

Wine-Counseling: l'abito fa il monaco?

scritto da Lavinia Furlani | 1 Giugno 2021



Certo che l'abito fa il monaco! Non si tratta solo nel senso stretto dell'abbigliamento, ma del modo di presentarsi, di come ci si esprime, di come inizia la presentazione, dell'impatto iniziale, della mimica, della puntualità, del contatto oculare, dei silenzi.

Nei **primi 10 secondi** valutiamo la persona che abbiamo davanti, decidendo un nostro personale **"sì"** oppure un **"no"** nei suoi confronti: chiunque in questi primi momenti forma un proprio giudizio, che data la sua natura di estrema rapidità, si può definire pre-giudizio.

La definizione di **pregiudizio** è proprio "idea, opinione concepita sulla base di convinzioni personali e prevenzioni generali, senza una conoscenza diretta dei fatti, delle persone"

Da esso dipende il fatto di entrare in **sintonia** oppure in **contrasto** con il nostro interlocutore: **l'obiettivo, oltre che entrare in sintonia, è di farlo subito.** Questo perché se il

timbro che mostri corrisponde a ciò che vuoi comunicare e che sei, parti da una posizione neutrale, da una strada piana; al contrario, invece, se non vi è corrispondenza, si aggiungeranno difficoltà nel far arrivare il concetto o il tuo pensiero al pubblico, dovrai quindi affrontare una salita aggiuntiva, che potrebbe metterti in difficoltà.

Il **nostro consiglio** è quello di impegnarsi a **mantenere coerenza tra la prima impressione** e tutto ciò che ne segue, in modo da sfruttare i cosiddetti **“bias di conferma”**, quel fenomeno cognitivo umano per il quale le persone tendono a muoversi entro un ambito delimitato dalle loro convinzioni acquisite. Sono quella serie di meccanismi mentali che portano a confermare quella che è la propria idea iniziale, trovando molto più facilmente elementi in grado di confermarla.

Nel primo impatto sono poi da considerare, nel contesto di una presentazione, **le prime parole che si dicono**, e quindi l'apertura. Si tratta proprio dei primi secondi, di ciò che possiamo dire per accogliere la platea, per aprire il discorso: **è necessario avviarlo con qualcosa che crea engaging** con chi abbiamo davanti.

Un **suggerimento** è **parlare di qualcosa di semplice per noi**, e cosa potrebbe esserci più semplice di sè stessi? È l' **“auto-apertura”**, ovvero, per esempio, un'esperienza recente che ci è capitata, il motivo per cui siamo lì, puntare all'empatia esprimendo il proprio timore e agitazione per l'occasione. Un altro modo è **“passare la palla”** dando voce al **pubblico** facendo una domanda, che è una nostra grande alleata, e ci permette inoltre di capire qualcosa in più dei presenti.

In conclusione, riprendendo la definizione di pregiudizio, facendo notare come si parli di **MANCATA conoscenza diretta dei fatti o delle persone**: le apparenze però, come sappiamo, a volte ingannano. Quindi il **giudizio “a pelle”** non è definitivo, **può mutare nel tempo**.

Mai come al giorno d'oggi si vuol cercare di andare oltre la facciata, ma spesso **nelle trattative commerciali non c'è il tempo o la voglia** di conoscere a fondo chi ci è davanti. Ricordati che se devi 'vendere' qualcosa a qualcuno, non hai chance future, **ti giochi tutto subito**: in questo i nostri [Campus Vendita](#) e [Campus Public Speaking](#) potrebbero essere il tuo asso nella manica.

Scrivici a ***formazione@winemeridian.com***