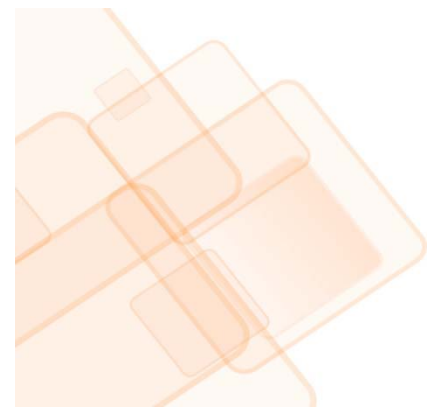


VideoFisco 24 ottobre 2012

puntata speciale da 3 ore – 3 CFP tematiche obbligatorie

Time management, public speaking e comunicazione scritta

A cura di Guido Bosticco e Eros Tugnoli



TIME MANEWAGEMENT

A cura di Eros Tugnoli

IL VERO MAESTRO
NELL'ARTE DELLA VITA
E' COLUI CHE
NON DISTINGUE TRA LAVORO
E TEMPO LIBERO

I "TRE PRINCIPI" DI PAUL HATTYMAN



EFFICIENZA VUOL DIRE LAVORI SVOLTI,
NON FATICA APPLICATA

EFFICACIA VUOL DIRE RISULTATI,
NON EFFICIENZA

QUALITA' NELL'AUTOGESTIONE SIGNIFICA
CORRETTO MIX DI
EFFICACIA ED EFFICIENZA

INVESTIRE
TEMPO
PER
GUADAGNARE TEMPO

CONCENTRIAMOCI SU UNA AZIONE PER VOLTA

MATRICE DI CONTROLLO DEL TEMPO



ATTIVITA'	9-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20
RIUNIONI											
TELEFONATE											
COLLOQUI											
PENSARE											
FORMAZIONE PERSONALE											
FORMAZIONE COLLAB.											
COMPUTER											
P. R.											
SPOSTAMENTI											
PAUSE											
(altre).....											
.....											
.....											
.....											

MATRICE DI CONTROLLO DEL TEMPO



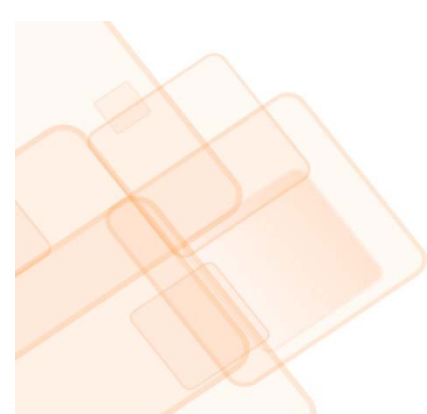
ATTIVITA'	9-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20
SPOSTAMENTO											
SPESE											
LAVORO A CASA											
FAMIGLIARI											
AMICI											
SPORT											
HOBBY											
BUROCRAZIA											
FILM											
LIBRI											
TELEFONATE											
(altre).....											
.....											
.....											
.....											

ELIMINARE

SEMPLIFICARE

COMBINARE

RIDISTRIBUIRE



ELIMINARE:

SCARTARE DEFINITIVAMENTE
PREVENIRE

SEMPLIFICARE

TOGLIERE ALCUNI PASSAGGI
USARE TECNOLOGIA
RIDURRE I TEMPI

COMBINARE:

RAGGRUPPARE LAVORI SIMILI

RIDISTRIBUIRE:

DELEGARE
ANTICIPARE
POSTICIPARE

I 3 CASSETTI



1° CASSETTO: LAVORI DA FARE !

2° CASSETTO: LAVORI DA FARE

3° CASSETTO: LAVORI DA... FARE ?

URGENZA

IMPORTANZA

FARE SUBITO

FARE PRESTO

PUO' ASPETTARE

MOLTO

ABBASTANZA

POCO

URGENZA

		URGENZA		
		FARE SUBITO	FARE PRESTO	PUO' ASPETTARE
IMPORTANZA	MOLTO	1	3	6
	ABBASTANZA	2	4	7
	POCO	5	8	9

<u>PROBLEMA</u>	<u>AZIONE</u> <i>COSA DEVO FARE?</i>	<u>TERMINE</u> <i>ENTRO QUANDO?</i>

SUGGERIMENTI VARI



TOCCATE UNA SOLA VOLTA LE CARTE

ATTENTI A QUELLO CHE PREFERITE FARE
(non sempre è urgente, non sempre è necessario)

ATTENTI AL PERFEZIONISMO

RIFLETTETE, ANCHE SE AVETE MOLTO DA FARE

PRENDETE CONSAPEVOLEZZA DEI MODI CON CUI
CIASCUNO USA MALE IL PROPRIO TEMPO

SUGGERIMENTI VARI



DELEGATE

ORDINATE, SELEZIONATE, ARCHIVIAE

DATE PRECEDENZA ALLA QUALITA'

PROTEGGETEVI CONTRO I
COLLEGHI MANGIATEMPO

LASCIATE AGLI ALTRI I LORO
PROBLEMI

IMPARATE A DIRE "NO".
FATELO GENTILMENTE

PIANIFICAZIONE



FATE L'ELENCO DI COSE DA FARE OGNI GIORNO

FATELE!

SIATE REALISTI, UN'ORA HA 60 MINUTI

NON PRENDETE TROPPI IMPEGNI

OGNI GIORNO COGLIETE UNA META IMPORTANTE

TELEFONO



SUPERATE IL BISOGNO NEVROTICO DI RISPONDERE AL TELEFONO

RIDUCETE DEL 25% LA DURATA DELLE TELEFONATE

USATE LA TECNOLOGIA

TENETE UN'EFFICACE RUBRICA

DELEGATE LA RICERCA E L'ATTESA

SOSTITUIATE ALCUNI INCONTRI PERSONALI CON APPUNTAMENTI TELEFONICI

ELIMINATE L'ABITUDINE "EFFICIENTE" DELLA MAIL E RAGIONATELA: E' EFFICACE? SPESSO, NO.

ELIMINATE TUTTE LE MAIL CON CONTENUTI "EMOTIVI" E POTENZIALMENTE "CONFLITTUALI" E SOSTITUITELE CON DELLE TELEFONATE

RIDUCETE AL MINIMO VERAMENTE INDISPENSABILE I DESTINATARI IN "Cc"

INSERITE NELL'OGGETTO DEI DATI CHE LA RENDANO INCONFONDIBILE E FACILMENTE ARCHIVIABILE

LETTURA



VISIONATE PRIMA DI LEGGERE

DATE UN'OCCHIATA GENERALE AL TUTTO
PRIMA DI LEGGERE LE PARTI

LEGGETE CON UN RITMO REGOLARE

CERCATE LE INFORMAZIONI CHIAVE

EVIDENZIATE E SOTTOLINEATE SOLO
L'INDISPENSABILE

DELEGA (1)

COSA DELEGO



SCELTA

A CHI DELEGO



MOTIVAZIONE

COME DELEGO

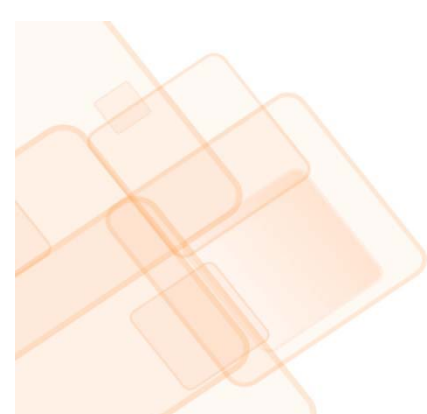


FORMAZIONE

CONTROLLO



DIRETTO ED
IMMEDIATO



DELEGA (2)



GRATIFICAZIONE



DIRETTA ED
IMMEDIATA

ASSESTAMENTO



FORMAZIONE

CONTROLLO



INDIRETTO
NON IMMEDIATO

GRATIFICAZIONE



CONTINUA

“IN”

DECIDERE LE METE

ESTRAPOLARE GLI OBIETTIVI

MONITORARE LA GIORNATA

ANNOTARE LE PERDITE DI TEMPO

“OUT”

TECNICA DEI 4 FARETTI

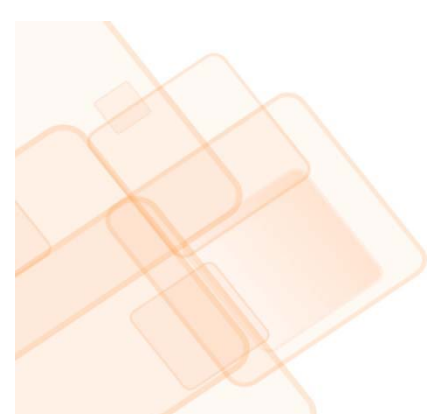
PIANIFICARE GIORNALMETE

INSERIRE NELLA GRIGLIA

AGIRE!

DEPENNARE

GRATIFICARE

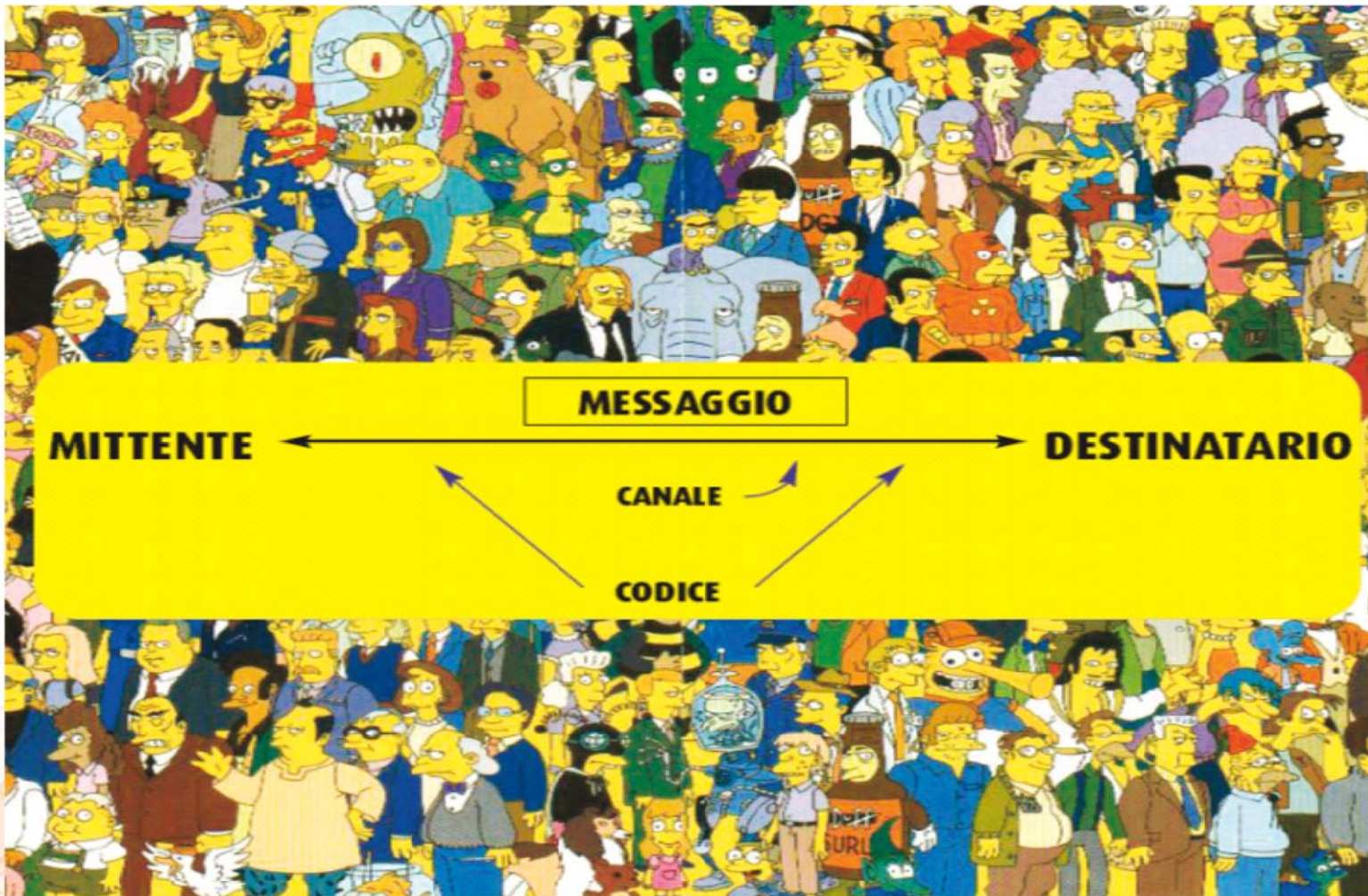


public speaking e comunicazione scritta

A cura di Guido Bosticco

Che cos'è la comunicazione?





PAROLE-CHIAVE NEL MONDO DELL'IMPRESA

produzione **anni 70**

marketing **anni 80**

finanza **anni 90**

comunicazione **oggi**

l'**efficacia** di una comunicazione è correlata a:

- familiarità dei contenuti dei messaggi trasferiti
- fiducia/credibilità ispirata dal soggetto fonte del messaggio
- relatore che se ne fa portavoce

■ ogni atto comunicativo ha:

un contenuto **logico**

un contenuto **performativo**

I modi della comunicazione



per imprenditori, professionisti, manager
una competenza imprescindibile è quella comunicativa

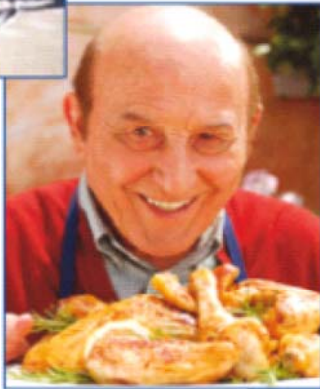
- comunicazione personale organizzativa (dentro l'organizzazione)
- comunicazione con i clienti
- comunicazioni in contesti pubblici: public speaking

Saper parlare come skill

La comunicazione personale

- dell'imprenditore
- del manager
- del professionista

Dopo *Mani Pulite*, gli imprenditori ci hanno "messo la faccia"



Aspetti pratici



**“Non c'è mai una buona ragione
per cui l'altro ti debba ascoltare”**

- bisogna cercare di essere **interessanti**
- nella parola interessanti c'è la radice di **relazione**
- quindi bisogna entrare in relazione con gli altri

nel discorso pubblico il protagonista è la persona

vince la spontaneità

sono così preparato che posso dimenticarmi del copione

tono colloquiale

vincono i vissuti

le cose che dico sono filtrate dalle mie emozioni, dalla mie storie, dalla mia testimonianza

importanza di storie e narrazioni

vince l'orientamento agli altri

gli altri sono così importanti che mi dimentico di me

non pensare: "come sto andando?" ma: "che cosa sta succedendo in aula"

vince la relazione

nessun contenuto è così importante da dimenticare chi ho di fronte

copione flessibile e capacità di adattamento)

come si costruisce un discorso?

impariamo dai latini

INVENTIO

trovare le cose da dire per dire quello che si vuole dire

DISPOSITIO

messa in ordine delle cose che si sono trovate (scaletta)

ELOCUTIO

scelta delle forme, delle parole con cui dire le cose scelte

MEMORIA

mnemotecniche, imparare il testo

ACTIO

l'immagine (elementi naturali ed elementi studiati)

vi sono tre limiti oggettivi

tempo • spazio • destinatario

- questi 3 non li sceglie l'autore del testo
- i precedenti 5 punti invece li sceglie l'autore

movere, docere (et flectere)

le due vie (compresenti) della comunicazione

la strada del commuovere...

- aneddoti personali
- storie e narrazioni
- parabole
- domande dirette

la strada del convincere...

- citazioni da film
- metafore
- paragoni
- immaginate che...

si trovano nella "topica" di riferimento

DISPOSITIO

ha a che fare con la logica, non con l'estetica

- esordio
- corpo del discorso
- conclusioni

l'ordine espressivo:

dal noto all'ingoto • dal semplice al complesso • dal condiviso al discutibile

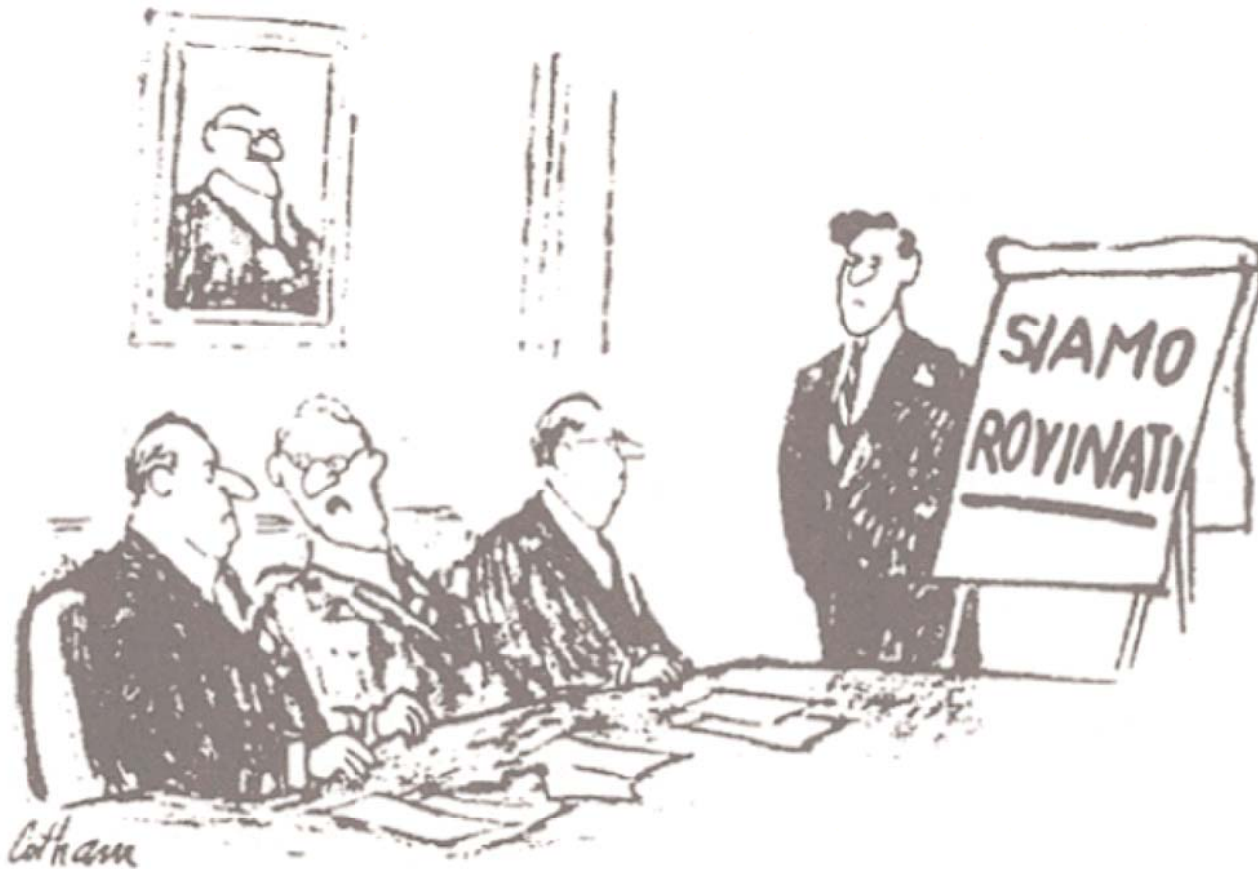
- esplicitare in modo chiaro gli obiettivi e il percorso
- mostrare l'agenda completa dei lavori
- illustrare la/le tesi principali
- se possibile, anticipare le conclusioni
- ribadire sempre a che punto siamo del percorso

ELOCUTIO

Chiarezza espressiva

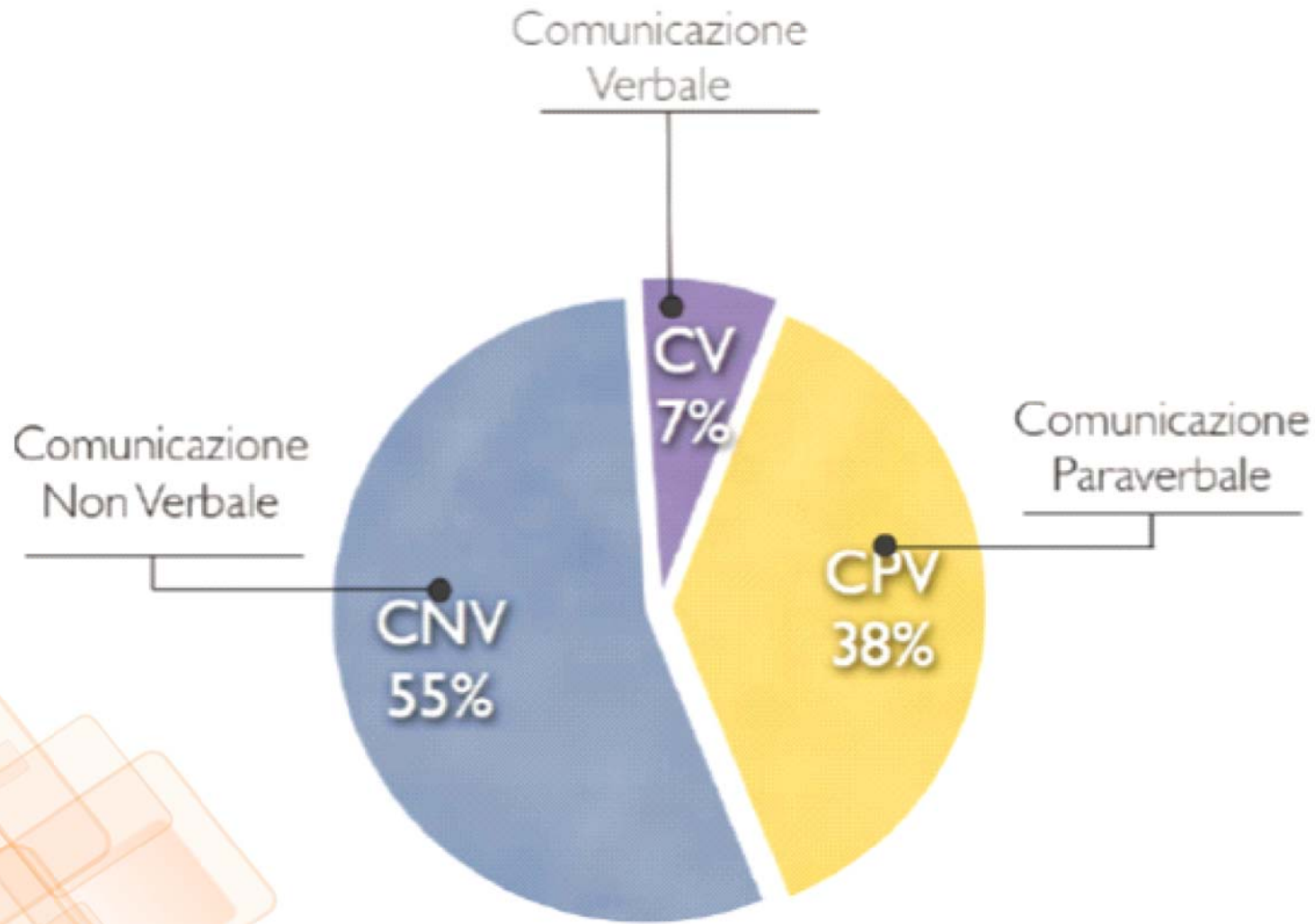
la **comprensibilità** aumenta la **palusibilità**
e l'**affidabilità** di una informazione

essere brevi



"Ecco quello che mi piace di Hepworth. Le sue presentazioni sono semplici e chiare"

MEMORIA E ACTIO



progettare un discorso

- come strutturare i contenuti
- come pianificare l'esposizione
- come affrontare il pubblico e "noi stessi"

preparare il discorso

- scegliere il "tema ristretto"
- dividere per punti i temi da toccare
- stabilire una scaletta
- trattare separatamente le tre parti che compongono il testo:

attacco • corpo centrale • conclusioni

l'attacco

- le 5 W
- coinvolgimento emotivo
- scelta del registro

corpo del discorso


- articolare per punti, in sequenza logica
- calibrare il numero degli argomenti da trattare
- uso di slide o altri supporti
- non utilizzare periodi complessi
- parole-chiave e frasi efficaci da ripetere più volte
- riassumere i punti più salienti anche in itinere

conclusioni

- riassumere i punti principali dell'intervento
- sviluppare considerazioni personali
- cercare il feedback (anche con domande dirette)



FONDAMENTI

1. Qual è esattamente il mio argomento?
 2. E lo scopo del mio discorso?
 3. Perché parlo a questo tipo di pubblico e che cosa so di loro?
 4. Ho individuato i punti principali e ne ho controllato i fatti probanti?
 5. Ho ordinato questi punti di forza in modo mio particolare tipo di pubblico li capisca ne completamente e ne sia coinvolto?
 6. Sono certo di lavorare su un tema appassionante (rileggetelo e controllate)
 7. Che cosa ci guadagnerà il pubblico dal mio discorso?
- 

LISTA DI CONTROLLO

1. Sapete esattamente ciò che volete?
2. Credete veramente alla vostra causa?
3. Avete raccolto tutti i fatti?
4. Quali sono le argomentazioni migliori a favore della vostra causa?
5. Che vantaggi proponete agli ascoltatori?
6. Perché la situazione attuale deve essere cambiata?
7. Chi altro è coinvolto?
8. C'è un'alternativa?
9. Quali sono i contro del vostro progetto?
10. A che genere di persone state per presentare il progetto?
11. Avete discusso l'aspetto economico con gli esperti?
12. Avete preparato copie per la presa visione degli elementi più complessi?
13. La vostra presentazione del caso è veramente irresistibile?
14. Come vi proponete di riassumere la proposta?
15. La parte finale riuscirà ad indurre la reazione che vi aspettate?
16. Siete preparati per eventuali domande?
17. Avete evidenziato in modo inequivocabile i vantaggi che i vostri interlocutori ne trarranno?

COMUNICAZIONE SCRITTA

la trinità dello scrittore

selezione • punto di vista • precisione

ossia:

- l'eccesso di informazione genera entropia
- dove metto la macchina da presa?
- dio è nei dettagli

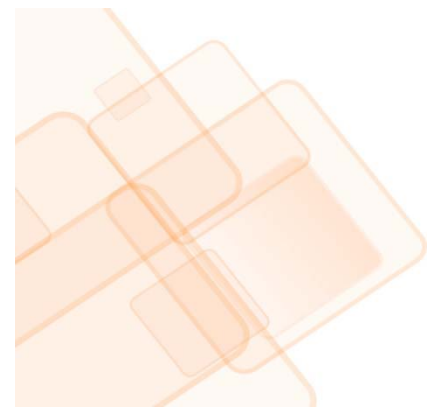


Fenomenologia dei social network (e del web 2.0)

- diverso rapporto fiducia fra produttori di contenuti e fruitori (oggi ci sono i *consumatori*).
- diverso tipo di “controllo”
- linguaggi adatti per ogni mezzo
- Facebook ha dettato le sue regole
- il sito Internet serve ma non è più sufficiente

caratteristiche della comunicazione Internet

- esplosione dell'informazione
- comunicazione sincrona e asincrona
- spiccata interazione fra le parti interessate
- comunicazione acentrica, remota e mobile
- connettere persone e business nel mondo
- formazione di multi-identità virtuali
- nuove relazioni fra sfera pubblica e privata



network (society): è la forma più adeguata per comprendere la società

stakeholder: clienti, dipendenti, collaboratori, etc.

velocità: intuito sociale, capire dove va il mondo e fornire strumenti

equilibrio: tra le tre cose dette e tra breve e medio periodo



Arrivederci al prossimo incontro

Special Operativo di VideoFisco
7 novembre 2012

Acconti d'imposta: novità e aspetti pratici

A cura di

Marco Paolini e Giuliana Beschi

*Prossimo incontro di VideoFisco di approfondimento:
21 novembre 2012 con A. Pratesi e A. Scaini*