

Comunicazione ad Alto Impatto

#9° Masterclass
08 Maggio 2020



Matteo Maserati
Public Communication Coach



Barack Obama

“... Non ditemi che le parole non contano. **“I have a dream”**. Solo parole? **“We hold these truths to be self evident, that all men are created equal”**. Solo parole? **“We have nothing to fear but fear itself”**. Solo parole, solo discorsi? È vero che i discorsi non risolvono tutti i problemi, ma è vero anche che se non riusciamo a ispirare il nostro paese, a convincerlo a credere in qualcosa, non importa quante riforme e policy abbiamo in testa. Non ditemi che le parole non contano!

Boston, Massachusetts, 27 luglio 2004



M.L. King



T. Jefferson



F.D. Roosevelt

Barack Obama (confronto pre-elezioni 7.11.2012)

LE	10	PAROLE	DI	OBAMA
1. POSTI DI LAVORO	-	«Jobs», «Work» e «Workers»:	tre parole usate 39 volte (una al minuto)	
2. AMERICA	-	La «sua» America,	quella che ce la può fare	
3. SPERANZA	-	Non quella che l'America deve avere in lui, ma quella che l'America deve avere in se stessa. «giovane senza casa che continua a fare ricerca scientifica», per «il metalmeccanico che ha continuato a lavorare dopo aver vinto alla lotteria», per «l'imprenditore che non ha licenziato nessun dipendente nonostante il crollo degli ordini».		
4. ANNI	-	Una cosa è sicura: «Ce ne vorranno molti per risolvere i nostri problemi».		
5. FUTURO	-	«C'è in ballo una scelta tra due modi completamente diversi di concepire il futuro dell'America».		
6. NAZIONE	-	In due parole, «la migliore»: «Teniamo gli occhi fissi sull'obiettivo all'orizzonte, consapevoli che la provvidenza è con noi e che siamo i cittadini della più grande nazione della terra».		
7. PAGARE	-	Un tributo, «ai soldati morti in battaglia». Spese folli, «per le guerre». Tasse più alte, per i ricchi. Tasse più basse, per «gli studenti».		
8. SCELTA	-	«Vi sto chiedendo di scegliere il vostro futuro nel campo del lavoro, dell'istruzione, della sicurezza nazionale e dell'economia».		
9. AIUTO	-	«Aiutatemi creare 100 mila posti di lavoro nel campo scientifico. Aiutatemi a creare corsi di formazione per 2 milioni di lavoratori. Aiutatemi a collaborare con le università».		
10. STRADA	-	«facile o veloce»: «Il nostro cammino è più difficile ma porta in un posto migliore».		

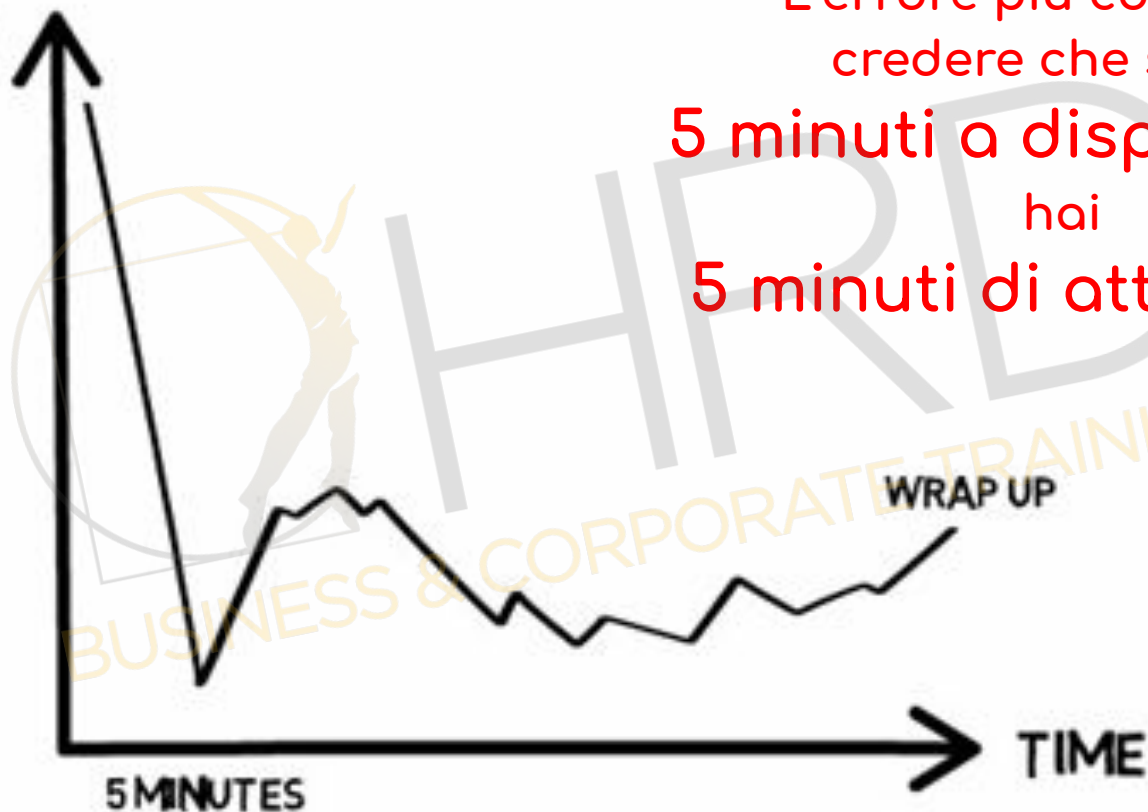
Mitt Romney

(confronto pre-elezioni 7.11.2012)

LE 10 PAROLE DI ROMNEY

1. AMERICA - La parola più usata da Mitt Romney, ripetuta 58 volte
2. OBAMA - «fallimento». «Ha promesso di guarire il pianeta. Io prometto di aiutare voi e le vostre famiglie».
3. LAVORO - «La cosa di cui l'America ha bisogno sono nuovi posti di lavoro. Io ho in programma di crearne 12 milioni».
4. MAMMA E PAPA' - «Sono stati sposati 64 anni. Il loro segreto? Il fiorista».
5. CHIESA - «Ai miei amici importava più quale fosse la nostra squadra preferita che la Chiesa che frequentavamo».
6. ANN - La moglie Ann, «un'eroina», capace di crescere da sola cinque figli maschi.
7. BUSINESS - «Dovevamo scommettere su noi stessi e sui nostri consigli. Quel business cominciato con 10 persone è ora diventato il racconto di un grande successo americano».
8. SUCCESSO - «Il punto centrale della campagna di Obama è attaccare il successo. In America celebriamo il successo, non ci scusiamo». Perché «l'importante non è avere successo, ma metterci tutto l'impegno».
9. DONNE - «Diceva: "Perché le donne dovrebbero avere meno da dire degli uomini?"».
10. PAUL - Ryan, il candidato vicepresidente, presentato durante il discorso di accettazione: «Un uomo con un grande cuore, uno che rappresenta il meglio dell'America».

ATTENTION



L'errore più comune è:
credere che se hai
5 minuti a disposizione,
hai
5 minuti di attenzione.

COMUNICAZIONE AD ALTO IMPATTO

LA **COMUNICAZIONE D'IMPATTO** E' L'UTILIZZO DI MODELLI LINGUISTICI O ANCORA PIU' CHIARAMENTE L'UTILIZZO DELLE PAROLE E DELLA LORO SUCCESSIONE;
NEI PRIMI 90" DI SPEECH.

L'**OBIETTIVO** DELLA COMUNICAZIONE D'IMPATTO:

- ❖ FAR ATTIVARE UN'AZIONE INDOTTA DOPO 90" /120 " DI ASCOLTO → "DIMMI ANCORA!" "COME SI FA?"
- ❖ FAR INDIRIZZARE L'ATTENZIONE DOVE DECIDIAMO NOI.



PRINCIPI



MODELLI



SCRIPT





**CIÒ CHE NON VIENE COMUNICATO...
NON ESISTE!**

COSA SERVE ?



COMPETENZE

HARD SKILLS

(competenze tecniche)

SOFT SKILLS

(competenze trasversali)

***“Ciò che non viene comunicato ...
non esiste!”***

BUSINESS & CORPORATE TRAINING

SOCIAL



SOGLIA DI ATTENZIONE



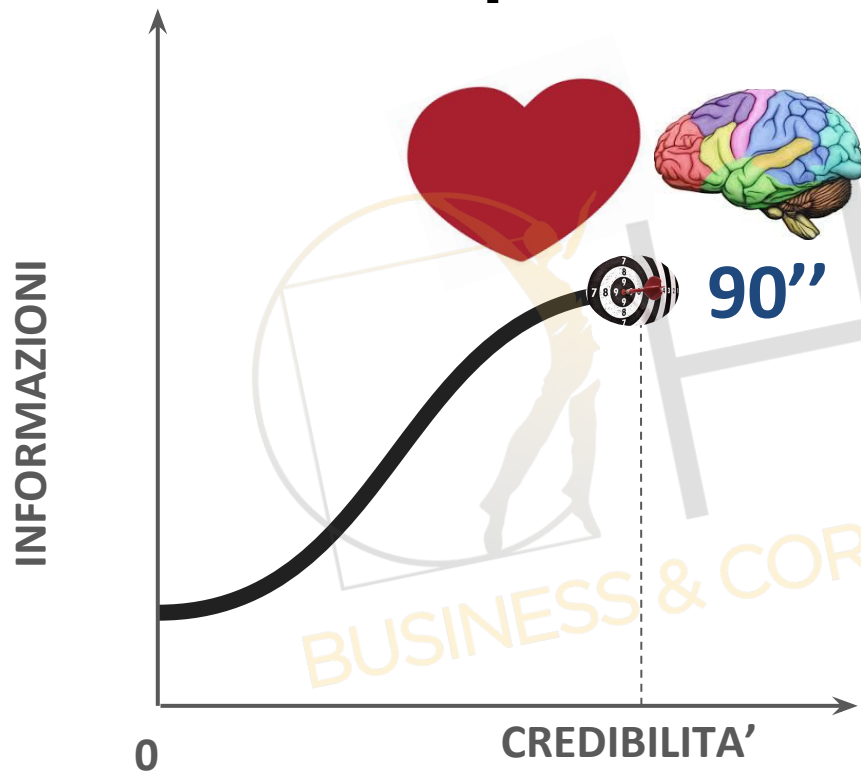
Hanno abbassato la nostra
soglia di attenzione ad

8''

SOGLIA DI ATTENZIONE



90 SECONDI per ESSERE SCELTO



TOP DELLA CREDIBILITA'

**LE EMOZIONI E L'ASPETTO LOGICO
SONO COINVOLTI**

"DIMMI ANCORA!"

"COME SI FA?"

"POSSIAMO APPROFONDIRE?"

***"QUANDO CI POSSIAMO VEDERE PER
PARLARNE MEGLIO?"***

"MI LASCI IL TUO BIGLIETTO DA VISITA?"

PEOPLE & VALUE



APPLICATION

CREA IL TUO MIGLIOR SPEECH (di 90 secondi)
che descriva:
il tuo business/la tua idea/la tua soluzione...



OBIETTIVO



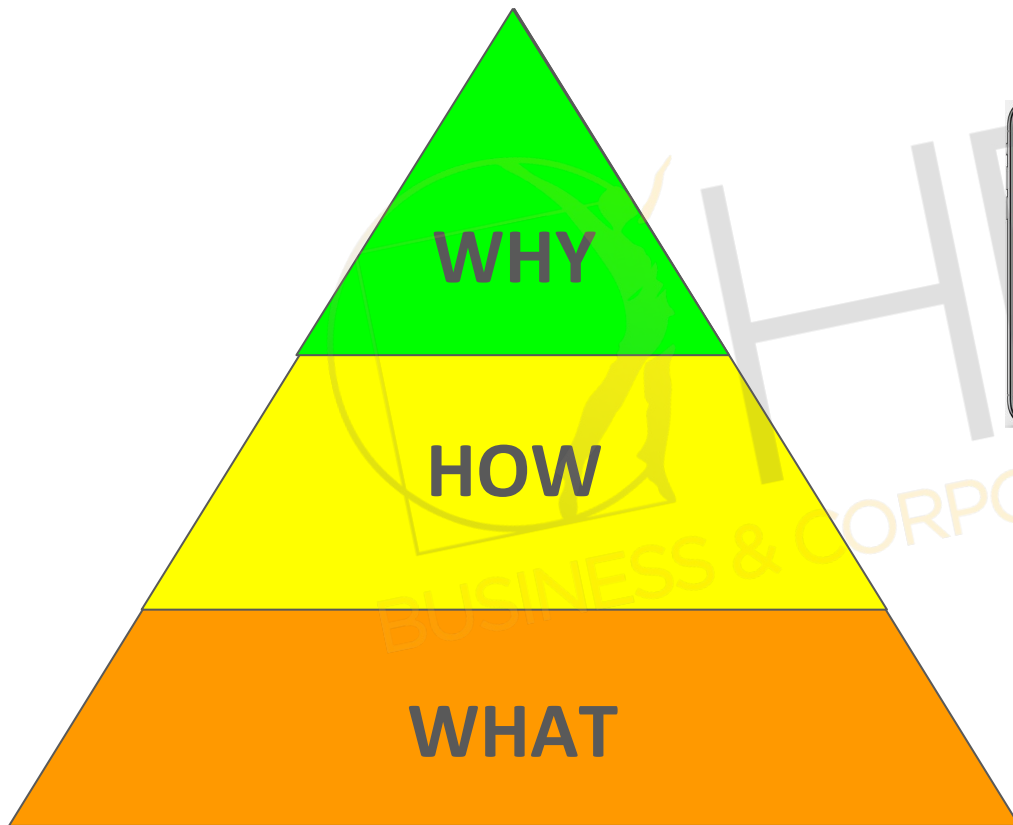
- DEVI FARTI SCEGLIERE
- DAL TUO PIU' GRANDE INVESTITORE!!



ON STAGE



VALUE PYRAMID

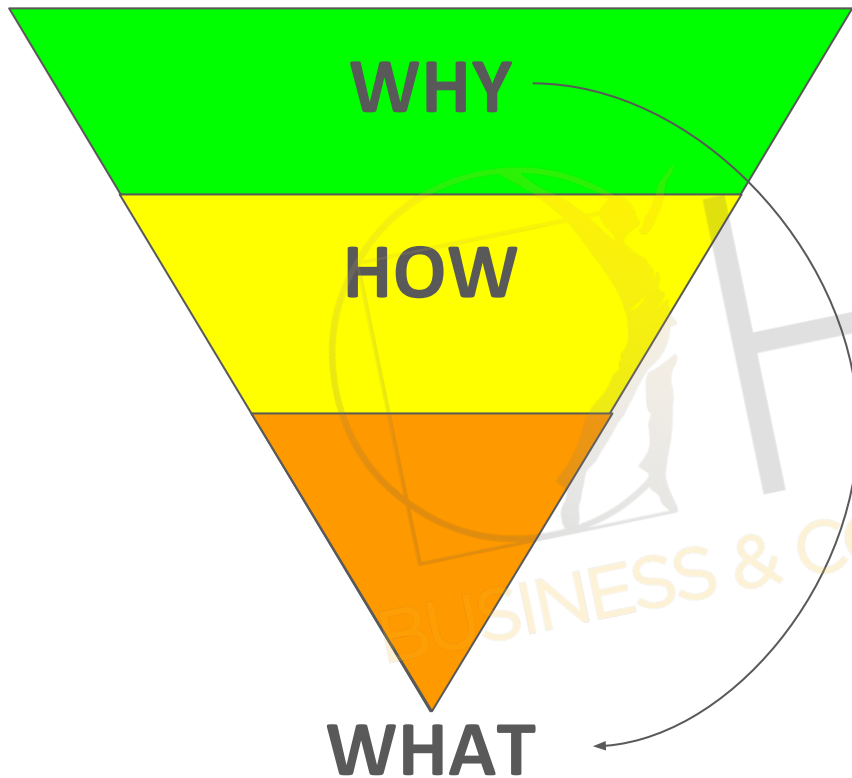


Google Search

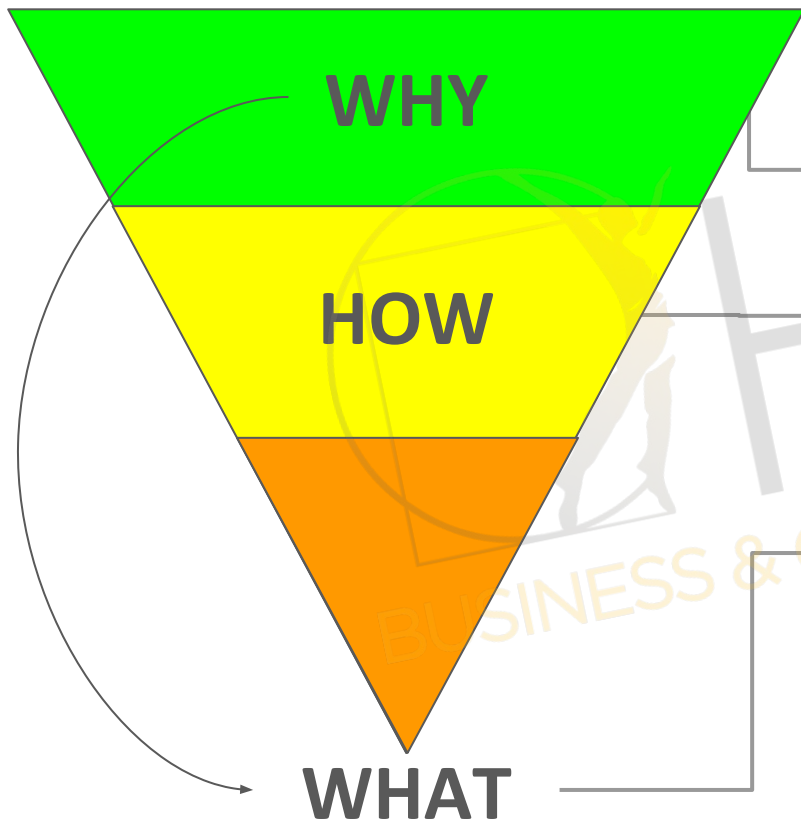
I'm Feeling Lucky



VALUE PYRAMID



VALUE PYRAMID



In ogni cosa che facciamo crediamo nel miglioramento dello status quo.

Crediamo nel pensare diversamente.

Il nostro modo di sfidare lo status quo è quello di rendere i nostri prodotti semplici da usare e dal design accattivante. Ci è appena capitato di fare grandi computer.



PRINCIPI



MODELLI



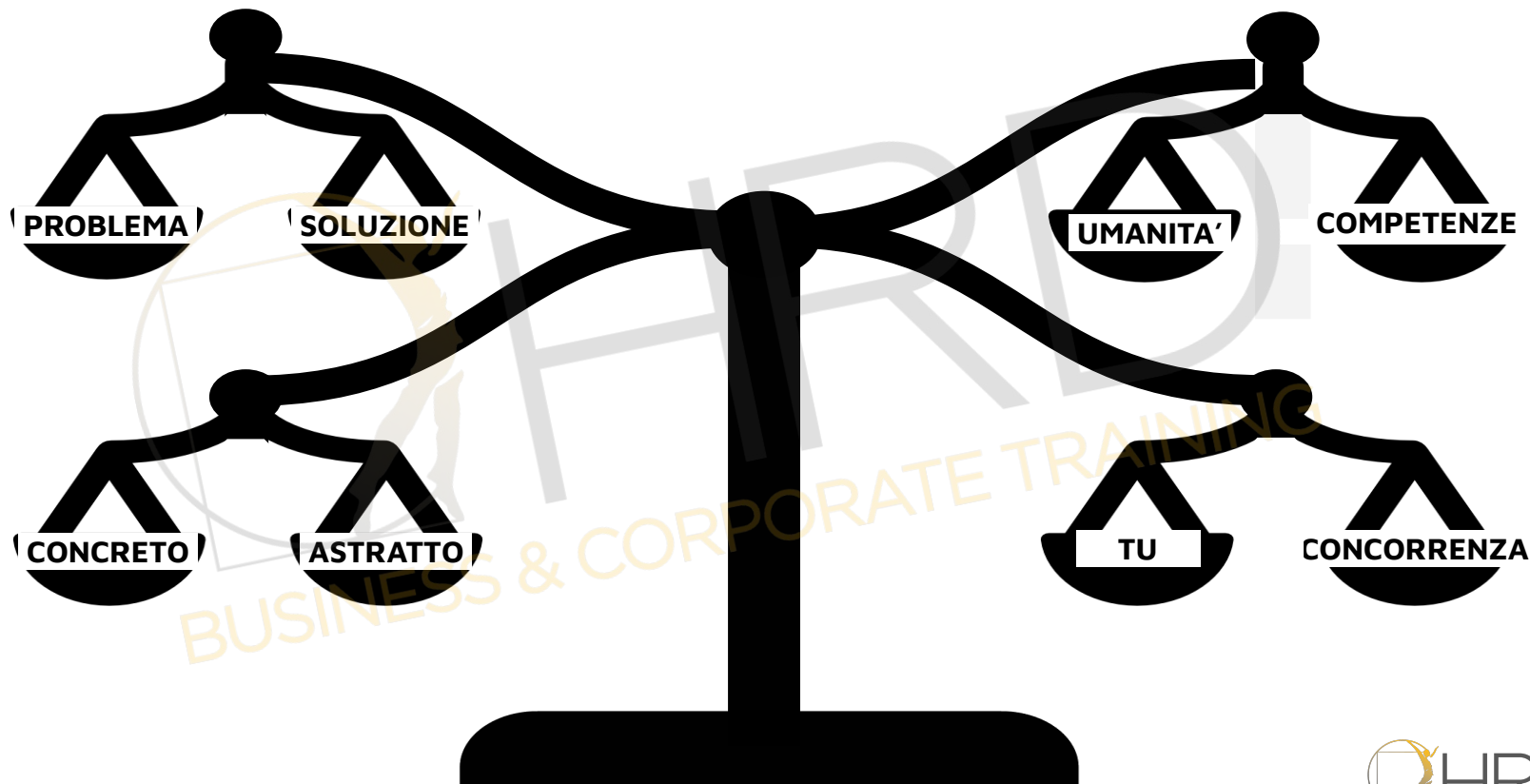
SCRIPT



EQUILIBRIO DINAMICO



8 PRINCIPI IN EQUILIBRIO DINAMICO





CONCRETO vs ASTRATTO

BUSINESS & CORPORATE TRAINING

UMANITA' vs COMPETENZE

HRD
BUSINESS & CORPORATE TRAINING

TU vs CONCORRENZA



MODELLI

- DIP
- MYTHBUSTING
- SOLUZIONE
- STORIE DI SUCCESSO
- ZIG - ZAG
- PARLA AGLI SCETTICI



UN MODELLO DI RIFERIMENTO

1. **QUALE MITO SFATI?**

2. **QUALE PROBLEMA RISOLVI?**

CONCRETO, UMANITA',
COMPETENZA

3. **PERCHE' DOVREBBERO CREDERTI?**

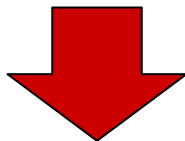
TU VS CONCORRENZA,
CONCRETO

4. **PROVE**

CONCRETO, UMANITA'

5. **SOLUZIONE**

CONCRETO



CALL TO ACTION

grazie