

L'EMOZIONE DI COMUNICARE

Imparare a comunicare in modo corretto, può essere utile per conoscersi e per conoscere gli altri, in modo non superficiale.

Una comunicazione diretta a terzi, fundamentalmente deve **A)** attirare attenzione, **B)** creare interesse, **C)** suscitare desiderio, **D)** essere supportata da una corretta azione, **E)** venire definita da una appropriata conferma di tranquillizzazione dopo la raggiunta conclusione.

In altre parole e riassumendo ogni comunicazione prevede: **attenzione, interesse, desiderio, azione, conclusione.**

Se anche uno solo di questi passaggi viene saltato, ignorato o mal curato la “realizzazione” del progetto o non avviene o, se avviene nasce “zoppa” e non accontenta né il proponente né il destinatario.

Marcello Bonazzola - Si sedes non is

* * *

Dopo una bella riunione Zoom che aveva come tema “*Come presentare il corso di D.M.&C.*” ho pensato alle varie testimonianze, che avevo ascoltato dai partecipanti, sulle difficoltà a portare a termine questo obiettivo.

Presentare una persona al corso è un'operazione che riguarda il penultimo passaggio del Decaloper Ideale: “**Condividere per Amare**” ed anche il Condividere ha dei passaggi che vanno accettati e rispettati.

Ad esempio, a volte ci basta fare “vetrina” cioè basta che uno ci veda e che abbia un termine di paragone di noi tra “prima e dopo” il Corso, per esclamare “*Cosa hai fatto? Voglio anch'io*”; in effetti, spesso succede che quando si è appena vissuto una bella esperienza si sia in uno stato di “**Grazia**”. A quel punto, se abbiamo desiderio di condividere la nostra esperienza del Corso con il nostro interlocutore, non dobbiamo fare altro che “**Agire**” dicendogli magari che “*ci dovrebbero essere ancora un paio di posti al corso di Febbraio*” e “**Concludere**” con l'iscrizione, le cose burocratiche materiali e complimentandosi e tranquillizzando il nuovo socio per la scelta fatta.

Ma non è sempre così. A volte gli altri notano qualcosa in noi e fanno domandine timide mostrando un certo “**Interesse**”; quando succede, cosa possiamo fare? Questo è un passaggio delicato perché non è ancora nato il “**Desiderio**”, ossia “*Lo voglio anch'io*”. Come possiamo fare perché il “**Desiderio**” possa emergere? A mio parere, si potrebbe parlare dei propri risultati, come “*mi è passato il mal di testa, ho smesso di fumare, studio con più facilità, sono dimagrita, sono meno stanco*” e di qualsiasi risultato che abbiamo raggiunto usando delle semplici tecniche, dedicandoci pochi minuti al giorno. Se l'altro ci dice “*sì, lo voglio fare*” possiamo passare all' “**Agire**” e concludere con la richiesta di iscrizione.

Come ultimo caso c'è qualcuno che vorremmo portare al Corso ma costui non ci dà bada; allora dobbiamo attirare la sua “**Attenzione**”. Come? Con l'osservazione e il nostro “**Sentire**” cercando di trovare il famoso punto di leva e facendo delle domande aperte tipo un banale “*Come stai?*”.

La cosa più difficile è ascoltare “veramente” quello che ci viene detto, ma se cerchiamo un punto di comunione questa operazione risulta anche più facile. Trovato un punto (tutti ce l'hanno) allora si può prospettare la possibilità di risolvere il problema, come “*Esiste un modo per farlo facilmente*”.

Qui è importante attendere con fiducia che l'altro dimostri “**Interesse**” con delle domande e perché le faccia magari ci vorranno minuti, ore, giorni ... mesi ma se non le fa è inutile proseguire. Quando le farà potremo proseguire.

In pratica, dopo aver catturato l' "Attenzione" dell'altro, avere fatto nascere un certo "Interesse" che in poco tempo diventa "Desiderio" potremo passare all' "Azione" e "Concludere".

Questa è la mia storia dell' AIDAC, i 5 passaggi naturali che dovrebbero avvenire in qualsiasi comunicazione, come ad esempio quando raccontiamo di un bel film visto e consigliamo al nostro amico di andarlo a vedere; ecco questo, a mio parere, è **lo spirito con cui dovremmo proporre il Corso di D.M.&C.**, come se fosse un bel film – *“È stato un film bellissimo ma non voglio dirti niente perché non voglio rovinarti la sorpresa, ma ci sono dei colpi di scena che ...ma non ti dico niente, vai, vai a vederlo”* - e anche questi suggerimenti, al pari di qualsiasi altro tipo di *“istruzioni per l'uso”*, se applicati come la Pizza Catari, daranno dei risultati positivi.

Aggiungo un'ultima cosa, che sono le **obiezioni**, i cosiddetti mezzi rifiuti tipo *“A me non serve, non ho soldi, è pieno di ciarlatani in giro, non mi sembra che a te sia servito a molto”*. Ecco, personalmente non li vedo mai come rifiuti personali, ma come richieste di approfondimento; se invece si reagisce alle obiezioni facendone una questione personale, sarà molto più difficile concludere. Alle obiezioni si può rispondere con domande, magari con un semplice *“È questo che vuoi o vorresti approfondire?”*

Per concludere, è importante ricordarsi che non si sta “vendendo” nulla ma, come mi dice sempre Susanna Abatangelo, che siamo solo degli “Spacciatori d'Amore”... quello Blu eh.

Giorgio Giunori - Trieste