

2589
LOCATION
PER EVENTI11992
SALE
MEETING299
AGENZIE
E SERVIZI10449
ARTICOLI
E RECENSIONI[HOME \(/IT\)](#) [SALE CONGRESSI \(/IT/LOCATION/LISTA.HTM\)](#) [AGENZIE E SERVIZI \(/IT/SERVIZI/LISTA.HTM\)](#) [MEETING BLOG \(/IT/MEETINGBLOG/ARCHIVIO.HTM\)](#)[RECENSIONI \(/IT/RECENSIONIEOFFERTE/ARCHIVIO.HTM\)](#) [NOTIZIE \(/IT/NOTIZIE/ARCHIVIO.HTM\)](#) [PUBBLICAZIONI ONLINE](#) [I NOSTRI EVENTI \(/IT/EVENT](#)[Home \(http://www.meetingcongressi.com/it\)](#) [Meeting Blog \(http://www.meetingcongressi.com/it/meetingblog/archivio.htm\)](#)[> I trucchi della comunicazione efficace: Rasia dal Polo spiega il suo nuovo libro agli organizzatori di eventi](#)
[CHI SIAMO \(/IT/CHI-SIAMO.HTM\)](#)

I trucchi della comunicazione efficace: Rasia dal Polo spiega il suo nuovo libro agli organizzatori di eventi



Alessandra Boiardi - MeetingCongressi.com

📅 13.06.2018

👍 Like 66

Roberto Rasia dal Polo, formatore senior e presentatore professionista, da 19 anni conduce alcuni degli eventi più importanti del nostro Paese, con longeve esperienza a Radio24 e Sky. Nel 2013 ha pubblicato "Occhio, ti manipolo!", edito da Gaffi, e proprio in questi giorni ha lanciato il suo secondo libro "I trucchi della comunicazione efficace" edito da Jouvence.

Lo abbiamo incontrato per farci raccontare come questi "trucchi" possono essere utilizzati anche dagli organizzatori di eventi.

In questi giorni stai presentando il tuo nuovo libro "I trucchi della comunicazione efficace". Ci racconti com'è nata l'idea e di cosa si tratta?

Sì, il mese di giugno 2018 è una tappa importante per tutti coloro che attendevano il mio secondo libro. Dopo 5 anni di studi, letture e ricerche, infatti, finalmente ci siamo, è uscito in questi giorni "I trucchi della comunicazione efficace". Si tratta di un **manuale di comunicazione** - come recita lo stesso titolo - nel quale ho voluto condensare tutto ciò che ho imparato nel mio mestiere di **formatore e presentatore di grandi eventi** ad uso di chi deve affrontare un pubblico in una situazione live o di chi vuole incrementare la propria efficacia nel momento in cui si relaziona con gli altri.

Dopo il successo del mio primo libro ("Occhio, ti manipolo!"), mi serviva un'idea forte. L'ho cercata in lungo e in largo e poi, un giorno, per puro caso, mi sono imbattuto nella grande scoperta dei neuroni specchio che il prof. **Giacomo Rizzolatti** fece nel 1992, strabiliando il mondo scientifico intero. Approfondendo questa scoperta, ho sentito il bisogno di declinarla nel mio mondo, quello degli eventi, della **comunicazione relazionale** e della vendita.

Sezioni editoriali

- [> Meeting blog \(/it/meetingblog/archivio.htm\)](#)
- [> Recensioni \(/it/recensioneofferte/archivio.htm\)](#)
- [> Notizie \(/it/notizie/archivio.htm\)](#)
- [> La storia della Meeting Industry \(/it/speciale40/archivio.htm\)](#)
- [> La rivista Meeting e Congressi \(/it/meeting_e_congressi/archivio.htm\)](#)
- [> La Guida ai Congressi Medici \(/it/guida_ai_congressi_medici\)](#)

Iscriviti alla newsletter

Inserisci il tuo indirizzo email

 Consento al trattamento dei miei dati personali ai sensi dell'art.13 del D. Lgs. 30/06/2003 n. 196. (Leggi)

Iscriviti

Articoli più letti

[\(/it/meetingblog/199029/meeting-planner-cosa-vuole-c\)](#)[\(/it/meetingblog/199021/quando-l-event-planner-dice\)](#)

Ho iniziato a fare degli esperimenti concreti, basandomi anche sulla mia esperienza in aula e sul palco, e i risultati sono stati strabilianti. Tenendo conto anche dei **neuroni specchio** e del loro funzionamento, nel libro ho voluto condensare tutta una serie di tecniche, malizie e veri e propri trucchi che hanno un impatto straordinario nel momento in cui ci relazioniamo a chiunque davanti a noi.

Nel tuo libro parli della teoria dei neuroni specchio affermando che "la gentilezza crea fatturato". Ci spieghi cosa intendi e come questa affermazione può essere utile agli organizzatori di eventi?

Si tratta di un mio **mantra** da tanti anni, ma adesso dopo gli studi che ho compiuto ne ho la certezza scientifica! Fino a qualche anno fa tutti noi predicavamo la gentilezza per evidenti motivi di incontro ed educazione. Un **sorriso** non costa molto e dona tantissimo, si ripete spesso, ma non sapevamo esattamente perché. Grazie al funzionamento dei neuroni specchio, oggi sappiamo che quando compiamo un'azione si accende una certa zona neuronale del nostro cervello. Non solo! Si accende anche la medesima zona nel cervello di chi ci sta guardando mentre compiamo quell'azione.

Dunque, immaginate di essere nello stress tipico di un **periodo pre-evento** e di relazionarvi con il presentatore, con i fornitori, con le istituzioni o i giornalisti in malo modo. La stessa emozione di fastidio, stress o disgusto che proverete voi si rispecchierà sul cervello di chi incontrate. Ed è inconscio! Ma vi rendete conto - dalla prospettiva esattamente opposta - quanto fatturato possa creare la gentilezza? Questo è il punto. Poi, come dico in tutto il libro più volte, basterà questo per guadagnare di più? No, ma avremo una freccia in più al servizio del nostro arco e sarà una delle più affilate.

In un altro punto descrivi il tuo incontro con Pellegrini, proprio per la conduzione di un evento. Ci accenni a come è andata e quale "lezione" gli organizzatori si possono portare a casa?

Ti riferisci al capitolo 4, probabilmente il più importante di tutto il libro, quello in cui spiego come entrare nel punto di vista degli altri, contando sulla complicità dei neuroni specchio. A settembre del 2015 andai nell'ufficio di **Ernesto Pellegrini**, presidente dell'omonima società, per candidarmi come presentatore dei suoi **due eventi relativi al 50esimo anniversario** del gruppo. Ovviamente, ero presentato da un'importante agenzia milanese con cui collaboro spesso. Lui fu davvero cortese e disponibile, nonostante avesse poco tempo, ma all'inizio non mi conosceva e mi chiese "Mi dicono che lei è un bravo presentatore.."

Non sono domande facili a cui rispondere. Pensai un attimo a cosa volesse quell'uomo e a che timore avesse. Pensai ai neuroni specchio ed ebbi l'intuizione di mettermi nel **suo punto di vista**, anziché nel mio. Non gli parlai di quanto fossi bravo sul palco di molti eventi condotti, in tv o in radio, ma **mi concentrai su cosa lui potesse temere** mettendo la propria azienda nelle mani di un professionista che non conosceva. Feci centro. Iniziammo a parlare con grande gioia, come fossimo non cliente e fornitore, ma due amici con in testa un unico obiettivo. Non importava chi io fossi in quel momento. Importava che fossi in linea con lui, con le sue volontà, con i suoi giusti timori e con le sue speranze.

Pensai molto a quel momento e oggi sono convinto che chiunque, magari **organizzando un evento complesso**, possa ottenere vantaggi enormi affrontando gli altri, senza imporre subito il proprio punto di vista, ma ascoltando con attenzione massima ciò che gli altri dicono e, poi, mettendosi nei loro panni, per vedere quel singolo evento con i loro occhi.

Non significa dare ragione agli altri, anzi. Significa entrare nel loro punto di vista, per vedere il mondo con i loro occhi e poter, a quel punto, proporre la propria idea con assertività e maggiore efficacia. Tutto sommato, la pubblicità lo fa già da anni con noi consumatori. Perché non farlo anche noi per aiutare onestamente un amico o fornire a un cliente ciò di cui davvero necessita? Funziona, questa è la novità!

Insomma, punti molto sulla capacità di **lavorare sul punto di vista altrui**: come si fa? Con quali obiettivi?

Ci sono alcuni ingredienti importanti per riuscire in questa vera e propria impresa di comunicazione. Vorrei citare per esempio la concentrazione (di cui parlo in tutto il capitolo 2), l'ascolto assoluto, il linguaggio del corpo, l'energia massima a nostra disposizione e qualche altro trucco, che però non svelo qui, se no non leggerete il mio libro!

Quanto conta, secondo te, sapere comunicare per chi organizza eventi? Vale solo nei confronti del possibile cliente?

La domanda meriterebbe un libro a parte! C'è una grande differenza fra comunicare (questo lo fanno tutte le agenzie) e **saper comunicare** (e questo sono in poche a saperlo fare). La cosa straordinaria è che non servono hardware costosi o strategia di marketing massacranti.

Bisogna solo studiare il modo in cui siamo fatti e lasciarsi andare a una delle grandi verità umane: tutti noi abbiamo bisogno di sentirci importanti. Tutti.

Se si affronta un cliente, un collaboratore, ma anche la persona più umile, tenendo presente questo segreto, si avrà la possibilità di piacere agli altri, convincerli della nostra idea o del nostro progetto. Di mezzo c'è un **aspetto etico**, è evidente e fa capo alla morale di ognuno di noi. Vendere ghiaccio agli eschimesi è non solo possibile, ma anche relativamente facile. Il problema è che il ghiaccio prima o poi si scioglie.



(/it/meetingblog/198999/even
Eventi dietro alle quinte: inter
(/it/meetingblog/198999/even



(/it/meetingblog/199044/i_tru
I trucchi della comunicazione
(/it/meetingblog/199044/i_tru



(/it/meetingblog/199004/dietr
Dietro le quinte di MeetingCo
(/it/meetingblog/199004/dietr

Cerca in Meeting Blog

Invia

Archivio Meeting Blog

> 2018

> 2017

> 2016

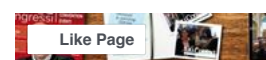
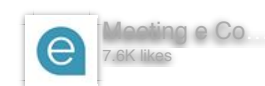
> 2015

> 2014

> 2013

> 2012

Facebook



Be the first of your friends to like

Ultime Recensioni



(/it/recensionieofferte/199035
VALLE DI ASSISI
Un'oasi per il Mice tra sport, r
(/it/recensionieofferte/199035



(/it/recensionieofferte/198920
HILTON
Soluzioni su misura del Mice
(/it/recensionieofferte/198920



(/it/recensionieofferte/199027