



Comunicazione è percezione

Il contatto diretto, un'ottima occasione per raggiungere meglio gli obiettivi, da non sprecare

Niente più del contatto diretto, "faccia a faccia", consente di comunicare e ricevere feedback in modo efficace.

Infatti, la comunicazione è, di per sé, relazione e raggiunge meglio i suoi obiettivi proprio nel rapporto diretto.

La comunicazione interpersonale, perciò, può essere più utile ma anche più "rischiosa" di qualsiasi altra forma di comunicazione.

Perché nel rapporto diretto entrano in gioco molti più fattori da tenere sotto controllo, da non trascurare. Comprende, cioè, una serie di elementi relativi alla percezione: espressione del volto, gesti, tono della voce (comunicazione paraverbale), modo di vestire, oggetti e ambiente circostante (comunicazione simbolica).

Comunicare ha sempre un impatto sulle persone.

Quando l'impatto è sui clienti, acquisiti o potenziali, è ancora più importante prestar bene attenzione al proprio modo di agire e parlare.

La vita quotidiana offre un sacco di occasioni per osservare comportamenti, linguaggio e relativi possibili effetti degli stessi.

Un negozio, ad esempio, è un ottimo posto dove poter assistere e riflettere direttamente su una buona casistica di modalità di relazioni interpersonali.

A questo proposito, voglio raccontarvi proprio un paio di esperienze di cui sono stata partecipe poco tempo fa, in due diversi negozi della mia città.

Giornata tiepida di gennaio, temperatura esterna 16°, saldi appena iniziati. La titolare di un negozio di scarpe, alla mia obiezione sul fatto che forse lo stivale mi stava largo, per convincermi dice che lo sentirò più giusto come misura non appena il piede si gonfierà, con un clima più caldo.

Ma 16° non sono una temperatura sufficiente per indossare uno stivale? E quando dovrei metterlo, invece, ad aprile, quando il mio piede sentirà l'esigenza di scarpe più leggere ed aperte?

Ma la ciliegina sulla torta doveva ancora arrivare: in cassa, al momento di pagare (non quello stivale, naturalmente) la signora ha voluto commentare, pour parler, la tiepida giornata quasi primaverile di cui, per fortuna, potevamo godere nonostante fosse gennaio!

Quale percezione vi siete fatti sulla professionalità e coerenza comunicativa di questa "ondivaga" signora?

Ancora un esempio sulla comunicazione interpersonale.

Piccola bottega di orologiaio, sempre in città.

Un'anziana signora un po' debole di udito chiede al titolare perché mai il suo orologio non funzioni più, nonostante suo figlio si fosse fatto carico di far sostituire poco tempo prima la batteria.

Immediata replica dell'orologiaio: "Avrà acquistato la batteria sicuramente da qualche rivenditore di colore illegale, certamente non qui!".

Dopo una breve verifica, il titolare dell'orologeria si riavvicina al banco ed esclama: "La batteria è nuova e funziona, gliel'ho venduta io. Se vuole, deve lasciare qui l'orologio per la riparazione".

La signora non sente bene la risposta, l'orologiaio replica: "Torni la prossima settimana, d'accordo?" e le riconsegna l'orologio guasto, piuttosto che spiegare meglio la situazione all'anziana donna e farsi lasciare subito l'orologio.

Subito dopo, è il turno di un uomo che esordisce chiedendo se fa parte della stessa famiglia di orologiai con nome omonimo che hanno un negozio in un'altra zona della città.

Risposta lapidaria e infastidita dell'orologiaio: "No, con loro non c'entro niente. Peggio per lei che non si è mai accorto della presenza del mio negozio, aperto più di 15 anni fa!"

L'uomo che aveva osato chiedere lumi, ha ammesso a capo chino la "sua ignoranza" e, velocemente, si è allontanato dal negozio.

Vi è sembrato che l'orologiaio avesse l'obiettivo di fidelizzare la clientela o, piuttosto, voleva provare il gusto di farle perdere (forse inconsapevolmente da parte sua) la pazienza?

Di questi e infiniti altri esempi è pieno il mondo della comunicazione.

Ecco perché quanto **più si imparano a conoscere i meccanismi percettivi del linguaggio, tanto più aumenta la possibilità di raggiungere buoni obiettivi e proficue relazioni** con i clienti, ma anche con tutte le persone.

Chi, poi, avesse voglia di imparare divertendosi mentre apprende (secondo noi il metodo migliore ed efficace), **può sempre rivolgersi ad Agape e ai suoi esperti in comunicazione.**

Sarà anche per noi un piacere collaborare.

Raimonda Farris