

# OBIEZIONI



# Obiezioni

## VERBALIZZAZIONE DI UNA RESISTENZA

### Emozionale

- per partito preso/a priori
- per tratto di personalità

### Razionale

- positiva o negativa
- per ottenere maggiori informazioni
- per cercare conferme su dubbi esistenti
- per disaccordo e contestare

# Obiezioni emozionali

- ✓ per “eliminare” l’interlocutore di cui non si prova stima e rispetto
- ✓ per abitudine (si difende aggredendo)
- ✓ per difendersi dall’influenza dell’altro
- ✓ per darsi importanza
- ✓ per resistere ai cambiamenti
- ✓ per manifestare indifferenza, ostilità, timore, ...
- ✓ per mantenere autostima nei confronti dei presenti

# Obiezioni razionali

## L'interlocutore:

- ✓ non sente la necessità per lui in quel momento di ciò che gli state proponendo
- ✓ non riconosce il valore o i benefici di ciò che gli state proponendo
- ✓ vuole ottenere ulteriori e più dettagliate informazioni
- ✓ vuole essere sicuro prima di decidere/cambiare opinione
- ✓ pur intuendo la bontà della proposta è ancora ancorato alle esperienze o ai modi di fare del passato
- ✓ vuole sondare se esistono eventuali condizioni o modalità diverse
- ✓ ha avuto precedentemente un'esperienza negativa

# RISPONDERE ALLE OBIEZIONI CON IL VECCHIO E INFALLIBILE METODO:



# **Come affrontare le obiezioni**

con un altro moderno metodo



**Non esiste la risposta "giusta" per ogni obiezione,  
ma un ATTEGGIAMENTO GIUSTO  
e un sistema per trattare le obiezioni**

# IL DOPPIO RUOLO



**Vende telefoni per lavoro**

Venditore Commesso

**Telefona per lavorare e vivere**

Acquirente

(Mille volte – di mille altri prodotti o servizi)

# IL DOPPIO RUOLO



**Funzionario pubblico**

Erogatore di servizi

**Cittadino**

Fruitore di servizi pubblici e privati

# **RUOLO E ASPETTATIVA**

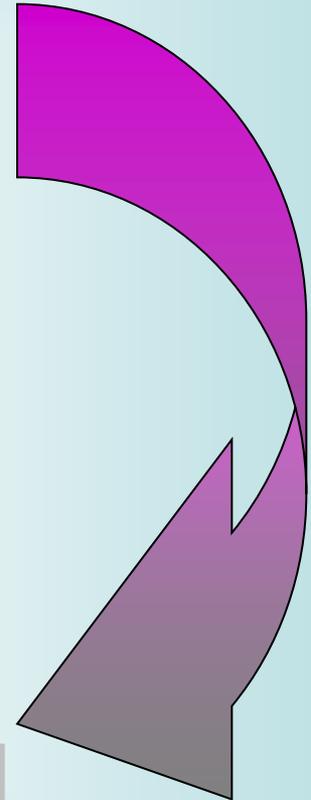
**PRESENZA** abbigliamento adeguato  
aspetto fisico  
cura della persona

## **SALUTE FISICA E PSICHICA**

**BUONUMORE - SERENITÀ**

- **DISPONIBILITÀ**
- **ATTENZIONE – CAPACITA' D'ASCOLTO**
- **CHIAREZZA ESPOSITIVA**
- **COERENZA**
- **PRECISIONE**
- **ONESTA'**
- **CORTESIA**

**COMPETENZA**  
**EFFICACIA - EFFICIENZA**  
**TEMPESTIVITÀ**  
**RELAZIONE**



# Affrontare le **obiezioni**

- ✓ ascoltare attivamente l'obiezione e identificare il tipo di obiezione
- ✓ fare una breve pausa
- ✓ iniziare con un consenso/assenso
- ✓ Mostrare empatia
- ✓ fare contro-domande per dimostrare di aver compreso il significato dell'obiezione
- ✓ dare ragione all'interlocutore almeno su un dettaglio
- ✓ Dare subito una risposta chiara e positiva

# Attenzione a...

- **Contrastare l'obiezione:**

*Esempi:*

*“non è vero, non sono d'accordo, ma che sta dicendo”*

*” non ci credo, non mi sembra possibile“, non è così”*

- **Minimizzare l'obiezione**

*Esempi:*

*“ma questo è un piccolo problema”*

*“non si preoccupi”*

*“non è poi così grave”*

# LE OBIEZIONI

<b>PERCHÉ ARRIVANO ?</b>	<b>CHE COSA SONO ?</b>	<b>COSA VUOLE DA NOI ?</b>
------------------------------	----------------------------	--------------------------------

Perché la persona

**NON SA**

Sono domande

**PER AVERE  
MAGGIORI  
INFORMAZIONI**

Come procedere

**RISPONDERE  
IN MODO  
LOGICO E  
CHIARO  
CONTRO-  
DOMANDARE**

# LE OBIEZIONI

<b>PERCHÉ ARRIVANO ?</b>	<b>CHE COSA SONO ?</b>	<b>COSA VUOLE DA NOI ?</b>
------------------------------	----------------------------	--------------------------------

Perché l'altro

**NON  
CAPISCE**

Sono domande

**PER CAPIRE  
MEGLIO**

Come procedere

**CHIARIRE I  
CONCETTI  
ESEMPLIFICARE  
CONTRO-  
DOMANDARE**

# LE OBIEZIONI

<b>PERCHÉ ARRIVANO ?</b>	<b>CHE COSA SONO ?</b>	<b>COSA VUOLE DA NOI ?</b>
------------------------------	----------------------------	--------------------------------

Perché l'altro

**NON  
ACCETTA**

Sono domande

**PER  
CONTESTARE**

Come procedere

**AGIRE SULLE  
MOTIVAZIONI  
SOTTOLINE-  
ANDO  
VANTAGGI E  
BENEFICI;  
CONTRO-  
DOMANDARE**

# LE OBIEZIONI

<b>PERCHÉ ARRIVANO ?</b>	<b>CHE COSA SONO ?</b>	<b>COSA VUOLE DA NOI ?</b>
------------------------------	----------------------------	--------------------------------

Perchè l'altro

**NON  
RICORDA/  
CAPISCE**

Sono domande

**PER  
COMPRENDERE  
MEGLIO**

Come procedere

**RIPETERE E  
RIEPILOGARE  
CONTRO-  
DOMANDARE**

# LE OBIEZIONI

<b>PERCHÉ ARRIVANO ?</b>	<b>CHE COSA SONO ?</b>	<b>COSA VUOLE DA NOI ?</b>
------------------------------	----------------------------	--------------------------------

Perché l'altro

**HA  
PAURA**

Sono domande

**PERCHE'  
CERCA  
CONFERME**

Come procedere

**RASSICURARE**

# QUINDI, DI FRONTE ALL'OBIEZIONE. . . .

**ASSICURIAMOCI DI AVERLA BEN COMPRESA**

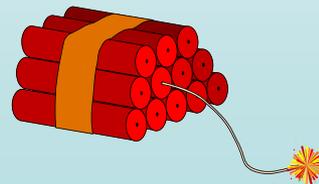
**ACCETTIAMOLA VOLENTIERI**

**ELABORIAMO LA RISPOSTA**

**DECIDIAMO QUALE VANTAGGIO O BENEFICIO  
UTILIZZARE**

**DECIDIAMO QUALE TECNICA UTILIZZARE**

**NON INNESCIAMO DUELLI**



# METODI DI RISPOSTA ALLE OBIEZIONI (I giochi di prestigio verbali)

Obiezione a una proposta di acquisto

Sono troppi soldi,  
non posso permettermelo

# Intenzione positiva

Dietro a ogni comportamento c'è una intenzione positiva.  
E' più semplice **rispondere alla intenzione positiva** che al comportamento problematico.

**Spostare l'attenzione della cliente dall'obiezione all'intenzione positiva** che sta dietro l'obiezione stessa.

OBIEZIONE: **Sono troppi soldi, non posso permettermelo**

Risposta

Apprezzo il suo desiderio di spendere al meglio il suo denaro (intenzione positiva).

Vediamo insieme come i vantaggi di . . .rappresentino per lei e la sua famiglia il migliore investimento.

# Parafrasare

Utilizzando **parole diverse** da quelle usate dalla cliente la si costringe ad **ampliare il suo punto di vista** e ad assumere una **prospettiva diversa** nei confronti dell'obiezione .

Spostare l'attenzione della cliente su parole di significato analogo ma che comportano implicazioni diverse e maggiormente potenzianti.

OBIEZIONE: **Sono troppi soldi, non posso permettermelo**

Risposta

Si è vero, è uno strumento di eccezionale valore! Vediamo insieme come sia possibile trovare le risorse per questo ottimo investimento.

**“Sono troppi soldi” viene ridefinito “uno strumento di eccezionale valore”**

**“non posso permettermelo” viene ridefinito “ottimo investimento”**

# Cambiamento di cornice

Allargare o restringere la cornice temporale, numero di persone, diversa prospettiva, ha lo scopo di far riconsiderare la negatività dell'obiezione .

L'opinione di molte o poche persone o una diversa prospettiva fa considerare alla cliente, in maniera differente e più costruttiva la sua obiezione.

**OBIEZIONE: Sono troppi soldi, non posso permettermelo**

## Risposta

Ora le può sembrare un'investimento oneroso ma tra qualche mese questo acquisto le sembrerà tra i migliori che ha fatto. Tutti i nostri più vecchi clienti sono ancora molto soddisfatti . . .

# Conseguenze

Si sposta l'attenzione della cliente dal presente al futuro.

Dirigere l'attenzione su un effetto diverso e positivo dell'obiezione, porta a un cambiamento dell'obiezione stessa.

OBIEZIONE: Sono troppi soldi, non posso permettermelo

## Risposta

Se non coglie ora questa incredibile opportunità, in futuro potrebbe non essercene un'altra.

“Chi meno spende, più spende”

La qualità dei materiali ne garantisce la durata nel tempo, e quindi un risparmio

# Generalizzare

Allargare la generalizzazione contenuta nell'obiezione ridimensiona l'efficacia dell'obiezione stessa.

Generalizzare un elemento dell'obiezione e inserirlo in una classificazione più ampia maggiormente positiva.

OBIEZIONE: **Sono troppi soldi, non posso permettermelo**

## Risposta

Alcuni acquisti della nostra vita ci fanno riflettere più di altri. E' il momento in cui mettiamo in fila le nostre esigenze. Una volta presa la decisione, però, si inizia sin da subito a goderne i benefici

# Ridurre

Il presupposto è che l'efficacia depotenziante dell'obiezione sia limitata a un ambito specifico.

Rompere gli elementi dell'obiezione in parti più piccole in modo da indebolirla e limitarne il contesto.

OBIEZIONE: Sono troppi soldi, non posso permettermelo

## Risposta

Quale aspetto specifico dell'acquisto ritiene di non potersi permettere?

Quali modalità di pagamento non riesce a sostenere?

# Realtà

Ogni persona possiede una precisa strategia che gli consente di distinguere tra realtà e fantasia, tra ciò che è conveniente e ciò che rappresenta uno svantaggio.

Valutare l'obiezione tenendo conto che i clienti partono da idee e pensieri diversi da quelli del venditore: tali differenze sono espresse dalle obiezioni.

OBIEZIONE: **Sono troppi soldi, non posso permettermelo**

## Risposta

Come è giunto alla conclusione che per “questa cosa” ci vogliono troppi soldi?

Come fa a sapere di non poterselo permettere?

# Controesempio

Se ci sono eccezioni alla regola significa che il contenuto dell'obiezione stessa viene diminuita.

Trovare un esempio o un'eccezione alla regola che contrasti la generalizzazione contenuta nell'obiezione

OBIEZIONE: Sono troppi soldi, non posso permettermelo

## Risposta

Ho conosciuto in passato diverse persone come lei che in un primo momento ritenevano di non potersi permettere “la cosa”. Poi riflettendo sulla bontà dell'investimento, hanno trovato le risorse per concludere l'affare.

# Valori

Ogni obiezione trae energia da un valore. Ogni cliente possiede una sua specifica gerarchia di valori.

Rivedere l'obiezione attingendo energia da quel valore non ancora considerato e potenzialmente più importante di quello espresso.

OBIEZIONE: **Sono troppi soldi, non posso permettermelo**

## Risposta

Se vuole davvero spendere meno, pensi bene al tempo d'utilizzo di "questa cosa" ed all'usura in rapporto ad altre "cose". Non crede che sia più importante assicurarsi un bene duraturo, piuttosto che risparmiare qualche soldo subito?

# Boomerang

Ritorcere la negatività dell'obiezione verso l'obiezione stessa, ne fa evidenziare il paradosso.

Valutare l'obiezione sulla base dei valori espressi dall'obiezione stessa in modo da evidenziarne la debolezza intrinseca.

OBIEZIONE: Sono troppi soldi, non posso permettermelo

Risposta

Può permettersi di pensare di non poterselo permettere?

Ma è così importante mettere al primo posto i soldi?

# Altro risultato

Concentrare l'attenzione su un obiettivo diverso da quello considerato, presuppone un radicale cambiamento di percezione dell'obiezione da parte della cliente.

Spostare l'attenzione su un risultato maggiormente potenziante rispetto a quello espresso dall'obiezione.

OBIEZIONE: **Sono troppi soldi, non posso permettermelo**

## Risposta

La questione non è tanto se sono o non sono troppi soldi, quanto se rappresenti “la cosa” ideale per Lei

“La cosa” soddisfa pienamente le sue esigenze?

# **COME RISPONDERE ALLE** **OBIEZIONI**

**SCEGLIERE UNO DEI METODI  
DI RISPOSTA ALLE OBIEZIONI**

**INDIVIDUARE L'ESIGENZA  
O LA MOTIVAZIONE INSODDISFATTA  
CHE HA PROVOCATO L'OBIEZIONE**

**RISPONDERE BASANDOSI  
SU UNA CARATTERISTICA OGGETTIVA DELLA  
PROPOSTA  
DA TRASFORMARE IN CHIARO VANTAGGIO  
PER L'INTERLOCUTORE**

# REGOLE GENERALI

- ◆ LASCIARE PARLARE L'ALTRO
- ◆ ASCOLTARLO CON ATTENZIONE
- ◆ RICONOSCERE IL TIPO DI OBIEZIONE
- ◆ INDIVIDUARE L'ESIGENZA O LA MOTIVAZIONE
- ◆ USARE UN APPROCCIO MORBIDO
- ◆ SCEGLIERE IL METODO DI RISPOSTA
- ◆ DECIDERE LA CARATTERISTICA OGGETTIVA DA UTILIZZARE
- ◆ ASPETTARE QUALCHE SECONDO PRIMA DI RISPONDERE
- ◆ CHIAMARE LA PERSONA PER NOME
- ◆ NON INNESCARE DUELLI
- ◆ DARE ULTERIORI VANTAGGI E BENEFICI
- ◆ PROSEGUIRE L'ARGOMENTAZIONE

# **METODI DI RISPOSTA alle OBIEZIONI**

## **MAIEUTICO**

Consiste nell'obbligare l'interlocutore a puntualizzare il concetto che ha espresso in modo vago.

**Frase chiave:**

"in che senso?" oppure "Cosa intende con....?"

## **INTERPRETAZIONE**

Cogliere, sintetizzandola, solo quella parte dell'obiezione che ci è utile.

**Frase chiave:**

"Se ho ben capito lei intende dire che..."

## **SI.....MA**

Consiste nel rassicurare l'altro spostando l'attenzione da un particolare all'altro.

**Frase chiave:**

“Sì, ma non le ho ancora detto che...”

## **RIBALTAMENTO**

Consiste nel trasformare l'affermazione negativa dell'interlocutore in una domanda con risposta ovvia.

**Frase chiave:**

“Vuol dire che lei non vede i vantaggi di ...?”

# IMBUTO

Consiste nel costringere l'interlocutore ad identificare un'unica obiezione ed affrontarla.

## Frase chiave:

1. "Mi sembra di capire che la ragione che le ha impedito finora di prendere una decisione è dovuta al fatto che..."
2. Dunque, se troviamo una soluzione conveniente per questo problema lei è disposto a sottoscrivere!"

Bene! Le propongo...

## NON RISPONDERE

Far finta di non aver sentito l'obiezione continuando l'argomentazione come se niente fosse. Si usa con le obiezioni non pertinenti, di principio, ma soprattutto palesemente stupide.

## **RIMANDARE**

Prendere tempo riservandosi di rispondere più avanti.

**Frase chiave:** “Mi permetta di risponderle più tardi, quando affronteremo questo argomento, nel frattempo prendo nota della sua domanda”.

## **RIDURRE**

Serve a delimitare il problema.

**Frase chiave:**

“Fra gli argomenti che lei ha toccato quale investe maggiore importanza? Quale vuole che affrontiamo per primo?”.

## **CONTRODOMANDARE**

Serve per far dichiarare all'interlocutore le sue specifiche esigenze.

### **Frase chiave:**

“Capisco, ma per inquadrare meglio le sue esigenze quali punti vorrebbe più vantaggiosi per lei?” oppure “Quali caratteristiche deve avere per essere di suo interesse?”.

## **PRO E CONTRO**

Messi in difficoltà da una obiezione alla quale non possiamo rispondere in modo soddisfacente la accettiamo, ma la diluiamo tra i vantaggi.

# LA GESTIONE DEL RECLAMO

**L'ASCOLTO**

**ATTIVO**

ACCETTARE LO

SFOGO COME

CONTRIBUTO

POSITIVO

Sorridere

Incoraggiare

Annuire

Indorare la pillola



# LA GESTIONE DEL RECLAMO

Dire di essere spiacente per l'inconveniente

Riassumere il problema per verificare se avete ben compreso o se ci sono altre informazioni utili

Mantenere un atteggiamento calmo e rassicurante  
(non sta attaccando la vostra persona)

Non cercare di calmare il cliente con frasi tipo:

“Non si arrabbi”

“Lei si sbaglia”

“Non si permetta di dire certe cose”

Dire (dimostrando) che si farà tutto il possibile per soddisfare i reclami

# LA GESTIONE DEL RECLAMO

- Se l'altro ha ragione scusatevi e poi assumetevi personalmente la responsabilità di dare la soluzione
- Ascoltate attentamente per capire le motivazioni del reclamo
- Seguite la richiesta *passo-passo* fino alla conclusione
- Non discutete il reclamo in presenza di terzi. Stimola il suo orgoglio e lo eccitano
- Evitate che l'altro rimanga in piedi
- Se la persona vuole “assolutamente” arrabbiarsi, fatelo sfogare senza interromperlo mai
- Non fatevi trascinare dalle risse

# **Frase sbagliate**

- ***Frase che affermano quello che vorrebbero negare***  
***(“... non per contraddirla ...”)***
- ***Frase imprecise (“Non saprei ... vedremo...”)***  
***o troppo cerimoniose***
- ***Frase che contrariano l’interlocutore***  
***(“Lei non ha capito ... non sono d’accordo ...”)***
- ***Parole che hanno connotazioni negative***  
***(“sbaglio ... problema ... pericolo ...”)***
- ***Non interrompere e non saltare subito alle conclusioni***

# LA GESTIONE DEL RECLAMO

ESPRIMERE

il proprio interesse nel voler comprendere le ragioni del reclamo

COMPRENDERE

la natura del problema e l'aspettativa della persona

COMUNICARE

il proprio interesse ad aiutarlo,  
vedendo le cose dal suo punto di vista

RISPONDERE

cortesemente senza dare valutazioni

INTERVENIRE

direttamente per dare una soluzione adeguata al problema

RINGRAZIARE

per aver segnalato il problema

# **LA GESTIONE DEL RECLAMO SE LA PERSONA E' SCORTESE**

MANTENETE LA CALMA

PORTATE AL DUNQUE I LOGORROICI

FATE COMPRENDERE  
CHE E' VOSTRA INTENZIONE AIUTARLO

ASSICURATE  
CHE AVRÀ RISPOSTE ESAURIENTI

VERIFICATE  
DI AVER COMPRESO BENE

# LA GESTIONE DEL RECLAMO

Non dire mai:

Mi sembra impossibile che ciò si sia verificato  
(bugiardo)

Lei è il primo che si lamenta di questo (imbecille)

E' la prima volta che capita (sicuro?)

Forse non è così grave (per me)

Non è colpa mia ma di Tizio ..., del responsabile di ...,  
del dirigente/impiegato ... (non mi riguarda)

**ASSUMETEVI, ALMENO IN PARTE,  
LA RESPONSABILITA' DEL PROBLEMA**

# SE LA PERSONA E' SCORTESE

MANTENETE LA CALMA

NON FATEVI TRASCINARE NELLA RISSA

SE L'ALTRO VI INSULTA, DITE: "so perfettamente gestire il suo problema, ma fatico a subire le sue imprecazioni (offese . . . )

PORTATE AL DUNQUE I LOGORROICI

FATE COMPRENDERE  
CHE E' VOSTRA INTENZIONE AIUTARLO

ASSICURATE  
CHE AVRÀ RISPOSTE ESAURIENTI

VERIFICATE  
DI AVER COMPRESO BENE

# LA SOLUZIONE



## *I VERBI*

# Evitare i condizionali

*vorrei, potrei, .....  
che denunciano possibilità di rischi.*

## Utilizzare il presente e il futuro:

**NO:** *“Le trasferirei la domanda in segreteria”*

**SI:** *“Le trasferisco la domanda in segreteria giovedì ”*

## **LA SOLUZIONE**

**Offrire (se possibile) il risultato desiderabile  
per chi sta dall'altra parte del filo**

**Tradurre in «Intenzioni positive»,  
affrontare e risolvere queste**

**Segmentare il problema e Depotenziarlo**

**Discernere fra realtà e fantasia o sentito dire  
e rispondere ai dati reali**

**Distinguere fra desideri e piani di realtà  
e trovare soluzioni possibili e realistiche**

**Parlare solo dei benefici ottenibili**

**comunicazione  
NON VERBALE  
PARAVERBALE**



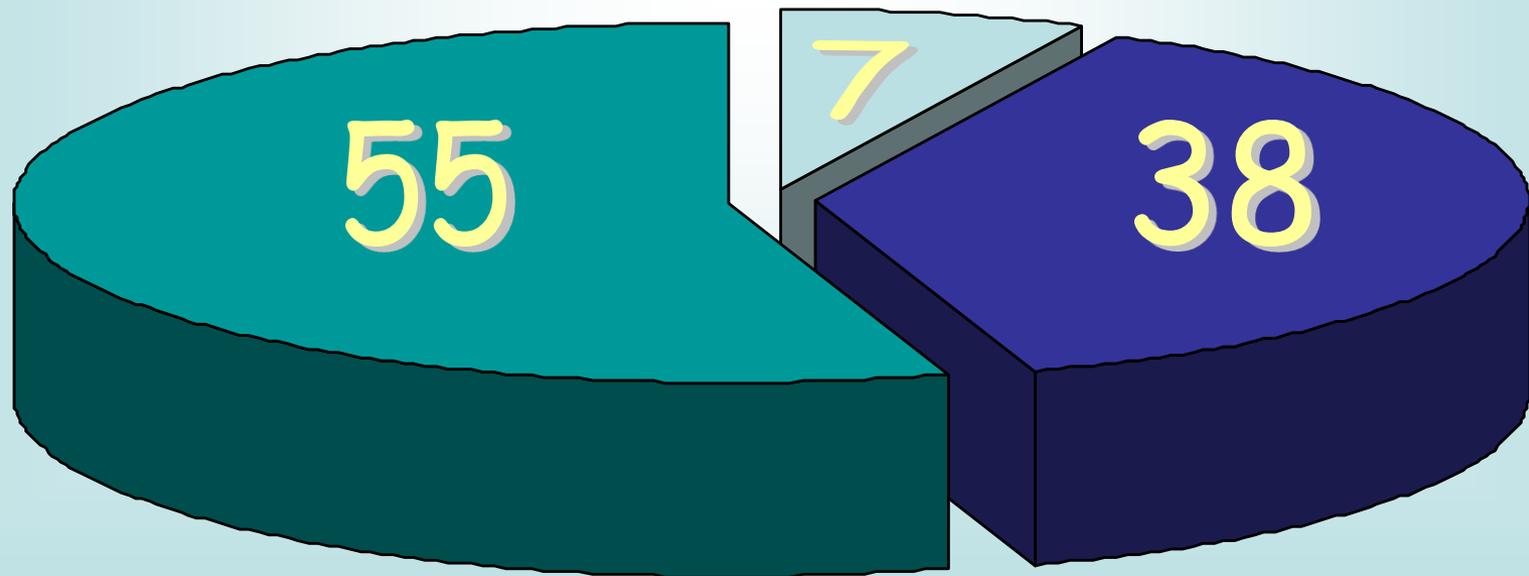
# LA COMUNICAZIONE INTERPERSONALE

## percentuali di ricezione

□ Verbale

■ Paraverbale

■ Non verbale



# PRINCIPI GENERALI

**IL LINGUAGGIO DEL CORPO  
E' COMPOSTO DA LETTERE  
PAROLE, FRASI E PUNTEGGIATURA.**



**OGNI GESTO  
E' UNA SINGOLA LETTERA O PAROLA  
E PER COMPRENDERNE  
IL SIGNIFICATO  
BISOGNA INSERIRLA  
IN UNA FRASE.**

# LA COMUNICAZIONE PARA VERBALE

**IL RITMO**

**IL VOLUME**

**LA SEQUENZA**

**I TEMPI**

**LA CADENZA DELLE PAROLE**

**L'ENFASI ALLA PAROLA**

**ATONICA / DISTONICA**

Unitamente  
al verbale

**LE INFLESSIONI  
DELLA VOCE**

# LA COMUNICAZIONE NON VERBALE



Nella comunicazione  
ciò che importa  
maggiormente non è  
tanto **Cosa** viene detto,  
**ma il come** viene detto.

Il messaggio è dato non solo dalle  
parole, ma anche dal  
tono della voce,  
dall'espressione del viso,  
dalla gestualità di chi le  
pronuncia.

Per comunicare in modo efficace è quindi  
indispensabile

**coerenza tra le parole utilizzate,**

**il tono della voce**

**e**

**il linguaggio del corpo.**

E per **comprendere** davvero il nostro interlocutore è necessario anche cogliere

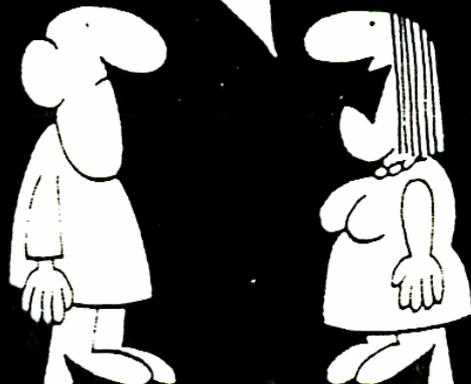
**le sfumature della  
comunicazione non verbale  
e i segnali del corpo,**

che a volte esprimono le stesse cose delle parole, a volte cose molto diverse.

# La comunicazione paraverbale



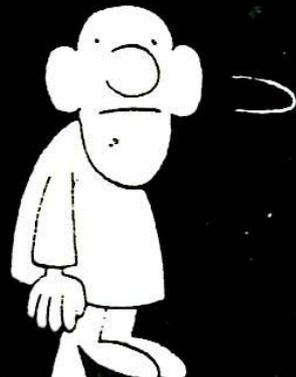
DEVI SMETTERLA DI  
PROVOCARMI!



MA SE NON APRO BOCCA!



SI', MA IO NON SOPPORTO IL TONO DEL TUO  
SGUARDO E IL MODO IN CUI NON MI  
PARLI !!...



# IL TONO

***COMPRENDE TUTTI I MODI IN CUI PARLIAMO  
TRASCURANDO IL CONTENUTO LINGUISTICO DEL DISCORSO***

si divide in 2 elementi

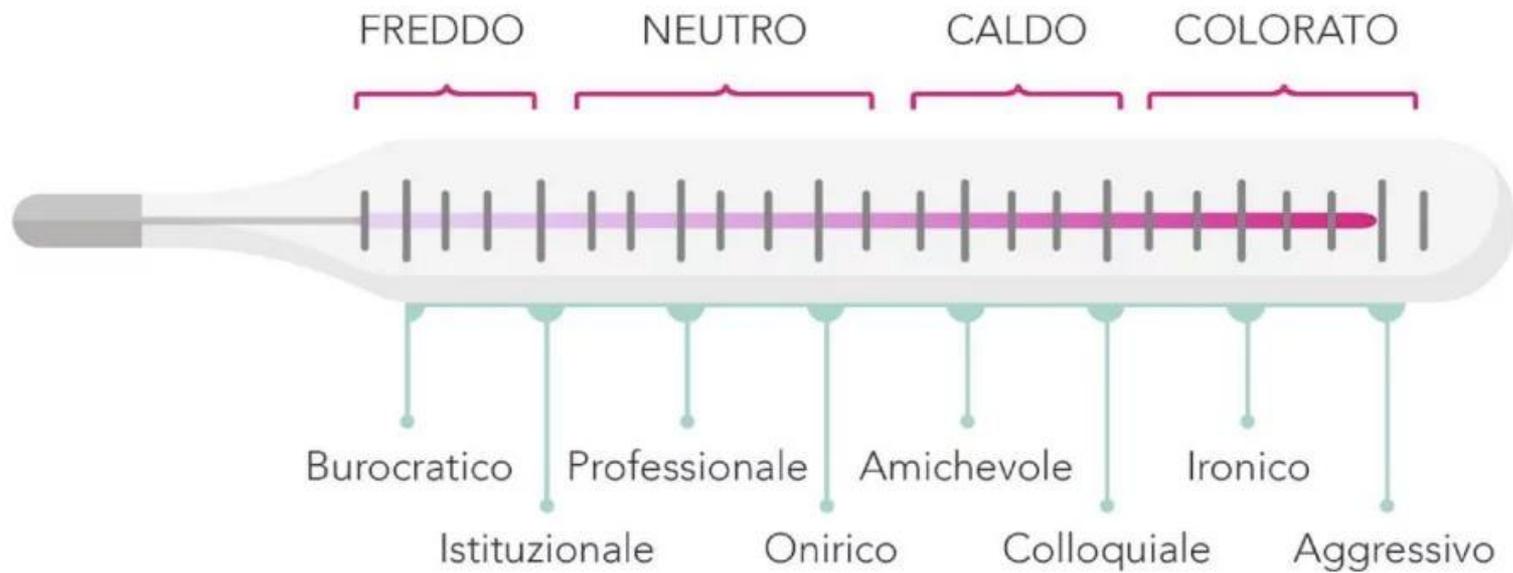
## **1. LE MODALITA' CON CUI EMETTIAMO IL MESSAGGIO LINGUISTICO**

**come: intonazione, volume della voce, ritmo dell'eloquio,  
pause.**

## **2. I SUONI CHE NON FANNO PARTE PROPRIAMENTE DELLA LINGUA**

**come: sospirare, gemere, schioccare la lingua, tossicchiare.**

# TIPI E LIVELLI DI TONO DI VOCE



# **LA VOCE** **il secondo volto dell'uomo**

## **GLI ELEMENTI DELLA VOCE**

### **IL TONO**

***amichevole – distaccato – aggressivo –  
timido – entusiastico – esitante – sicuro –  
stizzito – autoritario – incoraggiante –  
prepotente – severo – protettivo – querulo –  
tranquillo – lamentoso – pacato –  
interrogativo – sereno – sensuale***

**Il 10% dei conflitti avviene per opinioni diverse  
Il 90% è causato dal tono di voce sbagliato**



# **LA VOCE**

**VOLUME SUFFICIENTE**

**GIUSTO RITMO**

**ENUNCIAZIONE CHIARA**

**PRONUNCIA CORRETTA**

**VARIAZIONE DELLA VOCE**

**NO A PAROLE O FRASI PRIVE DI  
SIGNIFICATO - PAROLE SUPERFLUE**

**PARLARE SOLO QUANDO SI ESPIRA**

# **CONTRADDIZIONE TRA CONTENUTO E TONO**

**“QUELLA E’ LA PORTA”**

**Per richiedere a qualcuno di andarsene**

**“SI STA FACENDO TARDI”**

**Per chiedere di affrettarsi**

**“IL CAPO SEI TU”**

**Per dichiarare che si farà quello che vuole l’ascoltatore.**

**“SE LA USI COSI’ QUELLA BICI TI DURERA’ MOLTO”**

**Per dire di smetterla di usarla in quel modo**

**“NON CHIUDERLA LA MACCHINA...COSI’ NE TROVI DUE”**

**Per suggerire di chiudere l’auto**

# Role Playng

I cappelli del destino



## **I CAPPELLI DEL DESTINO**

Nell'eterna battaglia tra buoni e cattivi quattro buoni vengono catturati dai cattivi e, siccome questi sono veramente molto, molto cattivi, li seppelliscono fino al collo nella sabbia e annunciano che il mattino dopo, all'alba, li uccideranno. I poveretti non possono muoversi, né parlarsi, se no la loro fine sarà anticipata. Tre di essi sono seppelliti uno davanti all'altro, il quarto, per un bizzarro capriccio, è dietro a un muro. Nessuno di loro può parlare

Quindi A non vede nessuno dei suoi compagni e B si trova nella stessa condizione.

C può vedere B, e D può i due che stanno davanti.

Mentre i buoni sono inorriditi per la loro sorte, quando il capo dei cattivi, per aggiungere la beffa al danno, dice: "Va bene, vi darò una possibilità di salvarvi. Metteremo in testa a ciascuno di voi un cappello.

I cappelli saranno due bianchi e due neri. Uno solo di voi potrà parlare. Se saprà dirci di che colore è il cappello che porta sarete tutti salvi, altrimenti morirete tutti".

D

C

B

A



## Il segnale debole per eccellenza: *IL SILENZIO*

Il prigioniero A si trova oltre il muro e il passare del tempo non modifica significativamente le informazioni a sua disposizione. Ugualmente avviene per B che si trova davanti al muro dall'altra parte.

C sa il colore del cappello di B, ma l'informazione in un primo momento non gli consente di dare la risposta.

D vede i cappelli sia di B sia di C e tace.

Si produce quindi per C una modificazione della situazione iniziale ed essa non deriva da ciò che vede, ma da ciò che egli sente (segnale debole, il silenzio).

In particolare la modifica delle informazioni (nessuno parla perché sono tutti incerti) è significativa per C che può capire che D non parla perché è incerto.

La sua incertezza indica che B e C hanno cappelli di colore diverso, E quindi, a questo punto C, che vede il cappello bianco di B, può dedurre per differenza il colore del proprio cappello, dire "nero" e salvare se stesso e tutti gli altri.

L'importanza... delle ...pause

*Il mio Centro Estetico è in città il più attrezzato per risolvere qualsiasi inestetismo dell'uomo e della donna*

**Il mio** ... Centro Estetico è in città il più attrezzato per risolvere qualsiasi inestetismo dell'uomo e della donna  
(non quelli concorrenti)

Il mio Centro Estetico **è** ... in città il più attrezzato per risolvere qualsiasi inestetismo dell'uomo e della donna  
(oggi)

Il mio Centro Estetico è **in città** ... il più attrezzato per risolvere qualsiasi inestetismo dell'uomo e della donna  
(dove)

Il mio Centro Estetico è in città **il più attrezzato** ... per risolvere qualsiasi inestetismo dell'uomo e della donna  
(il migliore)

Il mio Centro Estetico è in città il più attrezzato **per risolvere qualsiasi ...** inestetismo dell'uomo e della donna  
(faccio tutto e bene)

Il mio Centro Estetico è in città il più attrezzato per risolvere qualsiasi **inestetismo ...** dell'uomo e della donna  
(quali problematiche)

Il mio Centro Estetico è in città il più attrezzato per risolvere qualsiasi inestetismo **dell'uomo ...** e della donna  
(Soprattutto l'uomo)

Il mio Centro Estetico è in città il più attrezzato per risolvere qualsiasi inestetismo dell'uomo e ... **della donna**  
(Soprattutto la donna)

# Il linguaggio del corpo

