

UNA COMUNICAZIONE EFFICACE PER UNO STUDIO EFFICIENTE



Relatore: dott.ssa Emanuela Barreri

i Webinar
by Directio

WEBINAR > UNA COMUNICAZIONE EFFICACE PER UNO STUDIO EFFICIENTE

A cura dell'ODCEC di Torino

19 Giugno 2020

I modelli organizzativi degli studi dei commercialisti stanno cambiando e

LA FLUIDITA' DEI FLUSSI INFORMATIVI

è un requisito fondamentale per migliorare l'efficienza interna e recuperare redditività in un momento in cui è difficile incrementare i margini di guadagno attraverso un aumento – o anche solo un mantenimento – del livello dei compensi.



Photo by [Clem Onojeghuo](#) on [Unsplash](#)

PROGRAMMA

PRINCIPI BASE DELLA COMUNICAZIONE

- Comunicare ed informare
- Comunicazione verbale e non verbale
- Stili comunicativi
- L'assertività

STRUMENTI OPERATIVI

- Empatia
- Ascolto attivo
- Riformulare
- Come fare le domande giuste

LA COMUNICAZIONE CON I CLIENTI

- Gestire la rabbia e i conflitti
- Stereotipi e pregiudizi
- Ansia da prestazione
- Comunicare il proprio valore

COMUNICAZIONE E CORONAVIRUS: COSA E' CAMBIATO

- La comunicazione e il web
- Semplicità e sintesi
- Valori e autenticità

QUALI SONO LE MIE DIFFICOLTA' NEL COMUNICARE?

FRASI DA BRAISNTORMING ANONIMO (Anno 2018):

- Il giudizio della persona che mi sta ascoltando
- Essere compresa
- Esprimermi fluidamente in pubblico
- Nascondere/ contenere l'emotività
- Ho paura ad esprimere ciò che penso o sento con le parole giuste o in modo comprensibile agli altri
- Non ho difficoltà a comunicare. Tuttavia tengo molto a fare buona impressione. Questa caratteristica preferirei non averla.
- La difficoltà che più incontro nel comunicare con gli altri è quella di essere essenziale, diretto.
- Ascolto poco ...
- Ho sempre timore di non riuscire a spiegare il concetto quindi tendo ad essere prolissa
- La presenza di più persone mi rende meno spontaneo, trovo invece più facilità nel colloquio a due
- Essere troppo severa e dura nel comunicare il mio pensiero, facendolo sembrare un giudizio
- Prendere posizione
- Temo di essere travisato
-

DIFFERENZA TRA COMUNICARE ED INFORMARE

Come capire se
un messaggio è
stato capito?

Emittente

Ricevente



Feedback

Volontario
Involontario
Esplicito
Sottointeso

Le domande sono uno degli strumenti comunicativi più potenti a nostra disposizione.

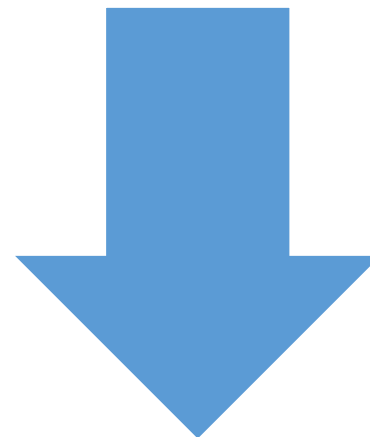
COMUNICAZIONE VERBALE E NON VERBALE

La comunicazione non passa solo dal linguaggio, ma anche dal **corpo**:

- ❖ Tono di voce
- ❖ Intonazione
- ❖ Vocabolario
- ❖ Respirazione
- ❖ Postura del corpo
- ❖ Espressione facciale
- ❖ Prossemica (gestione dello spazio)
- ❖ Gestualità
- ❖ Simboli di status



Verbale: consapevole, efficace per descrizioni, narrazioni, convenzionale



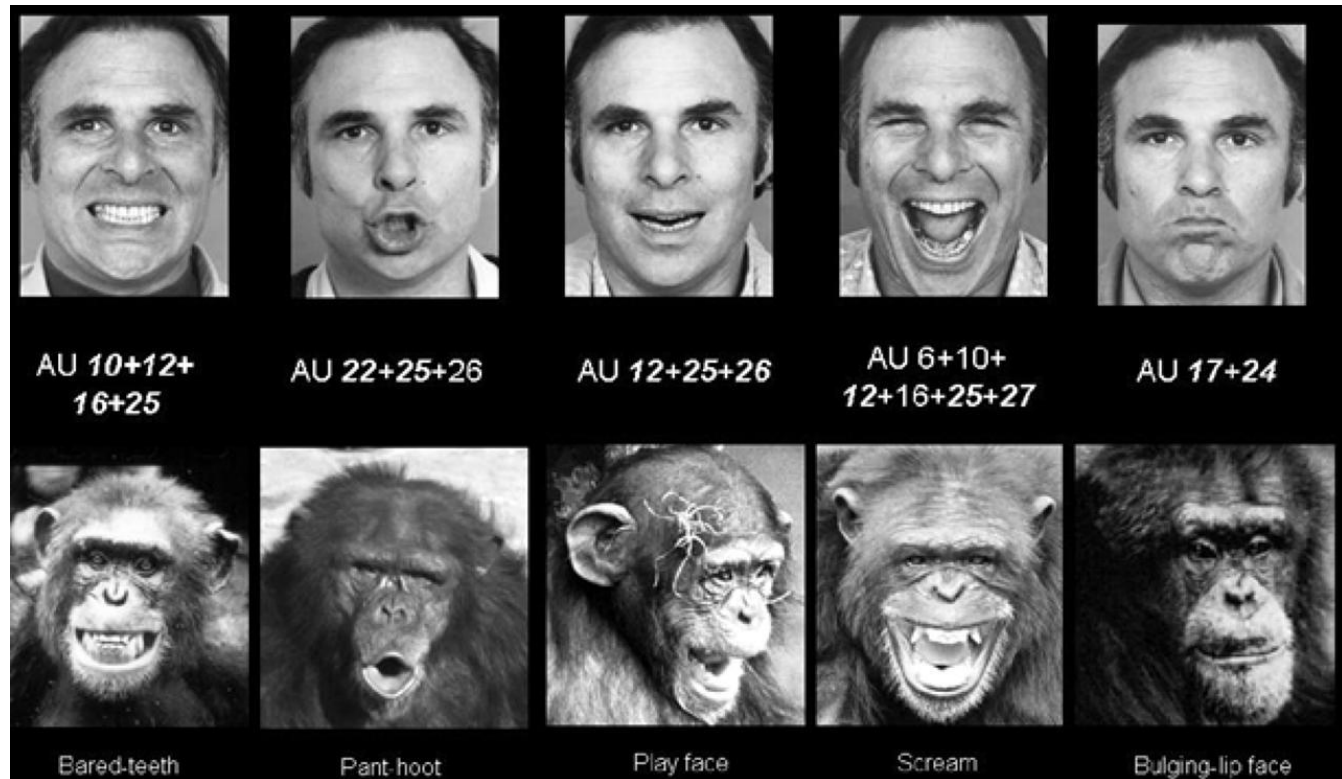
Non verbale: inconsapevole, non controllabile, dà informazioni su chi la esprime, ambigua

COMUNICAZIONE VERBALE E NON VERBALE



Paul Ekman,
psicologo
statunitense,
riprende gli studi di
Darwin e attraverso
vari esperimenti
dimostra
l'universalità delle
emozioni e delle
espressioni facciali

In «Lie to me» il protagonista è un esperto nella comunicazione non verbale che riconosce i colpevoli di crimini basandosi sulle espressioni facciali e sul linguaggio del corpo



CONGRUENZA DEL MESSAGGIO

:

Quando verbale,
paraverbale e non verbale
sono coerenti con il
messaggio che vogliamo
trasmettere



Photo by [rishikesh yogpeeth](#) on [Unsplash](#)

STILI COMUNICATIVI: COME MI RELAZIONO

Il nostro stile relazionale cambia a seconda di dove ci troviamo, con chi siamo, che ruolo abbiamo, come ci sentiamo e può variare anche nel tempo.

E' molto importante conoscere il proprio stile relazionale per evitare di generare reazioni negative negli altri e per poter riconoscere gli stili degli altri.

STILE PASSIVO

Mette gli altri in primo piano e li subisce, fa fatica ad esprimere i propri bisogni e desideri, ha difficoltà nel prendere decisioni

Teme il giudizio degli altri, scarsa autostima, perfezionismo, evita i conflitti

emozioni:
senso di colpa,
ansia, paura,
frustrazione,
rabbia non
espressa



Foto di [ambermb](#) da [Pixabay](#)

STILE AGGRESSIVO

Agisce convinto di avere sempre ragione, accusa gli altri dandogli la colpa e li svaluta
Vuole avere il potere sugli altri, sicuro di sé, vuole essere apprezzato

emozioni: rabbia,
senso di colpa
(talvolta dopo la
rabbia), ansia se
non ottiene
quello che vuole



Foto di [Claudio_Scott](#) da [Pixabay](#)

STILE ASSERTIVO

Rispetta i propri diritti e quelli altrui, contiene i conflitti, non esige che gli altri cambino opinione

Sa dire di no e ammette di avere sbagliato

emozioni: no emozioni
«negative», autostima



Foto di [ErikaWittlieb](#) da [Pixabay](#)

L'ASSERTIVITA'



L'assertività consiste nell'esprimere le proprie idee, convinzioni ed emozioni senza aggredire od offendere l'altro.

Essere assertivi significa:

- Riconoscere le proprie emozioni
- Essere in grado di comunicare emozioni e sentimenti, anche se negativi
- Essere consapevoli dei propri meriti e del proprio valore, nonché saper riconoscere i meriti e i valori degli altri
- Essere responsabili dei propri comportamenti e saper imparare dalle esperienze
- Essere diretti e non ambigui
- Essere in grado di accettare le scelte degli altri
- Saper dire di no (dire no agli altri vuol dire dire di sì a se stessi)

TECNICHE PER UNA COMUNICAZIONE ASSERTIVA

Riportare ai fatti e non alle opinioni

Fare osservazioni ai comportamenti e non alle persone

Fare osservazioni circostanziate e non generiche

Parlare in prima persona

«A mio parere, secondo me, mi piacerebbe, vorrei condividere con te il mio pensiero ...»

Empatizzare con l'altro

«Sento che questa cosa per te è importante,»

Coinvolgere l'altro in una dimensione collaborativa

«Vorrei sapere il tuo parere»

«Puoi spiegarmi meglio? Non ho capito bene ...»

Usare il noi per coinvolgere

STRUMENTO OPERATIVO: L'EMPATIA

Empatia: capacità di entrare in connessione con l'altro, di comprendere i suoi stati d'animo e le sue emozioni, senza perdere la propria individualità ed autonomia.

Per creare la sintonia tra cliente e professionista è indispensabile mettersi nei panni dell'altro, creando un rapporto «**empatico**» basato sulla fiducia e la sintonia emotiva.

Dimostrare che l'interlocutore è la cosa per noi più importante nel momento in cui comunica con noi.

Non è SIMPATIA né ANTIPATIA...

Ma avere la capacità di porsi in maniera immediata nello stato d'animo o nella situazione di un'altra persona, con nessuna o scarsa partecipazione emotiva.

STRUMENTO OPERATIVO: L'ASCOLTO ATTIVO

Per un buon rapporto con il cliente è necessario innanzitutto costruire **fiducia**, la fiducia si ottiene tramite l'**ascolto**.

Quando c'è fiducia ci si sente più sicuri e meno vulnerabili.

La fiducia genera senso di protezione come la mancanza di fiducia genera timore.

L'ascolto attivo è un atto volontario che richiede **sforzo**, perché per ascoltare ci vuole

- Tempo
- Pazienza
- Calma.

Come comunicare e stare meglio?

Un primo suggerimento è quello di ascoltare, sia se stessi sia gli altri, collaboratori o clienti.

L'ascolto attivo, adattato in ogni contesto, richiede sforzo, perché è necessario fermarsi e pensare a che cosa vogliamo veramente dire, a come lo diciamo e come l'altro sta recependo quello che stiamo dicendo. Molto spesso trascuriamo la **comunicazione non verbale**, a parole diciamo delle cose e con la **gestualità** o **l'intonazione della voce** ne esprimiamo altre.

Ogni contesto ha le sue regole a cui dobbiamo adattarci.

ASCOLTO = FIDUCIA

Ascoltare è molto importante anche perché ascoltando acquisiamo la fiducia dell'altro, che si sente accolto da noi.

Questo non vuol dire che dobbiamo sempre dargli ragione o che dobbiamo cambiare necessariamente il nostro pensiero, vuol dire semplicemente fermarsi ed ascoltare che cosa ha da dirci e che cosa possiamo acquisire dal suo pensiero che ci possa migliorare.



Photo by [@Christina @ wocintechchat.com](https://www.unsplash.com/photo/Christina) on [Unsplash](https://www.unsplash.com)

L'ALTRO NON MI ASCOLTA

Esiste però anche l'altra faccia della medaglia, parlare ma non essere ascoltati.

Quante volte ci siamo trovati a dover ripetere le stesse cose perché l'altro non capisce? Oppure non c'è verso di fargli vedere le cose come le vediamo noi perché vuole convincerci del suo parere?

In questi casi o si finisce a litigare furiosamente oppure si lascia perdere, anche se spesso è l'altro che di solito non lascia perdere perché vuole a tutti i costi convincerci. Il difficile è tenere a bada la rabbia e il nervosismo che ci assalgono, perché invece noi vorremmo a tutti i costi far valere il nostro pensiero.

E una volta finito il confronto ci rimane quella sensazione strana di non essere stati capiti o di non essere riusciti a spiegarci, che avremmo potuto fare o dire di più.



Photo by [Vincent van Zalinge](#) on [Unsplash](#)

STRUMENTO OPERATIVO: RIFORMULARE

Riformulare consiste nel **riassumere con parole proprie** e ciò che l'altro ha detto, chiedendo conferma della correttezza di quanto ripetuto.

La riformulazione dell'ascolto è una tecnica che viene utilizzata per restituire al nostro interlocutore quello che è stato detto e che noi abbiamo compreso, **consento a lui di sentirsi compreso** e consentendo a noi di capire meglio il suo pensiero.

Formule:

- «se ho compreso bene, mi hai detto che...»
- «provo a ripetere cosa ci siamo detti...»

STRUMENTO OPERATIVO: COME FARE LE DOMANDE GIUSTE

Le domande sono uno degli strumenti comunicativi più potenti a nostra disposizione.

Evitare di fare interrogatori ed usare **domande aperte**, che mettano a proprio agio l'interlocutore.

Esempio:

Perché

Descrivimi meglio

Cosa pensi?

Usare le domande per capire meglio cosa l'altro vuole dirci



Photo by [Jon Tyson](#) on [Unsplash](#)

COMUNICARE CON SILENZIO

Comunicare col SILENZIO
pause, tempi morti ma anche ascolto
«abbiamo due orecchie ma una bocca sola»



Photo by [Kristina Flour](#) on [Unsplash](#)



Photo by [kyle smith](#) on [Unsplash](#)

LA COMUNICAZIONE CON I CLIENTI

FARSI PAGARE DAI CLIENTI ...
l'eterno problema

Il problema principale è il
RICONOSCIMENTO del nostro
tempo e del nostro valore

Stabilire il patto
iniziale

Rispettare i
termini del patto

Parcellare secondo
quanto stabilito

Sollecitare il
cliente a rispettare
il nostro accordo

GESTIRE LA RABBIA E I CONFLITTI

Liti tra soci, liti con il fisco o con altri interlocutori del mondo economico sono sempre più frequenti e richiedono al commercialista di saper sostenere i propri clienti con uno stile comunicativo ed un linguaggio appropriato alla singola situazione.

Capacità di negoziazione, visioni allargate e gestione della rabbia possono essere fondamentali per il raggiungimento di un accordo.

Le liti fanno parte della nostra professione, diventa essenziale avere degli strumenti per renderle utili, produttive e non distruttive.



Photo by [Chris Sabor](#) on [Unsplash](#)

LA NEGOZIAZIONE

La negoziazione è un processo di ricerca di un **EQUILIBRIO**....

E' necessario gestire l'incertezza ed individuare soluzioni per problemi non strutturati, per i quali non esiste una soluzione predeterminata.



Photo by [青晨](#) on [Unsplash](#)

IL RAGGIUNGIMENTO DI UN ACCORDO

In un accordo le parti sanno che cooperare è vantaggioso, ma c'è un conflitto sul modo di distribuire il beneficio derivante da un eventuale accordo.

Il processo si può concludere con una decisione congiunta (accordo), o con una decisione unilaterale di rottura (disaccordo), a seconda se le parti riescono o non riescano a raggiungere un **compromesso** tra i loro interessi oppure ad intravedere **ulteriori interessi** che non avevano visto inizialmente.



Photo by [Sebastian Herrmann](#) on [Unsplash](#)

STEREOTIPI E PREGIUDIZI

È più facile spezzare un atomo che un pregiudizio (A.Einstein)

Lo **stereotipo** è una rappresentazione semplificata della realtà che in ambito sociale viene associata ad un gruppo di persone, alle quali vengono attribuite le stesse caratteristiche, ad esempio: i clienti sono tutti uguali

Se connotiamo negativamente lo stereotipo cadiamo nel **pregiudizio**, ad esempio: i clienti sono maleducati

Perché utilizziamo lo stereotipo?

Lo stereotipo viene utilizzato in quanto ognuno di noi dispone di risorse limitate nell'elaborare le informazioni e quindi tendiamo ad utilizzare delle "scorciatoie" di pensiero (**euristiche**) che ci consentono semplificare i processi cognitivi, facendoci risparmiare tempo ed energie, che però al tempo stesso di portano a distorsioni di pensiero ed errori (**bias**) di giudizio.

COMUNICARE IL PROPRIO VALORE

Molto spesso il commercialista non riesce a trasmettere al cliente il valore della consulenza o anche solo il **tempo** che impiega nel fare il proprio lavoro.

Stereotipi e pregiudizi guidano i comportamenti del commercialista e i pensieri dei suoi clienti, riconoscerli ed affrontarli può essere un valido aiuto nel dare un'immagine corretta e veritiera del valore del lavoro del commercialista.



Photo by [Marten Bjork](#) on [Unsplash](#)

ANSIA DA PRESTAZIONE

LA RICHIESTA DELLA «PERFORMANCE»

Precisione, Perfezione

... NO ERRORI

Rischio:

lentezza, mancanza di tempestività nel raggiungimento degli obiettivi, frustrazione, non accorgersi di cosa accade



Photo by [Tim Gouw](#) on [Unsplash](#)

SICUREZZA DI SE' ED AUTOSTIMA

Saper comunicare con efficacia aiuta a sentirci più competenti e sicuri di noi, consentendoci di gestire meglio lo stress connesso all'esercizio della professione e a vivere meglio anche nella nostra vita privata.

La strada per avere una stima adeguata del proprio valore passa attraverso il **non confrontarsi in continuazione con gli altri**, ma nell'essere orgogliosi di sé anche se gli altri non approvano, nel riconoscere che abbiamo costruito quello che potevamo con le risorse che avevamo e che quello che siamo è il risultato dei nostri sforzi, unico e irripetibile.

Prendere consapevolezza del nostro valore e delle nostre competenze, dell'impegno che abbiamo messo per essere quello che siamo e del risultato ottenuto è compito nostro, non dipende dall'opinione o dal giudizio degli altri.

“Quando sei contento di esser semplicemente te stesso e non fai confronti e non competi, tutti ti rispetteranno.”

cit. Lao Tse

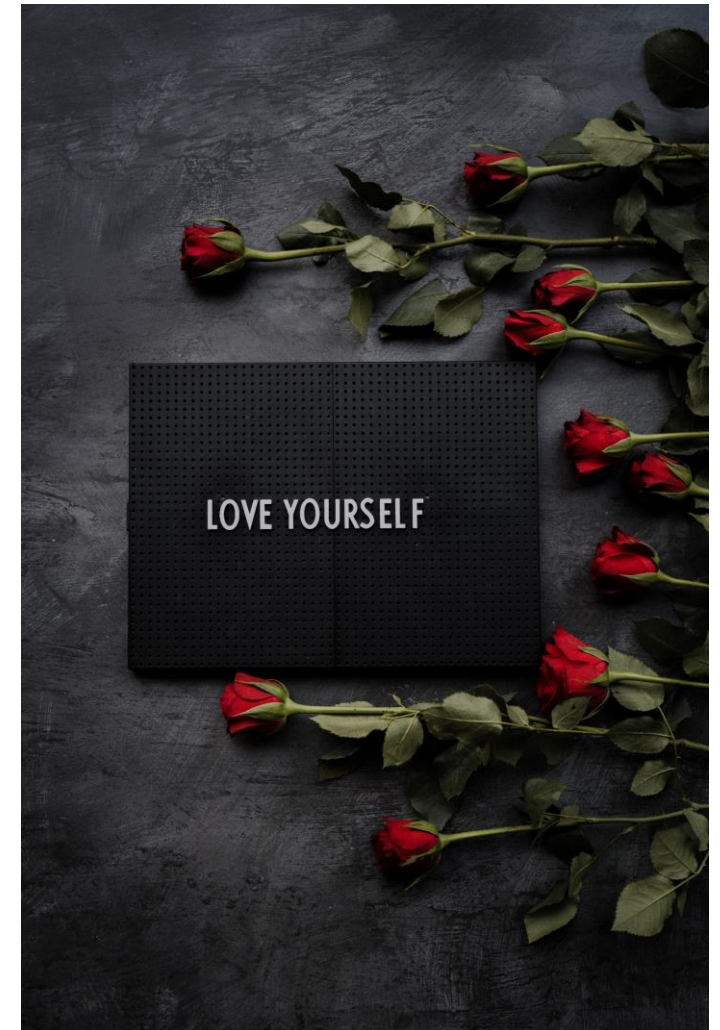


Photo by [Annie Spratt](#) on [Unsplash](#)

IL VALORE DELLA PROFESSIONE

Secondo alcuni, la professione del commercialista è destinata a scomparire, in quanto legata a tenuta della contabilità e calcoli delle imposte da pagare, che a breve saranno completamente informatizzati.

Però il commercialista non è solo esperto di contabilità e fisco, è molto di più.

È consulente a 360 gradi di aziende e privati, ha studiato per anni le dinamiche economiche ed è entrato in contatto con centinaia di persone. Si è formato sul campo, diventando il custode dei segreti degli individui perché attraverso il rapporto con il denaro e le tasse ha raccolto le loro necessità e i loro bisogni.

Questo bagaglio di conoscenze e sensibilità è unico e non deve scomparire con l'informatizzazione; al contrario deve essere **valorizzato**, individuando ciascuno all'interno delle esperienze maturate la propria specializzazione, perché la contabilità andrà comunque sempre verificata e interpretata e le norme fiscali applicate, le macchine non potranno mai sostituire la mente umana e ci sarà quindi sempre bisogno di un commercialista che aiuti le aziende a tenere correttamente i conti e a pianificare il proprio futuro.

Cambierà il modo in cui saranno ottenuti, ma i dati dovranno comunque essere interpretati e gli imprenditori sostenuti e formati nelle loro scelte.



COMUNICARE IL PROPRIO VALORE – LA COMUNICAZIONE CON I COLLEGHI

Quando comunichiamo siamo spesso preoccupati dalla diversità dell'altro, che mette in discussione le nostre certezze.

Spesso non diciamo cosa pensiamo perché abbiamo paura del loro giudizio, di non essere accettati.

Questo capita anche spesso con i colleghi, perché pensiamo che siano più «in gamba» di noi ...



COMUNICAZIONE E CORONAVIRUS: COSA E' CAMBIATO



Photo by [Ani Kolleshi](#) on [Unsplash](#)

LA COMUNICAZIONE E IL WEB

Com'è cambiata la comunicazione oggi?
Quanto ci siamo adattati e quanta resistenza facciamo?



MEZZI DI COMUNICAZIONE DIVERSI A SECONDA DELL'URGENZA

I mezzi di comunicazione più innovativi ci permettono di **semplificare** i rapporti e di avvicinarci all'altro.

Bisogna però mettere in conto che una richiesta immediata spesso pretende una **risposta immediata**, che gli strumenti sono accessibili a tutti in ogni momento.

L'era digitale porta con sé una maggiore **velocità** e **complessità** anche nella comunicazione.

SCEGLIERE IL MEZZO PIU' ADATTO e insegnarlo ai nostri collaboratori:

MAIL

WHATSAPP/SMS

TELEFONATA



Photo by [Esther Wechsler](#) on [Unsplash](#)

IL LINGUAGGIO TELEMATICO (o giovanile?)

ZOOM, TEAMS, CISCOWEBEX, SKYPE, HANGOUT, TALKY

VUOI CHE SPENGA IL **MIC**?

Se ci fermiamo a pensare in realtà la comunicazione tramite messaggistica / whatsapp / social ci dà la possibilità di fermarci e pensare a cosa stiamo scrivendo -> E' MEDIATA

se siamo in grado di fermarci e non rispondere di getto!



Photo by [dylan nolte](#) on [Unsplash](#)

IL LINGUAGGIO TELEMATICO (o giovanile?)

- Scrittura ABBREVIATA
- Molto INGLESE
- EMOTICON -> sono il paraverbale della lingua parlata
- Abbreviazioni, contrazioni, uso della «k»
- Possibilità di scrivere e di correggere, cancellare il messaggio, non c'è necessariamente processo lineare
- Si accettano gli errori
- Alcuni comunicano di più
- Prolungamento vocali ciaooooo
- Uso dei numeri c6? un b8
- Troncamenti tvb, asap
- Maiuscole (urlato) NO NO NO MA COSA VUOL DIRE?
- Ripetizioni Ahahahahah



SEMPLICITA' E SINTESI

Se ci fermiamo a pensare in realtà la comunicazione tramite messaggistica / whatsapp / social ci dà la possibilità di fermarci e pensare a cosa stiamo scrivendo, è MEDIATA, SEMPLICE se SINTETICA .. se siamo in grado di fermarci e non rispondere di getto!



Photo by [Sarah Dorweiler](#) on [Unsplash](#)

VALORI E AUTENTICITA'

FRASI DA BRAISNTORMING ANONIMO (Anno 2018):

- Non avere la piena conoscenza della tematica affrontata
- In ambito lavorativo, paura di sbagliare o di non saper rispondere a una domanda
- Timidezza
- Senso di inadeguatezza
- Difficoltà nell'esprimere un disagio personale
- A volte mi risulta difficile accettare le critiche
- Senso di inferiorità rispetto chi ascolta; chi mi ascolta sembra che sappia sempre di più
- Esprimere con parole quello che si prova in generale
-
-
-



Photo by [Edwin Hooper](#) on [Unsplash](#)

ANDARE OLTRE LE PROPRIE CONVINZIONI

I limiti del tuo
linguaggio sono i
limiti del tuo
mondo

(Ludwig
Wittgenstein)



Photo by [Drew Beamer](#) on [Unsplash](#)