



PERCORSO FORMATIVO GRUPPO GIOVANI INDUSTRIALI PUBLIC SPEAKING

FINALITÀ

Alcune persone sono in grado di affascinare l'uditorio e di fare ricordare in modo persuasivo e persistente i messaggi che trasmettono. È solo una dote naturale?

Le basi scientifiche aiutano a comprendere e identificare profondamente le soluzioni tecniche personali che possono essere applicate in ogni circostanza nella relazione con il pubblico: dall'uso delle parole, al modo di esprimersi con la voce e con il corpo, fino ai supporti multimediali che permettono di raggiungere il risultato, senza dimenticare il supporto che può offrire l'intelligenza artificiale.

Al termine del corso, che avrà un'impostazione molto pratica e operativa, il partecipante avrà acquisito competenze per scrivere contenuti efficaci ed esprimerli in modo persuasivo e memorabile. Conoscerà le soluzioni tecniche per preparare i suoi interventi ed esprimerli al meglio, online e offline.

Il corso potrà ospitare al massimo 12 partecipanti.

DESTINATARI

Giovani imprenditori

PROGRAMMA

Fisiologia della comunicazione

Principi di efficacia e di apprendimento dei messaggi. Perché alcuni messaggi si ricordano e altri no. Quali permangono a lungo e perché. Gli elementi che influenzano la memorabilità

Parlare alla pancia, come si producono le emozioni e perché sono efficaci, talvolta determinanti

Simpatia ed empatia, credibilità e fiducia: come si creano nel pubblico

La comunicazione come processo tra chi trasmette e chi riceve

Definire il proprio io pubblico

Definire la propria identità pubblica: chi siamo, come vogliamo apparire, come appariamo

Come orientare la percezione che gli altri hanno di noi

I simboli e i comportamenti personali che aiutano l'autorevolezza

Coerenza degli elementi verbali e non verbali per sostenere il nostro "Io pubblico"

Il messaggio, la sua efficacia la comunicazione verbale

Cosa interessa al pubblico, come selezionare le informazioni

Identificare e strutturare i messaggi che possono essere di interesse e memorizzati dal pubblico

La scelta delle parole, la struttura delle frasi

Scelte lessicali e di sintassi in funzione del pubblico

Le affermazioni e le confutazioni, la costruzione di espressioni efficaci

Metafore, allusioni, citazioni, come usarle nei messaggi e nei discorsi

Storytelling, come farlo e quali schemi seguire

Esempi e prove

Il linguaggio para verbale e non verbale

Le scelte di semantica

Il ritmo, la velocità, volume, tono, pause e prosodia. Retorica, evocazione.

L'importanza della prima impressione, come gestirla a proprio favore

Come entrare nella sala, posizionarsi davanti al pubblico e conquistare l'attenzione.

Scegliere lo sfondo. Scelta del contesto. Le luci e l'inquadratura

Mimica facciale, postura, sguardo, gestualità, controllo del corpo

Abbigliamento e accessori

Esempi e prove

Elementi della persuasione

I processi mentali automatici e le routine, come attivarli

Il procedimento di motivazione, come scegliere le informazioni efficaci

La persuasione attiva e passiva

I principi di contrasto, reciprocità, impegno, coerenza, riprova sociale, scarsità e similitudine come usarli per orientare opinioni e comportamenti

Utilizzare ruolo e autorità, condizionamento e associazione

Presentazioni, slide e immagini

Le applicazioni per le presentazioni: Power Point e gli altri.

Cosa si vede e cosa si osserva

La selezione delle immagini

Elementi visivi, loro funzione e percezione

Il pubblico

Creare il rapporto durante la presentazione

Rispondere alle domande, interagire con il gruppo e la platea Scegliere la collocazione in sala più efficace

Ansia da pubblico e da microfono

Affrontare il nervosismo e l'ansia da pubblico, gestire lo stress. Paura del leggio, del palcoscenico, del microfono, come gestirla

Webinar, videomessaggi e videoconferenze

Tecniche per far mantenere l'attenzione nelle videoconferenze e creare empatia

Conquistare e mantenere a leadership nei collegamenti video di gruppo

Creare videomessaggi destinati alla comunicazione interna e esterna

Sfondi, inquadrature, luci, distanza, linguaggio para verbale e non verbale specifico per la webcam

L'intelligenza artificiale per il public speaking

Le intelligenze artificiali, quali sono utili per migliorare il nostro modo di presentarci e di presentare

Come farci aiutare nelle ricerche e nella composizione dei messaggi

Utilizzare l'IA come supporto nella creazione delle slide

DOCENZA: Katharina von Bruchhausen e Giorgio Tedeschi

DURATA: 13 ore

CALENDARIO DIDATTICO:

mercoledì 20 marzo e mercoledì 17 aprile 2024 (orario: 9/13 – 14/16.30)

SEDE:

Associazione Industriali Cremona, piazza Cadorna, 6 – Cremona

QUOTA DI ISCRIZIONE

€ 150 + IVA quota aziende associate (Associazione Industriali Cremona)

€ 210 + IVA quota aziende non associate