

# Wine Counseling: come farsi ascoltare

scritto da Cristian Fanzolato | 27 Luglio 2021



Oltre alla capacità di ascoltare la persona che abbiamo di fronte è altrettanto importante la capacità di farsi ascoltare. Tanta competenza e conoscenza rischiano di non portare a risultati se non riusciamo a farle arrivare al nostro interlocutore.

## **Come riuscire a farsi ascoltare?**

Capita spesso di essere molto preparati nei contenuti, di conoscere bene il proprio prodotto e la propria azienda, di avere valide argomentazioni, ma di non riuscire ad ottenere ascolto. O magari la persona di fronte a noi ci ascolta, ma non suscitiamo in lei nessuna reazione, nessun cambiamento e il nostro colloquio non si traduce in un'azione proficua.

Vediamo ora alcuni punti importanti, alcuni potranno sembrare ovvi, ma poco conta se non li abbiamo chiari e non li mettiamo in pratica.

**1. Passione, entusiasmo ed energia** sono fondamentali per costruire, rafforzare e mantenere il punto base e centrale della comunicazione: la relazione. Per riuscire a vivere e comunicare con passione è necessario fare proprio il progetto a cui ci stiamo dedicando, riconoscere in esso quali nostri valori possiamo realizzare proprio grazie ad esso. Entusiasmo ed energia derivano dalla capacità di rinnovare ogni giorno questa consapevolezza.

**2.** Abbiamo anticipato il concetto base per riuscire a farsi ascoltare, ovvero costruire **la relazione**. Prima di ogni altra cosa è essenziale preoccuparsi ed occuparsi di instaurare una relazione umana con la persona che abbiamo di fronte. È la premessa, è come la preparazione nello sport, senza di questa rischiamo di causarci degli "strappi" e non poter poi continuare nella nostra attività.

La relazione deve essere autentica, più noi siamo autentici più naturalmente riusciremo a comunicare anche le nostre idee rispetto ai nostri prodotti, focalizzandoci sui punti di forza e non negando o temendo i punti di debolezza. L'autenticità richiama autenticità.

**3.** Per riuscire a farsi ascoltare bisogna esercitarsi nell'arte della **persuasione**.

La persuasione è il processo che, mediante atti di comunicazione, conduce alla formazione, rafforzamento o modifica degli atteggiamenti.

**Questo processo prevede diverse fasi:**

- esposizione del soggetto al messaggio;
- attenzione al messaggio stesso;
- comprensione dei suoi contenuti;
- accettazione della posizione sostenuta;
- memorizzazione della posizione;
- azione.

In parole più semplici, possiamo dire che persuasione concretamente vuol dire **costruire discorsi di buon senso e con un filo logico, tali da catturare l'attenzione ed essere compresi, condivisi e ricordati dalla persona a cui ci rivolgiamo.**

**Per questo bisogna prepararsi in anticipo**, è scontato, forse sì, ma in realtà nella pratica questo non avviene quasi mai. Diamo appunto per scontato di saper dire le cose che conosciamo, di saper parlare della nostra azienda, di saper parlare del nostro prodotto, ma non è questo il punto. Il punto è riuscire a costruire una dialogo, un discorso basato sul buon senso e sulla logica.

Questo si traduce nella **capacità di riuscire a considerare una premessa, un'ipotesi e dimostrarne la validità**. Questo renderà le nostre **argomentazioni forti e convincenti**. “L’ipotesi” da provare sarà di volta in volta diversa, a seconda del nostro interlocutore, per questo dobbiamo esercitarci ed essere preparati.

**Risulta ancora più evidente che per riuscire in una comunicazione persuasiva, l’aspetto più delicato e importante è comunque la relazione.**

La prima cosa che dobbiamo fare quando incontriamo qualcuno è dedicarsi a costruire la relazione, non dobbiamo farci prendere dalla fretta di raccontare il prodotto o l’azienda. Interessiamoci prima di tutto della persona che sta davanti a noi, preoccupiamoci di instaurare un rapporto umano. Allenandoci a fare questo sapremo “calibrare” i tempi in base alla disponibilità della circostanza.

Dopodiché, costruita la relazione autentica possiamo richiamare quello che è il nostro “discorso” su cui ci siamo preparati. Questo non significa avere un discorso preparato sempre uguale e ripetitivo, ma **avere chiare le argomentazioni logiche e di buon senso da chiamare in causa per catturare la**

**maggior attenzione del nostro cliente.**

Sarà proprio la relazione a far emergere chiaramente quali siano gli argomenti interessanti da usare. Abbiamo parlato di comprensione, accettazione e memorizzazione del messaggio che comunichiamo da parte del nostro ascoltatore. Ovvero stiamo parlando di fasi che prevedono una valutazione della persona sulle nostre argomentazioni.

Ma anche per questi fasi della persuasione sono sempre fondamentali la relazione e la preparazione. **Il discorso logico prevede anche semplicità e chiarezza**, in questo come negli esempi citati prima sono utili tutti gli strumenti pratici, foto, racconti, il nostro sito, premi..

**Per ottenere l'accettazione e la memorizzazione del nostro messaggio e quindi l'azione del cliente** (ad es.: un sì ad una trattativa), **dobbiamo puntare sulla relazione umana sostenuta dal nostro entusiasmo, dalla passione ed energia.**