

# Public Speaking

**PHIL TAYLOR CONSULTANTS**

# Obiettivi

---

Gli obiettivi del percorso formativo sono i seguenti:

- ✓ **Migliorare le proprie capacità** in ambito di presentazione e persuasione.
- ✓ **L'era digitale:** conoscere i nuovi strumenti a disposizione per accrescere il proprio potere comunicativo sia nei confronti del proprio team che verso l'esterno
- ✓ **Comprendere come uscire da un tipo di comunicazione esclusivamente affidato alla posta elettronica**, imparando a raggiungere il proprio interlocutore più velocemente e con maggiore efficacia.
- ✓ Apprendere nuovi metodi e strumenti che possano essere un valido sostegno nel corso delle presentazioni.
- ✓ **Acquisire il corretto utilizzo del "PEER GROUP PRESSURE"**, attraverso il quale è possibile espandere un corretto modo di presentare attraverso l'insorgere di un ciclo virtuoso messo in atto, inizialmente, da un ridotto gruppo di persone.
- ✓ Avere opportunità di mettere in pratica le proprie capacità, in modo da **prendere coscienza dei propri punti di forza e possibili aree di miglioramento.**
- ✓ **Esplorare il body language** e le diverse tecniche che possono contribuire a far recepire al destinatario il proprio messaggio in modo semplice e naturale.
- ✓ **Coinvolgere e interagire con la propria audience con sicurezza e disinvoltura.**
- ✓ Accrescere la propria **capacità di impressionare ed esortare l'audience** a agire.
- ✓ **Apprendere come pianificare una presentazione** focalizzata in base alla specifico audience.
- ✓ **Come usare gli "attention grabbers"** per catturare l'attenzione del pubblico inizialmente.



# Contenuti

---

- **La teoria di Simon Sinek:** I perchè che regolano I diversi tipi di presentazione. Chiarire le motivazioni alla base del proprio discorso per strutturarlo in modo corretto e mirato al raggiungimento dei destinatari
- **L'era digitale:** quali strumenti appartenenti al mondo digitale che possono rivelarsi dei perfetti alleati nel raggiungere I propri interlocutori
- **La comunicazione digitale:** utilizzare in modo strategico I così detti "*digital interactive games*" per coinvolgere I membri del team o l'audience durante una presentazione.
- **Non solo social: strumenti e linguaggi della comunicazione digitale.** Acquisire le tecniche giuste per raggiungere I propri interlocutori attraverso I social ma non solo.
- **I diversi tipi di presentazione e di comunicazione:** il troppo rindondante utilizzo delle mail come strumento comunicativo. Comprendere come differenziare gli strumenti da utilizzare a seconda del messaggio da veicolare
- **Che cosa è necessario sapere sull'odierna curva di attenzione** del proprio pubblico così da modulare l'intervento con efficacia: uno sguardo al passato per comprendere il presente ed il futuro
- **Imparare ad utilizzare "TED"** per misurare I parametri fondamentali della propria presentazione: *etica, logica, pathos*
- **Esercitazioni di gruppo:** apprendere il giusto modo per utilizzare "l'effetto Losada" per ottenere il corretto feedback. L'esperienza del "Club Toastmaster" in Italia e nel mondo
- **Qual'è il momento in cui una presentazione effettivamente inizia?** I diversi punti di vista e i suggerimenti creativi in merito.
- Il concetto di "*multi-channel engineering*": di che cosa si tratta e quando è utile ricorrervi
- E' il "Modello Morris" non più corretto ed utilizzabile? Elementi fondanti e possibili utilizzi nelle presentazioni attuali
- **La chiusura:** assicurare una chiusura che generi pathos e lasci un ricordo positivo nel pubblico
- **Le variabili da tenere sotto controllo** per assicurarsi una presentazione impeccabile:
  - il controllo dell'emotività e del nervosismo
  - miti da sfatare ed effettivi contrattempi da evitare
  - le opzioni microfono: quale delle diverse tipologie da utilizzare
  - la disposizione della sala, quale è la più funzionale nelle diverse situazioni
  - imparare ad evitare le "barriere" che comunemente si frappongono tra lo speaker ed il pubblico
- **I materiali a supporto della presentazione:** il "dominio" del powerpoint. Comprendere come questo spesso sia poco efficace per raggiungere il pubblico e come possano essere utilizzati altri strumenti più attuali ed efficaci

- **Relazionarsi in modo corretto con il pubblico:** strumenti ed “armi” a disposizione del professionista:
- **Imparare a coinvolgere l’audience o i propri interlocutori** nel giusto modo e con una modalità poco “rischiosa”:
  - lo strumento delle “*smart questions*”
  - le “*new digital technology*”
- **Nuove e più attuali tecniche** per scongiurare domande difficili e potenzialmente pericolose, provenienti dal pubblico
- **La dimensione multi-culturale di alcune presentazioni:** comprendere le differenze esistenti tra le molteplici culture imparando a strutturare le presentazioni tenendo conto di tali variabili.

## Metodologia

I diversi momenti all’interno della giornata, saranno organizzati secondo una modalità che mirerà ad intervallare format diversi di lavoro, in modo da garantire la maggior attenzione, coinvolgimento e partecipazione possibile da parte di ogni singolo individuo.

3

L’obiettivo è quello di focalizzare, approfondire ed analizzare le tematiche sopra citate attraverso una studiata combinazione di:

- Input da parte del formatore e dei Powerpoint in aula:
- Q and A: sessioni di domande e risposte.
- Visione in sala di video di grande attualità e attinenza con i temi trattati;
- Prove pratiche individuali: creare un impatto positivo nel pubblico e gestire l’imprevisto;
- Esercizi pratici di simulazione, per testare l’apprendimento dei seminaristi ed individuare in tempo reale, accorgimenti e soluzioni ai dubbi emersi;
- Attività di whiteboarding.



# Phil Taylor

- Laurea e Master in "*Business Management*"  
University of Cambridge UK
- Specializzazione post-laurea in "*Knowledge Trasmission*"  
University of Bath UK
- Consulente e Formatore Senior
- Dal 2015 UK Honorary Consul for Trade

Phil Taylor nasce a Bradford (UK). In 30 anni di lavoro in Italia ha sviluppato numerosi progetti erogati in lingua inglese o italiana, finalizzati a potenziare la comunicazione Aziendale.

4

- Collabora con alcuni grandi brand quali Caterpillar, Lamborghini (da 6 anni), Basf, Toyota (da 3 anni) e Hera.
- E' attualmente impegnato nello sviluppo di due reti di imprese.
- Ricopre il ruolo di Senior Advisor presso Aster Emilia Romagna, Rete di Alta Tecnologia, occupandosi della comunicazione.
- E' stato Presidente del Toastmasters Club di Bologna.
- Conduce e modera in qualità di Anchorman eventi per: EFPA, Federlegno, Coop (con Giuliano Poletti) e Crif (da tre anni).
- E' stato tre volte CEO nell'arco di 14 anni.
- Formatore Dirigente presso Galgano Associati e SCS
- Ha erogato i suoi servizi in cinque continenti diversi.

E' cittadino italiano e inglese, attualmente vive a Vignola, in Emilia Romagna.