



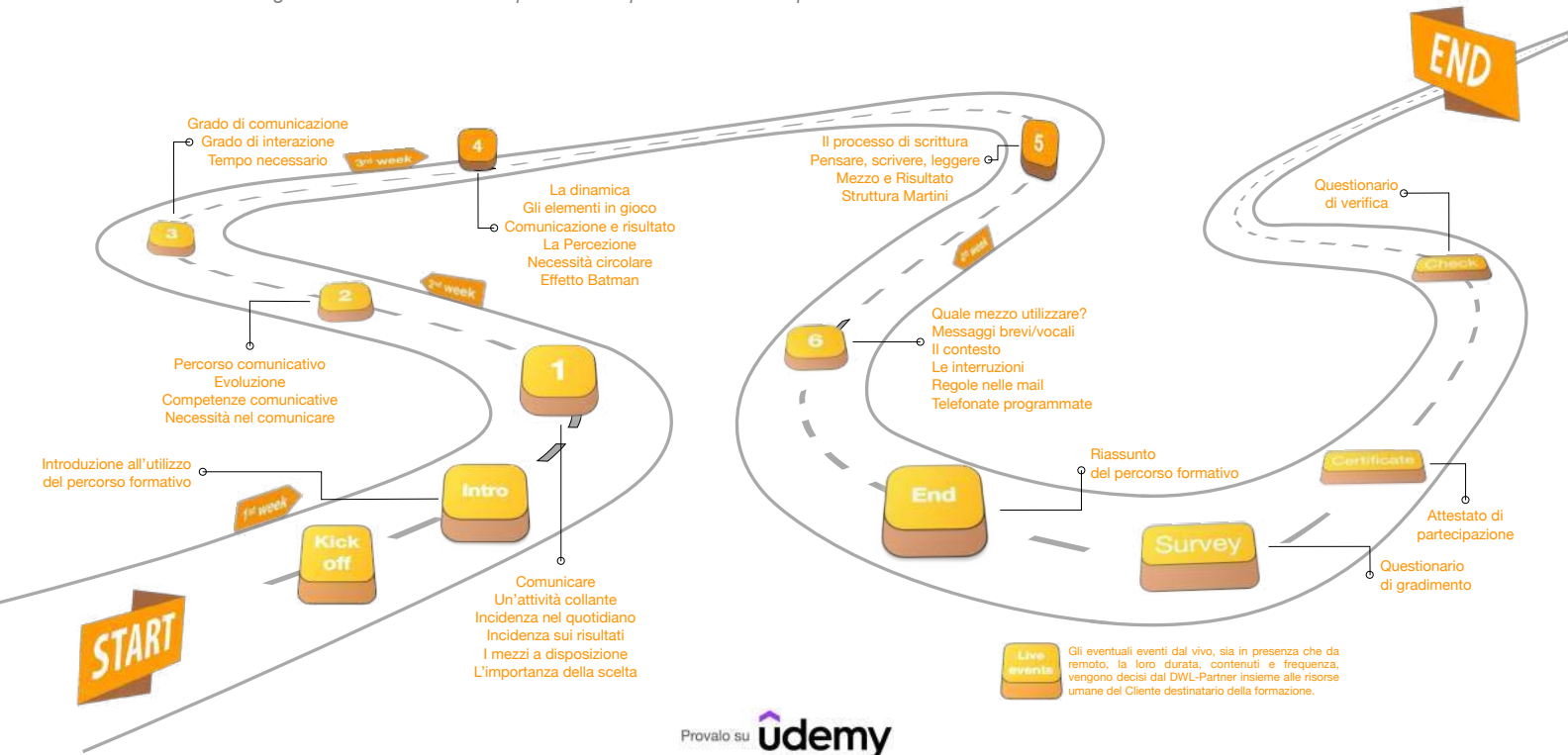
Risultati

La mia comunicazione



La mia comunicazione

Qualsiasi ruolo

Fai della tua comunicazione la forza del tuo ruolo, rendi semplice per te nel quotidiano scegliere con che mezzo farlo e nel migliore dei modi. Rinfresca e prendi consapevolezza di come può rendere fluido ed efficace il tuo modo di comunicare



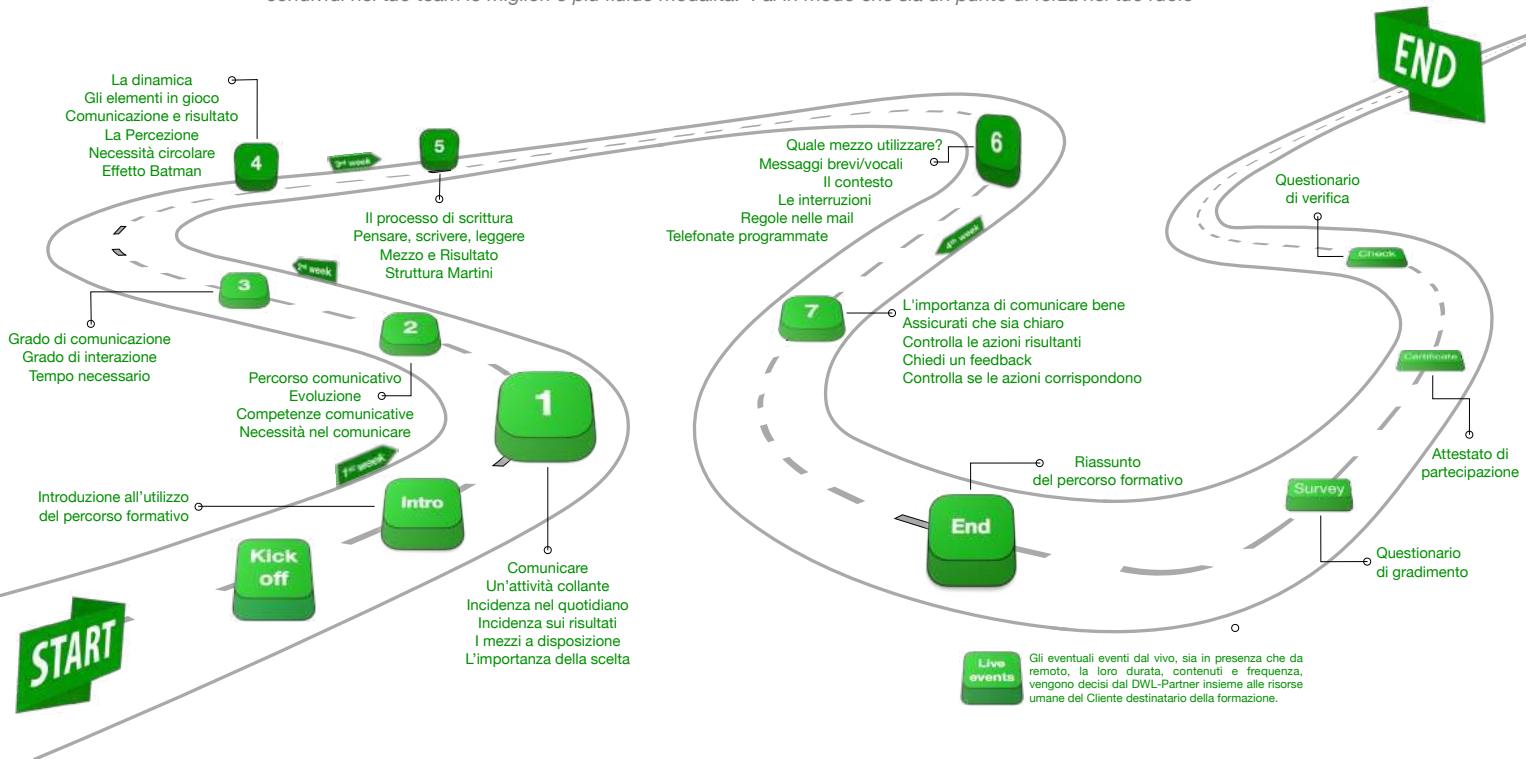
Provalo su **udemy**


QUESTO NON È SOLO UN PDF  passando sopra ad alcuni bottoni, **clickando, avrai accesso a video e documentazione** 

La mia comunicazione

Ruoli intermedi

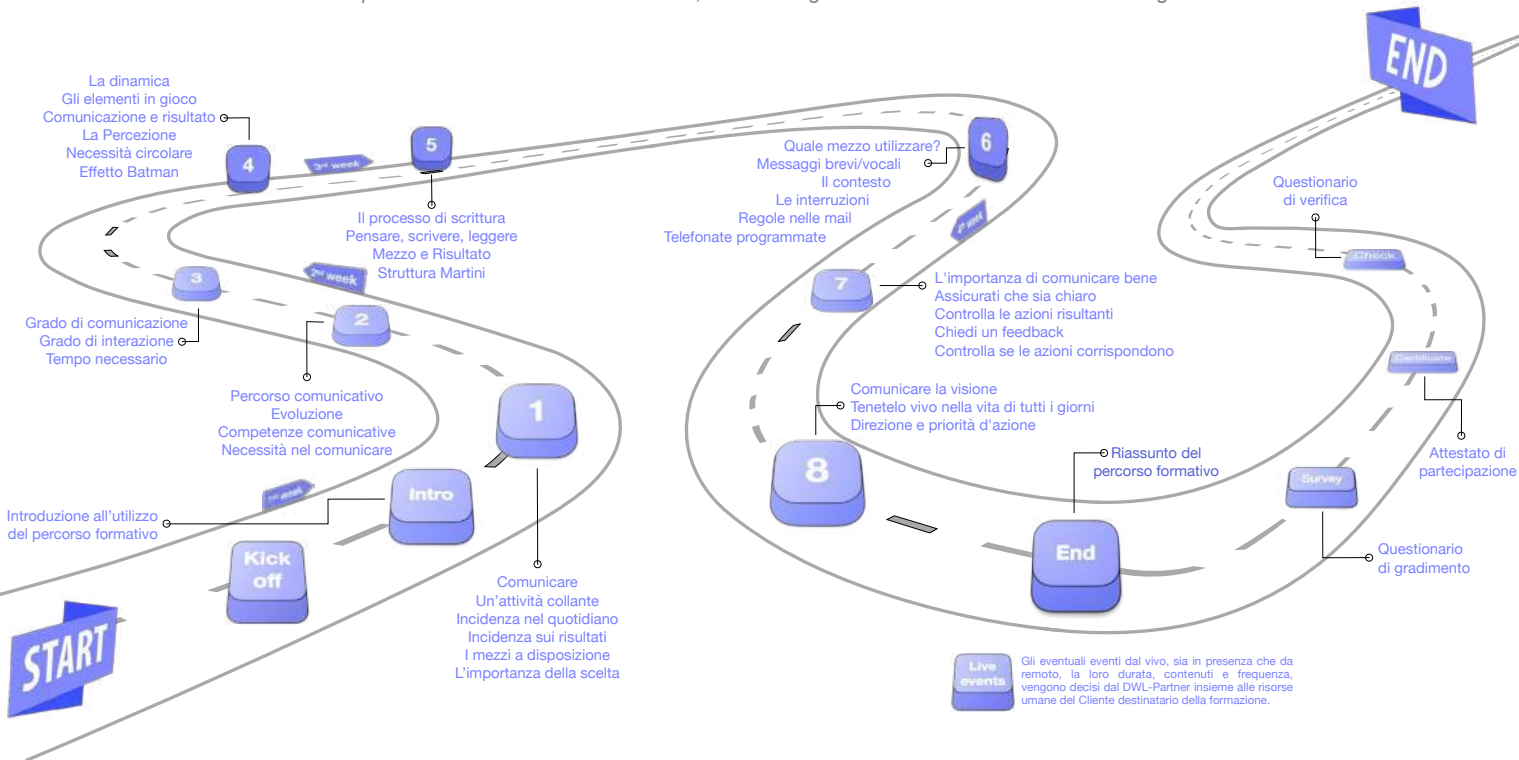
Rafforza il tuo modo di comunicare con i colleghi, organizza la tua comunicazione nel migliore dei modi e condividi nel tuo team le migliori e più fluide modalità. Fai in modo che sia un punto di forza nel tuo ruolo




QUESTO NON È SOLO UN PDF  passando sopra ad alcuni bottoni, cliccando, avrai accesso a video e documentazione

La mia comunicazione Manager

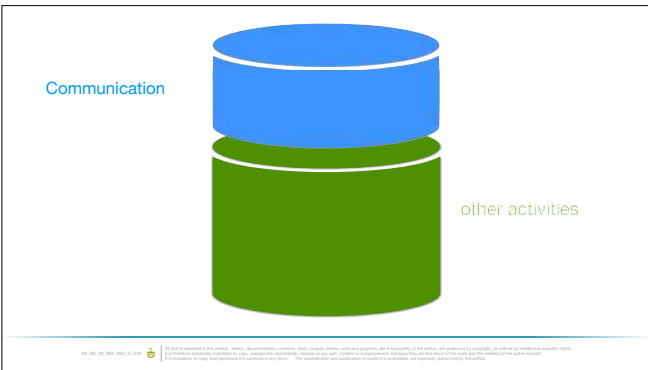
*Rinfresca i principi della comunicazione integrando il mondo digitale nel miglior modo.
Diventa sponsor di una comunicazione efficace, veloce e organizzata nel tuo ruolo e con i tuoi colleghi.*



QUESTO NON È SOLO UN PDF  passando sopra ad alcuni bottoni, **avrai accesso a video e documentazione**



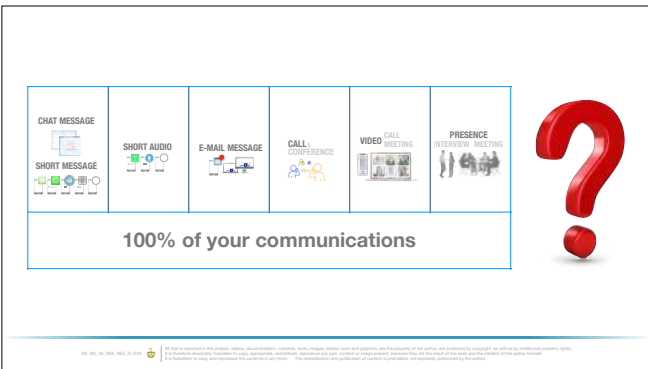
Perché parlare ancora di comunicazione?



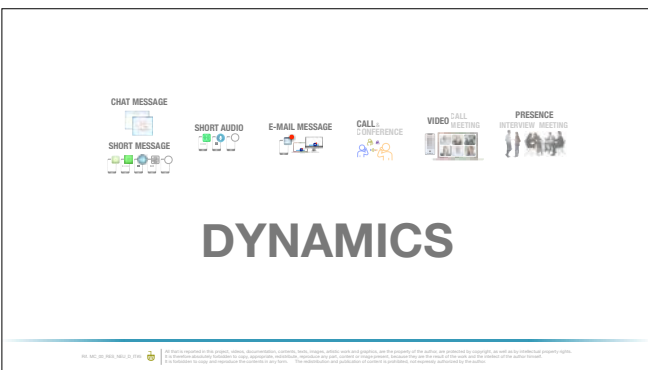
Possiamo dire che una parte consistente del nostro tempo la dedichiamo a comunicare, nelle diverse forme a nostra disposizione. Non è un'attività a se stante, ma propedeutica a quasi tutto quello che facciamo.

COMMUNICATION
mode
availables

Vediamo ora una sequenza di modalità comunicative che utilizziamo quotidianamente.



Tra le diverse modalità a tua disposizione, quali utilizzi più di frequente?



Cerchiamo di capire le dinamiche, osservando l'evoluzione dei mezzi comunicativi.


**How much
has your way
of communicating
in the digital world
changed?**



© 2014 IBM Corporation. All rights reserved. IBM, the IBM logo, and the IBM logo are trademarks of International Business Machines Corporation. All other marks contained herein are trademarks of their respective owners. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries.

Quanto è cambiato il tuo modo di comunicare, nel mondo digitale?

**How much
has the way
of communicating
of your usual interlocutors
changed?**



© 2014 IBM Corporation. All rights reserved. IBM, the IBM logo, and the IBM logo are trademarks of International Business Machines Corporation. All other marks contained herein are trademarks of their respective owners. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries.

Quanto è cambiato il modo dei tuoi interlocutori abituali?

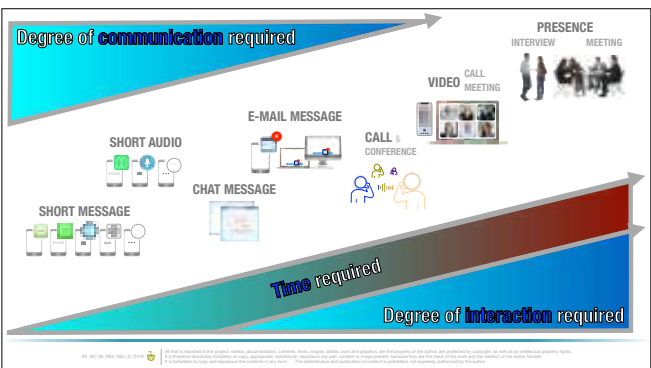


Quando lavoriamo insieme ad un collega o discutiamo su cosa sia meglio fare, scrivendo sui social una notizia o rispondendo ad una telefonata, spiegando ad un cliente o fornitore la nostra posizione, in un meeting a distanza oppure durante una sessione di lavoro, parlando con colleghi e risolvendo un problema al telefono oppure con un messaggio.

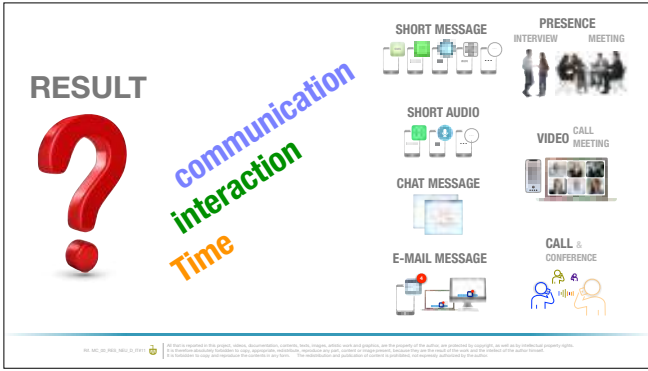
PRESENCE INTERVIEW	PRESENCE INTERVIEW	PRESENCE MEETING	CALL & CONFERENCE
PRESENCE MEETING	PRESENCE MEETING	CHAT MESSAGE	SHORT AUDIO
VIDEO CALL MEETING	VIDEO CALL MEETING	E-MAIL MESSAGE	SHORT MESSAGE

© 2014 IBM Corporation. All rights reserved. IBM, the IBM logo, and the IBM logo are trademarks of International Business Machines Corporation. All other marks contained herein are trademarks of their respective owners. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries. IBM and the IBM logo are registered trademarks of International Business Machines Corporation in the United States and other countries.

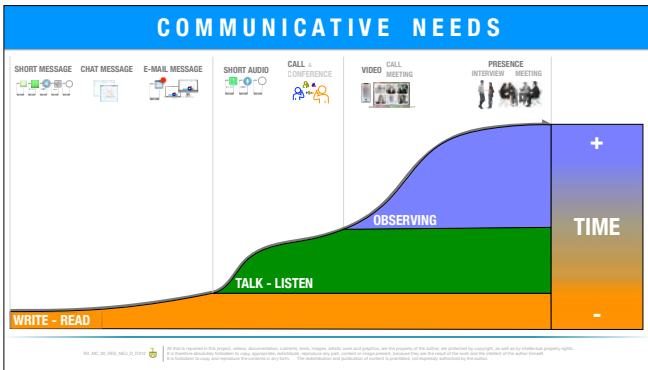
È talmente frequente che in automatico utilizziamo la modalità a noi più consona, più facile, ma forse non sempre la più corretta.



Per definire la scelta del mezzo, 3 elementi ci vengono in aiuto : il grado comunicativo, il grado di interazione e il tempo necessario.

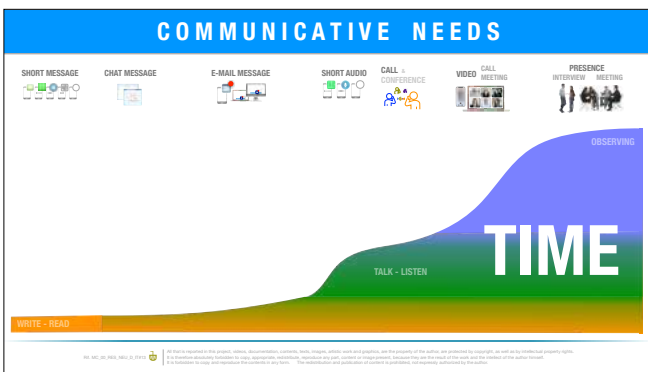


Se ci domandassimo a priori qual è il risultato che realmente vorremmo ottenere, potrebbe essere più facile identificare il grado di comunicazione, interazione e tempo, scegliendo il mezzo di conseguenza.

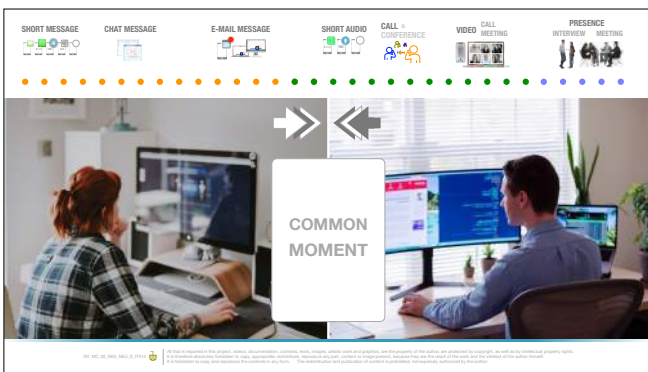


Ognuno dei mezzi a disposizione, determina la forza comunicativa:

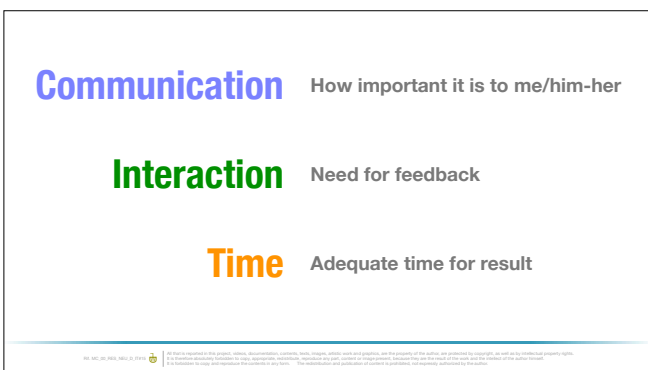
- Scrivere e leggere.
- Parlare e ascoltare.
- Osservare.



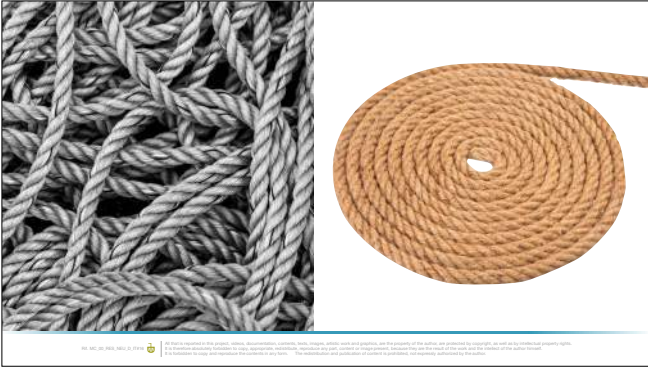
Il tempo necessario alla comunicazione può determinarne il grado di qualità.



Per l'efficacia della comunicazione, non possiamo prescindere dal contesto in cui avviene. Ognuno di noi ha degli impegni, dei momenti più o meno adatti a leggere una mail, ricevere un messaggio oppure una telefonata. Occupa uno spazio comune, che deve essere disponibile da entrambe le parti. Pensare alla persona a cui ci rivolgiamo e alla sua quotidianità, ci aiuta nella scelta del mezzo da utilizzare.



Il grado di comunicazione determina quanto il messaggio sia importante per me o per l'interlocutore. Il grado di interazione definisce se ho necessità di informazioni per completare la comunicazione. Il tempo necessario è sufficiente per soddisfare il grado di importanza del risultato.



Quali sono le dinamiche che guidano la nostra comunicazione?

"To communicate means to allow the interlocutor to have the best conditions to make a decision and/or take action as well as possible"

Comunicare significa mettere l'interlocutore nelle migliori condizioni per prendere una decisione, oppure agire nel migliore dei modi.

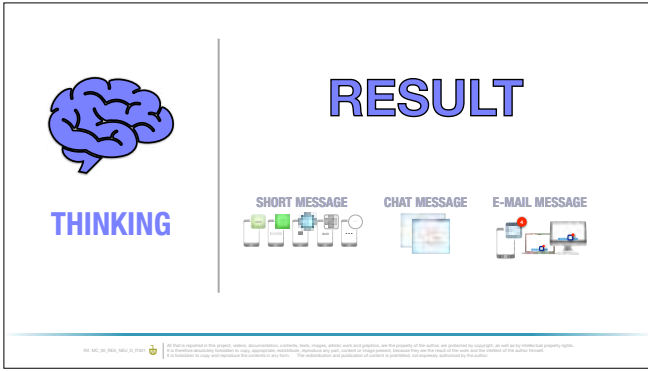
In questa frase è racchiusa l'essenza del comunicare.

THE WRITING PROCESS

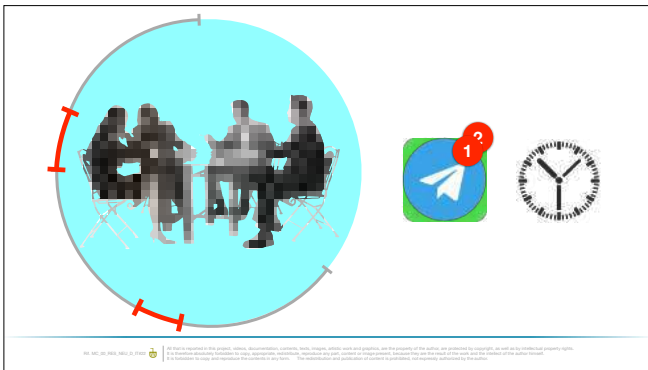
Scrivere in modo rapido ed efficace, tramite il processo di scrittura.

THINKING WRITING READING

3 sono i passaggi importanti:
 Pensare.
 Scrivere.
 Leggere quanto abbiamo scritto.



Pensare vuol dire porsi 2 domande:
 Cosa voglio ottenere come risultato con questa comunicazione.
 Quale penso sia il mezzo più adeguato ed efficace.



Durante una riunione, ogni qualvolta riceviamo un messaggio interrompiamo il flusso di lavoro, non solo nostro, ma di tutte le persone presenti alla riunione. Questo allunga i tempi, oppure non permette di raggiungere i risultati prefissi per la riunione.



Riassumendo, qualsiasi tipo di interruzione, abbassa le nostre performance. È chiaro che non possiamo evitarle tutte, ma limitarle è qualcosa che puoi fare. Significa voler curare le tue performance e la qualità del tuo tempo lavorativo.



All that is reported in this project, videos, documentation, contents, texts, images, artistic work and graphics, are the property of the author, are protected by copyright, as well as by intellectual property rights. It is therefore absolutely forbidden to copy, appropriate, redistribute, reproduce any part, content or image present, because they are the result of the work and the intellect of the author himself. It is forbidden to copy and reproduce the contents in any form. The redistribution and publication of content is prohibited, not expressly authorized by the author.