

PUBLIC SPEAKING

Coinvolgere qualsiasi platea in maniera sapiente



di **Rocco Americo**

Trainer presso Profexa Consulting,
Business coach, scrittore

[LinkedIn](#) | [www](#)

Capita molto spesso di trovarci a dover parlare in pubblico per presentare un progetto, una relazione tecnica in una riunione o a un convegno, o “semplicemente” per esporre un’idea durante un ritrovo con i propri conoscenti. Parlare a una platea a volte è una necessità legata a impegni lavorativi che a molti rischia di incutere un po’ di agitazione e insicurezza; il *Public Speaking* è un ottimo metodo strategico che insegna a **gestire con padronanza gli stati emotivi e la sintonia con l’audience**. Apprendendo le tecniche di questo metodo si **vivrà positivamente l’esperienza di parlare davanti a tante persone**, vedendola come una grande opportunità di visibilità per la propria attività professionale e personale.

Cosa significa saper parlare in pubblico?

Non si tratta solo di essere affascinanti, riuscire a parlare in modo fluido e disinvolto, o esporre in maniera chiara, signi-

fica prima di tutto **essere efficaci nel raggiungere i risultati** connessi al parlare in pubblico. E se di risultati si tratta, necessariamente la questione più importante per ottenere un buon Public Speaking è quella di **porsi dei buoni obiettivi** e di fare a se stessi alcune domande chiave per rendere ogni intervento comunicativo, focalizzato e incisivo.

Le 3 domande focalizzanti

Le tre domande focalizzanti a cui dovete rispondere per poter preparare al meglio ogni intervento:

La prima domanda: cosa voglio che sappiano di diverso rispetto a prima?

Al termine di questo incontro che sto per tenere, che sia una lezione, una conferenza, una riunione, una presentazione di un prodotto, cosa voglio che le persone abbiano imparato a livello cognitivo?

La seconda: quali stati emotivi voglio che sperimentino prima, durante e dopo il mio intervento? Come voglio





◀ **L'elemento più importante** per poter parlare con successo in pubblico è porsi dei buoni obiettivi e fare a se stessi alcune domande chiave per rendere ogni intervento comunicativo, focalizzato e incisivo

“ *Saper parlare in pubblico significa prima di tutto essere efficaci nel raggiungere i risultati* ”

che le persone si sentano durante la riunione e come voglio che le persone si sentano a seguito della riunione, dell'incontro, della presentazione?

La terza domanda fondamentale: cosa voglio che le persone facciano quando usciranno da questa stanza? Quali azioni concrete, misurabili, immediate o a lungo termine desidero che le persone presenti mettano in atto da ora in avanti?

Obiettivi e azioni coerenti

Gli obiettivi che vi ponete dovranno necessariamente **tenere in considerazione il tempo** che avete a disposizione ed essere ambiziosi ma raggiungibili. Quando si ha poco tempo conviene sempre concentrare l'attenzione su **due o tre concetti chiave al massimo**. Espo- nendo di più otterrete l'effetto paradossale di ridurre la mole di informazioni che le persone riusciranno a ricordare e comprendere. Uno degli errori più frequenti che commette chi parla a un gruppo di persone è introdurre più argomenti rispetto a quelli che le persone possono immagazzinare nella loro testa. Progetta- te, quindi, il vostro intervento proprio partendo da questo presupposto. Quali sono i due concetti importanti con i quali tutti dovranno uscire dalla stanza e su cui tutti dovranno essere

allineati? Quali sono le due emozioni fon- damentali che tutti dovranno sperimentare pri- ma e dopo avervi ascoltato?

L'attacco

Per rendere il vostro discorso davvero potente ed efficace, in primo luogo tenete conto che le persone che arriveranno alla vostra presen- tazione saranno, probabilmente, in uno sta- to emotivo lontano da quello che sarà il vero

Non lasciate nulla al caso

Nulla può essere lasciato al caso, e migliorare allenandosi nell'uso delle tecniche e strategie per dare valore ai vostri interventi pubblici è possibile!

Qualche consiglio:

- 1 Individuate i vostri obiettivi.
- 2 Organizzate il contenuto del discorso.
- 3 Sfruttate al meglio i contenuti audiovisivi
- 4 Strutturate il vostro setting.
- 5 Utilizzate la potenza della voce e del corpo.
- 6 Gestite le eventuali obiezioni del vostro pubblico.

focus della vostra argomentazione, di conse- guenza sarà fondamentale per voi catturare e **canalizzare, fin da subito, l'attenzione della platea nei vostri confronti** e nei confron- ti di ciò che state per dire. Come potete fare? Innanzitutto, ricordate che **tutto ciò che è mono-tono è anche monotono**. Di conse- guenza cosa potete fare con la voce per tenere sempre desta l'attenzione di chi ascolta? Varia- re! Potete in alcuni casi adottare un volume di voce più alto, mentre in altri uno più basso. Come si può variare il volume, si può anche variare il ritmo: in certe fasi del nostro percor- so possiamo parlare molto rapidamente per- ché proprio la velocità di dialogo maggiore saprà risvegliare l'attenzione di tutti e in par- ticolare facilitare chi utilizza processi menta- li di tipo visivo (ragiona per immagini), per poi far seguire una fase di ritmo intermedio (pre- ferito dagli auditivi) e talvolta, specie quando si raccontano delle cose personali della propria esperienza, si può ridurre ulteriormente sia il volume che la velocità alla quale si espone un concetto. Cambiare volume e ritmo e, per- ché no, anche cambiare tono. La variazione di tono genera un effetto molto efficace, e riesce meglio di qualsiasi altro mezzo a emoziona- re le persone che vi sono di fronte, per que-

“ *Un colpo a effetto è sicuramente il modo più veloce per canalizzare l'attenzione del pubblico* ”

sto il tono dovrà sempre essere coerente con il messaggio emozionale che volete passare. Potete scegliere di **aprire con una battuta di spirito** o, se il gruppo è poco numeroso, pote- te preparare un'apertura un po' più elaborata, un po' più scenica. Un colpo a effetto è sicu- ramente il modo più veloce per canalizzare l'attenzione. Potreste, per esempio, **racconta- re un vostro aneddoto**, una vostra esperien- za personale apparentemente non collegata a quello che state per dire, ma che in realtà, in una fase successiva dell'intervento, si com- prenderà meglio e più a fondo. Oppure **prepa- rare una sorta di gag**. Potreste far vedere loro un video, far ascoltare della musica, far scor- rere delle immagini prima di iniziare a parlare: nel momento in cui interromperete il video, la musica, le immagini, vi renderete conto che subito tutti gli sguardi sono rivolti nella vostra direzione e questo sarà il segno che siete pronti per partire e soprattutto che i presen- ti sono pronti ad ascoltarvi. Ricordate anche



▶ **Per mantenere desta l'attenzione di chi ascolta** è importante variare. Potete in alcuni casi adottare un volume di voce più alto, mentre in altri uno più basso, cambiare il ritmo del parlato e anche il tono

di **gestire il non verbale: sfruttare gesti, posture, atteggiamenti del corpo** durante il public speaking per aumentarne l'efficacia. I due tipici errori per chi non è abituato a parlare davanti ad altre persone sono di bloccare ogni tipo di movimento e di sedersi su un angolo della sedia, magari in una zona defilata della stanza. In entrambi i casi si fornisce l'impressione di essere a disagio, di aver paura del contatto. **Il corpo in effetti dice alle persone come si sente internamente chi gli sta parlando!**

Il piatto forte

Superata questa fase di 4-5 minuti di rottura del ghiaccio, allora dovete **presentare immediatamente quello che è il piatto forte**: esponetelo in termini generali e solo successivamente andate nel dettaglio. Il piatto forte, cioè l'argomento portante di tutto il discorso, va presentato subito. Per quale motivo? Semplicemente perché le persone riescono a stare attente in media 20-25 minuti, qualcuno un po' di più, qualcuno un po' di meno. Presentando subito l'argomentazione portante **farete sì che tutti per lo meno abbiano ascoltato**



“ Il modo più rapido e funzionale per far rinvigorire le energie psico-fisiche delle persone consiste nel farle muovere ”

quell'argomento e ne prendano coscienza. Conosco persone che anche quotidianamente parlano in pubblico, ma si dimenticano di esprimere subito il concetto forte, e questo fa sì che i loro ascoltatori vadano a casa e si chiedano: "Ma di che cosa abbiamo parlato durante quell'intervento?".

Il risveglio psico-fisico

Dopo 20-25 minuti tenete conto che l'attenzione di parte della vostra platea inizia a calare. Dovete quindi trovare un metodo, una strategia, un escamotage per **recuperare l'attenzione** e rinvigorire le energie psico-fisiche delle persone. Il modo più rapido e funzionale per farlo consiste nel farle muovere. Una semplice routine può stimolare le persone ad alzare la mano e magari farsi una risata. Potreste chiedere "Quanti di voi hanno sperimentato questo?" e poi chiedere anche l'opposto: "Quanti non lo hanno sperimentato?". Così facendo tutti alzeranno la mano. In realtà non la alzeranno proprio tutti e questa potrebbe essere l'occasione per lanciare una battuta del tipo: "Trovo sempre qualcuno indeciso o che forse si è addormentato e non alza la mano...". A questo punto potete rifare le due domande precedenti con la scusa di verificare la situazione. Tale routine oltre a permettervi un sondaggio molto rapido, stimola a riattivare il corpo. Riattivandolo, si fornisce nuovo ossigeno anche al cervello e quindi si predispongono le persone a stare più concentrate nella fase successiva. Un altro modo per far muovere le

< **Il piatto forte**, cioè l'argomento portante di tutto il discorso, va presentato subito, perché le persone riescono a stare attente in media 20-25 minuti. Presentando subito l'argomentazione portante farete sì che tutti per lo meno ne prendano coscienza e sappiano di che cosa avete parlato durante il vostro intervento.



persone potrebbe essere quello di farle alzare e ridisporsi in ordine alfabetico o in ordine di altezza. È una modalità molto energizzante e aiuta le persone a socializzare tra loro.

La sperimentazione attiva

Dopo la fase di risveglio psico-fisico potete portare avanti, ancora per dieci/quindici minuti, le vostre argomentazioni. Dopodiché è necessario **fermarsi e far sperimentare alle persone quanto state esponendo loro**. Ricordatevi che il vero apprendimento non passa solo per la testa ma passa per il fare le cose. Le persone ricordano molto meglio un discorso di venti minuti seguito da una sperimentazione pratica piuttosto che un discorso di otto ore trascorse ad ascoltare ininterrottamente. Ecco perché far provare è un passaggio fondamentale.

Riepilogo e rilancio

Dedicate infine la fase finale del vostro tempo **(4-5 minuti) per riepilogare i passaggi chiave**. Questo passaggio non serve soltanto a consolidare nella memoria di chi ascolta quello che è già stato detto, ma soprattutto aiuta l'interlocutore ad avere un senso generale del discorso. Nella vostra esposizione passerete dunque dal generale al particolare prima, e di nuovo al generale poi. In tal

modo tutto il percorso avrà, nella sua interezza, più senso. Terminato il riepilogo, se la lezione si conclude, è necessario stimolare i vostri partecipanti al massimo impegno possibile post incontro, nel *day-by-day*, cosicché possano arrivare già pronti alla successiva occasione. Viceversa si può passare a introdurre i nuovi concetti seguendo lo stesso schema ora proposto.

Cosa farete delle nuove conoscenze che avete acquisito?

Vi abbiamo accompagnato per una parte del percorso e **da questo momento in poi dipende solo da voi**. Potrete uscire fuori e iniziare a sfruttare ogni occasione possibile per mettere in pratica ciò che avete imparato e di conseguenza potrete far sì che questa disciplina entri a far parte di quelle che sono le vostre abitudini, le vostre caratteristiche e le vostre abilità spontanee. Oppure potrete lasciare il vostro sapere inutilizzato e magari leggere un altro libro. Otterrete in tal modo altre nozioni che poi utilizzerete solo parzialmente. Noi ovviamente vi consigliamo di mettere in pratica le abilità apprese, di far sì che diventi per voi automatico e spontaneo farlo. **Solo così diventerete persone migliori** e capaci di influenzare in modo positivo gli altri! <