

I COLORI DELLA VOCE E LA PERSUASIONE

2ª parte

8° incontro

Corso sulla comunicazione efficace

2022-23

incambiamento.it

PUNTI DEL GIORNO

**2 PARTI DEL
DISCORSO**



**2 COLORI DELLA VOCE:
BLU E ROSSA**

**3 PRINCIPI
DELLA
PERSUASIONE**



**RIPROVA SOCIALE
SCARSITÀ
RECIPROCIÀ**

1. STRUTTURA DEL DISCORSO E IL COLORE DELLE VOCI



VOCE GIALLA

- SIMPATIA
- GIOIA
- SORRISO
- AMICIZIA



VOCE VERDE

- FIDUCIA
- CUORE

VOCE BLU

- AUTOREVOLEZZA
- SICUREZZA



VOCE ROSSA

- PASSIONE
- INVITO
ALL'AZIONE

1



2



3



4

Dopo la
Voce **gialla** e la
Voce **verde**



Voce **BLU** e
Voce **ROSSA**

Comunicazione
Professionale



Conferma della
buona relazione



CARATTERISTICHE DEI 4 COLORI DI VOCE

Ciro Imparato's FOURVOICECOLORS®  dosaggio dei colori Volume → Tono → Tempo → Ritmo →	GIALLO Amicizia sorridente cordiale medio alto variabile alto basso quasi veloce variato	VERDE Fiducia sincera rassicurante medio basso basso lento pause esitanti	BLU Autorevolezza affidabile sicura medio alto basso conclusivo medio pause nette	ROSSO Passione propositiva coinvolgente alto medio alto veloce incalzante
--	--	---	---	---

DA EVITARE

VOCE GRIGIA



**Monotonia
tristezza
apatia**

VOCE NERA



**Aggressività,
rabbia, nervosismo,
ostilità**



ESERCIZI DI LETTURA DI TESTI CON LE 4 VOCI

Bella nave

Bella nave che vai sul mare, quante cose puoi portare?

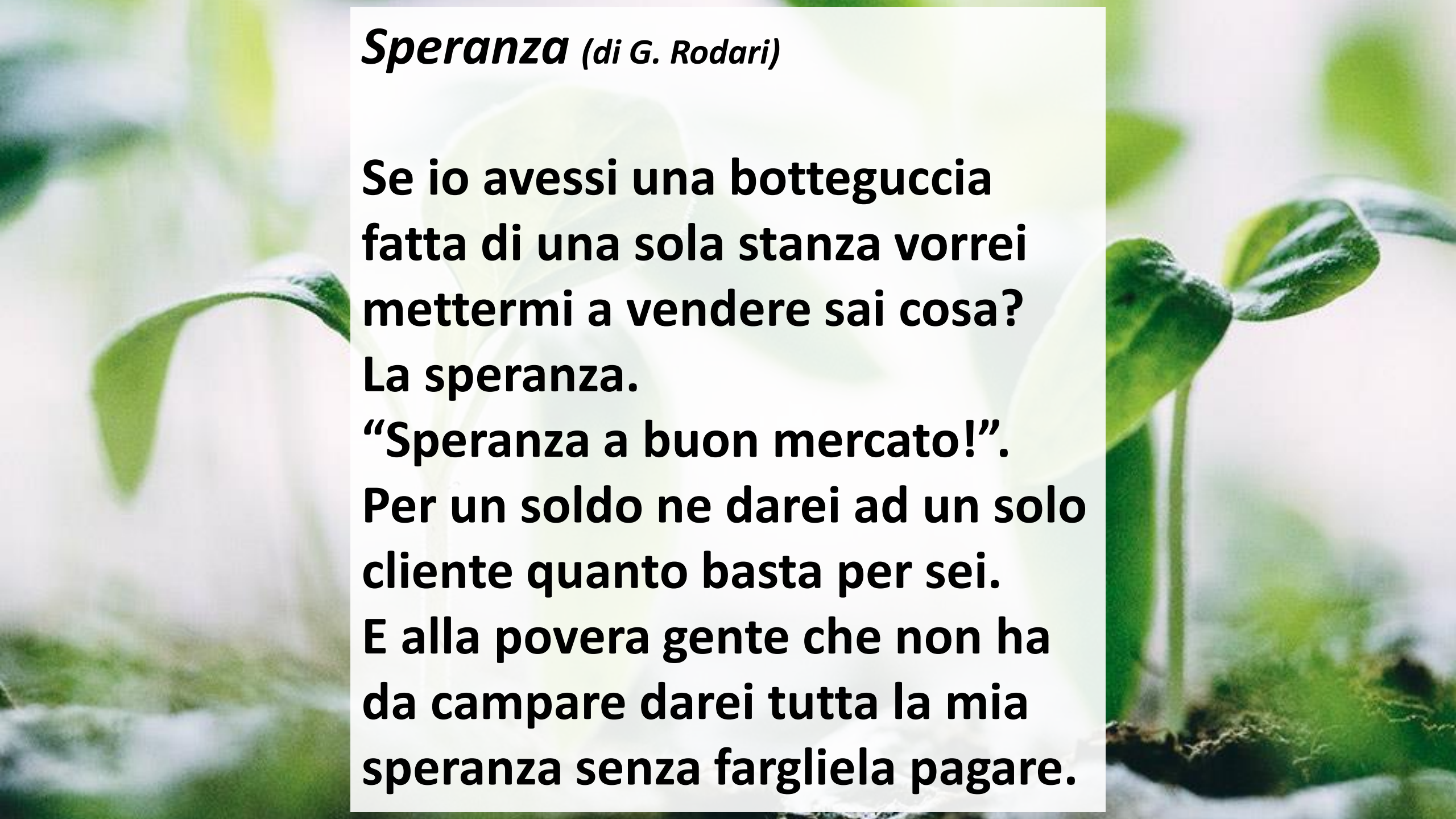
***“Posso portare mille persone, cento sacchi di carbone,
tre scialuppe ed una lancia e un capitano con la pancia.***

***Corro in men che non ti dico dalla Cina a Portorico,
la tempesta ed il tifone mi fanno il solletico al timone...***

***Ma se un giorno del malanno di bombe e cannoni mi
caricheranno, sai che faccio per ripicco?***

Colo a picco!”.

G. Rodari



Speranza (di G. Rodari)

**Se io avessi una botteguccia
fatta di una sola stanza vorrei
mettermi a vendere sai cosa?
La speranza.**

**“Speranza a buon mercato!”.
Per un soldo ne darei ad un solo
cliente quanto basta per sei.
E alla povera gente che non ha
da campare darei tutta la mia
speranza senza fargliela pagare.**

“Cercatela, tutti i giorni, continuamente. Chiunque mi ascolta ora si metta in cerca della felicità. Ora, in questo momento stesso, perché è lì. Ce l’avete. Ce l’abbiamo. Perché l’hanno data a tutti noi. Guardate in tutti i ripostigli, gli scaffali, gli scomparti della vostra anima [...] Buttate tutto all’aria [...] E anche se lei si dimentica di noi, non ci dobbiamo mai dimenticare di lei. [...] Non bisogna mai aver paura di morire ma di non cominciare mai a vivere davvero”.

R. Benigni

2. LA PERSUASIONE. GLI ALTRI 3 PRINCIPI DI CIALDINI



RIPROVA SOCIALE

RECIPROCIÀ

SCARSITÀ

**I 6 PRINCIPI
DELLA PERSUASIONE**

AUTORITÀ

SIMPATIA

COERENZA

RIPROVA SOCIALE



*Seguiamo la massa in
caso di dubbio*

*Molti hanno messo in pratica
quanto vi abbiamo
presentato, con buoni risultati*

SCARSITÀ

*Diamo più valore
a cose poco disponibili*



*Quanto vi diciamo, non si
trova facilmente in giro*

RECIPROCIITÀ

*Ci sentiamo obbligati
a ricambiare un
favore ricevuto*



*La ringrazio di quanto
dice perché ci si
arricchisce a vicenda*

RIEPILOGO

dreamstime

STRUTTURA DEL DISCORSO E IL COLORE DELLE VOCI



VOCE GIALLA

- SIMPATIA
- GIOIA
- SORRISO
- AMICIZIA



VOCE VERDE

- FIDUCIA
- CUORE

VOCE BLU

- AUTOREVOLEZZA
- SICUREZZA



VOCE ROSSA

- PASSIONE
- INVITO
- ALL'AZIONE

RIPROVA SOCIALE

RECIPROCIÀ

SCARSITÀ

**I 6 PRINCIPI
DELLA PERSUASIONE**

AUTORITÀ

SIMPATIA

COERENZA

ESERCIZIO PER CASA

Individua:
il colore **giallo**, **verde**
blu e **rosso** della voce

- del tuo
interlocutore,
durante
un dialogo
e

- dei personaggi di un
film o
- di un programma tv



PRIMO ASSIOMA DELLA COMUNICAZIONE

NON SI PUÒ NON COMUNICARE

Il comportamento comunicativo non ha un suo contrario: l'attività e l'inattività, le parole o il silenzio hanno tutti valore di messaggi perché influenzano gli altri, i quali, a loro volta, non possono non rispondere a queste comunicazioni.

PAUL WATZLAWICK / PRAGMATICA DELLA COMUNICAZIONE UMANA