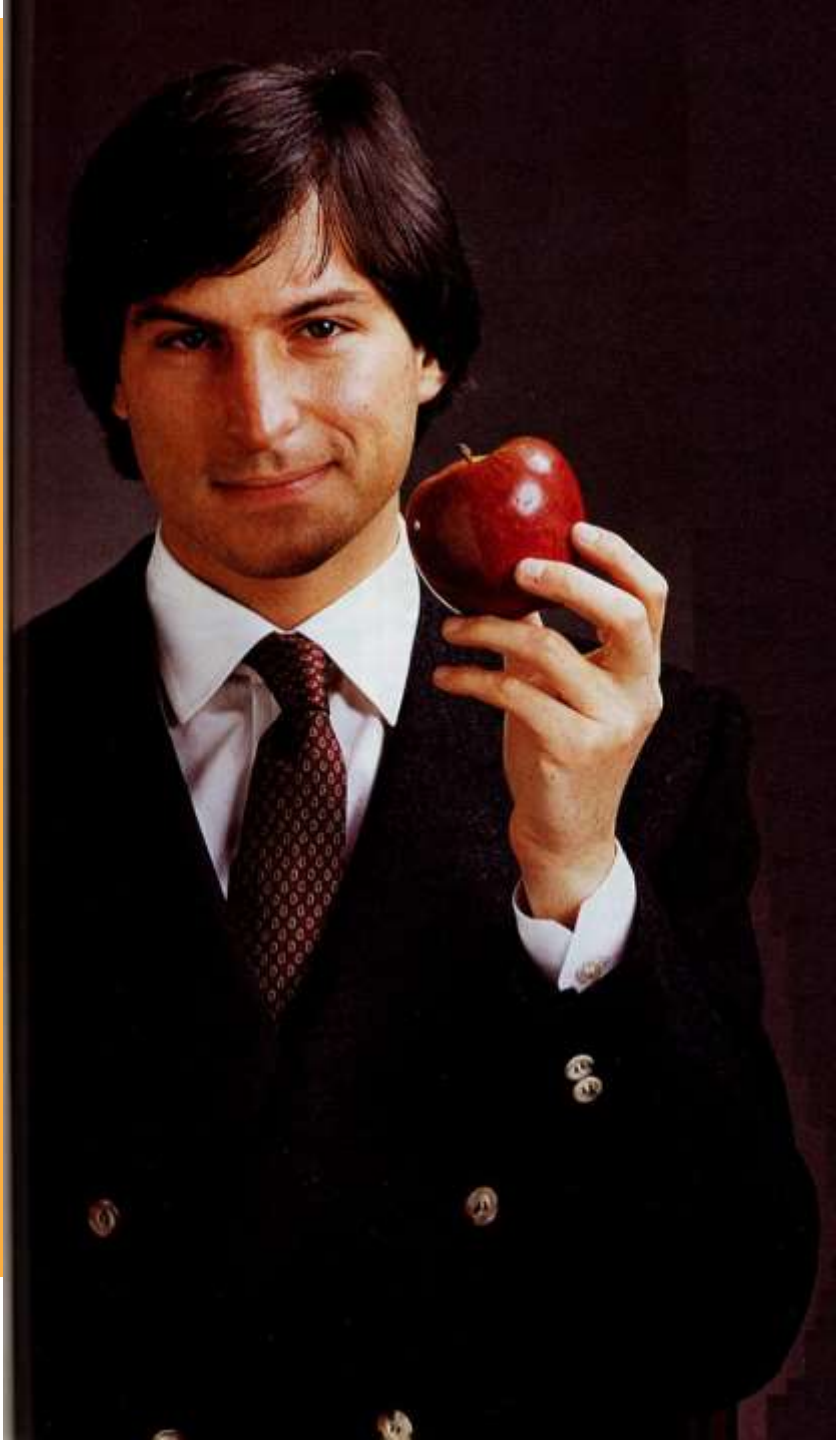


LUISS Business School

Executive Education

*LXIII Congresso Nazionale
Ordini Ingegneri d'Italia*

12-13 Settembre 2018



GABRIELE MICOZZI

IL MIO FACEBOOK

<https://www.facebook.com/gabriele.micozzi.75>

<https://www.facebook.com/pages/Officinamarketing/543381832370396>

IL BLOG

<http://officinamarketing.blogspot.com/>

IL CANALE YOUTUBE

<http://www.youtube.com/user/gabrielemicozzi>

LE MIE SLIDE

<http://www.slideshare.net/gmicozzi/>

SKYPE :

gmicozzi68

LINKEDIN :

http://www.linkedin.com/profile/edit?trk=hb_tab_pro

EMAIL :

gmicozzi@yahoo.it

CELLULARE

3491026113



Docente Luiss ed Università
Politecnica delle Marche



In ogni dettaglio esiste la grazia dell'Universo, fermati ad ascoltare il rumore del tuo cuore, annusa il sapore dell'aria che respiri, dona un sorriso a chi ti guarda, vivi lo straordinario di ciò che ti è accanto, comprendi le sfumature, donati un attimo di tempo sospeso tra il passato e il futuro. Vivi oltre le apparenze, urla il bambino che hai dentro, non accontentarti di sopravvivere.

Ti auguro di intensamente vivere il mistero che ti circonda.

PRINCIPI DELLA COMUNICAZIONE

Oggi il successo delle imprese, degli uomini e dei prodotti dipende dalla loro capacità di comunicare e di tessere proficue relazioni con il territorio...

(Bill Gates)

Il significato della nostra comunicazione è la risposta che se ne ottiene, indipendentemente da quanto intendiamo realmente comunicare. Se vi accorgete di non ottenere , quel che volevate cambiate quel che state facendo.

- (Richard Bandler - John Grinder)

PERCEZIONE

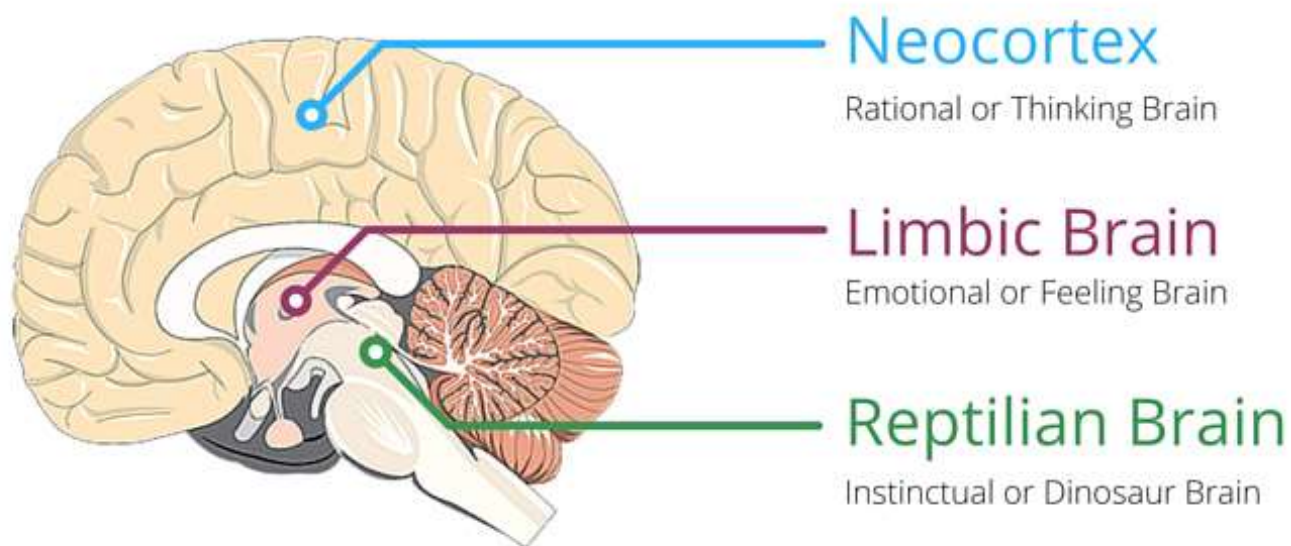
“ Il buon comunicatore è responsabile al 100% dei risultati che ottiene (o che non ottiene) ”

PERCEZIONE

I nostri **5 sensi** raccolgono ogni secondo qualcosa come **11 milioni di micro informazioni** dal mondo che ci circonda e solo **40 di queste** vengono elaborate dalla nostra parte conscia.

Gabriele Micozzi DOCENTE LUISS BUSINESS SCHOOL -UNIVERSITA' POLITECNICA DELLE MARCHE gmicozzi@yahoo.it 3491026113

PERCEZIONE









**RAPPRESENTAZIONI
CHE ACCRESCONO
L'ATTENZIONE E LA
CREDIBILITA'**



**RAPPRESENTAZIONI
CHE ACCRESCONO
L'ATTENZIONE E LA
CREDIBILITA'**



PERCEZIONE : ANCORAGGIO



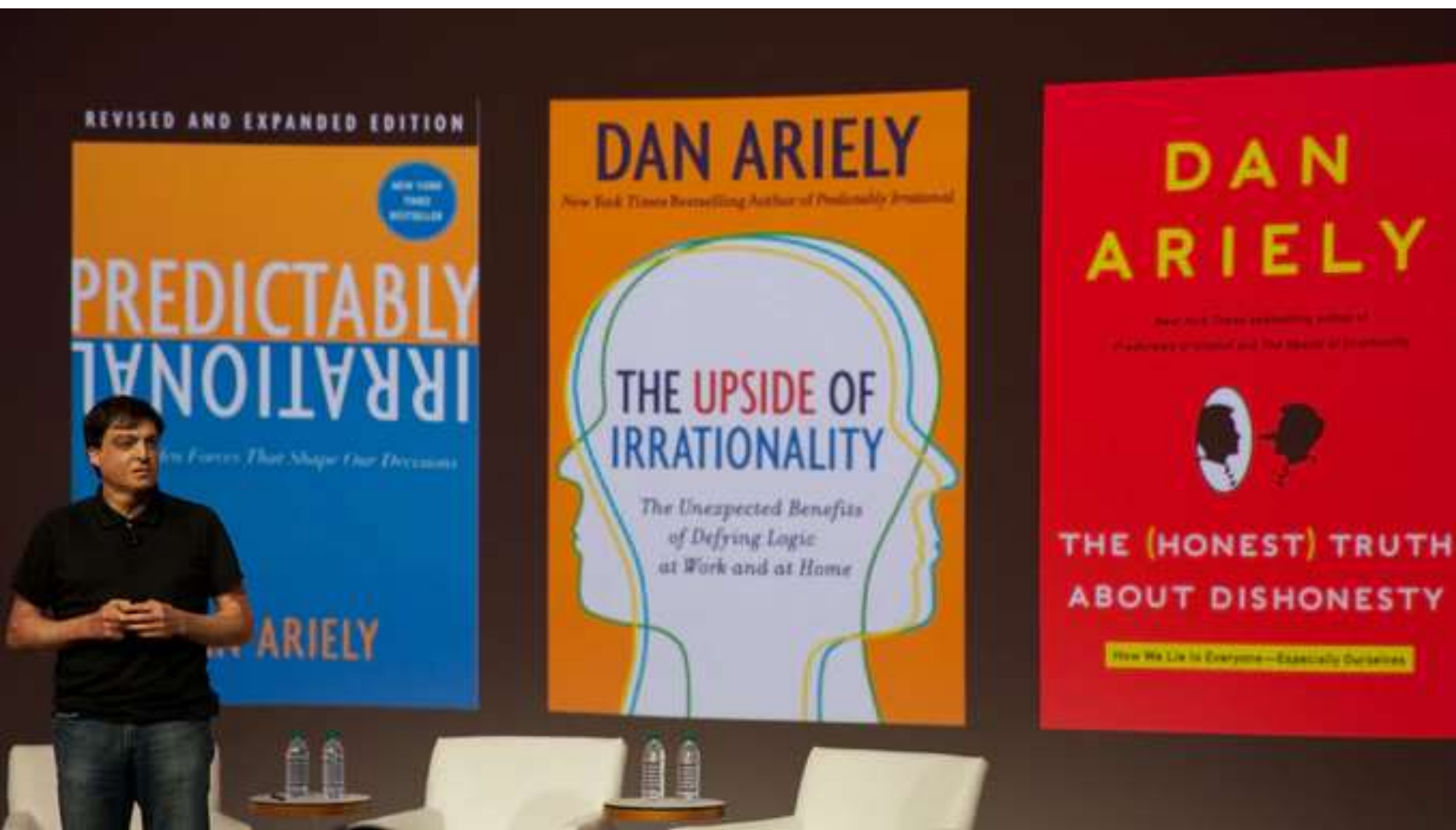
Dan Ariely è uno dei più famosi e autorevoli esperti di economia comportamentale. Il suo primo libro, *Predictably irrational*, pubblicato in italiano da Rizzoli, è diventato un successo mondiale e ha portato il suo lavoro all'attenzione del grande pubblico, anche grazie alla sua straordinaria capacità di comunicare le ricerche più tecniche e specialistiche in un linguaggio semplice, accattivante e sempre venato di una bonaria ironia. Ariely è uno spirito (e un cervello) libero, e per seguire i suoi interessi e le sue curiosità non si preoccupa di percorrere strade che possano magari non coincidere con le regole non scritte della rispettabilità accademica. Una delle sue ricerche più celebri, che gli è valsa il premio IgNobel per la Medicina nel 2008, riguarda il modo con cui uno stato di eccitazione sessuale cambia la valutazione che le persone danno di certe scelte. La ricerca, che essendo condotta come



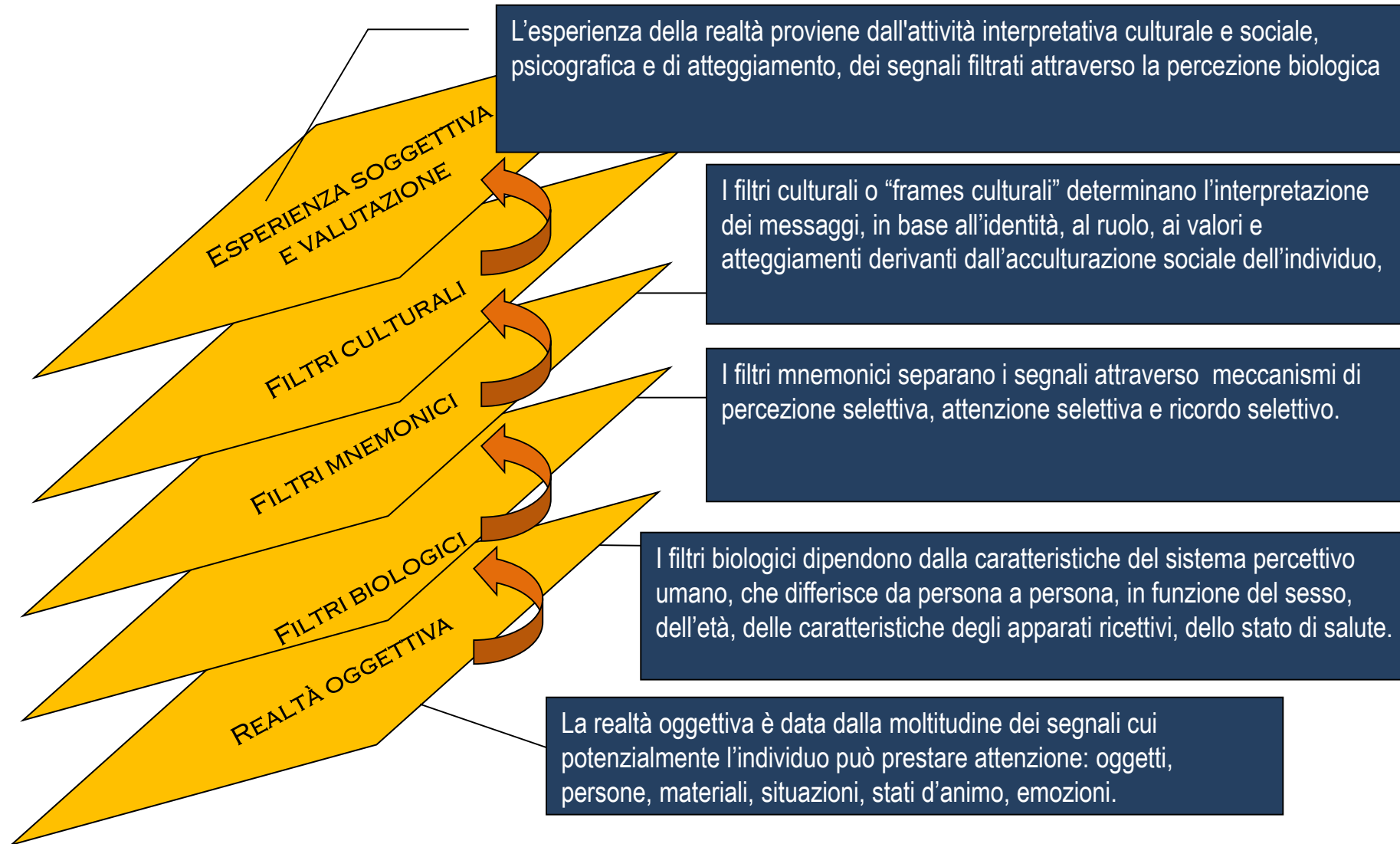
Se nel suo primo libro *Ariely* si era concentrato soprattutto sulle distorsioni prodotte dal comportamento irrazionale, e quindi soprattutto su possibili difetti da correggere, in questo secondo libro egli insiste piuttosto proprio su quegli elementi del comportamento irrazionale che stanno alla base della produzione dei significati della vita di ogni giorno, come nel cosiddetto "effetto Ikea", che ci porta a sopravvalutare gli oggetti che noi stessi fabbrichiamo non tanto per il loro valore estetico o per la loro utilità effettiva ma perché, letteralmente, contengono "qualcosa di noi".

Oppure, la nostra ostinazione nel **persistere in scelte che ci sono costate profonde sofferenze personali**, perché al di là dei vantaggi e degli svantaggi oggettivi nel portarle avanti, la persistenza diviene l'unico modo per dare un senso alle sofferenze che abbiamo patito, per riscattare i momenti dolorosi della vita.

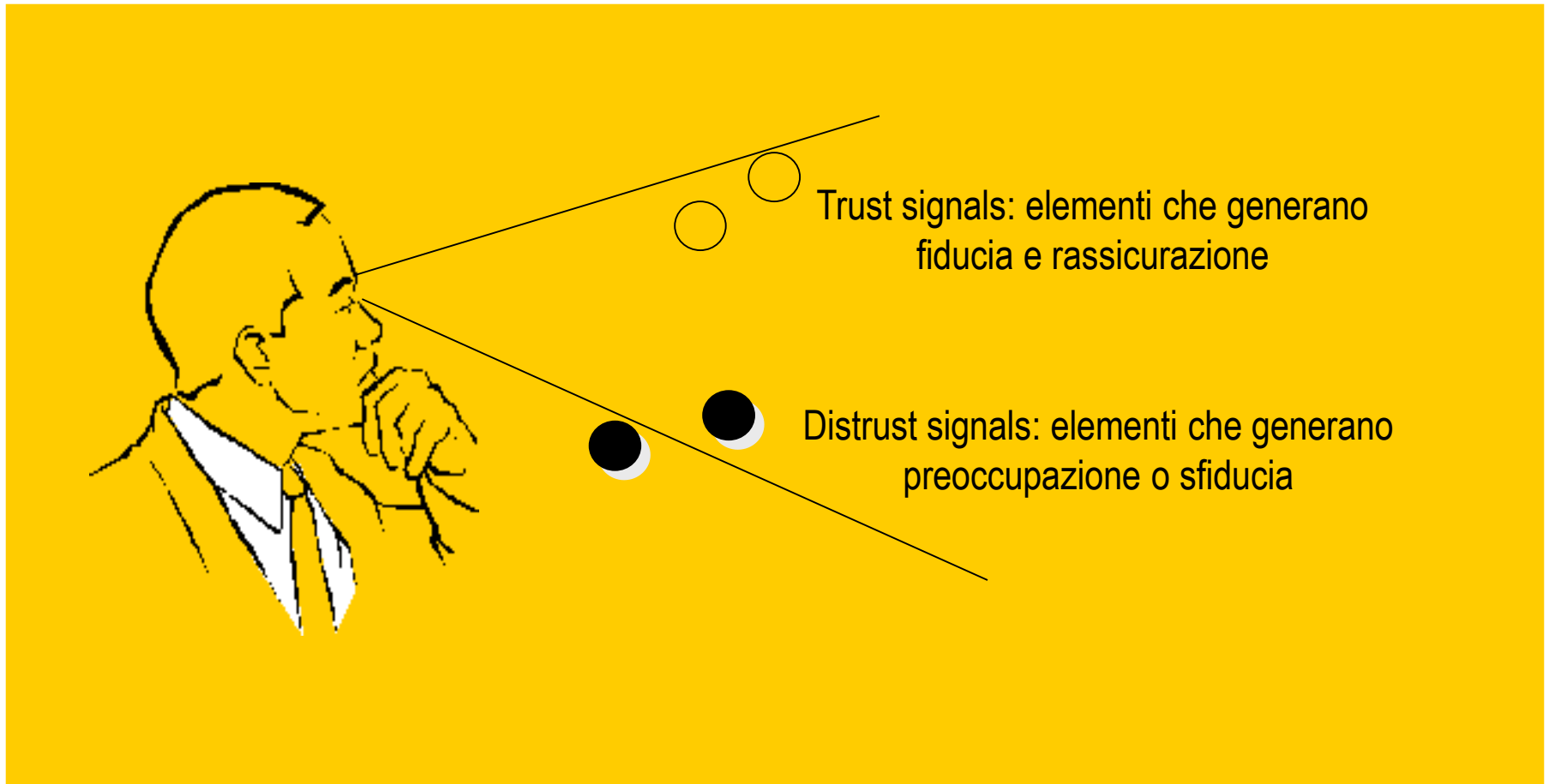
Oppure, ancora, la nostra **propensione a vendicarci di un torto subito anche a costo di sopportare conseguenze negative e svantaggi personali**, per provare la soddisfazione di



FILTRI DELLA PERCEZIONE

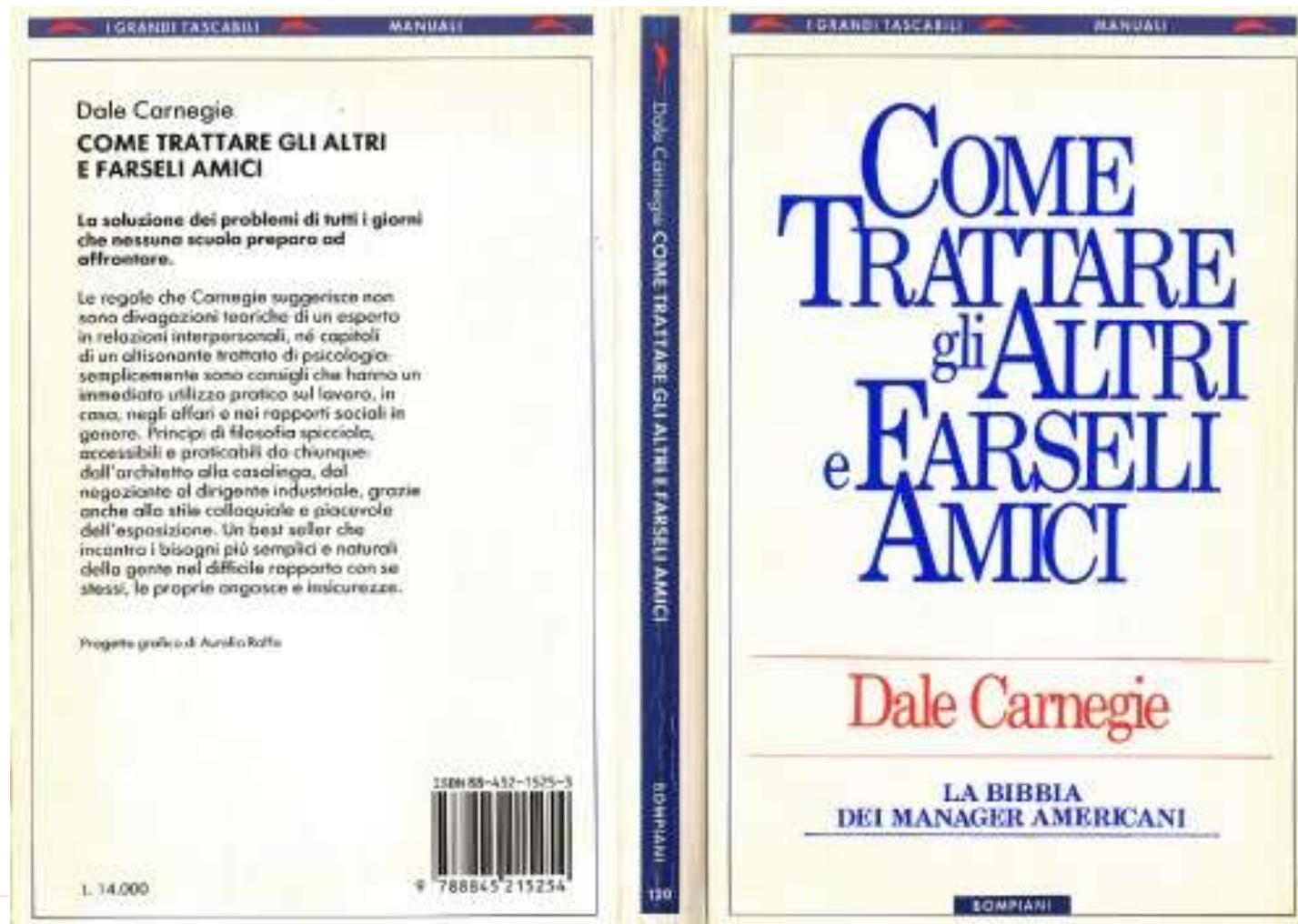


TRUST SIGNALS, DISTRUST SIGNALS E COMUNICAZIONE D'IMPRESA



PRINCIPI DI COMUNICAZIONE VERBALE

PRINCIPI BASE DI DALE CARNEGIE



PRINCIPI DI COMUNICAZIONE VERBALE

PRINCIPI BASE DI DALE CARNEGIE

- 1 Non criticate, non condannate, non recriminate (paradosso di Al Capone) anzi fate sentire gli altri importanti
- 2 Siate prodighi di apprezzamenti sinceri (Paradosso di Paul Harvey alias Stevie Wonder)
- 3 Non vendersi, ma farsi comprare, comprendere gli obiettivi degli altri (le fragole con la panna e i pesci). Vedete le cose dal punto di vista del vostro interlocutore
- 4 Interessatevi alle altre persone
- 5 Sorridete
- 6 Siate buoni ascoltatori
- 7 Valorizzate e ricordate il nome degli altri (F.D.Roosevelt)
- 8 Il modo migliore per aver la meglio in una discussione è evitarla
- 9 Mostrare rispetto per le opinioni altrui
- 10 Riconoscete i vostri errori
- 11 Fate domande anziché impartire ordini diretti
- 12 Se avete torto ammettetelo subito

TECNICHE DI FONETICA



- 5 dimensioni
- Picchi e valli
- Accelerazioni e Rallentamenti
- Pause
- Caricamento della voce
- Interpretazione :
aria, terra, fuoco,
roccia

TECNICHE DI FONETICA

- 4 interpretazioni
- Aria (EMPATIA)
- Terra (INTIMITA')
- Fuoco (AZIONE)
- Roccia (ATTENZIONE)

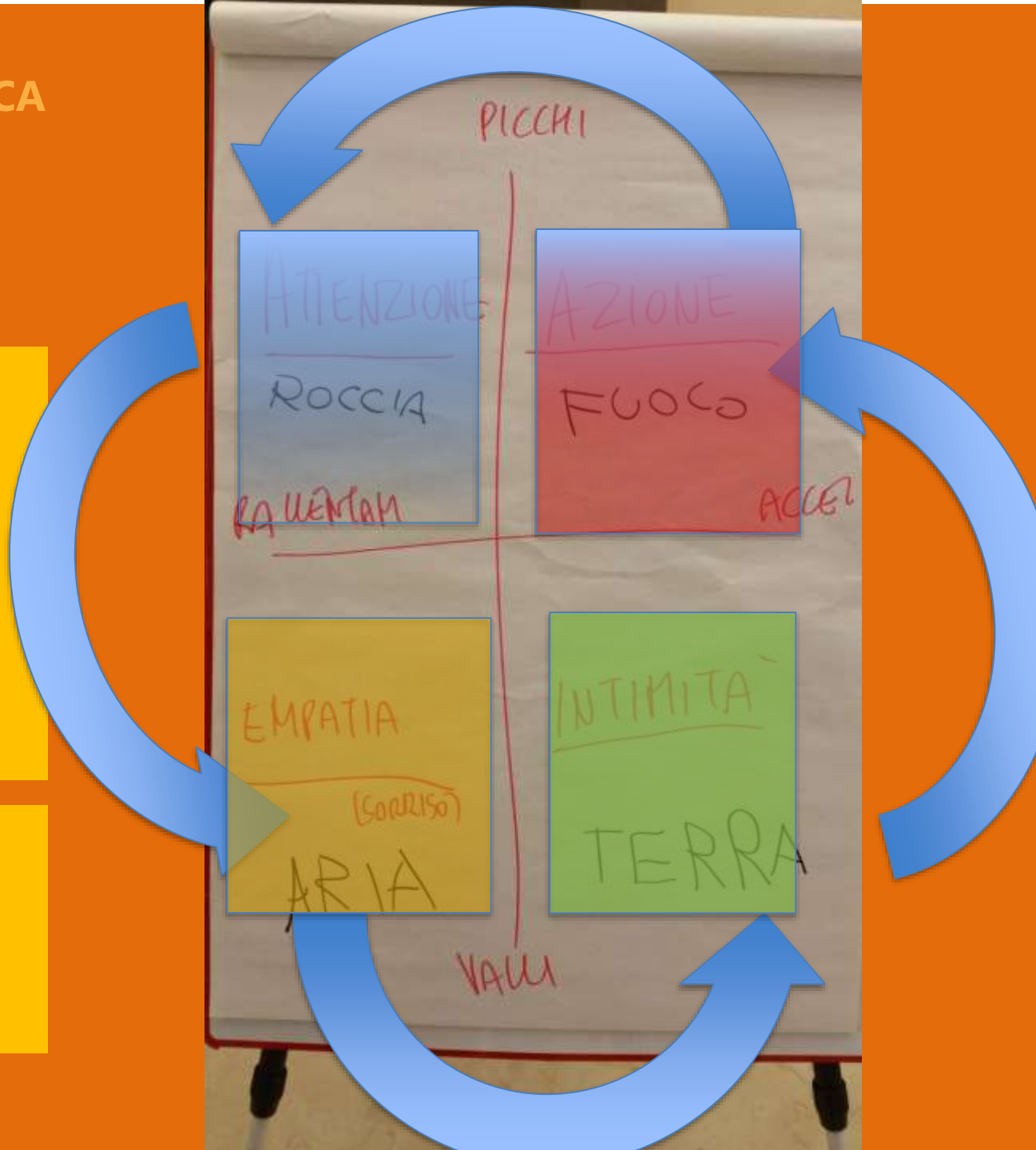
- Circuito della credibilità



TECNICHE DI FONETICA

- 4 interpretazioni
- Aria (EMPATIA)
- Terra (INTIMITA')
- Fuoco (AZIONE)
- Roccia (ATTENZIONE)

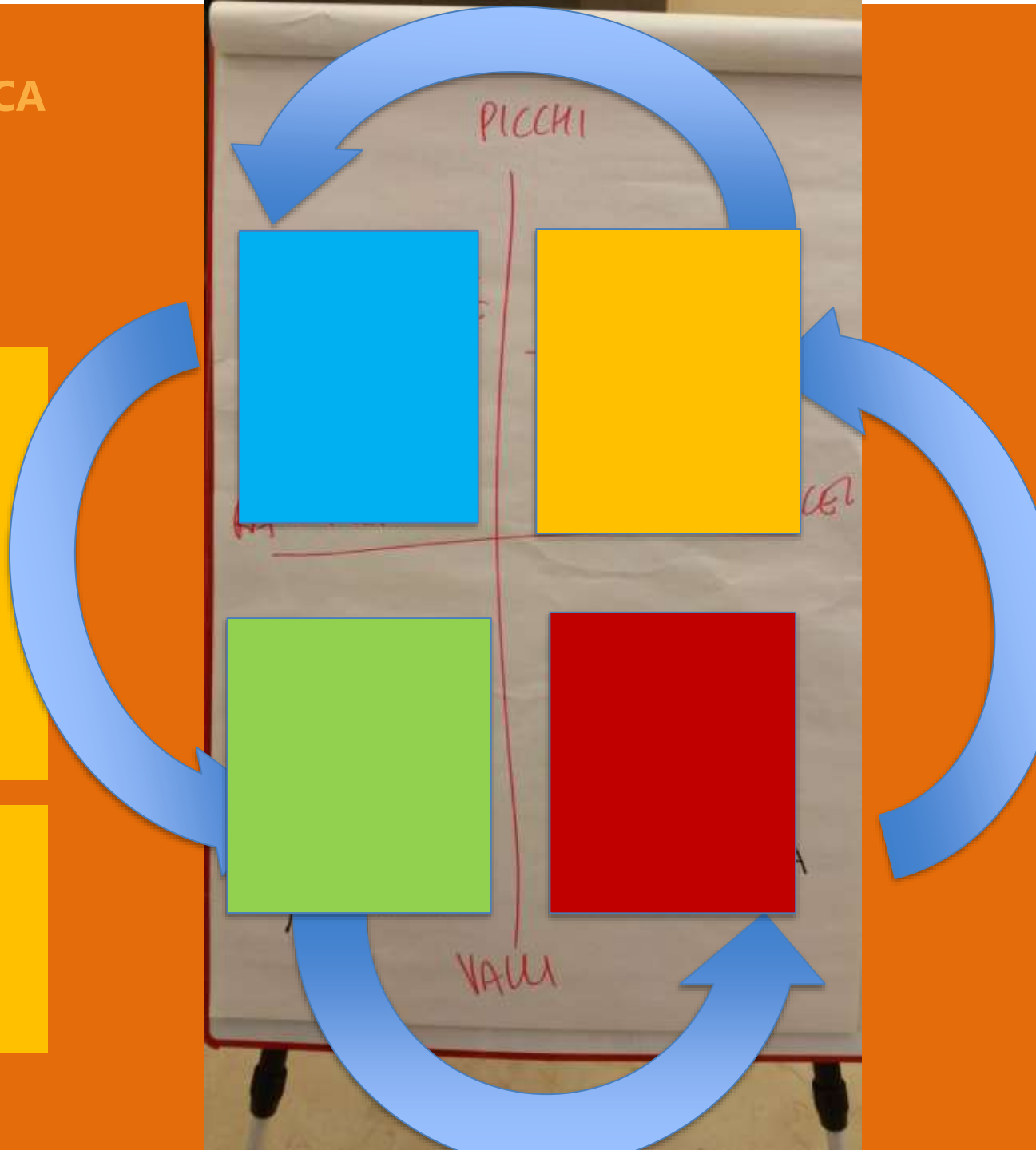
- Circuito della credibilità



TECNICHE DI FONETICA

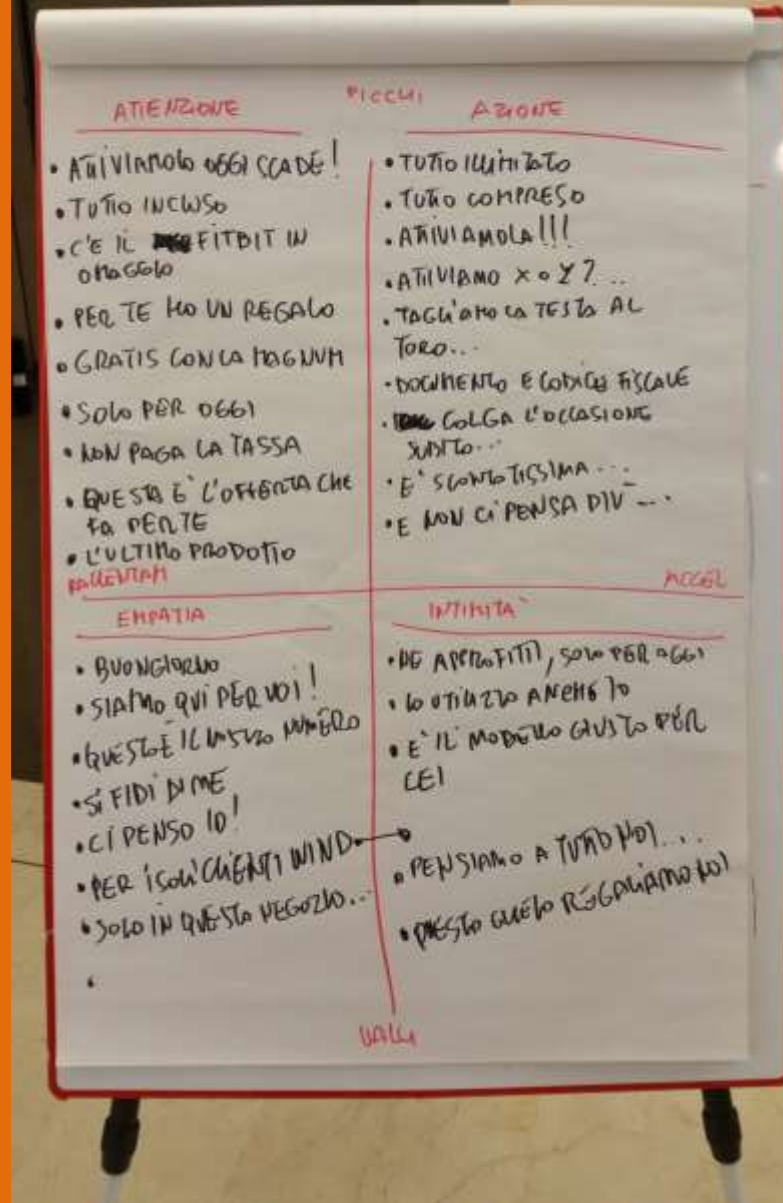
- 4 interpretazioni
- Aria (EMPATIA)
- Terra (INTIMITA')
- Fuoco (AZIONE)
- Roccia (ATTENZIONE)

- Circuito della credibilità



TECNICHE DI FONETICA

- Interpretando con stili diversi le stesse parole ne escono fuori significati diversi...
- Ci sono parole che hanno bisogno di un loro stile interpretativo per essere efficaci



COMUNICAZIONE NON VERBALE

- Quali sono i **gesti spazzatura**?
- Che cosa i **gesti lucchetto**?
- Che cosa i **gesti che comunicano piacere**?
- Quali sono i **gesti terra**?

INTELLIGENZA CORPOREA

LA COMUNICAZIONE NON VERBALE



Fig. 903—Hog.



Fig. 904.—HOGGISH.



Amy Cuddy's research on body language reveals that we can change other people's perceptions — and even our own body chemistry — simply by changing body positions.

Why you should listen to her:

Amy Cuddy wasn't supposed to become a successful scientist. In fact, she wasn't even supposed to finish her undergraduate degree. Early in her college career, Cuddy suffered a severe head injury in a car accident, and doctors said she would struggle to fully regain her mental capacity and finish her undergraduate degree.

But she proved them wrong. Today, Cuddy is a professor and researcher at **Harvard Business School**, where she studies how nonverbal behavior and snap judgments affect people from the classroom to the boardroom. And her training as a classical dancer (another skill she regained after her injury) is evident in her fascinating work on "power posing" — how your body position influences others and even your own brain.

This Simple 'Power Pose' Can Change Your Life And Career

https://www.ted.com/talks/amy_cuddy_your_body_language_shapes_who_you_are

AMY CUDDY: LINK AL VIDEO



TED



POWER POSE

AMY CUDDY: LINK AL VIDEO

IN LOW POWER SITUATIONS, MEANWHILE, WHEN PEOPLE OR ANIMALS ARE FEELING FEEBLE AND HELPLESS, THEY CLOSE UP.

UNPOWER POSE

Our nonverbals govern how we think and feel about ourselves.

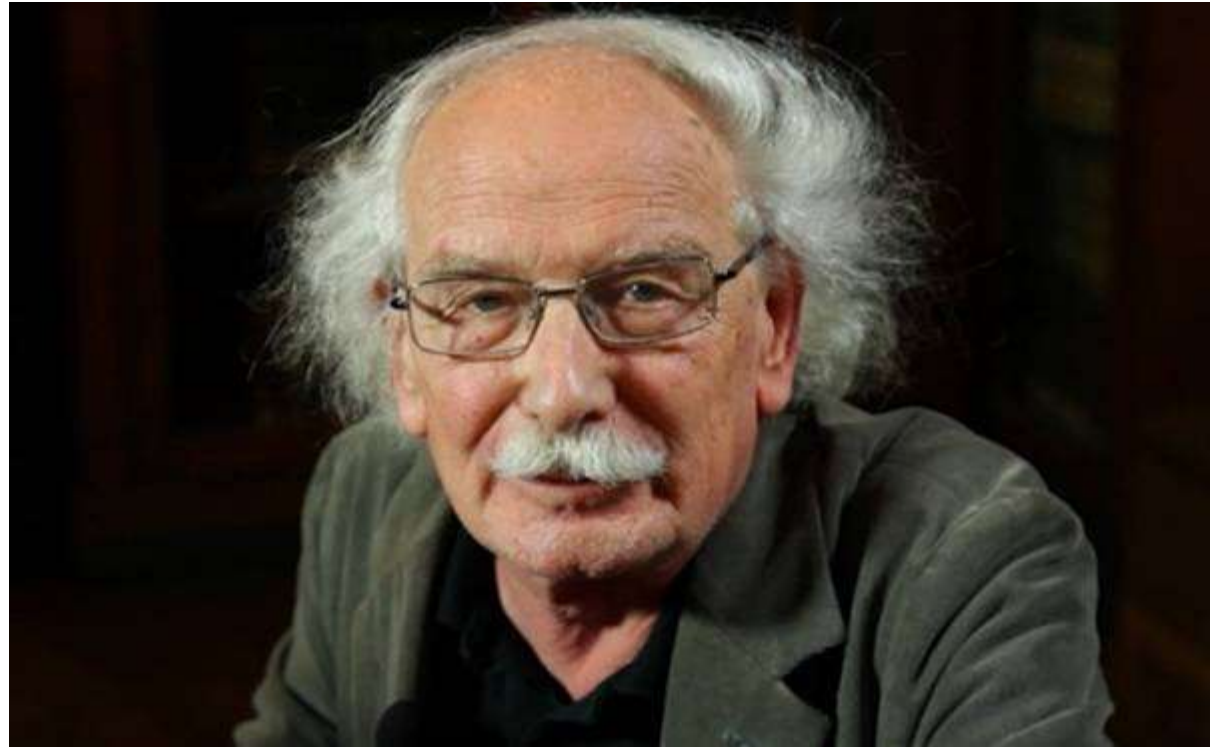
Our bodies change our minds

...and our minds change our behavior

...and our behavior changes our outcomes.

15:47 / 21:03

GIACOMO RIZZOLATTI



GIACOMO RIZZOLATTI (KIEV, 28 APRILE 1937) È UN NEUROSCIENZIATO ITALIANO.

Scoperti nelle scimmie dal team di Giacomo Rizzolatti dell'Università di Parma in una serie di lavori compiuti tra gli anni '80 e '90, i neuroni specchio sono nella corteccia cerebrale a livello frontale e parietale e sono alla base della capacità di comprendere e riprodurre le azioni altrui.

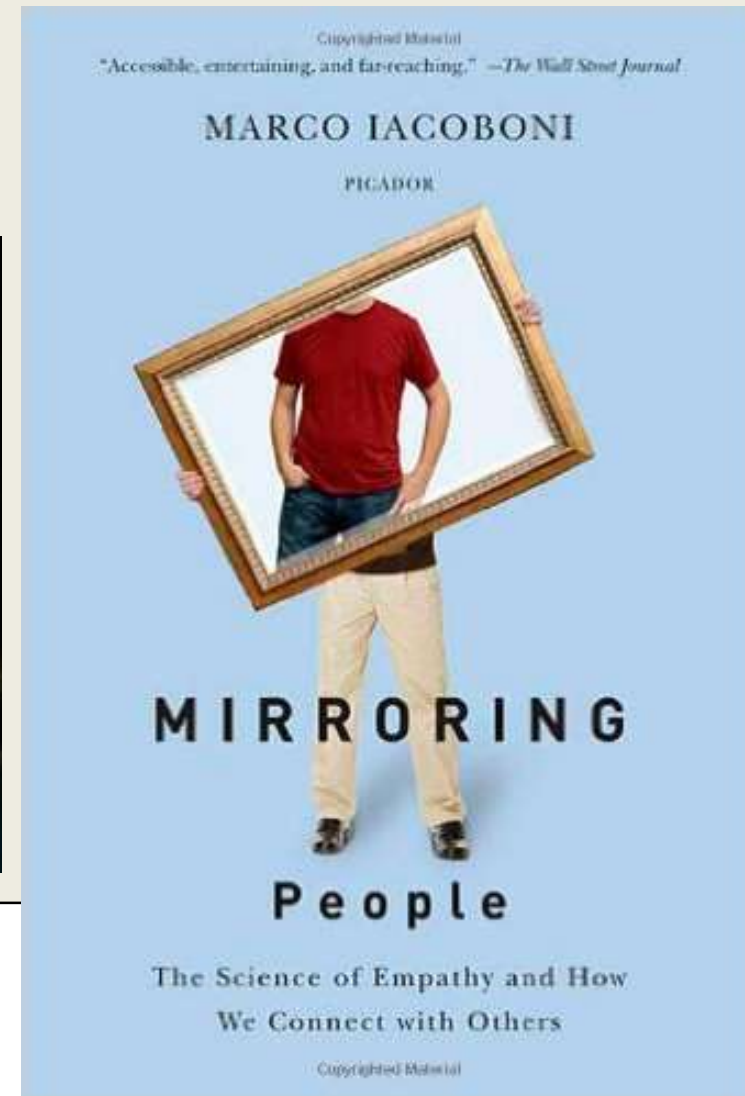
Funzionano proprio come uno specchio riproducendo nel nostro cervello azioni o stati d'animo osservati in altre persone.

In pratica, cioè, si attivano sia quando compiamo un'azione, sia quando la vediamo compiuta da altri. Il sorriso di qualcuno che arrivi ai nostri occhi, quindi, li eccita come si ecciterebbero se fossimo noi stessi a sorridere.



A fornirla il team dell'italiano Marco Iacoboni dell'Università di Los Angeles in uno studio tanto atteso perché finora la loro esistenza nell'uomo era solo teorizzata o provata in modo indiretto. E non è tutto: il team ha anche scoperto nuove popolazioni di neuroni specchio in varie aree neurali.

Canis e neuroni specchio: Angelo Vaira intervista Marco Iacoboni



<https://www.youtube.com/watch?v=WAsApo6lQe0>

**La parola “empatia”
deriva dall’etimologia greca (in - dentro, pathos -
soffrire/sentire) che vuol dire provare le stesse
sensazioni dell’altro.**

Si è in empatia con un'altra persona nel momento in cui ci si cala nei suoi stessi panni e si percepisce allo stesso modo la realtà.

E' naturale che una mamma si trovi in perfetta empatia con i propri figli riuscendo a coglierne le esigenze più intime vivendo in uno stato di simbiosi.





Anche un bravo attore che interpreta una parte deve essere in empatia con il personaggio che interpreta.

NEURONI SPECCHIO : LINK AL VIDEO



<http://www.youtube.com/watch?v=LEwldh-eC74>

EMPATIA : LINK AL VIDEO

JEREMY RIFKIN
THE EMPATHIC
CIVILISATION

Jeremy Rifkin. La Civiltà Empatica.

00.00.13

00.10.26



<https://www.youtube.com/watch?v=SCpbz75hNz8>

Comunicazione = **Relazione** + Contenuto

7%

Contenuto: Parole

93%

Relazione: Emozioni

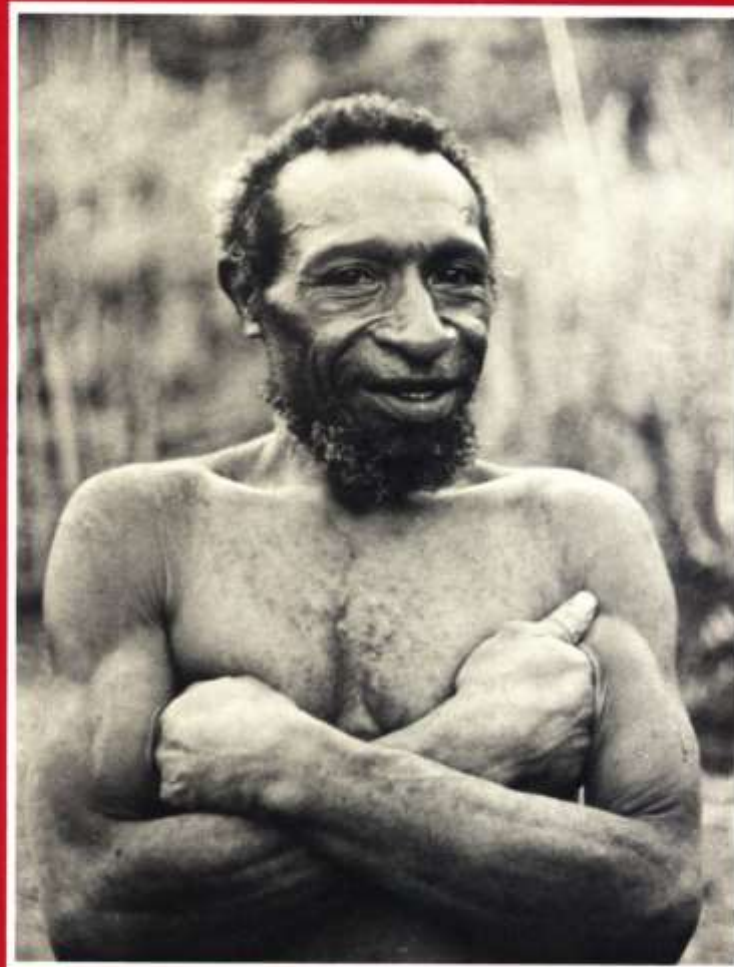


- ***Paul Eckman*** ha studiato per molti anni le espressioni facciali,
- Per esempio anche in un gruppo della Nuova Guinea, di cultura primitiva, le espressioni facciali relative a particolari **emozioni** **somigliano molto a quelle delle società più avanzate**; ciò accade in particolare per l'emozione della **rabbia**, del **disgusto**, della **felicità**, della **tristezza**, della **paura** e della **sorpresa**, che sembrano universalmente espresse allo stesso modo, probabilmente perché biologicamente più primitive e dunque universali.

THE FACE OF MAN

Expressions of Universal Emotions
in a New Guinea Village

FONDAZIONE
LUISS



Paul Ekman

LUISS BUSINESS
SCHOOL

EFMD
EQUIS
ACCREDITED

The New Guinea man featured below was living in an isolated, preliterate culture using stone implements which had never seen any outsiders before. [Dr. Paul Ekman asked him to show what his face would look like if: His child had just died. He stepped on a smelly dead pig. He was about to fight. Friends had come](#)



I consulenti e i terapeuti che sorridono di più, guardano di più e in generale sono più espressivi **sono considerati più cordiali e più competenti** dai loro clienti (Leathers, 1986; Patterson, 1983).

Gli allievi lavorano di più se gli **insegnanti sorridono** molto e questo effetto è più forte di quelli prodotti dalle gratificazioni verbali (Keith, Tomatzky e Pettigrew, 1974).

Altri studi hanno riscontrato livelli più alti di attenzione quando gli **allievi sono osservati di più**, maggiore apprendimento quando gli insegnanti gesticolano di più



IL TONO GENERALE DEL BUSTO E L'ANGOLAZIONE DEL CORPO

- Osserviamo come una persona si raddrizzi quando trova motivo di interesse e come invece si “accasci” quando è stanca e demotivata.
- Si protende verso di noi con attenzione “bevendo” le nostre parole, o rimane appoggiata allo schienale della poltrona, a gambe distese, completamente abbandonata?
- Ostenta una calma, il busto è fermo e le mani sono nelle tasche? Oppure si dondola nervosamente da sinistra a destra, manifestando malessere ed imbarazzo?

LA RESPIRAZIONE

- La respirazione è strettamente legata alle emozioni.
- Ascoltiamo se il ritmo respiratorio del nostro interlocutore cambia, se diventa
 - piu' rapido,
 - piu' calmo,
 - piu' profondo.
 - il respiro è trattenuto?
 - e' leggero?
- Traiamone le conclusioni.

MOVIMENTI DELLE BRACCIA E DELLE GAMBE

MOVIMENTI DELLE BRACCIA

- Guadagnare spazio, essere a proprio agio, o al contrario restare in guardia, i gomiti contro il corpo. Scandire la propria opinione in modo deciso o raggomitolato per battere in ritirata, ecco cio' che deve metterci in guardia.

MOVIMENTI DELLE GAMBE

- Incrociate o disincrociate, distese o annodate, indicano rifiuto o collaborazione, disimpegno o timore

GLI AUTOCONTATTI

- **Toccarsi il viso, la nuca, la fronte** è spesso un modo per rivivere il **senso di sicurezza e conforto dato dal contatto fisico con i genitori**
- Sono manifestazioni d'incoraggiamento o di difesa che ci prodighiamo nei momenti di stanchezza o di tensione interna.
- Piccole carezze, riscaldamento, appoggio, massaggio: la mano sostiene il capo o trattiene il braccio, accarezza il naso o la barba, massaggia la fronte o la radice del naso.
- Il messaggio è chiaro, la persona è **stanca, deconcentrata; si sta' ricaricando per riprendere il controllo.**



30. "Well. I don't know."

TEST

Gesti simpatici (aria)

Gesti stimolanti (fuoco)

Gesti diretti (roccia)

Gesti assertivi (terra)

Gesti scomposti

Gesti coordinati

Determinazione (roccia)

GESTI ROCCIA : ATTENZIONE E DETERMINAZIONE



ISRAELI PRIME MINISTER BENJAMIN NETANYAHU DELIVERS A STATEMENT TO MEMBERS OF THE FOREIGN PRESS IN JERUSALEM, TUESDAY, JAN. 11, 2011. NETANYAHU INSISTS THAT IRAN WILL NOT STOP ITS NUCLEAR PROGRAM UNLESS ECONOMIC SANCTIONS ARE BACKED WITH A "CREDIBLE MILITARY OPTION."

GESTI ROCCIA : ATTENZIONE E DETERMINAZIONE



ISRAEL'S PRIME MINISTER BENJAMIN NETANYAHU GESTURES AS HE ADDRESSES MEMBERS OF THE FOREIGN MEDIA DURING A RECEPTION IN JERUSALEM JANUARY 11, 2011. ONLY THE CONVINCING THREAT OF MILITARY ACTION HEADED BY THE UNITED STATES WILL PERSUADE IRAN TO DROP PLANS TO BUILD AN ATOMIC BOMB,

Incitamento (fuoco)

GESTI FUOCO : AZIONE, MOTIVAZIONE



GESTI FUOCO : AZIONE, MOTIVAZIONE



GESTI FUOCO : AZIONE, MOTIVAZIONE



Professionalità e leadership (terra)

GESTI TERRA : INTIMITA', ASSERTIVITÀ



GESTI TERRA : INTIMITA', ASSERTIVITÀ



GESTI TERRA : INTIMITA', ASSERTIVITÀ

STAND UP STRAIGHT BUT RELAXED

IF YOU STAND UP STRAIGHT, IT SHOWS THAT YOU ARE SELF-CONFIDENT AND SELF-ASSURED. FEET SHOULD BE APART PROPERLY AND BOTH HANDS RELAXED BY YOUR SIDE. YOU CAN OCCASIONALLY GESTURE WITH YOUR HANDS IN ORDER TO UNDERScore A POINT OR DIRECT YOUR AUDIENCE'S ATTENTION TOWARDS SOMETHING INTERESTING. CHEST UP AND HEAD HIGH. BE CONFIDENT WITHOUT SHOWING ANY ARROGANCE.



GESTI TERRA : INTIMITA', ASSERTIVITÀ

DON'T IGNORE YOUR GESTURES

WHENEVER YOU TALK YOU WILL MAKE ARM MOVEMENTS, FACIAL GESTURE AND YOU MAY EVEN PACE AROUND THE ROOM! EVERY ONE OF YOUR GESTURES TELLS YOUR AUDIENCE A MESSAGE; IT MAY DISPLAY NERVES, CONFIDENCE OR SIMPLY UNCERTAINTY.



GESTI TERRA : INTIMITA', ASSERTIVITÀ



Simpatia (aria)

GESTI ARIA : EMPATIA, SIMPATIA



GESTI ARIA : EMPATIA, SIMPATIA



LO SGUARDO



Lo sguardo è legame, senza sguardo non c'è rapporto.

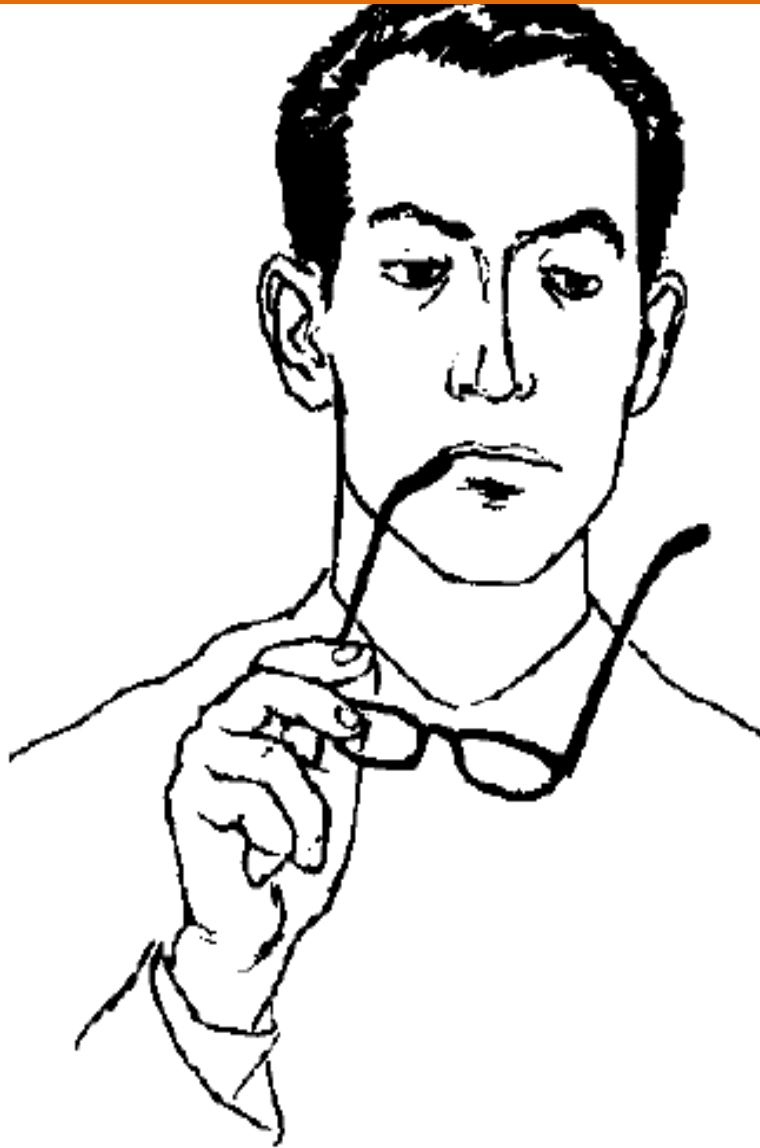
Lo sguardo può essere **schiaffo** o **carezza**

Distolto o presente?, Sfuggente, o rivolto verso il basso?

Allegro o smarrito nel vuoto?

I due registri dello sguardo
 professionale

LO SGUARDO: GESTI DI DUBBIO



26. Gaining time to evaluate

HOW TO READ A PERSON LIKE A BOOK

GERARD I. NIERENBERG AND HENRY H. CALERO

LO SGUARDO: GESTI DI DUBBIO



22. Evaluation gestures

Gesti spazzatura (disprezzo)

GESTI SPAZZATURA : DISPREZZO



GESTI SPAZZATURA : DISPREZZO



GESTI SPAZZATURA : DISPREZZO



GESTI SPAZZATURA : DISPREZZO



23. A critical evaluation

SORRISO : LINK AL VIDEO



https://www.ted.com/talks/ron_gutman_the_hidden_power_of_smiling#t-371255

NEGLI ULTIMI ANNI MOLTI STUDI DIMOSTRANO COME AGENDO SUL CORPO POSSIAMO INFLUENZARE ATTEGGIAMENTI, GIUDIZI E MOTIVAZIONE. E' LA COSIDDETTA INTELLIGENZA CORPOREA: SE SORRIDI SARAI FELICE E TI PASSERÀ LA TRISTEZZA. UN BEL SORRISO SEMBRA POTER CAMBIARE IL NOSTRO STATO EMOTIVO, COME IPOTIZZARONO AI PRIMI DEL 900 JAMES LANGE E WALTER CANNON FORMULANDO LA "TEORIA PERIFERICA" DELLE EMOZIONI CHE POTREMMO SINTETIZZARE COSÌ: NON SORRIDIAMO PERCHÉ SIAMO FELICI, SIAMO FELICI PERCHÉ SORRIDIAMO.



ANTROPOLOGIA DEL SORRISO: LE ORIGINI

Il sorriso è un comportamento esclusivo della specie umana. Ciò significa che anche le specie biologicamente più vicine all'uomo, come lo scimpanzé (98%) o il gorilla (97%) non sorridono. Il sorriso compare sul volto dell'uomo soltanto dopo alcune settimane di vita. In tutte le popolazioni i bambini sorridono anche i bambini ciechi.

L'origine biologica del sorriso risiede nel **ghigno di minaccia** che il progenitore dell'uomo lanciava verso il rivale per spaventarlo.

Il ghigno, benché minaccioso, svolgeva una **funzione sociale, pacifica**, in quanto tentava comunque di ottenere in modo incruento ciò che altrimenti sarebbe potuto ottenersi solo con il ricorso alla violenza.

ANTROPOLOGIA DEL SORRISO: IL RAPPORTO CIRCOLARE

Il sorriso si manifesta intorno ai 2 mesi.

Al sorriso del bambino, che viene interpretato come il riconoscimento di una figura amata e privilegiata la madre risponde con un altro sorriso con vocalizzazioni e carezze.

Questo comportamento della madre rinforza il comportamento del bambino creandosi un rapporto circolare :

il bambino sorride, la madre risponde affettuosamente, il bambino sorride di nuovo.

Tale rapporto circolare del sorriso permane negli adulti.

- Lo studioso Paul Ekman ha messo in luce, tramite la misurazione dell'attività cerebrale di varie persone sorridenti, che solo quelle che contraggono questo muscolo attivano aree cerebrali che determinano sensazioni di piacere. Quando invece si sorride in modo manierato questo non accade e le “zampe di gallina” che si producono a lato degli occhi e il lieve abbassamento delle sopracciglia che compaiono nel sorriso autentico non sono presenti.



PAUL EKMAN, NATO A WASHINGTON DC NEL 1934, È PROFESSORE DI PSICOLOGIA AL DIPARTIMENTO DI PSICHIATRIA DELL'UNIVERSITÀ DELLA CALIFORNIA (UCSF). PIONIERE NEGLI STUDI DELLE EMOZIONI E DELLE ESPRESSIONI FACCIALI AL CONTRARIO DI MOLTI ANTROPOLOGI DEL SUO PERIODO, COMPRESO MARGARET MEAD, EKMAN, SCOPRÌ CHE ALCUNE ESPRESSIONI FACCIALI E LE CORRISPONDENTI EMOZIONI, NON ERANO CULTURALMENTE DETERMINATE, MA ERANO UNIVERSALI ALLA CULTURA UMANA, QUINDI DI ORIGINE BIOLOGICHE. COME PRECEDENTEMENTE

- Già alla metà del diciannovesimo secolo il neurologo francese Duchenne de Boulogne aveva individuato le caratteristiche del vero sorriso sincero che coinvolge, oltre ai muscoli della bocca, anche quelli degli occhi. In genere, si è notato che le persone si lasciano facilmente ingannare dai falsi sorrisi; la causa di questi frequenti fraintendimenti è l'incapacità di distinguere i veri sorrisi da quelli creati ad hoc.

Il tratto comune al sorriso autentico è la modificazione nell'aspetto prodotto dal muscolo zigomatico maggiore che contraendosi, solleva gli angoli della bocca inclinandoli verso gli zigomi. Il sorriso genuino è contraddistinto da una contrazione spontanea di un muscolo dell'occhio noto come pars lateralis





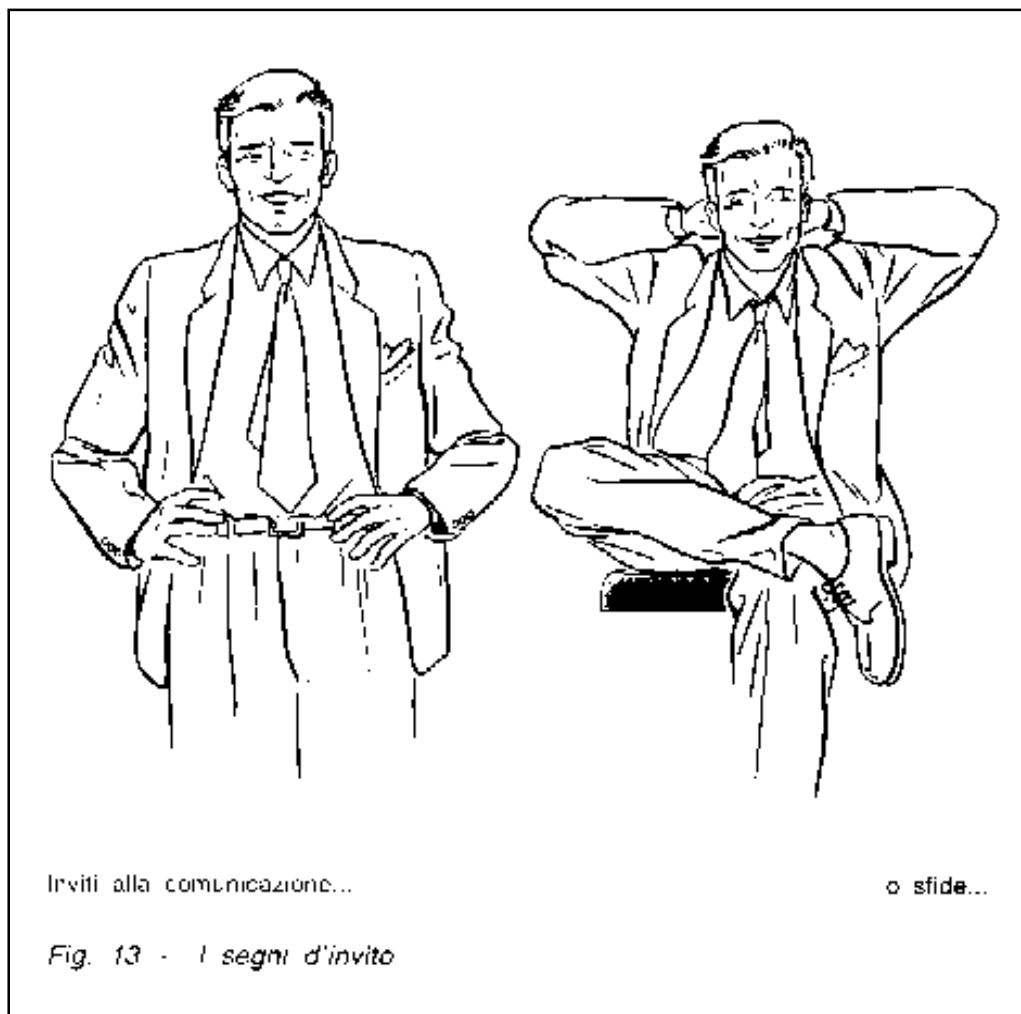
IL LINGUAGGIO DEI GESTI: I SEGNALI DI INVITO

- *“Non temo nulla”, “Lei mi interessa”, “Sono d’accordo”.*
- ***Mostrano all’interlocutore le parti vitali del corpo:*** occhi, cuore, ventre, viso, gola; oppure i loro equivalenti: palme, piante dei piedi, parte inferiore o anteriore del braccio, interno della coscia
- *Messaggi dalla pace alla sfida*

IL LINGUAGGIO DEI GESTI: I SEGNALI DI INVITO

- Una mano tesa
- Un oggetto porto ad una persona accompagnato da uno sguardo diretto
- Un sorriso
- Toccare leggermente l'interlocutore
- Braccia aperte o disincrociate
- Togliere le mani dalle tasche
- Qualsiasi posizione in cui ci si puo' distendere
- Togliere gli occhiali per guardare le persone
- Una giacca che si apre
- Uso di colori chiari
- Ascoltare qualcuno con attenzione
- Una domanda da rivolgere: " Che cosa ne pensa?"
- Dare la parola a qualcuno
- Togliere un oggetto che separa le due persone

IL LINGUAGGIO DEI GESTI: I SEGNALI DI INVITO E PRESUNZIONE



IL LINGUAGGIO DEI GESTI: I SEGNALI BALUARDO

- *“Sto’ in guardia”, “Non mi interessa”, “ Non sono d’accordo”*
- ***Mostrano all’interlocutore i punti del corpo meno vulnerabili, o utilizzano l’incrocio o la copertura delle zone vulnerabili come scudo: dorso, spalle, zona posteriore o lato del capo, l’incrocio delle gambe e delle braccia, protezione delle parti vitali. Lo sguardo è distolto***
- *Messaggi : dalla fuga alla dissimulazione*

IL LINGUAGGIO DEI GESTI: I SEGNALI BALUARDO

- Una scrivania dietro la quale si rimane seduti
- Alcuni accessori come una borsetta
- rispondere al telefono durante una riunione
- La pipa e la sigaretta
- Un gruppo: ridere con dei colleghi guardando qualcuno
- Alcuni capi di abbigliamento come: un impermeabile ripiegato su un braccio, un pullover troppo largo, le giacche dalle spalle molto marcate, una sciarpa, i colori scuri, le giacche doppio petto
- Gli occhi bassi sfuggenti
- Gli occhiali da sole o quelli da vista specie quando calati sul naso
- Un eloquio troppo rapido che non permette interruzioni
- La voce: parlare a voce troppo alta o troppo bassa
- Una stretta di mano troppo sfuggente o troppo forte
- Una cartellina o un bouquet tenuto sul petto

IL LINGUAGGIO DEI GESTI: I SEGNALI BALUARDO



Braccia incrociate, pugni serrati, giacca allacciata, angoli della bocca abbassati

Gambe baluardo, braccia «incatenate»

Fig. 10 – Gli incroci-baluardo



Incartamento, barba baluardo



Fumo baluardo

BACIO ANALOGICO

BACIO ANALOGICO: I GESTI DEL PIACERE E DELLA CONDIVISIONE



BACIO ANALOGICO: I GESTI DEL PIACERE E DELLA CONDIVISIONE



PSICO LINGUISTICA

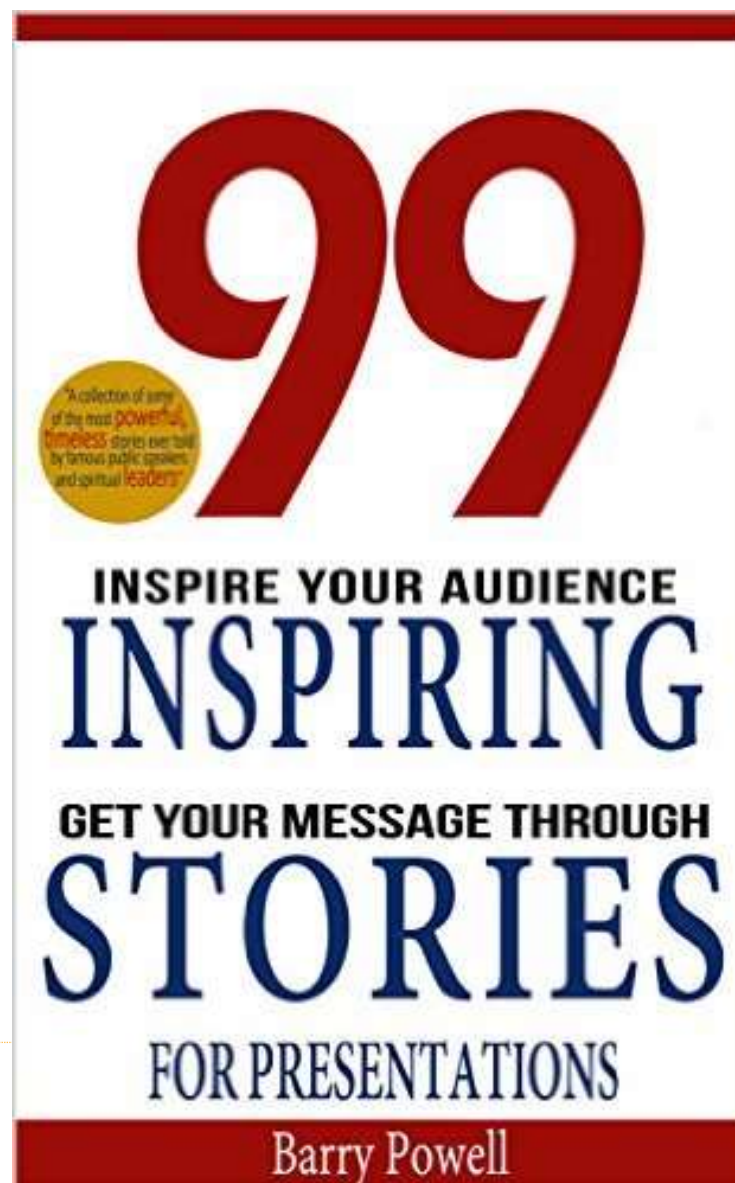
ALCUNI LIBRI E MATERIALI DI APPROFONDIMENTO



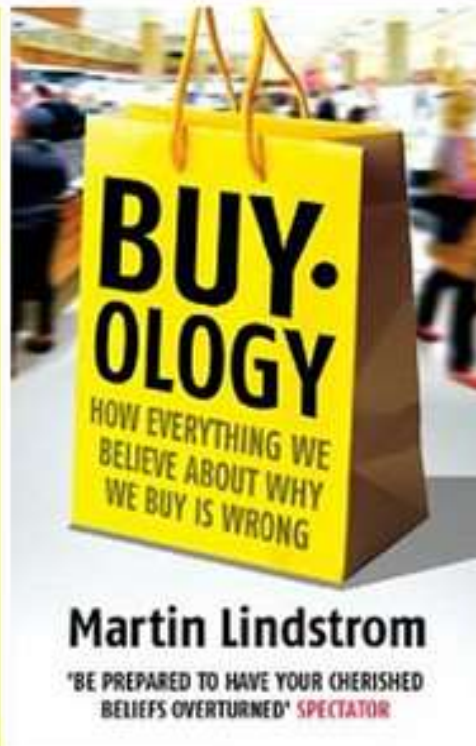
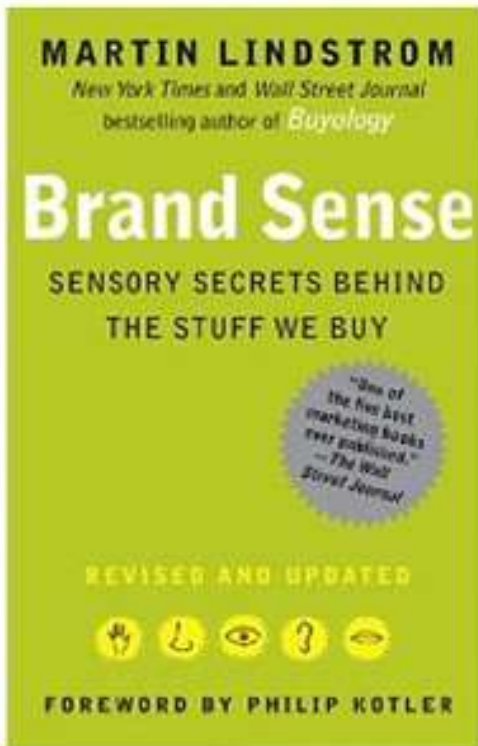
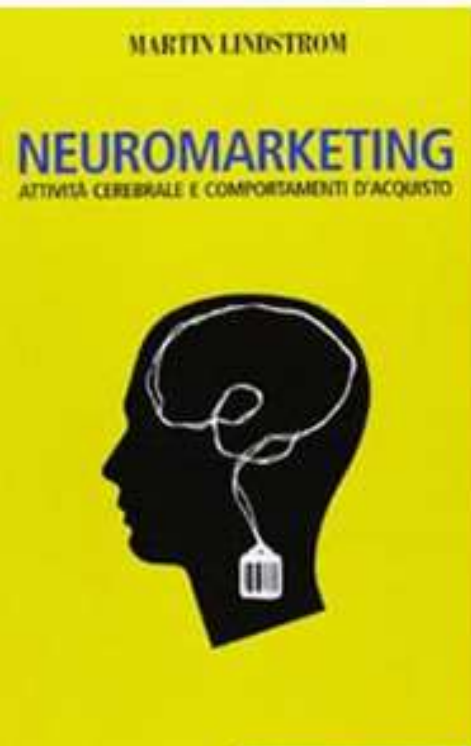








ALCUNI LIBRI E MATERIALI DI APPROFONDIMENTO



MARTIN LINDSTROM

NEUROMARKETING

ATTIVITÀ CEREBRALE E COMPORTAMENTI D'ACQUISTO

Un libro pieno di storie su come il cervello, il brain e le emozioni guidano le scelte del consumatore. Martin Lindstrom fonda il neuromarketing e ci dà una comprensione più profonda delle forze dinamiche, in gran parte inconsuete, che stanno alla base di molti processi decisionali. Leggere una volta questo libro è guardare il comportamento di consumatori e prodotti in una luce del tutto nuova.

Philip Kotler,
Professor of International
Marketing, Kellogg School
of Management,
Northwestern University

Perché compriamo una cosa invece di un'altra? Che cosa influenza veramente le nostre decisioni, in mezzo alla valanga di messaggi che ci raggiungono ogni giorno? Una pubblicità che cattura l'occhio, uno slogan curioso, un jingle che non possiamo fare a meno di canticchiare? Oppure le decisioni di acquisto avvengono sotto la superficie, così in profondità nel nostro subconscio che non ne siamo coscienti se non in qualche raro caso? Martin Lindstrom presenta in questo libro i risultati di una ricerca originale, durata tre anni e costata sette milioni di dollari, un esperimento d'avanguardia che ha frugato nei cervelli di duemila volontari in tutto il mondo, di cui sono state analizzate le reazioni davanti a pubblicità, marchi, spot commerciali, prodotti. I risultati sconvolgono molto di quel che si credeva su ciò che ci seduce e ci spinge a un acquisto.

978-88-247-6169-2

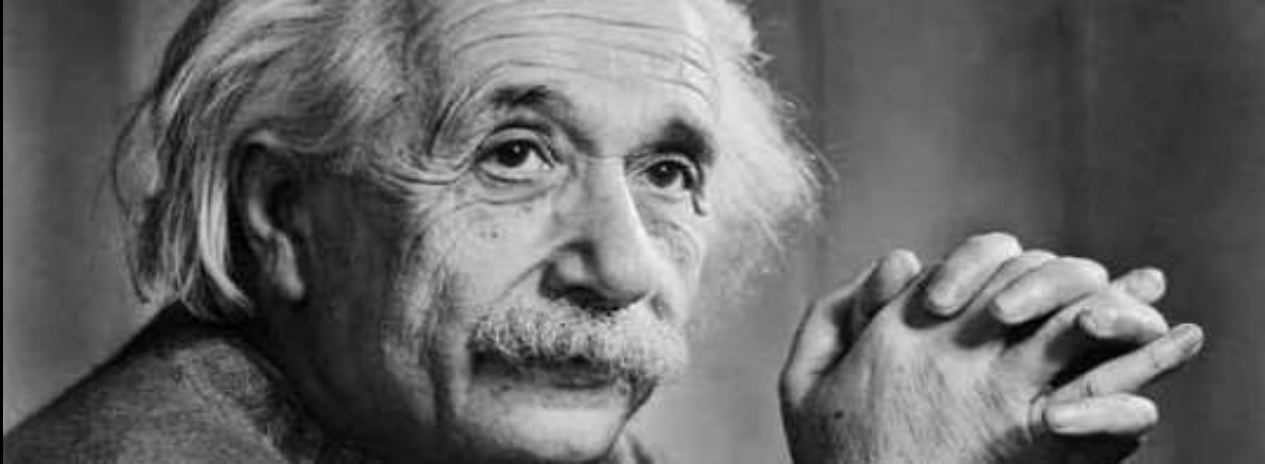


9 788838 787683

www.apogeeonline.com

€ 16,00

APGEO



*«Non possiamo pretendere che le cose cambino, se continuiamo a fare le stesse cose. La crisi è la più grande benedizione per le persone e le nazioni, perché la crisi porta progressi. **La creatività nasce dall'angoscia come il giorno nasce dalla notte oscura. E' nella crisi che sorge l'inventiva, le scoperte e le grandi strategie.** Chi supera la crisi supera sé stesso senza essere superato.» (Albert Einstein)*

106