolo di questo capitolo qual è la prima immagine che ti è venuta in mente? Di solito si tende ad associare l'immagine del grande comunicatore a quella di un noto speaker o di un personaggio politico carismatico, che incanta la folla con la propria abilità nel parlare, oppure all'amico e al collega che hanno una gran bella parlantina e la risposta sempre pronta. In realtà, comunicare è qualcosa di più che parlare. Anzi, a dirla tutta, parlare non è neppure la parte preponderante di un fenomeno ben più complesso che esamineremo nelle prossime pagine.

Il primo assioma della comunicazione dice che "non si può non comunicare". Il che significa che non serve parlare per comunicare qualcosa: il nostro comportamento comunica sempre qualcosa.

Ma se è vero che comunicare è un atto naturale, è anche vero che non tutti, e non sempre, lo fanno in modo efficace. Sembra un paradosso, ma proprio nell'era in cui ci sono sempre più strumenti di comunicazione, le persone sembrano fare ancor più fatica a comunicare. E ciò vale in ogni contesto, da quello privato a quello professionale.

Nelle aziende, una buona parte delle risorse investite nella formazione è volta a migliorare la comunicazione interna. A livello personale, molte persone si rivolgono magari a psicologi e terapeuti perché hanno problemi di comunicazione.

Ma l'esigenza di comunicare meglio è sentita anche da chi non ha particolari problemi di comunicazione.

Nella mia esperienza di formatore e coach ho incontrato moltissime persone che, pur non avendo particolari difficoltà di comunicazione, hanno deciso di frequentare corsi specifici per aumentare la propria efficacia su questo fronte.

Probabilmente anche tu appartieni a questo gruppo di persone, visto che hai deciso di investire parte del tuo tempo nella lettura di questo libro. Magari hai già partecipato a qualche corso o letto qualche altro libro di comunicazione. Se è così nelle prossime pagine troverai probabilmente qualche concetto che già conosci, così come qualcosa di diverso o semplicemente un'inedita prospettiva che possa fare la differenza.

COSA SIGNIFICA COMUNICARE

Spesso diamo per scontato il significato della parola "comunicare". Ma è proprio dall'etimologia di questa parola che possiamo trarre alcune indicazioni utili per migliorare e rendere ancor più efficace la nostra comunicazione.

Ti sei mai chiesto qual è il significato originario della parola "comunicazione"? È un termine di uso così comune che non ci poniamo mai questa domanda. Lo diamo quasi per scontato, ma spesso è proprio per questo che non si riesce a comunicare in modo efficace.

"Comunicazione" deriva dal latino *communicare* che significa «mettere in comune» ed è una parola composta da *cum* (insieme) e *munis* (dovere).

Partiamo dalla parola *cum*: «insieme». Quando comunichiamo non siamo soli. C'è sempre un altro che riceve il messaggio.

Bella scoperta! Lo so, può sembrare un'osservazione banale, ma pensa a quante volte capita di

“

IL SIGNIFICATO DELLA COMUNICAZIONE STA NEL RESPONSO CHE SE NE OTTIENE E NON NELLE INTENZIONI.

PAUL WATZLAWICK, STUDIOSO DEL MENTAL RESEARCH INSTITUTE DI PALO ALTO

”

avere l'impressione che il nostro interlocutore non ci stia proprio ascoltando, ma stia solo ripassando nella mente ciò che deve dirci. Prestare attenzione al fatto che comunicare significa trasmettere un messaggio a un'ALTRA persona già ci consente di evitare due errori tipici:

1. dare per scontato che ciò che appare chiaro a noi lo sia anche a chi riceve il nostro messaggio;

2. pensare che chi riceve il nostro messaggio gli attribuisca lo stesso significato che gli attribuiamo noi.

Ora voglio passare all'altro termine latino che compone la parola comunicazione: *munis* che significa «dovere». Questo concetto si associa a quello di responsabilità.

Se è vero che tutti comunichiamo perché è un atto naturale, è altrettanto vero che non tutti si assumono la responsabilità di ciò che comunicano.

Quante volte si dicono o sento-

no frasi come queste: "Tu non mi capisci", "Hai frainteso quello volevo dire", oppure "Possibile che tu non capisca?", "Non mi ha prestato ascolto"...

Se vogliamo comunicare efficacemente dobbiamo assumerci la responsabilità della comunicazione.

Se ci fai caso, nella parola "responsabilità" sono contenute altre due parole: "risposta" e "abilità".

Ebbene, saper comunicare efficacemente significa anche questo: essere abili a fornire una risposta. E invece, spesso, i problemi di comunicazione nascono proprio dal fatto che non esercitiamo questa abilità, ma ci limitiamo a reagire a ciò che ci viene detto.

Le domande della comunicazione efficace

Forse ti sarà successo di dire o fare qualcosa che pensavi sarebbe stata gradita a un tuo familiare, amico, collega, suscitando invece una reazione inaspettatamente negativa.

Ti sei domandato il motivo? Il motivo è che non tutti attribuiamo lo stesso significato agli avvenimenti e quindi reagiamo a essi in modo diverso.

Quindi, la prima domanda chiave per comunicare in modo efficace è: con chi comunico? Che significa porsi altre domande come queste: "Qual è la sua mappa del mondo? Quali i suoi bisogni? Le emozioni che sta vivendo in questo momento o che vorrebbe vivere?". C'è poi un'altra domanda che è utile porsi se si vuole comunicare in modo efficace: qual è il mio obiettivo?

Questa è una domanda utile in ogni momento: quando prepariamo una presentazione in pubblico, quando dobbiamo negoziare, per gestire un conflitto.

Quante volte capita di perdere di vista l'obiettivo principale della comunicazione! Quando l'unico obiettivo del relatore è finire il prima possibile o strappare una risata o un applauso, allora la comunicazione in pubblico non è efficace.

Quando in una discussione con il partner o un collega l'unico obiettivo diventa "averla vinta" a tutti i costi allora la comunicazione non è efficace.



NON PUOI NON COMUNICARE

Ogni individuo vivente comunica in molteplici modi e non potrebbe fare altrimenti, neanche se lo volesse. L'abbigliamento, la postura, i gesti, come ci muoviamo nello spazio... Tutto parla di noi. Le parole non sono sempre indispensabili.

Le parole sono importanti nella comunicazione, ma non indispensabili. Anzi, a volte è più eloquente il silenzio, uno sguardo o un sorriso. La comunicazione è, più in generale, il nostro comportamento, che non si riferisce solo alle parole che pronunciamo ma anche appunto al nostro linguaggio del corpo e ad altri aspetti.

“
**NON SI PUÒ
NON COMUNICARE.**
PAUL WATZLAWICK”

LA TEORIA DI MERHABIAN

Lo psicologo americano Albert Mehrabian ha stimato e definito in termini di percentuale l'impatto che le parole, il tono e il corpo hanno sulla comunicazione.

Stando alle sue ricerche la trasmissione di un messaggio dipenderebbe solo per il 7% dalle parole (**livello verbale**), per il 38% dal tono della voce (**livello paraverbale**) e per il 55% da ciò che comunica il nostro linguaggio del corpo (**livello non verbale**).

Possibile che le parole contino così poco? Tutti noi, in genere, assimiliamo la comunicazione all'atto del parlare, o magari a quello dello scrivere, ma la comunicazione è qualcosa di più ampio, di cui il parlare e lo scrivere sono solo una parte e, peraltro, neppure quella preponderante.

Se ci pensiamo bene, nei primi mesi di vita il linguaggio verbale non assolve alcuna funzione, eppure non si può dire che i neonati non comunichino con l'ambiente esterno.

Comunicano in un modo tutto loro con l'espressione del viso,

i gesti, i gridolini, le lallazioni...

E ancora, sempre a dimostrazione del fatto che oltre al linguaggio verbale c'è di più, pensa a quando da bambino capivi che aria tirava in casa dal tono di voce con cui i tuoi genitori pronunciavano il tuo nome. Tu eri in camera a giocare e improvvisamente sentivi la mamma o il papà che ti chiamavano. Era sempre il tuo nome, ma dal modo con cui veniva pronunciato potevi intuire le loro diverse intenzioni e ne ricevevi conferma quando vedevi il loro viso sorridente o corrucciato.

In questo, come nella maggior parte dei casi, le differenze di significato di una parola o un'intera frase sono date dal tono della voce, dall'espressione del viso e dal modo di gesticolare di chi le pronuncia. Pertanto la stessa parola o frase possono essere pronunciate in modo diverso e ogni volta il messaggio cambia.

IL LINGUAGGIO NON VERBALE QUINDI È DETERMINANTE PER L'ESPRESSIONE DEL VERO SIGNIFICATO DI UNA PAROLA O DI UN'INTERA FRASE.

“

I NOSTRI MESSAGGI SILENZIOSI POSSONO CONTRADDIRE O RINFORZARE QUELLO CHE DICIAMO A PAROLE. IN ENTRAMBI I CASI, NELLA COMUNICAZIONE ESSI SONO PIÙ POTENTI DELLE PAROLE CHE PRONUNCIAMO NEL REGNO DELLE SENSAZIONI, QUANDO LE NOSTRE PAROLE CONTRADDICONO I MESSAGGI SILENZIOSI CONTENUTI NELLE NOSTRE ESPRESSIONI DEL VISO, NELLE POSTURE CHE ASSUMIAMO, LE PERSONE NON SI FIDANO DI CIÒ CHE STIAMO DICENDO: FANNO AFFIDAMENTO QUASI COMPLETAMENTE SU QUELLO CHE FACCIAMO.

MEHRABIAN

”

La nostra comunicazione non verbale può essere quindi allineata a quella verbale, rafforzandola, ma capita molto spesso che le parole vadano in una direzione e il linguaggio del corpo in un'altra. Se infatti ci è più facile mentire servendoci delle parole, sal-

vando per così dire la "facciata", con il linguaggio del corpo è più difficile: i grandi comunicatori sanno bene che è possibile condizionare quest'ultimo volontariamente, ma sono altrettanto coscienti dell'esistenza di una componente involontaria che sfugge al nostro controllo.

I vestiti nuovi dell'imperatore

La fiaba di Andersen *I vestiti nuovi dell'imperatore* è un esempio di quanto le parole possano mentire anche di fronte a un'evidenza sfacciata.

La fiaba racconta di un imperatore vanitoso, particolarmente dedito alla cura della sua esteriorità e del suo abbigliamento. Il re cade vittima di due imbrogliatori giunti in città, che vantano di avere a disposizione un nuovo straordinario tessuto talmente leggero e impalpabile da risultare invisibile agli occhi degli stolti e degli indegni. Il re si fa confezionare un abito con questo meraviglioso tessuto e quindi lo indossa con orgoglio, sebbene né lui né i suoi cortigiani riescano a vederlo. Egli attribuisce questa impossibilità al suo essere indegno, così mantiene il gioco di fronte a tutti, lodando il lavoro dei tessitori. Dal canto loro i cortigiani, per non scontentare il re, magnificano fin da subito la meraviglia del tessuto e poi la bellezza dell'abito, sentendosi a loro volta colpevoli di chissà quale indegnità. Il re sfila per le vie della città applaudito da una folla di cittadini, pure questi imbrigliati nella loro stessa bugia e nel timore di essere stolti. Neppure l'innocenza di un bambino che grida la verità – «*Il re è nudo!*» – sveglia i presenti dall'incantesimo nel quale essi stessi si sono imbrigliati... E non sveglia neppure il re, che continua a sfilare imperterrito.

Noi tutti siamo re, cortigiani, popolani e bambini: ci sono quindi situazioni in cui recitiamo una parte, magari per convenienza o per rispetto nei confronti di qualcuno, ma il linguaggio del nostro corpo ci tradisce.

Esiste quindi un "vocabolario universale", una sorta di "linguaggio segreto" del corpo che è bene conoscere per comprendere meglio noi stessi e le persone con cui ci relazioniamo ogni giorno.

Apprendere questo linguaggio ti permette di stabilire una connessione più profonda con chi ti sta intorno, migliorando l'efficacia della tua comunicazione e le risposte che puoi ricevere.

**“
POSSIAMO AVERE
TUTTI I MEZZI DI
COMUNICAZIONE DEL
MONDO, MA NIENTE,
ASSOLUTAMENTE
NIENTE, SOSTITUISCE
LO SGUARDO
DELL'ESSERE UMANO.
PAULO COELHO”**

Nel libro Dell'arte del tacere Leon Woods racconta questo aneddoto.

Qualche anno fa ho assistito a un esempio folgorante di bilanciamento tra parola e silenzio. Mi trovavo in un grande teatro dove si teneva un raduno di giovani sacerdoti. La loro confusione, fatta di chiacchiere e risate, riusciva a coprire tutto il silenzio che quel luogo poteva contenere. L'alto prelato che doveva parlare si trovava ormai da qualche minuto sul palco, ma nessuno se n'era accorto.

Vani i garbati richiami all'ordine mormorati al microfono dal coordinatore. Compresa la situazione, l'alto prelato prese con calma il microfono e con voce profonda e terrificante proferì le parole: «Dio non esiste». Seguì un silenzio lunghissimo e palpabile. Quando il disagio stava per diventare intollerabile l'oratore proseguì: «Questo ho letto su un muro mentre mi recavo in questo luogo: e mi sono chiesto...».

Certo, un prelato che dice «Dio non esiste» a un convegno di giovani sacerdoti fa effetto. Ma l'effetto non sarebbe stato lo stesso se dopo quella frase il relatore non avesse fatto una lunga pausa che ha contribuito ad aumentare il livello di tensione e concentrazione da parte degli ascoltatori.

Nella comunicazione in pubblico saper variare di tanto in tanto il tono della voce, così come il volume, consente di mantenere viva l'attenzione della platea. Altrettanto importante è il ritmo.

Nei convegni, succede spesso che qualche relatore si prenda un po' di tempo in più del dovuto, con la conseguenza che l'ultimo speaker ha meno tempo a disposizione. In simili situazioni c'è gente che reagisce in questo modo: "Ho preparato un intervento di 20 minuti. Ne ho solo 10 a disposizione. Che faccio? Parlo velocemente per farci stare tutto".

L'effetto è davvero ridicolo, come quando da ragazzini si ascoltavano i dischi a 45 giri impostando l'apparecchio sui 33 giri.

Quindi, come abbiamo visto dai vari esempi, il paraverbale è una componente importante nella comunicazione in pubblico, ma lo è anche nella comunicazione uno a uno, soprattutto se avviene al telefono.

Al telefono infatti le percentuali di Mehrabian cambiano a netto vantaggio del paraverbale.

Dal tono della voce, per esempio, spesso riusciamo a capire se dall'altra parte del telefono la persona sta sorridendo o sta assu-

mendo una determinata postura. Possiamo capire il suo umore, senza neppure vedere l'espressione del suo viso.

Al telefono facciamo ancor più caso al tono, al volume, alla velocità, ai silenzi, in pratica al modo in cui le persone parlano. Al telefono prestiamo ancor più attenzione al timbro della voce che può anche esprimere la personalità di una persona.

Insomma, se le parole corrispondono a COSA si dice, il paraverbale invece corrisponde al COME si dice. E nella comunicazione spesso ciò che conta non è tanto cosa dici, ma come lo dici!

“
COL TONO GIUSTO
SI PUÒ DIRE TUTTO,
COL TONO SBAGLIATO
NULLA:
L'UNICA DIFFICOLTÀ
CONSISTE NEL
TROVARE IL TONO.
GEORGE BERNARD SHAW **”**

CONTA COME LO DICI

Il linguaggio verbale può essere ambiguo e spesso insufficiente a cogliere il vero senso di una frase, a causa delle tante sfumature di significato che può avere. Il paraverbale ci viene in soccorso.

Spesso il solo linguaggio verbale non basta per cogliere il vero senso di una frase. Facciamo un esempio: "La riunione è domani alle 17". In quanti modi si può pronunciare questa frase? Quante sfumature di significato può avere?

Potrebbe essere pronunciata con il tono scocciato di una persona che deve annullare la partita al calcetto settimanale con gli amici o quello di una madre che deve lasciare ancora una volta i figli dalla baby sitter fino a tardi. Potrebbe essere pronunciata in tono preoccupato da una perso-

Tra le componenti *paraverbali* rientrano il tono della voce (arrabbiato, sereno, seduttivo, sarcastico, dolce, duro...), *il ritmo* (ossia la velocità con cui parli: un ritmo veloce può trasmettere tensione o motivazione, mentre un ritmo lento può suscitare calma e tranquillità), *il volume* (parlare a voce alta o bassa) e *il timbro* (è il colore distintivo della tua voce: calda, roca, stridula ecc.).

Al variare di questi parametri variano anche le emozioni suscitate nell'interlocutore.

na che non ha raccolto tutti i dati che dovranno essere esaminati in riunione.

Oppure potrebbe essere detta dal capo con un tono tra l'impositivo e il minaccioso quasi a voler dire: "Guai a chi non c'è!". In tutti questi casi, le parole sono le stesse, ma il messaggio di fondo è cambiato.

Cosa determina il vero senso del messaggio? Il paraverbale.

Prendiamo la parola "tesoro". Che tipo di emozione possiamo veicolare o suscitare con questa parola? Verrebbe da dire: positiva. E invece, al variare del tono anche una parola come "tesoro" può assumere connotazioni inaspettate. Può essere pronunciata con affetto da un genitore o da un innamorato, ma anche con tono di compatimento, con ironia, o addirittura con tono carico di rabbia come fa Jack Nicholson quando rincorre la moglie Wendy in una delle scene più famose del film *Shining*. E infine, la stessa parola viene pronunciata con una carica emotiva pazzesca da uno dei personaggi più noti del lungometraggio *Il Signore degli anelli*, Gollum, quando dice: «Il mio tessssoro».

Insomma, al variare del tono spesso varia il significato di una frase. Una frase apparentemente neutra può suonare come una critica oppure come un consiglio a seconda del tono con cui viene detta.

Passando dal tono al ritmo, ti è mai capitato di ascoltare una persona che parla troppo velocemente? Che sensazione hai avuto? Nella maggior parte dei casi le persone che parlano troppo velocemente trasmettono ansia all'interlocutore.

UNA FRASE APPARENTEMENTE NEUTRA PUÒ SUONARE COME UNA CRITICA OPPURE COME UN CONSIGLIO A SECONDA DEL TONO CON CUI VIENE DETTA.

Chi parla così rapidamente potrebbe essere travolto dalle emozioni, ma non necessariamente: potrebbe anche essere tranquillissimo e quello è solo il suo modo di parlare. Pensa per esempio a personaggi dello spettacolo come Paolo Bonolis, che quando parla in TV spara a raffica una quantità impressionante di parole... Non lo fa certo per insicurezza ma, al contrario, riesce a comunicare così tante parole proprio grazie alla sua assoluta tranquillità e al controllo totale della situazione. Il punto è che non importa tanto se queste persone siano tranquille o meno. La cosa importante è ciò che arriva al destinatario. Quindi se sei una persona che tende a parlare troppo velocemente, o almeno così dicono le persone che ti

conoscono e ti hanno sentito parlare, e non vuoi trasmettere ansia al tuo interlocutore, cerca di rallentare. Se, al contrario, sei troppo lento, puoi cercare di velocizzare per evitare di annoiare le persone. Lo stesso principio si può applicare al volume. Ci sono persone che normalmente parlano ad alta voce e non si rendono conto che questo potrebbe infastidire gli altri. Parlare ad alta voce potrebbe trasmettere sicurezza, ma anche arroganza, a seconda di chi ascolta. Lo stesso vale per la voce bassa che potrebbe trasmettere sobrietà ma anche insicurezza. Ancora una volta, dipende da chi ascolta. Nel paraverbale rientrano anche le pause e i silenzi. Anche la giusta modulazione di silenzi e parole può fare la differenza.

3.

**IL POTERE
DELLE PAROLE
NELLA
COMUNICAZIONE
CON GLI ALTRI**



IL POTER

È bene abituarsi a fare molta attenzione a ciascuna parola che dici. La parola giusta, detta al momento giusto o sbagliato, potrebbe far toccare agli altri il cielo con un dito o spedirli direttamente nel più profondo girone degli inferi danteschi.

Soprattutto se a questa persona tieni particolarmente o se è qualcuno su cui hai un'influenza particolare. Perché? Te lo svelo subito.

Passando molto tempo con qualcuno, è molto probabile che si finisca per adottarne anche il vocabolario abituale. E, adottandone il vocabolario, se ne adottano anche gli schemi mentali ed emozionali a esso collegati. Poiché sono le parole a veicolare le nostre emozioni e a creare la realtà che ci circonda, una delle ragioni principali per cui spesso finiamo per somigliare alle perso-

ne che frequentiamo è che riceviamo alcuni dei loro modelli di pensiero, adottando in parte il loro vocabolario abituale.

Assumendo lo stesso modo di esprimerti, tendi a replicare lo stesso tono, lo stesso volume, la stessa comunicazione non verbale e la stessa intensità emozionale. Insomma, finisci per fare automaticamente *tue* le sue emozioni.

Dobbiamo quindi essere sempre consapevoli che le nostre parole possono influenzare l'identità stessa di chi ci ascolta, nel bene e nel male. Il tuo vocabolario abituale dovrebbe diventare il motore che fa andare avanti al massimo delle potenzialità te e le persone che ti ascoltano e che danno un peso rilevante alle tue parole.

LA GRANDE INFLUENZA CHE ABBIAMO SUGLI ALTRI

È fondamentale riconoscere il potere che le parole hanno su chi ci circonda e sostituire, per migliorare la comunicazione con gli altri, i concetti depotenzianti con altri potenzianti.

Hai capito bene. Le tue parole incantano gli altri: ciò che dici può influenzare profondamente le persone che ti circondano. E, dato il potere che le nostre parole possono avere sugli altri, dobbiamo stare molto attenti a come comunichiamo con familiari, amici, colleghi e tutti coloro con cui condividiamo le nostre esperienze di vita. A tal proposito, ti racconto una storia.

Diverso tempo fa, sono stato contattato telefonicamente da una signora: desiderava che il figlio quattordicenne prendesse parte a uno dei miei seminari. Vista la giovane età del ragazzo, le chiesi di accompagnarlo nel mio ufficio e, quando li incontrai qualche giorno dopo, la mamma iniziò a descrivermi con grande foga quanto suo figlio fosse "svogliato", "incapace di concentrarsi", "distratto", "smemorato", rinforzando costantemente questi messaggi con frasi lapidarie del tipo: «È sempre stato così» oppure: «Abbiamo perso ogni speranza!».

Tutto questo in presenza del figlio! Era evidente che, con tutto il bene che una madre può volere a un figlio, era proprio lei una delle cause principali dei suoi risultati negativi. Gli atteggiamenti del ragazzo, altro non erano che la naturale conseguenza della costante opera di "programmazione negativa" che involontariamente era stata operata negli anni.

Chiesi alla signora di poterle parlare a quattr'occhi e le spiegai molto schiettamente che la prima persona che in quella famiglia avrebbe avuto bisogno di frequentare un nostro corso non era il figlio... bensì lei! E fu esattamente quello che accadde. Il ragazzo fu inserito in un programma formativo di apprendimento rapido rivolto a studenti – dove scoprì di avere straordinarie qualità, rivoluzionando così in breve tempo i propri risultati.

La madre frequentò invece uno dei miei principali corsi di sviluppo personale, del quale mi ringrazia ancora oggi ogni volta che mi incontra.

Se sei un genitore, un insegnante, un educatore, un allenatore sportivo, ricorda: critica i comportamenti negativi di chi educi, ma MAI la loro identità. Evita di attaccare loro addosso delle etichette che rischierebbero di confermare a livello inconscio.

Non dire mai a un bambino "sei stupido", "sei cattivo", "non sei capace" eccetera. Piuttosto, utilizza frasi come "hai fatto una stupidaggine", "ti sei comportato male", "non ci stai riuscendo".

Criticare e correggere gli sbagli è sì il compito di un adulto, ma per fare il bene di un bambino non si deve mai farlo sentire "sbagliato". Chi sottovaluta il potere delle parole commette un errore che, in futuro, potrebbe trovarsi a pagare a caro prezzo. Conoscere il processo di trasformazione dei concetti depotenzianti in concetti potenzianti – attraverso il vocabolario trasformativo – può essere fondamentale per migliorare la comunicazione genitore-figlio.

Non dire mai a un bambino

sei stupido

sei cattivo

non sei capace

Piuttosto, utilizza frasi come

**hai fatto una
stupidaggine**

**ti sei
comportato male**

**non ci stai
riuscendo**

Gli ambiti scolastici e familiari non sono i soli dove le parole possono avere effetti devastanti.

Un altro ambito è la MALATTIA. Probabilmente hai sentito parlare di una materia che studia gli

effetti della nostra psiche sull'organismo. Si chiama *psiconeuroimmunologia*.

Gli studi di *psiconeuroimmunologia* dimostrano come il paziente, non appena viene a conoscenza della propria diagnosi – ovvero nel momento in cui viene applicata un'etichetta alla propria situazione – nella maggior parte dei casi, peggiora.

Parole come "cancro", "sieropositivo", "sclerosi multipla", creano stati d'ansia e di panico nei pazienti che, a catena, causano stati depressivi più o meno gravi, che riducono notevolmente l'efficacia del sistema immunitario.

Questi studi hanno rilevato che l'organismo di un paziente reagisce molto più positivamente se la diagnosi viene comunicata con un linguaggio differente, un linguaggio che eviti la disperazione e la depressione provocata da certe etichette.

Potrei farti moltissimi altri esempi inseriti in altrettanti differenti contesti, ma ciò che veramente mi preme ribadirti è che, qualunque sia la tua professione o il tuo ruolo, è fondamentale che tu sia cosciente del potere che le tue parole hanno su chi ti circonda.

“
**LE PAROLE POSSONO
 PROVOCARE MALATTIE, LE
 PAROLE POSSONO UCCIDERE:
 PERCIÒ I MEDICI SAGGI
 STANNO MOLTO ATTENTI
 AL MODO IN CUI COMUNICANO
 CON I LORO PAZIENTI.**
NORMAN COUSIN”



I GIOCHI DI PRESTIGIO VERBALI

Grazie all'utilizzo di alcune parole invece di altre è possibile re-incorniciare la realtà, per spostare il focus dell'interlocutore, lasciando sullo sfondo gli aspetti improduttivi e depotenzianti.



Dopo averti illustrato le potenzialità del vocabolario trasformativo, ora voglio condividere con te un altro potente strumento, quello degli *Sleight of Mouth*, elaborati da Robert Dilts, il principale rappresentante della PNL di seconda generazione.

Qui non tratterò tutte le varie tipologie di *Sleight of Mouth*, che sono ben illustrate nel libro di Robert Dilts, *Il potere delle parole e della PNL*, di cui ti consiglio la lettura.

Qui voglio solo mostrarti l'applicazione di alcuni di questi giochi di prestigio verbali in alcune interazioni tipiche: ad esempio in famiglia, con il partner o con i figli, oppure al lavoro, nella motivazione dei collaboratori o nella vendita.

L'espressione *Sleight of mouth* deriva da *Sleight of Hand* che, tradotto dall'inglese, significa «gioco di prestigio».

Hai presente quei giochi di carte dove il prestigiatore ti fa scegliere una carta, poi ti dice di metterla in cima al mazzo, ma quando poi gira la carta, magicamente non è quella che avevi visto tu? Ecco, gli *Sleight of Mouth* sono dei «giochi di prestigio verbali», dei modelli linguistici che hanno proprietà magiche perché «possono creare dei cambiamenti straordinari nella percezione e negli assunti di base su cui si fondano alcune percezioni particolari».

“

**LE PAROLE NON SI LIMITANO
A RAPPRESENTARE LA NOSTRA ESPERIENZA,
MA SPESSO LA INCORNICIANO,
LA CONTESTUALIZZANO PORTANDO
IN PRIMO PIANO CERTI ASPETTI
E LASCIANDONE ALTRI SULLO SFONDO.**

ROBERT DILTS

”



È UNA PICCOLA PAROLA CHE PERÒ HA UN GRANDE POTERE, IL POTERE DI ANNULLARE TUTTO QUELLO CHE VIENE DETTO PRIMA.

Il principio di fondo della teoria di Dilts è che se vuoi cambiare la realtà puoi passare attraverso la cornice linguistica. Così come accade a un quadro, che può acquistare o perdere valore in base alla cornice in cui viene inserito.

Dilts mostra la sostanziale differenza che può fare l'uso di connettivi come "ma", "e", "anche se" nella nostra comunicazione.

Nella mia esperienza di formatore e coach mi capita spesso di incontrare persone che giocano al "Sì, MA", gente che legge i miei libri, partecipa ai miei corsi e mi dice: "tutto bello, utile e interessante quello che dici... MA, sai, la mia situazione è un po' parti-

colare", oppure "MA con me non funziona", oppure "MA per me non è facile".

MA è una piccola parola che però ha un grande potere, il potere di annullare tutto quello che viene detto prima.

L'unico modo per spingere una persona a uscire dal gioco del "sì, ma..." è aiutarla a reincorniciare la situazione cambiando il connettivo.

Pensa a come cambierebbe l'atteggiamento di una persona se dicesse: "Tutto quello che ho imparato in questo corso è molto utile *anche se* per me è difficile da applicare."

Se poi applicassimo il vocabolario trasformatore e sostituis-

simo la parola "difficile" con "impegnativo" la differenza sarebbe ancora più sostanziale.

"Tutto quello che ho imparato in questo corso è molto utile anche se per me è impegnativo."

Come abbiamo fatto: abbiamo attutito l'emozione negativa derivante dalla parola "difficile", in più abbiamo spostato il focus dalla difficoltà all'utilità.

Ecco, questo significa re-incorniciare.

Significa spostare il focus delle persone per offrire una nuova visione della realtà che sia più motivante e produttiva.

Gli *Sleight of Mouth* non sono altro che strategie di reincorniciamento della realtà.

FACCIAMO UN ESEMPIO.

Che differenza c'è tra:

"Oggi c'è il sole ma domani pioverà";

"Oggi c'è il sole e domani pioverà";

"Oggi c'è il sole anche se domani pioverà".

Una piccola variazione modifica sostanzialmente la prospettiva e il focus.

Nel primo caso, infatti il focus è su "domani pioverà" perché il "ma" (come il "però") ha il potere di cancellare ciò che viene detto prima.

Nel secondo caso la prima e la seconda frase sono poste sullo stesso piano dalla congiunzione "e".

Nel terzo caso invece in primo piano c'è il fatto che "oggi c'è il sole".

Non è una differenza irrilevante se pensi a come può variare l'umore nei diversi casi.

Nel primo caso infatti la persona che si focalizza sulla pioggia prevista per l'indomani potrebbe non godere abbastanza della bella giornata di sole.

Nel terzo caso invece la prospettiva è: "anche se domani pioverà oggi mi godo questa bella giornata di sole". Ecco, questo è un esempio di come una cornice linguistica può fare la differenza.

DAL PROBLEMA AL RISULTATO

I giochi di prestigio verbali alla prova. Spesso il linguaggio che utilizziamo determina il successo, nostro e di chi ci circonda, durante una prova.

Ora vediamo una strategia di *Sleight of Mouth* all'opera.

Supponiamo che ti nominino leader di un importante team di collaboratori per l'azienda dove lavori. Ti è stato assegnato un compito molto particolare e delicato, e dall'esito del tuo lavoro dipende la buona riuscita di un importante progetto per l'azienda. In qualità di leader, sarà tuo compito motivare gli altri membri della squadra.

E il linguaggio che utilizzerai con loro sarà una delle componenti determinanti per il tuo successo in quest'impresa. Immagina questa situazione: riunione straordinaria per risolvere un problema inaspettato.

“
**QUANDO ETICHETTIAMO
QUALCOSA CON
UNA PAROLA,
CREIAMO EMOZIONI
CORRISPONDENTI.**

”

Ora immagina di esordire dicendo: “abbiamo un problema”... Ta da da da! Per qualche istante cala il gelo nella stanza. L'effetto emotivo è assicurato: tutti (o quasi) entrano in modalità “problema”. Se tu esordissi con frasi tipo “ci attende una nuova sfida” oppu-

re “abbiamo una situazione da risolvere”, non credi che questo porterebbe tutto il tuo team a lavorare meglio, preoccupandosi molto meno, e che riusciresti a orientarlo verso l'elaborazione di soluzioni, piuttosto che all'analisi del problema? Ovviamente sì.

In altri termini, la parola “problema” fa immediatamente sentire le persone che la ascoltano come se gli stesse per cadere sulla schiena un’incudine di diverse tonnellate. Utilizzandola, provocherai in loro questa sensazione, con tutte le conseguenze negative del caso. Ora immagina che uno dei tuoi

collaboratori o più di uno vengano da te e ti dicano: “capo, abbiamo un problema”: tu cosa fai? Potresti ristrutturare quel linguaggio, ascoltando attentamente e poi dicendo: “capisco, abbiamo una questione da risolvere” oppure “una bella sfida!” L’effetto sarebbe ancora maggiore

se ponessi una serie di domande che spostano il focus del tuo interlocutore, passando dalla cornice problema alla cornice-risultato. Se ci pensi, tutti i problemi presuppongono un risultato desiderato. Ed è decisamente più produttivo orientare il proprio focus e quello del team verso il risultato sperato.

Nel capitolo precedente, abbiamo visto che le domande sono un ottimo strumento per orientare il focus. Ecco alcuni esempi di domande con le relative cornici.

CORNICE-PROBLEMA	CORNICE-RISULTATO
Cosa c’è di sbagliato?	Cosa vuoi/vogliamo ottenere?
Perché è un problema?	Come puoi ottenerlo?
Cosa ha causato il problema?	Quali sono le risorse disponibili? Quali soluzioni sono praticabili?

Le domande della seconda colonna servono per operare un re-incorniciamento della situazione e hanno il potere non solo di cambiare, ampliare, arricchire la visione della realtà dei collaboratori, ma anche di modificare lo stato emotivo del gruppo, influenzando il loro comportamento.

Come dice Daniel Goleman «*il leader fissa lo standard emozionale del gruppo*» e in tal modo incide sulle performance delle persone. Ora, per proiettare il vocabolario trasformatore e gli *Sleight of Mouth* sugli altri, il metodo peggiore che puoi applicare è quello di presentarti come “insegnante”: in questo modo ti poni immediatamente su uno scalino più alto

degli altri, come a voler imporre la tua superiorità nei confronti di chi non conosce ciò che sai. Invece, è necessario aver lavorato a un livello incredibile prima su se stessi: elimina i pensieri superflui, ristruttura le tue credenze e, di conseguenza, sviluppa le tue potenzialità. Devi diventare l’esempio vivente di ciò che credi e affermi.

“
**LE BATTAGLIE SI
VINCONO PER UN
TERZO CON LE ARMI
E PER DUE TERZI
CON IL MORALE DELLE
TRUPPE.**
NAPOLIONE BONAPARTE ”





Solo una volta che hai ottenuto dei risultati straordinari puoi (e dovresti) condividere con altri la tua esperienza, così da influenzare le esperienze delle altre persone. Puoi guidarle attraverso l'utilizzo di un vocabolario che elimina le loro credenze limitanti e sprigiona quelle potenzianti, spingendole oltre quelli che erano convinte fossero i loro limiti. Non ti sto dicendo che devi controllare mentalmente le persone.

Tuttavia, adesso conosci uno dei segreti per influenzarle in maniera positiva e quindi puoi agire facendo ciò che ritieni più efficace e utile per le persone con cui hai a che fare, in maniera tale che raggiungano i loro obiettivi e il successo nella vita.

Ricorda: "Quando etichetti qualcosa con una parola, crei emozioni corrispondenti", e questo accade sia quando parli di stesso, sia quando ti riferisci agli altri.

Anche se non lo sai, tu hai una grande influenza su chi ti sta vicino. Le tue parole hanno un grande potere su chi ti circonda. Ecco perché devi stare molto attento a come comunichi con le persone con cui condividi le tue esperienze di vita.

Devi sempre essere consapevole che le TUE parole possono creare parte dell'identità di chi ti ascolta.



**“
QUANDO ETICHETTI
QUALCOSA CON UNA
PAROLA, CREI EMOZIONI
CORRISPONDENTI.
”**