



L'importanza della Comunicazione

Come comunicare

Quali mezzi utilizzare

Come convincere

Ferrere, 9 ottobre 2016

«Un paese ci vuole, non fosse che per il gusto di andarsene via. Un paese vuol dire non essere soli, sapere che nella gente, nelle piante, nella terra c'è qualcosa di tuo, che anche quando non ci sei resta ad aspettarti». Cesare Pavese -La luna e i falò-

Benvenuti a Ferrere

Grazie di essere qui, grazie

ONAS

- Silvio Maria Tealdi, 52 anni, sposato , 2 figli, Sindaco pro tempore (2019)
- Laurea in Scienze Agrarie
- 25 anni nel comparto farmaceutico (Sales Manager)
- 2 anni direttore di Eataly in Campagna



Obiettivi



- Riflettere sui principi che guidano la comunicazione
- Condividere le linee guida finalizzate a una comunicazione efficace
- Consolidare competenze utili per predisporre una presentazione efficace
- Condividere principi di PowerPoint

La comunicazione

La comunicazione efficace

Presentazioni efficaci: Public Speaking

Presentazioni efficaci: PowerPoint

Di cosa parleremo?

La comunicazione

La comunicazione efficace

Presentazioni efficaci: Public Speaking

Presentazioni efficaci: PowerPoint



La Comunicazione



La Comunicazione

La comunicazione

La **comunicazione** (dal latino *cum* = *con*, e *munire* = *legare, costruire* e dal latino *communico* = *mettere in comune, far partecipe*) non è soltanto un processo di trasmissione di informazioni ma significa anche **condivisione**

In italiano, il termine "comunicazione" ha il significato semantico di "far conoscere", "rendere noto".

La comunicazione è un processo costituito da un soggetto che ha intenzione di far sì che il ricevente pensi o faccia qualcosa.

Non significa "mandare messaggi", ma va intesa come un atto sociale e reciproco di partecipazione, atto mediato dall'uso di simboli significativi tra individui e gruppi diversi.

Comunicare = interagire, mettere in comune, mettere in relazione



La Comunicazione

- La comunicazione prevede un EMITTENTE ed un RICEVENTE
- Viene effettuata dall' emittente tramite MEZZI (corpo voce parole) e CODICI (verbale paraverbale non verbale)
- Il ricevente riceve il messaggio e deve decodificarlo
- Per essere sicuri che ciò sia avvenuto è importante ricevere un feedback

La Comunicazione

Lo schema della comunicazione



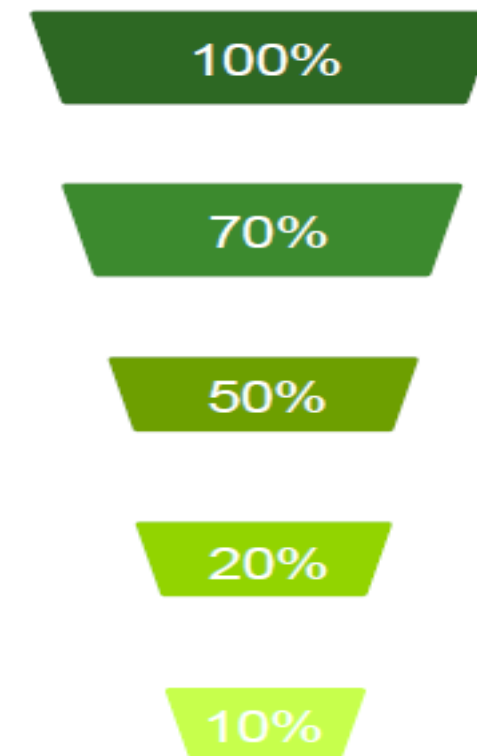
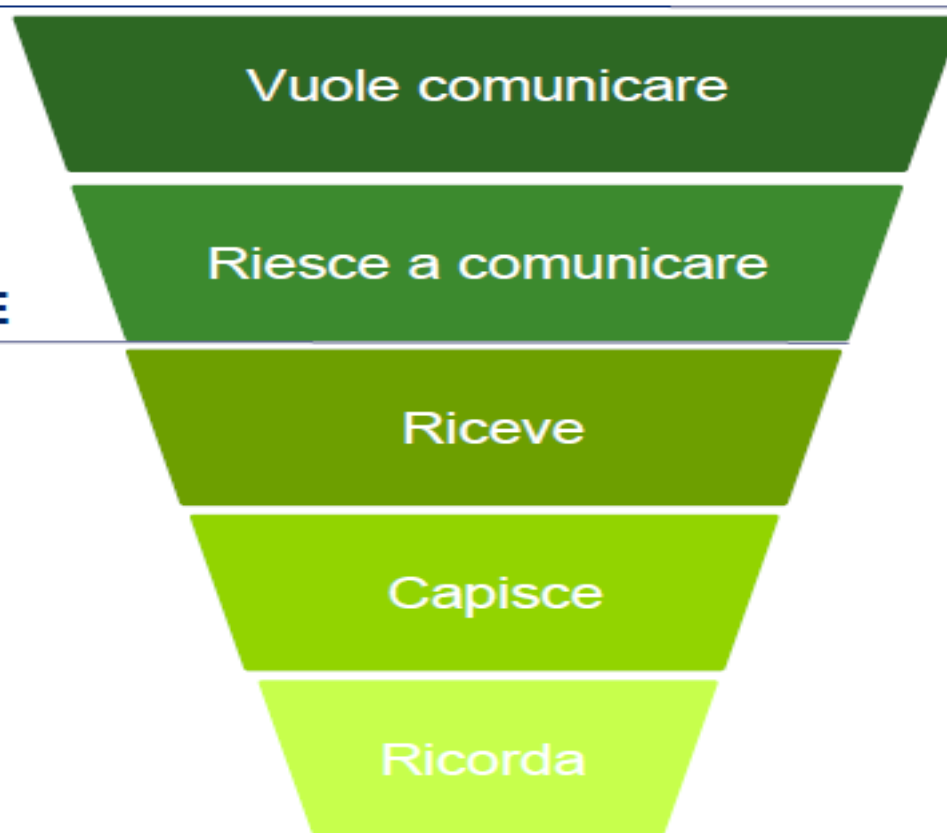
La Comunicazione

L'iter della comunicazione



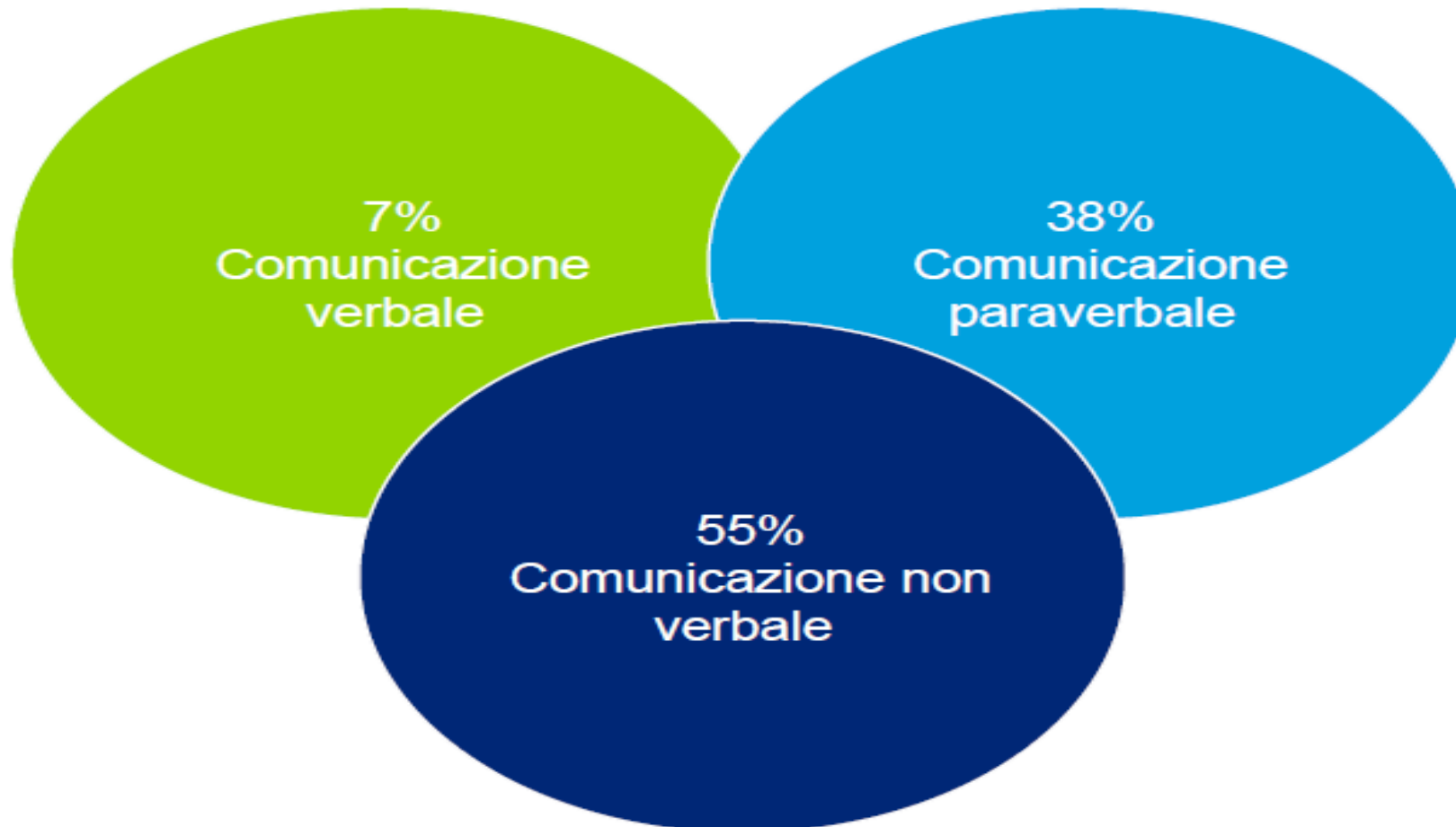
EMITTENTE

RICEVENTE



La Comunicazione

Livelli della comunicazione



La Comunicazione

Lo Sguardo

È il canale attraverso il quale instaurare il più alto livello di **contatto** con l'auditorio. È un principale **canale di ascolto**.

La Mimica e l'Espressione

Non esiste una **espressione giusta** per parlare in pubblico, è però utile verificare la **congruenza** tra l'espressione, il contesto e gli interlocutori.

La Gestualità

Non esiste una **gestualità** di per sé giusta o sbagliata, ma è necessario che sia **sintonica** con il messaggio che si vuole comunicare.

La Postura

È necessario che vi sia **congruenza** tra il **contenuto** del messaggio e la **postura** da mantenere.

La Voce

La **voce** è utile per **esplicitare** la **punteggiatura** del discorso; **evidenziare** le **varie parti del discorso**; **caricare** emotivamente il **contenuto**. Tre componenti: volume; tono; timbro

Il Ritmo

Nell'uso della voce **cinque** sono i **ritmi** più importanti: **velocità** di pronuncia delle singole parole; utilizzo delle **pause** tra una parola e l'altra; la **velocità** di eloquio; **spinta** all'interno della parola; **costanza** interna delle frasi

La Comunicazione

COMUNICAZIONE ORALE

Vantaggi	Svantaggi	Mezzi
Consente un contatto diretto e personale	Labilità dei messaggi	Ordini e istruzioni
Facilita la bidirezionalità	Rende difficile o impossibile controllare successivamente il contenuto dei messaggi e l'esattezza dell'interpretazione	Colloqui e conversazioni formali e informali
Facilita il feedback	Rende massima la possibilità di distorsioni ed errori nelle trasmissioni successive dello stesso messaggio	Riunioni
Consente di correggere eventuali fattori di disturbo (errori, distorsioni, rumori di fondo)	Rende più forti le barriere di tipo personale	Comitati, gruppi di lavoro, conferenze, presentazioni

La Comunicazione

COMUNICAZIONE SCRITTA

Vantaggi	Svantaggi	Mezzi
Pluralità contemporanea di destinatari, di messaggi identici per forma e contenuti	È sempre unidirezionale	Ordini di servizio, circolari, regolamenti
Riduzione del rischio di distorsione dei messaggi nel transito per i canali della comunicazione	Non consente una verifica immediata della comprensione del messaggio e dell'esattezza di interpretazione	Lettere, memorandum, rapporti, verbali, rendiconti
Conservabilità dei messaggi	È lenta	Affissi, cartelli
Consente la trasmissione di messaggi particolarmente complessi	È costosa	Manuali, opuscoli, bollettini, riviste, pubblicazioni
Facilita lo studio, l'interpretazione e la trasmissione dello stesso messaggio	Richiede maggiore cura nella preparazione del messaggio	Questionari, formulari di indagine

La Comunicazione efficace



La Comunicazione efficace

- Per parlare di Comunicazione Efficace è necessario introdurre il concetto di **OBIETTIVO**: la prima cosa da fare è avere chiaro qual' è l' obiettivo che si vuole perseguire (cosa si vuole lasciare ai destinatari della comunicazione)
- Poi occorre conoscere quali sono i limiti della nostra comunicazione (distrazione stanchezza difficoltà o disinteresse dell' argomento.....), per cercare di superarli
- Infine si deve chiedere un feedback (verifica) al ricevente, che può essere immediato oppure successivo.

La Comunicazione efficace

Ogni **comportamento** umano **comunica** qualcosa

Non solo le parole, ma anche i gesti, i silenzi, le pause, gli sguardi, rappresentano comportamenti di comunicazione

- Comunicare bene significa **comunicare efficacemente**
- **Una comunicazione è efficace** se raggiunge gli scopi che si prefigge chi la pone in essere
- **Gli scopi** normalmente sono:
 - Farsi comprendere dagli interlocutori (obiettivo minimo, sempre)
 - Convincere gli interlocutori a fare ciò che in partenza non pensavano di voler fare (essere d'accordo, comprare, votare...)

La Comunicazione efficace

Interlocutore

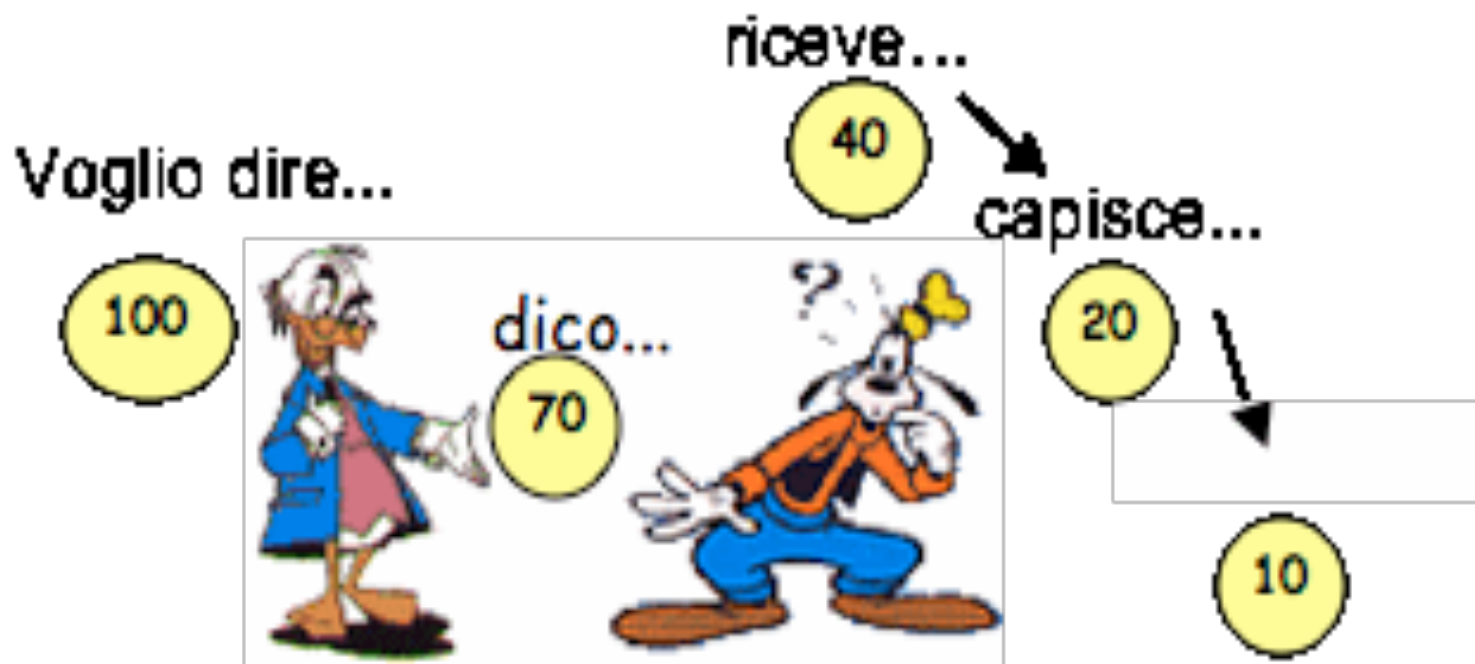
Nel ruolo di ascoltare ognuno tende a selezionare le comunicazioni in base alle seguenti variabili con comprensione del messaggio:

- **Interesse psicologico** per l'argomento in cui si ascolta
- Eventuali **esigenze e utilità** ricavabile dall'argomento
- **Informazioni** che possiede o non possiede
- **Disponibilità** nei confronti di chi parla

Un modo di comunicare **raggiunge l'obiettivo** con una persona e fallisce con un'altra

La Comunicazione efficace

A seconda del mio obiettivo o del mio uditore posso usare mezzi diversi



La Comunicazione efficace

Livelli della comunicazione

Un utilizzo congiunto delle diverse modalità comunicative produce risultati più efficaci.

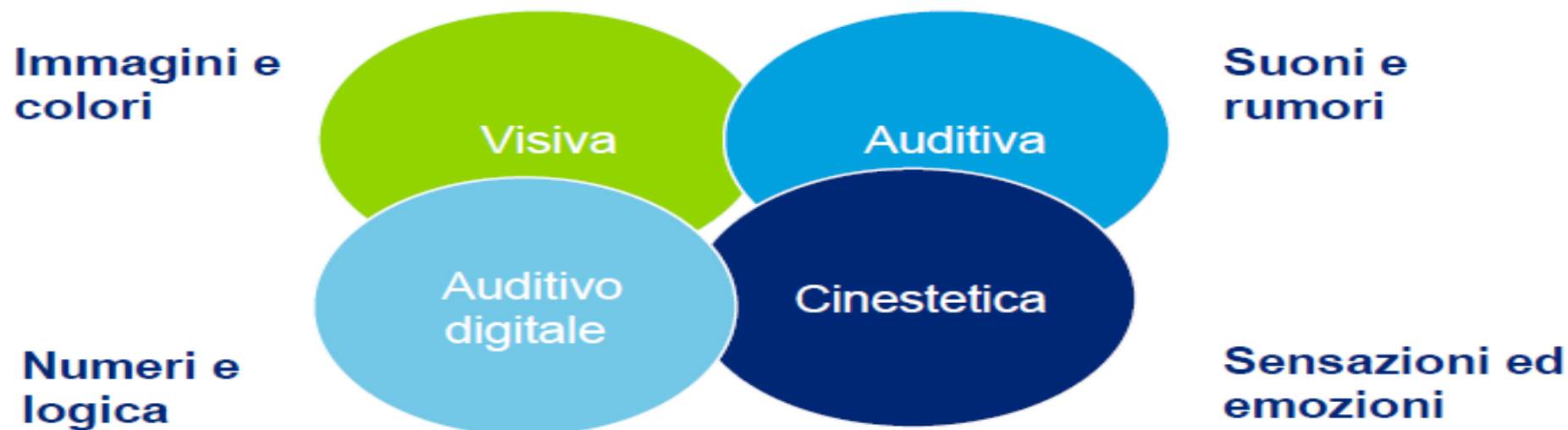
Il raggiungimento dell'obiettivo comunicativo varia al variare della tecnica

Tecniche di comunicazione	Canale di percezione	% di efficacia comunicativa
Verbale	Solo udito	20%
Grafica Gestuale Iconica	Solo vista	30%
Mista	Udito + vista	50%
Mista	Udito + vista + discussione	70%
Mista + sperimentazione	Udito + vista + discussione + pratica	90%

La Comunicazione efficace

Come comunichiamo: modalità di comunicazione

Ognuno di noi ha una **modalità privilegiata di comunicazione**:



Una comunicazione è efficace quando si esprime in modo **appropriato a un contesto** della comunicazione e all'interlocutore sviluppando un **giusto equilibrio** sia in modalità verbale che non verbale attraverso i canali/modalità

La Comunicazione efficace

L'ascolto

L'ascolto è un **processo attivo** – non passivo – che comporta un processo mentale sofisticato capace di aumentare la responsabilità dell'ascoltatore nel processo comunicativo.

Ascoltare quindi significa:

- **raccogliere informazioni** da chi parla, sia che a farlo siamo noi o gli altri, astenendosi dal giudicare ed assumendo un atteggiamento empatico
- **dimostrare attenzione** a chi parla in modo da incoraggiare la continuazione della comunicazione
- **intervenire con osservazioni limitate**, mirate ed incoraggianti portando un po' più avanti l'idea del nostro interlocutore
- essere in grado di fare le **domande giuste**

La Comunicazione efficace

Il Feedback

La comunicazione è un **processo circolare**: ogni messaggio emesso da uno degli interlocutori viene recepito dall'altro e determina **una sua reazione**, la quale viene a sua volta raccolta dal primo come messaggio e determina una nuova reazione



Ogni individuo, che è già di per sé un sistema, comunicando, instaura un contatto con altri sistemi ed innesca una procedura di **trasmissione circolare** dei messaggi

La Comunicazione efficace

Prerequisiti della comunicazione efficace

Deve rispondere ai seguenti requisiti:

- Chiarezza
- Precisione
- Obiettività e veridicità
- Tempestività
- Continuità
- Interesse per il destinatario
- Diffusione corretta

La Comunicazione efficace

Le competenze di comunicazione



- Essere chiari e completi
- Adattare il linguaggio all'uditorio
- Esporre in modo logico e ordinato
- Rimanere aderenti al tema

- Lasciare spazio e tempo agli altri
- Essere attenti e coinvolti
- Evitare di interrompere
- Fare domande per capire e sintetizzare



- Riconoscere il punto di vista dell'altro
- Accettare punti di vista divergenti
- Ricercare l'accordo basandosi sui fatti
- Chiarire i termini dell'accordo

- Essere specifici e concreti
- Essere assertivi (non aggressivi)
- Utilizzare i messaggi degli altri
- Rispettare le soggettività

Presentazioni Efficaci: Public Speaking



Presentazioni Efficaci: Public Speaking

Il discorso pubblico è un evento dinamico



Le cose scritte non servono per un discorso; devono essere tradotte nella forma comune del parlare spontaneo

Mark Twain

Presentazioni Efficaci: Public Speaking

Comunicare in pubblico non è...

- **Leggere** un discorso scritto
- **Recitare** un discorso imparato a memoria
- Leggere delle **slide**
- Seguire un **copione** predefinito



Perché?
**Perché ci sono
gli altri**

Presentazioni Efficaci: Public Speaking

Il discorso pubblico

Nel discorso pubblico è **protagonista la persona**:

Spontaneità – Sono così preparato che posso dimenticarmi del copione



Tono colloquiale

Vissuti – Le cose che dico sono filtrate dalle mie emozioni, dalla mie storie, dalla mia testimonianza



Importanza di storie e narrazioni

Orientamento agli altri – Gli altri sono così importanti che mi dimentico di me



Non pensare: “come sto andando?” ma: “che sta succedendo in aula?”

Relazione – Nessun contenuto è così importante da dimenticare chi ho di fronte



Copione flessibile e capacità di adattamento

Presentazioni Efficaci: Public Speaking



Per iniziare un incontro occorre saper creare fin da subito l'atmosfera giusta. Per questo motivo e anche per conoscere gli interlocutori e metterli un po' a loro agio, se non si è in molti, è bene chiedere ai partecipanti di presentarsi. Un «giro di tavolo» consente a tutti di concentrarsi e di sentirsi parte più attiva della riunione. Al relatore consente di conoscere meglio gli interlocutori.

Presentazioni Efficaci: Public Speaking

- Contatto visivo
- Postura
- Gestualità
- Voce
- Gestione dell' ansia

Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Contatto Visivo

Per farsi capire dalle persone bisogna parlare
innanzi tutto ai loro occhi
(Napoleone Bonaparte)



Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Contatto Visivo

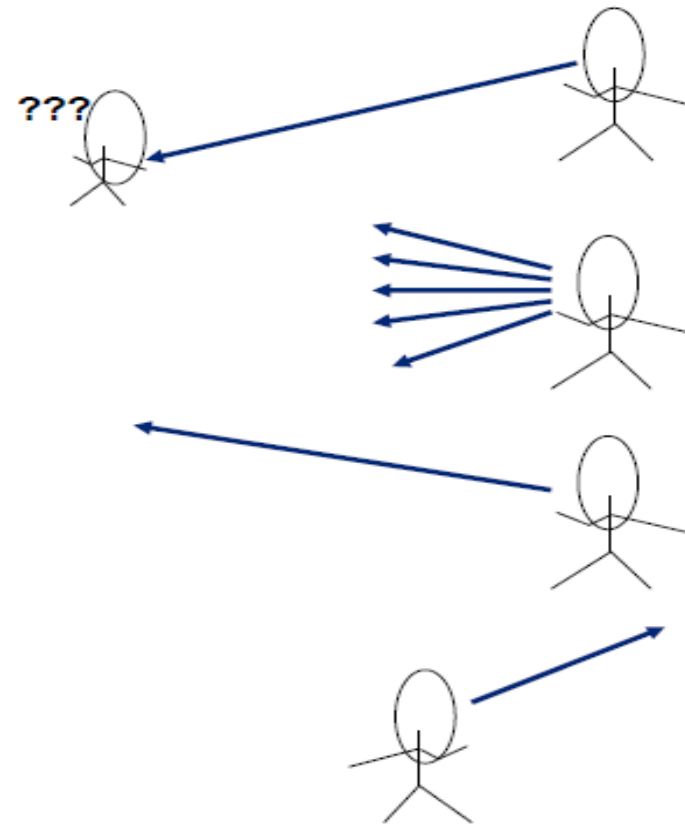
Contatti oculari sbagliati

Fissare **ossessivamente** una sola persona per tutto il tempo

Fare uno **scanning a velocità supersonica** di tutta la platea

Guardare **nel vuoto** e ogni tanto “tornare sulla terra”

Voltare le spalle al pubblico e/o **guardare lo schermo**



Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Postura



La postura rappresenta il modo con cui usiamo il corpo per comunicare. **Il 70% della comunicazione è corporea**



Il corpo va quindi usato come canale di comunicazione.
E' meglio stare in piedi e muoversi

Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Postura

Il camminatore



Caffettiera



Arroccato



Mani in tasca

Adamitico



Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Postura

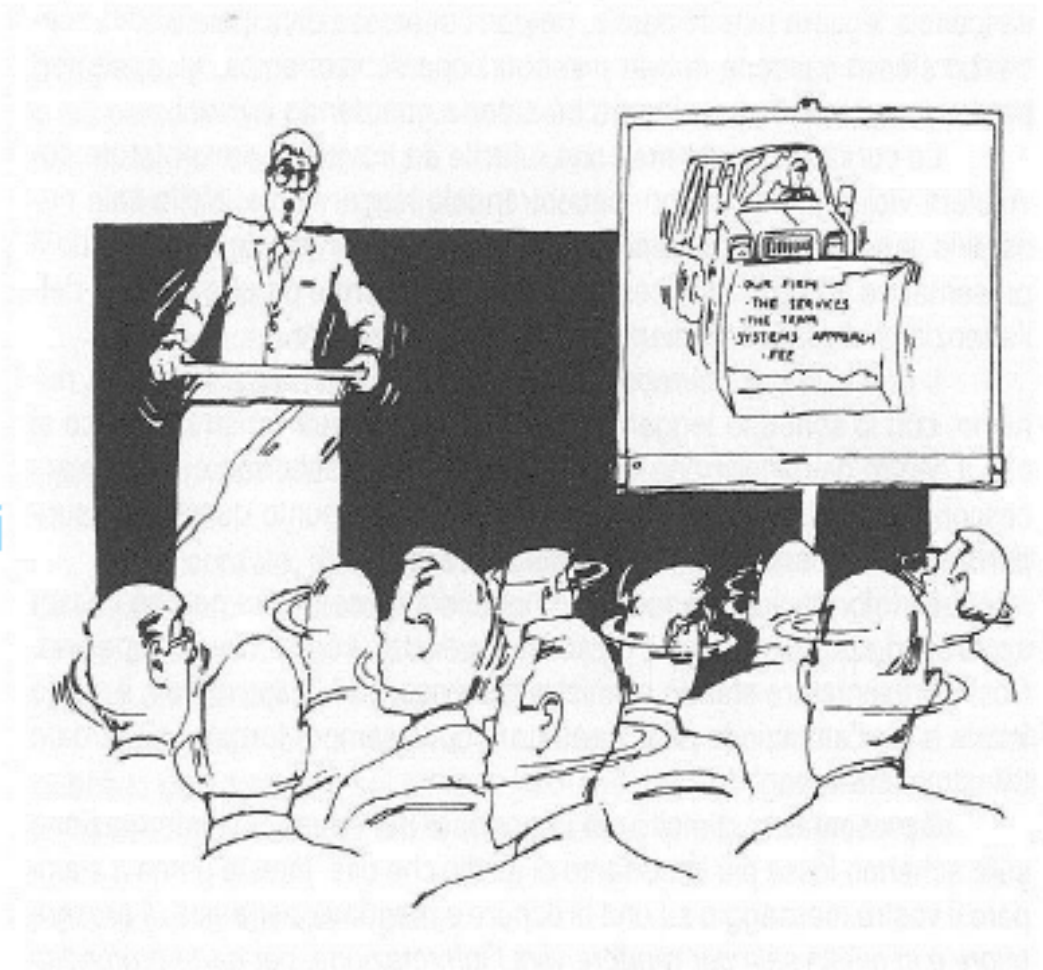
Oratore e schermo (1/2)

- Il rapporto con il pubblico si basa sul contatto visivo: cercate di **non dare le spalle** alla platea
- Non **impallate** la proiezione con il corpo
- Evitate di girarvi e sbracciarvi **toccando lo schermo**. Citate il dato guardando la platea, dicendo, ad esempio: “la colonna verde evidenzia...”



Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Postura

- Parlate vicino allo schermo, in modo da evitare la “schizofrenia” degli sguardi del pubblico
- Anche se vi muovete, restate vicini allo schermo all’inizio, quando commentate le slide, e ogni volta che vi riferite ad esse



Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Gestualità

Usare la gestualità

- Usare **gesti semplici e definiti** con le mani per richiamare un concetto
- Usate **tutto il corpo** e non solo una mano
- Siate **semplici e naturali**. Pensate alle situazioni più familiari



Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Gestualità

Gestualità fuori controllo



Sistemarsi

Gesti ossessivi



Tic nervosi

Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Voce

La voce



- Se iniziate a **voce bassa**, il volume tenderà a zero rapidamente. Nervosismo e ansia tendono a spegnere e a strozzare le voci troppo basse
- Parlate a voce **un po' più alta** del normale: come se parlaste al fondo della platea
- Tenete conto che il nervosismo è **percepito più da voi** che dalla platea
- Non parlate **mentre state facendo altro** (sistemare fogli, prese di corrente, eccetera)

Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Voce

Pause e tono

- Usate **l'intonazione e la prosodia** per variare i diversi aspetti del discorso (come quando parlate in modo colloquiale)
- Le cose importanti **devono “suonare” importanti** (come quando sottolineate le parole in un libro)
- **Usate le pause** in modo strategico, per dare enfasi al discorso e dare modo al pubblico di assimilare (dopo una domanda retorica, dopo un concetto teorico nuovo, dopo l'apertura di un nuovo argomento, dopo l'esposizione di una tesi insolita)

Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Gestione dell' Ansia

I paradossi dell'ansia

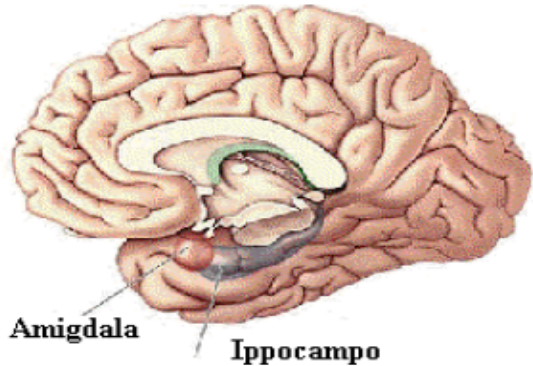


Parlare in pubblico crea ansia:

- **Primo paradosso:** l'ansia è un aspetto positivo
- **Secondo paradosso:** per ridurre l'ansia bisogna muoversi, non irrigidirsi
- **Terzo paradosso:** più ci concentriamo sul pubblico (e non su noi stessi) e più l'ansia diminuisce

Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Gestione dell' Ansia

Perché si ha paura di parlare in pubblico?



L'**amigdala** governa gli **istinti primari**, in particolare la paura.
L'amigdala legge e ricorda la situazione come pericolosa



Lancia **segnali al corpo** → adrenalina, aumento battiti cardiaci, sudorazione, rossore, respirazione, intestino

Il **trucco** è ingannare l'amigdala, che dà retta ai segnali del corpo più che ai ragionamenti.

E quindi: comportiamoci come se fossimo tranquilli → espirare profondamente; conoscere e prendere confidenza con l'ambiente

Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Gestione dell' Ansia

Gestire l'ansia

- Muovetevi
- Preparatevi
- Eccedete in materiale
- Prevedete le domande
- Concentratevi sul pubblico
- Evitare tic e interiezioni. **Attenzione** ai giochi con mani e capelli
- Scegliete facce amiche, all'inizio (quelle che annuiscono o sorridono)
- Non cercate di nascondere i vostri stati d'animo

**Quando distribuivano l'ansia
io ero già in fila dalla sera prima
per paura di arrivare in ritardo.**

Presentazioni Efficaci: Public Speaking: Errori

Errori

- **Rinchiudersi nel proprio ruolo**

(sono un docente e parlo da docente...)

- **Voler dire tutto**

(ho lavorato un anno sul progetto e ora vi beccate 300 slide...)

- **Linguaggio specialistico**

(bancario, medico, filosofico, informatico...)

Presentazioni Efficaci: Gestione domande e obiezioni



- Ringraziare per la domanda (non esistono domande stupide.....)
- Rispettare sempre il punto di vista degli altri (in pubblico!) e proporre il proprio punto di vista
- Prendere tempo per organizzare mentalmente risposta ringraziando e riformulando la domanda, piuttosto chiedendo un chiarimento
- Se non si è certi della risposta comunque abbozzare una risposta affermando la possibilità che ci siano altre risposte alla questione (non arrampichiamoci sugli specchi)
- Se non si sa proprio rispondere, il modo migliore per proseguire è ammetterlo (è un informazione che non conosco..... non fa parte delle mie competenze, tuttavia.....) segnarsi su un foglio la domanda e garantire di recuperare le informazioni necessarie e il telefono o la mail del richiedente per inviare la risposta

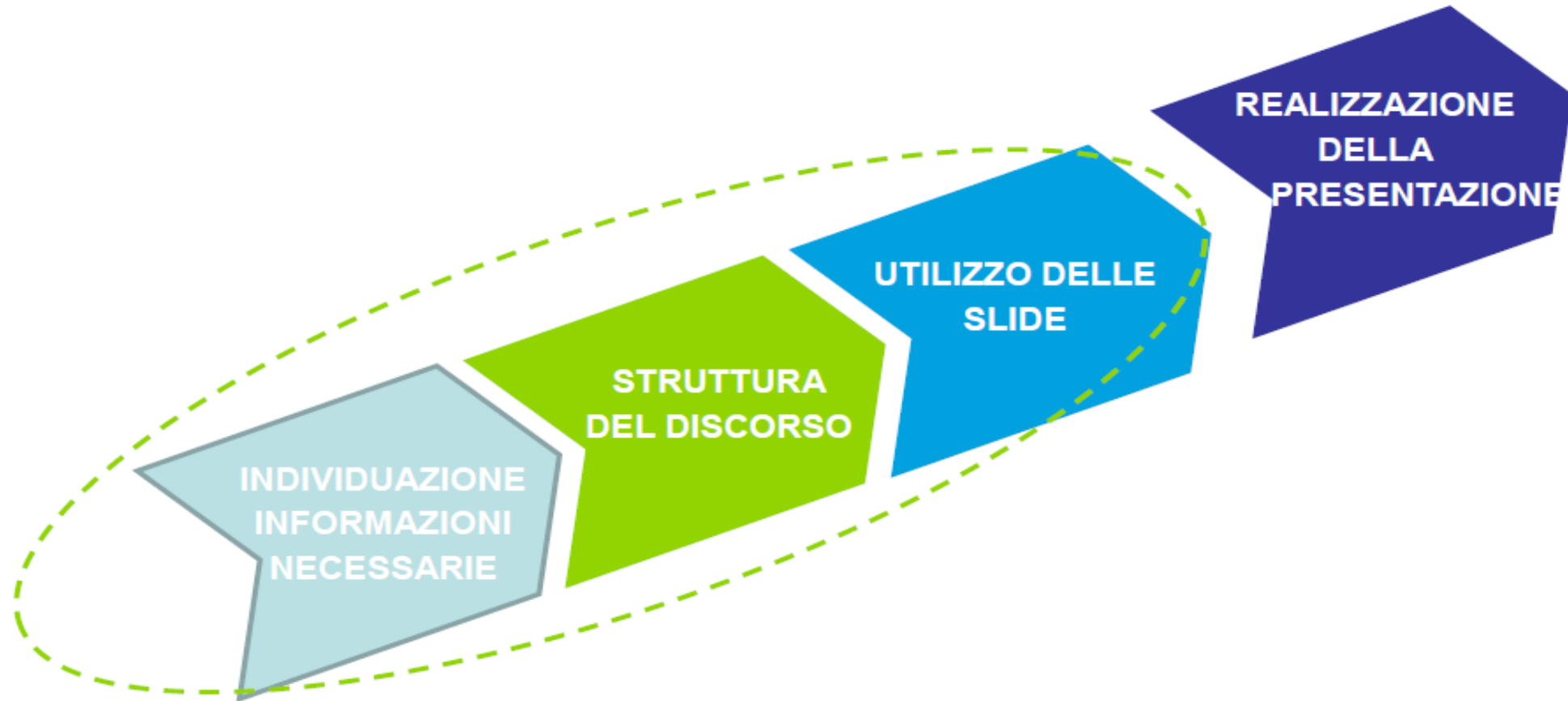
Presentazioni Efficaci: Power Point

Le slide (diapositive) sono un supporto ma non devono sostituirvi



Presentazioni Efficaci: Power Point

Preparare la presentazione



Presentazioni Efficaci: Power Point

Individuazione delle informazioni necessarie (1/2)



Il primo step nella preparazione di una presentazione richiede di individuare e analizzare le **informazioni necessarie**, rispondendo alle seguenti domande:

- Chi è il **destinatario** della presentazione?
- Qual è l'**obiettivo** della presentazione?
- Quali sono le **possibili domande**?
- Quali sono le informazioni **indispensabili**? Quali no?

Presentazioni Efficaci: Power Point

Individuazione delle informazioni necessarie (2/2)

ANALISI DEL DESTINATARIO

- A **chi** mi rivolgo
- In che ambito o in che **ruolo** opera
- Quale è il suo grado di **preparazione culturale**
- Che **linguaggio** utilizza
- Che **attese** ha
- Quali sono i suoi **bisogni**
- Quali sono i suoi **timori**, i suoi dubbi
- Il **contesto/situazione** comunicativa

Presentazioni Efficaci: Power Point

L'utilizzo delle slide



Tre buone ragioni per utilizzare le slide:

- le **immagini** sono spesso più efficienti delle parole
- la **memoria** immagazzina l'informazione visiva meglio di quella verbale
- assicurano **variazione** e **supporto** alla presentazione

NOI RICORDIAMO:

l' 80% di quello che vediamo
il 20% di quello che sentiamo

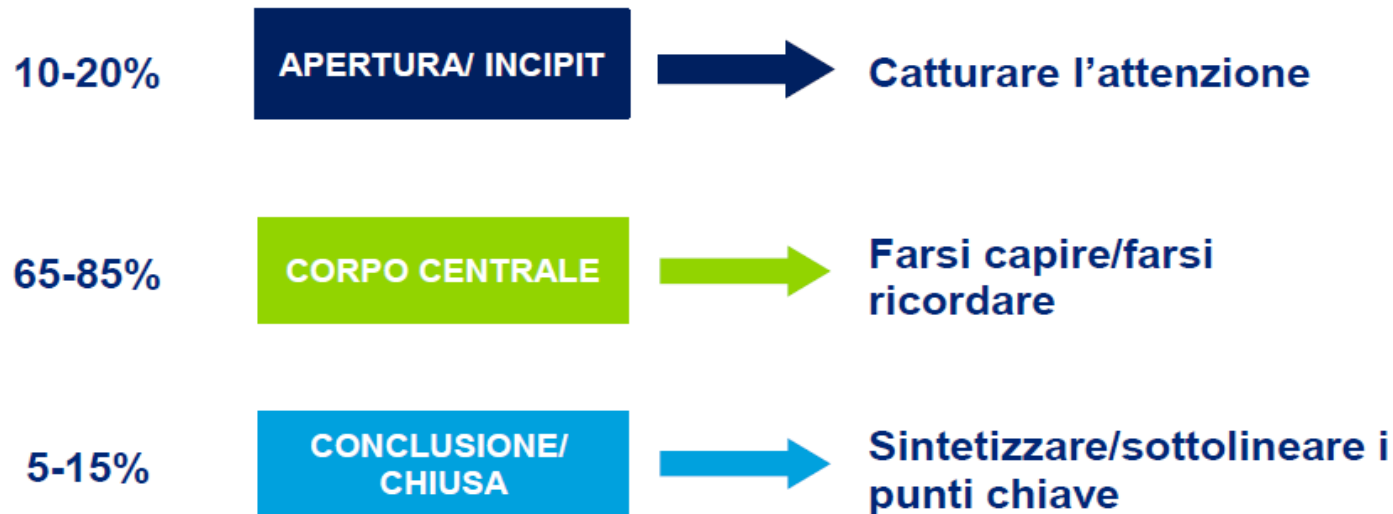
Presentazioni Efficaci: Power Point: le 3 fasi del discorso

Struttura del discorso (1/4)



LA GESTIONE DEL TEMPO

- quanto tempo ho a disposizione per parlare?
- come posso suddividere il mio tempo?



Presentazioni Efficaci: Power Point

Struttura del discorso (2/4)

APERTURA/ INCIPIT

- Far risaltare il **tema/argomento**
- Fare capire l'**importanza/ priorità** del tema da trattare
- Definire come **si intende** affrontare il tema/argomento
- Avvalersi di **dati significativi** che permettano di capire e memorizzare la dimensione del fenomeno che caratterizza l'argomento

Presentazioni Efficaci: Power Point

Struttura del discorso (3/4)

CORPO CENTRALE

- Argomentare per **priorità**
- **Selezionare** gli argomenti in funzione dei messaggi
- **Arricchire** di elementi concreti, esempi essenziali/significativi a supporto di argomenti

Presentazioni Efficaci: Power Point

Struttura del discorso (4/4)

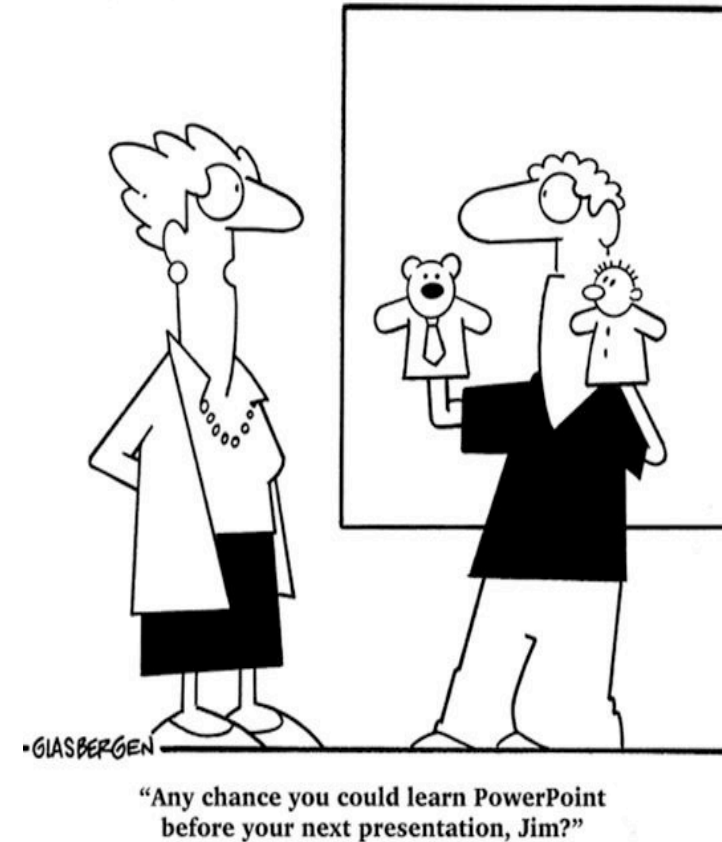
CONCLUSIONE/ CHIUSA

- **Sintetizzare** i punti di maggiore attenzione
- Formulare **proposte** chiare e concrete
- Essere **costruttivi**, pensare al dopo
- Aprire alle **domande**

Presentazioni Efficaci: Power Point

Alcune regole essenziali

- Regola **KISS** (keep it short and simple - frasi brevi e semplici)
- Le slide devono essere **sintetiche**
- Ogni slide deve essere **autoesplicativa**
- I **titoli** devono essere esplicativi



Presentazioni Efficaci: Power Point: che tipo di slide devo fare?

A. Semplice testo con bullets?

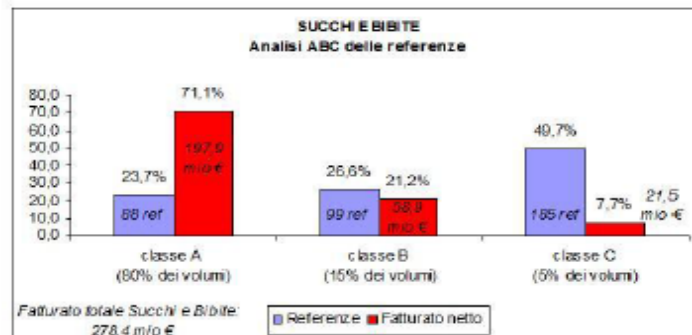
Linee guida per la razionalizzazione del portafoglio prodotto

- Dopo aver identificato a priori il gruppo di referenze da razionalizzare (succhi 108 su 179), è necessario prendere in considerazione **altri fattori di valutazione**.
- **Gli step per valutare, da un punto di vista strettamente economico, l'opportunità di ridurre il numero di referenze trattate possono essere così riassunti:**
 1. Individuazione referenze di classe C globale
 2. **Analisi del fatturato generato dalle referenze di classe C per singolo canale:** definire una soglia "critica" di volume o fatturato al di sotto della quale non si reputa interessante trattare una referenza (costo occulto della complessità gestionale maggiore del fatturato generato), considerando prioritariamente le referenze di classe C per ciascun canale;
 3. **Margine commerciale:** definire una soglia "critica" di marginalità percentuale al di sotto della quale la referenza non è in grado di contribuire a coprire la quota di costi fissi di gestione; tale analisi potrebbe essere affinata prendendo in considerazione anche il margine industriale al fine di evidenziare eventuali criticità legate ai costi di natura logistico-produttiva
 4. **Clienti strategici:** valutare il peso relativo di clienti strategici che hanno acquistato la referenza;
 5. **Numero globale di committenti:** analizzare il livello di frammentazione del volume acquistato rispetto ai diversi committenti (basso volume d'acquisto per singolo cliente).

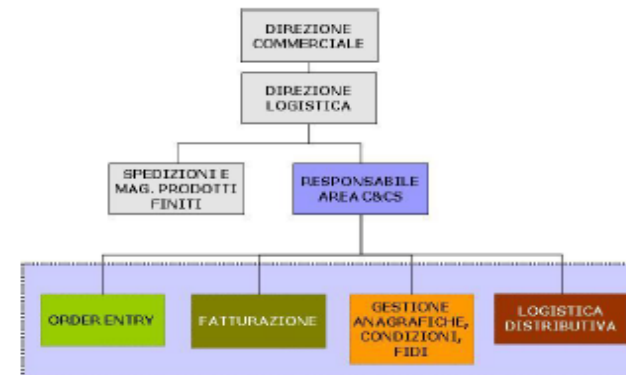
B. Una tabella?

Caratteristiche specifiche	Driver / Obiettivo
Organizzazione Front Office per tipologia di cliente : - Front Office Clienti Strategici - Front Office Altri Clienti	•Garantire coerenza con le linee guida delle politiche di servizio che prevedono l'adozione di una logica di account management •Avere risorse fra loro potenzialmente intercambiabili
Front Office Altri Clienti organizzato per area geografica Front Office Clienti Strategici al quale vengono assegnati nominativamente i clienti da gestire	• Limitare il livello di complicazione della struttura (anche in considerazione del numero di risorse) • Semplificare l'assegnazione delle attività alle risorse in funzione degli effettivi carichi di lavoro
Ciascun addetto al Front Office risponde e fa fronte a tutte le tipologie di chiamate (comprese quelle relative a problematiche di fatturazione e pagamenti).	•Consentire al Front Office di processare e chiudere in modo autonomo il maggior numero di chiamate • Limitare il numero di interlocutori per i clienti (in particolare strategici)
Non è stata operata alcuna distinzione per canale né sul Front Office né sul Back Office	•Evitare una struttura organizzativa eccessivamente rigida rispetto alla reale diversità delle attività svolte per canale (bassa) ed al numero di risorse a disposizione (contenuto)

C. Un grafico?



D. Un disegno?



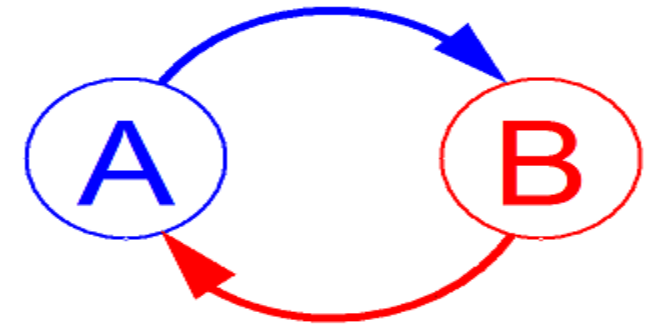
Nei casi C e D: accanto al grafico e il disegno, redigere **un commento** con i punti importanti in sintesi da ritenere

Presentazioni Efficaci: Power Point

- Proviamo ad aprire Power Point



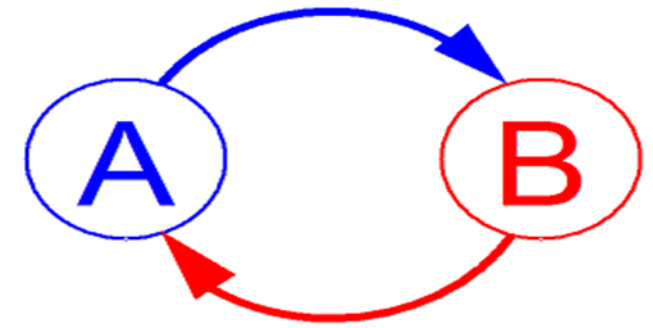
Feedback/Summary



QUALI SONOI PRINCIPI CHE GUIDANO LA COMUNICAZIONE?

- EMITTENTE – RICEVENTE (da100% - a10%)
- VERBALE, PARAVERBALE, NON VERBALE (7%, 38%, 55%)
- SGUARDO, MIMICA, ESPRESSIONE, GESTUALITA', POSTURA, VOCE, RITMO

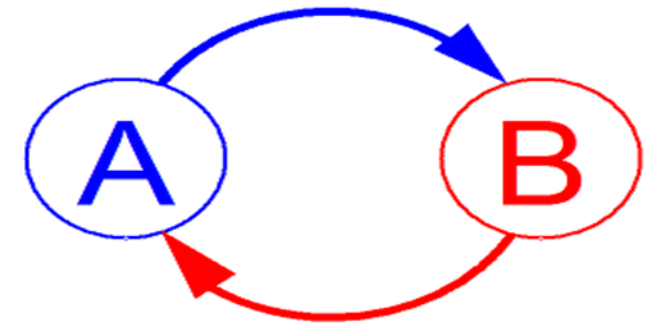
Feedback/Summary



COME OTTENERE UNA COMUNICAZIONE EFFICACE?

- OBIETTIVO: FARSI COMPRENDERE, CONVINCERE
- LA TECNICA DI COMUNICAZIONE DEV' ESSERE MISTA
- VIE DI COMUNICAZIONE e MECCANISMI DELLA MEMORIA: VISIVA, AUDITIVA, AUDITIVA DIGITALE , CINESTESICA

Feedback/Summary



COSA SERVE SAPERE PER FARE UNA PRESENTAZIONE EFFICACE?

- SAPER PARLARE IN PUBBLICO E SAPER COSTRUIRE UNA PRESENTAZIONE IN POWER POINT
- 5 ELEMENTI DA CONTROLLARE PER PARLARE IN PUBBLICO: CONTATTO VISIVO, POSTURA, GESTUALITA', VOCE, GESTIONE DELL' ANSIA
- CERCARE DI TENERE ALTA L' ATTENZIONE CON SLIDE ORIGINALI
- DIVERTIRSI A CREARE PRESENTAZIONI ORIGINALI E DIVERTIRSI CON CHI CI ASCOLTA

Grazie per l'attenzione

Vi aspettiamo il 16 ottobre per il 9° Concorso Regionale Ferrere Miele e la 3^a Fiera del miele e dei prodotti tipici



Ferrere
IMM Miele

