

Continuiamo con il nostro viaggio nella comunicazione che ipnotizza ed attrae.

Quante volte magari vi siete soffermati a d ascoltare qualcuno che parlava perché diceva qualcosa di interessante?

E quante volte avete guardato una trasmissione televisiva per scoprire magari che le pubblicità di intermezzo vi catturavano l'attenzione ancora maggiormente?

Questi due sono esempi di situazioni nelle quali la vostra mente inconscia è catturata.

PAROLE E FRASI EVOCATIVE

Quando parliamo, se vogliamo ottenere risultati, è utile avere impatto.

In questo paragrafo impariamo gli elementi creare frasi ad impatto che penetrino anche nella mente inconscia.

Esistono infatti due menti: la mente conscia e la mente inconscia. Se volessimo essere più tecnici le potremmo in parte mettere in relazione ai due emisferi cerebrali, destro e sinistro.



Comprendere questo è importante per influire sui meccanismi di decisione.

Se vogliamo convincere qualcuno veramente dobbiamo agire sull'emozione, non sulla logica.

Nelle decisioni ce prendiamo la mente conscia ha infatti un impatto ridotto e la maggior parte della gente utilizza il ragionamento esclusivamente per avere ragione.

La mente razionale è in parte una mente di difesa che studia come proteggerci dalle minacce dell'ambiente.

Ma perché ci proteggiamo? Pensiamo invece alle volte che facciamo una cosa perchè "ci piace", o "sentiamo che ci va bene".

Per informazioni:

<http://www.neurolinguistic.com/blog/contattaci/>



Stiamo dicendo che in questi casi non è la mente logica a decidere. Quella che decide infatti è la nostra mente inconscia, cioè il nostro "io irrazionale". Le parole e le frasi evocative possono far presa sulla persona di fronte a noi toccando la sua parte inconscia ed evocare in questa stati emozionali precisi.

Per informazioni:

<http://www.neurolinguistic.com/blog/contattaci/>

Parole Evocative → Stati emozionali

Se vogliamo cambiare una decisione, cambiamo lo stato emozionale di chi la ha emessa. Si chiamano parole e frasi evocative le frasi cariche emozionalmente di significato ed in grado di influenzare le scelte emozionali. Sono anche importanti nell'ipnoterapia, per indurre cambiamento.

Ovviamente per il cambiamento dobbiamo utilizzare parole che facciano presa sulla mente.



Se noi dobbiamo buttare giù un muro è sicuro che è meglio utilizzare un martello od una palla metallica piuttosto che un cacciavite. Utilizziamo gli strumenti adeguati! Nelle nostre presentazioni utilizziamo parole POTENTI.

Parole come straordinario, nuovo etc... possono essere altamente significative e come tali vengono utilizzate anche dalla pubblicità. Queste frasi attivano l'emisfero destro e possono ingenerare naturalmente uno stato di ipnosi...

Esempio, la pubblicità

Ecco un elenco di alcune tra le parole più utilizzate nel marketing e nella pubblicità:

- Stupefacente
- Autentico
- Scelta
- Sconto
- Efficace
- Garanzia
- Importante
- Amore
- Potente
- Risparmiare
- Occasione
- Completo

Per informazioni:

- Scoprire
- Esperto
- Come...
- Incredibile
- Miracolo

Impariamo ad utilizzare il potere delle parole anche nelle nostre conversazioni.

Impariamo da ogni esempio. Dipingiamo una realtà colorata, piena eccitante.

Per informazioni:

<http://www.neurolinguistic.com/blog/contattaci/>

METAFORE E COMUNICAZIONE MULTILIVELLO

La metafora è un altro elemento che fa presa sulla mente inconscia. Un esempio:



...Questo libro è pieno di esempi e colore, è come un arcobaleno di idee, e si dice che alla base dell'arcobaleno si possa trovare un tesoro... Quello sopra è un esempio di metafora. Le metafore sono storie che agiscono sulla nostra mente.

Le metafore agiscono ai livelli profondi della psiche. Quando ascoltiamo una storia ci identifichiamo naturalmente con i personaggi della stessa.

Viviamo quindi una serie di stati emozionali.

Osserviamo cosa succede al cinema... le persone si appassionano, piangono, si entusiasmano per una vicenda di celluloidi. Tale è il potere delle metafore, da confondere addirittura il principio di realtà e rendere vero l'immaginario. Il concetto è anche chiamato COMUNICAZIONE MULTILIVELLO, owerosia della comunicazione a più livelli.



Ad un livello noi stiamo raccontando una storia, mentre ad un altro stiamo suggerendo stati emozionali che vengono vissuti nel momento presente e che se utilizzati a proposito possono portare quindi cambiamenti.

I miti e le leggende sono esempi di metafore. Le metafore sono importanti anche nell'educazione. Una metafora è ad esempio raccontare ad un bambino di come da piccoli abbiamo superato certe difficoltà... A un livello stiamo parlando della nostra vicenda personale, mentre ad un altro stiamo dando dei suggerimenti a chi ci ascolta. È importante imparare a creare storie evocative che aiutino le persone vicino a noi a cambiare ed a raggiungere i loro obiettivi.

Milton H. Erickson era un ipnoterapeuta americano maestro nell'arte della metafora, con la quale

Per informazioni:

<http://www.neurolinguistic.com/blog/contattaci/>

ottenneva risultati al di là di ogni aspettativa.

Le storie che lui raccontava impressionavano intensamente i suoi pazienti i quali, senza rendersi conto di come potesse avvenire, incominciavano a cambiare. La sua originalità come terapeuta aveva radici nella sua lotta per la vita per far fronte alle sue carenze congenite e alla malattia che lo paralizzava.

Raccontando di come lui era arrivato a guarire sè stesso, aiutava con tali storie anche i suoi pazienti. I pazienti non si rendevano conto come, ma guarivano! È importante, per l'utilizzo delle metafore, che queste siano sincere in quanto la mente inconscia può capire molto più a tal proposito di quella che chiamiamo "mente conscia".

Nel caso di Erickson lo erano, ed i suoi pazienti in un certo qual modo avvertivano a svariati livelli che le capacità di Erickson come terapeuta, derivavano da autentiche esperienze e conoscenze personali.

Era davvero il medico che aveva imparato a guarire gli altri guarendo se stesso. Le metafore sono anche importanti nella vendita, dove un venditore può raccontare storie di clienti soddisfatti per motivare all'acquisto. E sono infine importanti nelle relazioni, dove spesso ci facciamo influenzare da storie e modi di comportarsi che ci vengono raccontati da altri in maniera il più delle volte completamente inconscia.

Alla prossima...

Per informazioni:

<http://www.neurolinguistic.com/blog/contattaci/>