



*Psicologo dello sport, del lavoro e delle organizzazioni*  
*Cattedra di Psicologia dello Sport Facoltà di Medicina e Chirurgia di Firenze*  
*Corso di Laurea in Scienze Motorie*  
*Corso di Laurea Specialistica in Scienze e Tecnica dello Sport*

**LA PERCEZIONE**



"PROCESSO PER MEZZO DEL QUALE LA GENTE

**SELEZIONA**

**ORGANIZZA**

**INTERPRETA**

STIMOLI SENSORIALI PER GIUNGERE AD UNA RAPPRESENTAZIONE DEL MONDO DOTATA DI SIGNIFICATO"

by diego polani

(MARKIN, 1974)

**STRATEGIE COMUNICATIVE**

L'ANALISI DELLE TRANSAZIONI SI OCCUPA DELLE MODALITA' RELAZIONALI TRA LE PERSONE.

IL NOSTRO "IO" PUO' ESSERE COSI' SUDDIVISO:

- G** *norme e valori*
- A** *logica*
- B** *desideri*

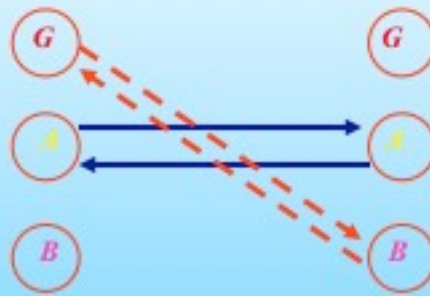
by diego polani

13

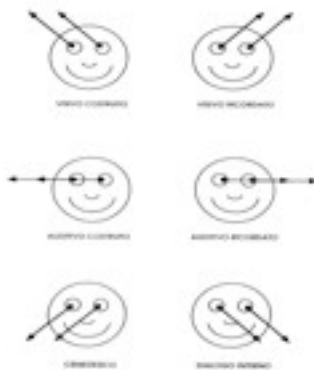
# STRATEGIE COMUNICATIVE

Transazioni sociali

Transazioni psicologiche



# STRATEGIE COMUNICATIVE



## Espressioni fondamentali

- Felicità, tristezza, sorpresa, collera, paura, disgusto-disprezzo (emozionali pure)
- Interesse, vergogna, dolore, trasalimento, fervore, perplessità (emozionali complesse)
  - Sono visibili fino a 45 metri





## duplice ruolo:

### management

gestione attività  
(conoscenze tecniche,  
mission)

### leadership

gestione relazionale  
(capacità comunicazionale,  
vision)

La capacità di comunicare la nostra vision è la capacità di saper dare dei valori a dei principi. I **principi** sono il territorio, i **valori** sono la mappa su cui costruiamo il nostro operato.

**IL PROBLEMA RELAZIONALE TRA NOI E I NOSTRI CLIENTI INTERNI E/O ESTERNI E' IL NOSTRO MODO DI VEDERE IL PROBLEMA!!!!**

*Leadership è comunicare agli altri il loro valore e il loro potenziale in maniera tanto chiara da far sì che li vedano in loro stessi*

Stephen R. Covey

## GLI OBIETTIVI DI QUALITA'

- ✓ **REGOLARITA' / PUNTUALITA' DELLE INFORMAZIONI (LEZIONI E INFORMAZIONI DIRETTE )**
- ✓ **REGOLARITA' / PUNTUALITA' DEL SERVIZIO NELL'INTERO ARCO DI QUESTO**
- ✓ **REGOLARITA' NELLA RICONOSCIBILITA' E IMMAGINE (VESTIARIO E CURA DELLA PERSONA )**
- ✓ **REGOLARITA' NELL'ACCOGLIENZA / ASSISTENZA (FUORI E DENTRO L'IMPIANTO )**
- ✓ **REGOLARITA' DELLE DIMENSIONI RELAZIONALI (CORTESIA E STILE RELAZIONALE )**

## LA LEADERSHIP SA COGLIERE I DIVERSI PUNTI DI VISTA

LEADERSHIP  
Bisogni di ordine  
& equilibrio

6

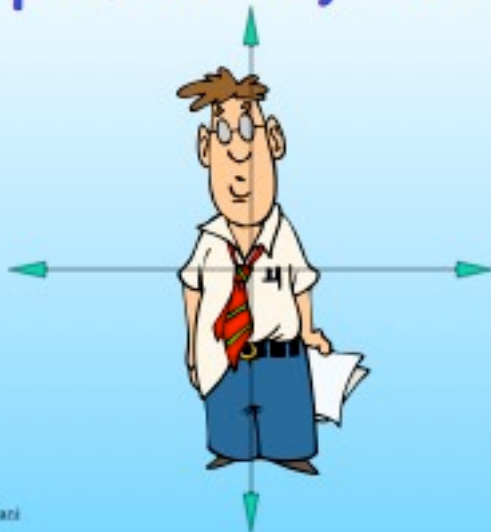


Sei



Nove

## Esprimere: 1) Fiducia







Di chi pensi di poterti fidare?



A chi lasceresti guidare il tuo team, mentre sei in fuori ?



A chi diresti il tuo codice PIN?



Di chi ti fideresti per occuparsi di tuo figlio o del tuo animale preferito?



Chi si fiderebbe di te ?

13

*“La capacità di costruire, estendere, e ricostruire la fiducia con tutti gli stakeholders—clienti, business partners, investitori, e co-workers—è la chiave della competenza della leadership nella nuova economia globale.”*

*—Stephen M. R. Covey*

*“Il Feedback è il nostro sistema di supporto. Senza questo continuiamo a sbagliare. Fate tutto ciò che potete per creare una cultura in cui non sia un problema dare e ricevere feedback.”*

14

## I 4 elementi della fiducia:



→ Affidabilità

→ Apertura

→ Accettazione

→ Congruenza

1. Parlare diretto
2. Dimostrare rispetto
3. Essere trasparenti
4. Rimediare agli errori
5. Essere leali
6. Portare risultati
7. Migliorarsi
8. Confrontarsi con la realtà
9. Chiarire le aspettative
10. Essere responsabili
11. Ascoltare prima
12. Mantenere gli impegni
13. Estendere la fiducia

16

## La fiducia



by diego polari

### → All'interno della società:

- ▷ Propositi comuni
- ▷ Obiettivi chiari
- ▷ Motivazione
- ▷ Impegno
- ▷ Energia
- ▷ Risparmio di tempo e...

27

## La fiducia



by diego polari

### → All'esterno della società:

- ▷ Leadership
- ▷ Qualità delle azioni
- ▷ Immagine
- ▷ Relazioni durature

28



19

Quali sono i simboli di fiducia nella nostra organizzazione?

Quali sono i simboli di sfiducia nella nostra organizzazione?

20

Secondo Covey il **Net Promoter Score (NPS)** è uno strumento di gestione per verificare la *fedeltà del cliente* invece della *soddisfazione*. Potete ottenere il Net Promoter Score facendo al vostro cliente una sola domanda: "Quanto ci raccomanderebbe ad un cliente o ad un amico?"

*"Il cammino per una crescita profittevole e sostenibile inizia con la creazione di più promotori e meno detrattori. Questo numero [NPS] è l'unico numero che deve crescere. E' tanto semplice, quanto importante."*

—Fred Reichheld, Harvard Business Review

21

Scores	Cosa fanno
Promotori "9s and 10s"	Portano la soddisfazione ad essere un elemento profittevole, concreto e di sviluppo del business.
Passivi "7s and 8s"	Hanno poco impatto sulla soddisfazione e sulla crescita.
Detrattori "1s through 6s"	Distruggono la soddisfazione, attraverso lamentele, acquisti ridotti, defezioni.

tratto da S.M.R. Covey - 2009

22

### Chiedete ai clienti la domanda:

- In una scala da 1 a 10, quanto consigliereste i nostri prodotti/servizi agli altri?

①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
NOT LIKELY									VERY LIKELY
Percentage of 9s and 10s (promoters):									%
Minus percentage of 1s through 6s (detractors):									-
Net Promoter Score:									%

Tratto e rielaborato da S.M.R. Covey - 2009

23



tratto e rielaborato da S.M.R. Covey - 2009



**GRAZIE PER L'ATTENZIONE**

**[diego@diegopolani.eu](mailto:diego@diegopolani.eu)**

**[d.polani@cspas.com](mailto:d.polani@cspas.com)**

**[www.diegopolani.eu](http://www.diegopolani.eu)**