

I Segreti della Comunicazione Persuasiva



Alessandro Ferrari

INDICE

2	Alessandro Ferrari
4	La Persuasione secondo Aristotele
5	1. UTILIZZA IL MIX ESPLOSIVO EMPATIA + SINCERITÀ
6	2. ASCOLTA CON ATTENZIONE CHI TI CIRCONDA
7	3. MANTIENI ALTA L'ATTENZIONE DEL TUO INTERLOCUTORE
8	4. PRESTA ATTENZIONE AL LINGUAGGIO DEL CORPO
9	5. SFRUTTA IL POTERE DELLE PAROLE
11	1° PRINCIPIO – Contraccambio o Reciprocità
12	2° PRINCIPIO – Impegno e Coerenza
13	3° PRINCIPIO – Riprova Sociale
14	4° PRINCIPIO – Simpatia
15	5° PRINCIPIO – l'autorità
16	6° PRINCIPIO: Scarsità
17	Conclusioni



Alessandro Ferrari

È passato molto tempo da quando, all'età di soli diciassette anni, ho esordito nel mondo delle vendite, iniziando a vendere assicurazioni sulla vita porta a porta negli orari serali, per mantenermi agli studi.

Dopo aver terminato gli studi, ho avuto la fortuna di entrare in una grande azienda multinazionale (Barilla) e di lavorarci per quasi dieci anni, crescendo e formandomi umanamente e professionalmente. Volendo allargare i miei orizzonti e la mia comprensione delle dinamiche aziendali, ho lavorato per quasi altri dieci anni in piccole e medie imprese con l'assunzione di responsabilità operative sempre crescenti; di conseguenza e contemporaneamente, ho maturato una forte abilità nella gestione delle risorse umane e delle pubbliche relazioni intese quali prima fonte di profitto per l'impresa.

Oltre alle esperienze maturate direttamente in azienda, guidato da una forte passione personale per tutto ciò che riguarda le potenzialità della mente umana, ho frequentato decine e decine di corsi con i più grandi formatori mondiali e seguito studi approfonditi in tutte le principali aree dello sviluppo personale e professionale.

La negoziazione e la persuasione sono elementi da sempre presenti nelle nostre vite, che si manifesta come un complesso gioco di continui compromessi.

I 5 SEGRETI DELLA COMUNICAZIONE PERSUASIVA

Ognuno di noi, infatti, si trova a dover affrontare quotidianamente una serie di trattative, nei rapporti interpersonali come nell'ambito professionale. In questi ultimi anni ho avuto il piacere e l'onore di incontrare migliaia e migliaia di persone facendo formazione in aula, in azienda o intervenendo a meeting e congressi come relatore.

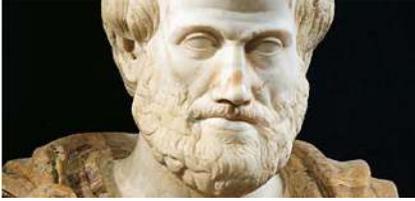
Oggi ho deciso di condividere, questa mia esperienza maturata sul campo, completata da profondi studi ultra ventennali nell'area dello sviluppo personale e professionale con te! In questo ebook ho raccolto consigli strategici e pratici per creare e rafforzare le tue Strategie di Vendita e Negoziazione. Per ottenere risultati concreti non è sufficiente leggere e comprendere queste regole ma BISOGNA assolutamente metterle in pratica quotidianamente.

Buona Lettura e Buon Business

Sapere e non fare è come non sapere!

Alessandro Ferrari

La Persuasione secondo Aristotele



La persuasione veniva definita dal grande filosofo Aristotele come l'arte di indurre le persone a compiere azioni che normalmente non compierebbero se non lo chiedessimo loro.

Come spiego spesso durante i miei corsi, la capacità di persuadere riveste un'importanza notevole nella vita quotidiana, sia nella sfera personale che nell'ambito professionale, determinando molto spesso il successo delle nostre iniziative.

Chi di noi non conosce almeno una persona dotata di grande spirito persuasivo? I soggetti persuasivi sono quelli in grado di conquistare il consenso degli altri in qualsiasi circostanza, guadagnandone la totale approvazione e convincendoli ad agire in un determinato modo.

Sorge spontanea una domanda: persuasivi si nasce o si diventa? Entrambe le opzioni sono corrette. Questa dote può essere innata oppure appresa attraverso specifici percorsi di formazione.

Quasi tutti i giorni avvertiamo la necessità di convincere chi ci sta intorno ad accettare senza remore il nostro punto di vista o ad accogliere benevolmente una nostra richiesta. Abbiamo iniziato a cimentarci in questa attività fin da bambini, affinando "artigianalmente" le tecniche più efficaci, e ancora oggi cerchiamo di orientare a nostro favore il giudizio altrui, sebbene consapevoli delle crescenti difficoltà.

La lunga esperienza nel mondo del business mi ha fatto capire che la capacità di persuasione può portare enormi benefici sul piano comunicativo: è una sorta di formula magica che ci aiuta nel gestire le relazioni interpersonali, influenzando positivamente opinioni, atteggiamenti e azioni altrui.

Di seguito troverai **5 segreti** che ti permetteranno di attrarre, affascinare e convincere i tuoi interlocutori in modo davvero efficace. Vediamoli insieme!

1. UTILIZZA IL MIX ESPLOSIVO EMPATIA + SINCERITÀ

EMPATIA + ASSERTIVITÀ = PERSUASIONE, conosci questa equazione vincente?

Il famoso *pathos* aristotelico teorizzato più di 2000 anni fa, e modernamente noto con il nome di empatia, oggi rappresenta una fattore cruciale nei rapporti sociali. Essere empatici significa mettersi sullo stesso piano dell'interlocutore per comprendere il modo in cui vede e vive una determinata situazione, o più in generale, il mondo che gli sta attorno.

Per esercitare l'empatia è necessario ascoltare con il cuore oltre che con la mente, imparare a leggere le emozioni degli altri, mettersi nei loro panni. Alcune persone sono naturalmente portate a provare empatia e pertanto abili nell'utilizzarla con efficacia; esse prevedono come si comporteranno gli altri in una certa circostanza ponendosi sulla loro lunghezza d'onda, e di conseguenza sanno come esprimersi.



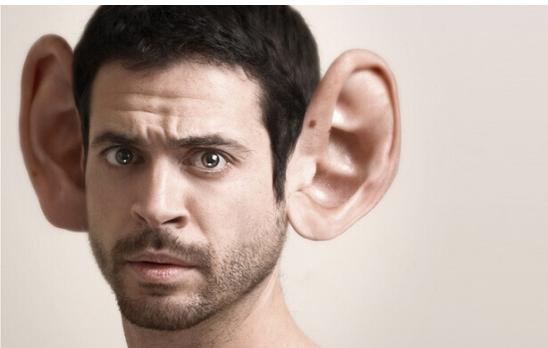
Nel momento in cui ci sarà empatia, inevitabilmente si farà strada anche un sentimento spontaneo di fiducia. La capacità di trasmettere fiducia è un fattore da non sottovalutare per la sua grande importanza a livello psicologico. Chi si dimostra realmente sincero, dando prova di avere a cuore i problemi del prossimo, imprime un tono diverso alla conversazione, stimola la ricettività

dell'interlocutore e lo induce ad aprirsi. Ecco perché il mix empatia e sincerità ti aiuterà a sviluppare al meglio la tua comunicazione persuasiva.

2. ASCOLTA CON ATTENZIONE CHI TI CIRCONDA

"Il buon ascoltatore è una sorta di calamita che richiama magicamente gli altri a sé."

Generalmente preferiamo parlare anziché ascoltare, convinti che le persone predisposte all'ascolto siano quelle che non hanno nulla di interessante da dire. Osservazione sbagliata! Pensa a un amico che non presta attenzione a ciò che dici. È davvero frustrante, non trovi?



L'ascolto attivo è uno degli aspetti più importanti della comunicazione: la persuasione efficace nasce proprio dalla capacità di ascoltare, che ovviamente non significa restare in silenzio mentre gli altri parlano. L'ascolto attivo genera buone relazioni private e lavorative, migliorandole nel tempo, ci aiuta a comprendere i pensieri e le emozioni dei nostri

interlocutori, e mantiene alta l'attenzione reciproca.

Ascoltare attivamente è un compito molto complesso che richiede concentrazione e allenamento, ma allo stesso tempo rappresenta una condizione necessaria per l'apprendimento. L'ascolto attivo, inoltre, è un gesto di conferma che accresce l'autostima di colui che parla; la mancanza di ascolto, invece, genera proprio l'effetto opposto.

Che cosa puoi fare per dimostrare al tuo interlocutore che lo stai ascoltando davvero? Ecco alcuni consigli:

1. Non interromperlo;
2. Non completare le sue frasi;
3. Non offrire consigli troppo affrettati;
4. Intervieni nel momento più opportuno.

3. MANTIENI ALTA L'ATTENZIONE DEL TUO INTERLOCUTORE

Si può ottenere attenzione solo quando c'è interesse.

MANCANZA DI ATTENZIONE -> COMUNICAZIONE INEFFICACE -> ZERO RISULTATI

Se vuoi che il tuo messaggio venga ascoltato, devi suscitare nelle persone un interesse sufficiente a tenere viva l'attenzione. Ottenere un livello di interesse costante è molto difficile per un semplice motivo: diversi studi hanno provato che l'arco di tempo nel quale riusciamo restare concentrati su un certo argomento è abbastanza limitato.



Come puoi muoverti per incoraggiare gli altri ad ascoltarti? Che cosa puoi fare per mantenere desta l'attenzione del tuo interlocutore? Devi fare in modo che si interessino a ciò che stai dicendo, per evitare che la noia prenda il sopravvento.

Se devi formulare una richiesta o tenere un discorso è fondamentale che tu riesca a far

comprendere il tuo messaggio al primo tentativo. La fase preliminare, infatti, pone le basi per il buono o il cattivo esito della comunicazione.

Quando ti accorgi che l'attenzione del tuo interlocutore è calata, cerca di scoprire il motivo. Il tuo discorso è noioso? Ti sei lasciato sfuggire qualcosa di importante? Hai usato un linguaggio troppo settoriale e quindi incomprensibile?

Ecco alcune valide mosse che ho testato per primo sul campo:

1. Inizia il discorso con un aneddoto particolare;
2. Poni domande provocatorie;
3. Proponi una sessione di brainstorming;
4. Racconta le tue esperienze personali;
5. Fai degli esempi concreti;
6. Aiutati mostrando delle immagini.

4. PRESTA ATTENZIONE AL LINGUAGGIO DEL CORPO

Fai in modo che il tuo corpo esprima il messaggio giusto.

Perché la comunicazione non verbale è così importante? Le interazioni fra gli esseri umani non avvengono esclusivamente mediante la parola e l'ascolto. Anche quando parliamo e ascoltiamo esprimiamo sentimenti ed emozioni attraverso il Linguaggio del Corpo, assumendo posture e compiendo gesti che trasmettono un forte significato. Per comunicare in modo persuasivo e attribuire la giusta forza al proprio discorso è importante imparare a leggere questi segnali.



Il comportamento non verbale condiziona in modo determinante l'impressione che abbiamo degli altri e quella che essi hanno di noi. Tutti gli esperti del settore concordano sul fatto che l'interpretazione degli atteggiamenti umani si basa innanzitutto su fattori visivi, cui fanno seguito i fattori vocali e solo per ultimi i contenuti dei messaggi.

Se l'interlocutore riscontra coerenza tra le tue espressioni facciali e le parole che pronunci sarai portato a provare nei tuoi confronti un maggior sentimento di fiducia, lasciandosi influenzare più facilmente. Se invece le tue espressioni contraddicono le tue parole, tenderà a chiudersi e ad allontanarsi da te.

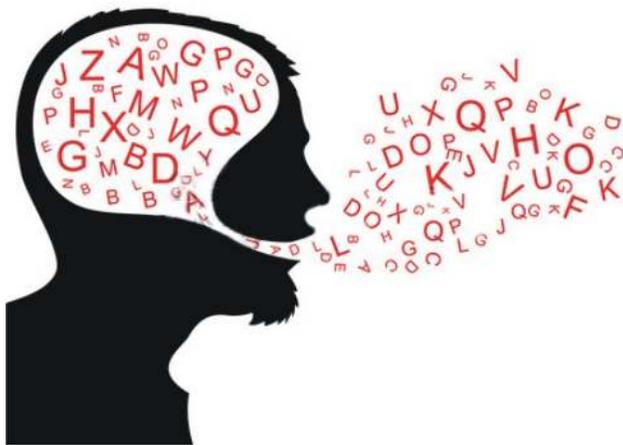
Quali sono i segnali negativi del linguaggio del corpo da evitare?

1. Non incrociare le braccia e non accavallare le gambe quando sei seduto, perché sembrerà che tu voglia stare sulla difensiva.
2. Sorridi alle persone con cui parli, perché un gesto positivo ti aiuterà a ottenere risultati altrettanto positivi.
3. Mantieni un contatto visivo diretto con il tuo interlocutore, perché mostrerai interesse e attenzione.

5. SFRUTTA IL POTERE DELLE PAROLE

Il successo può dipendere dalle parole giuste dette al momento giusto.

Conosci il potere che le parole rivestono nelle interazioni quotidiane? Sei consapevole del fatto che alcune sono efficaci e altre meno? Mettere insieme le parole giuste è un'arte sottile che molto spesso viene ignorata o comunque trascurata.



La costruzione del discorso e i termini utilizzati hanno un effetto diretto sull'esito del processo comunicativo e ne determinano il successo o il fallimento.

La *psicolinguistica* studia appunto gli effetti che le parole producono sulla mente e sulle emozioni umane.

Immagina di voler comunicare qualcosa a un tuo ipotetico interlocutore: hai in mente un'immagine che devi tradurre in parole. In quanto emittente trasmetti il messaggio al ricevente, il quale provvede a tradurre nuovamente le parole in un'immagine, alla quale attribuisce un significato personale che potrebbe non essere uguale al tuo. Se l'immagine mentale che il tuo interlocutore ha costruito è diversa dalla tua, il processo comunicativo risulterà inefficace. Questo suo feedback ti aiuterà quindi a capire come intervenire ai fini di migliorare il contenuto del messaggio.

Il mio consiglio è quello di adottare uno **stile comunicativo aperto**: esso favorisce il confronto, in quanto non pone regole rigide e ti permette di essere più flessibile. La comunicazione aperta incoraggerà gli altri ad adottare il tuo stesso punto di vista.

La comunicazione persuasiva è il principale ingrediente del successo personale e professionale, una modalità espressiva che fonde insieme Assertività ed Empatia.

Saper comunicare in modo persuasivo significa conquistare l'attenzione, l'interesse e la fiducia delle persone che abbiamo davanti a noi.

Recentemente ho tenuto un corso che ha davvero incuriosito intitolato "[I 7 Passi Vincenti della Persuasione](#)". A seguito delle numerose richieste e dell'interesse suscitato nei miei studenti, ora ho deciso di tornare sull'argomento per un ulteriore approfondimento.

"**Persuadere**" è un termine sul quale si è ampiamente discusso e che spesso veicola l'idea di manipolazione e coercizione, o comunque di una forma espressiva non molto etica.

Beh, non è così! Le tecniche di persuasione non utilizzano stratagemmi o inganni, ma sfruttano i principi di influenza sociale per indirizzare le decisioni della gente, semplicemente modificando le modalità con cui i messaggi vengono comunicati.

Robert B. Cialdini, uno dei massimi esponenti della comunicazione persuasiva, nel suo ormai famosissimo libro "**Le armi della persuasione**" suddivide le tecniche persuasive in 6 categorie di base, ognuna delle quali corrisponde a diversi fattori psicologici. Questi importanti elementi che orientano il comportamento delle persone sono:

1. **Contraccambio o reciprocità**
2. **Coerenza e impegno**
3. **Riprova sociale**
4. **Simpatia**
5. **Autorità**
6. **Scarsità**

La straordinaria efficacia di queste tattiche consiste nel far leva su alcuni aspetti psicologici fondamentali, che dirigono e motivano il comportamento umano. In altre parole, si utilizza qualcosa di già insito quando dobbiamo prendere una decisione.

Vediamoli ora nel dettaglio...

1° PRINCIPIO – Contraccambio o Reciprocità

L'uomo avverte solitamente il bisogno o si sente addirittura obbligato a contraccambiare favori reali o presunti. Tutto ciò rappresenta la normalità, poiché un simile principio ha sempre regolato lo scambio e la collaborazione tra gli individui, anche nelle civiltà antiche.

Se riceviamo un regalo di compleanno, quasi sicuramente ricambieremo in futuro. Se qualcuno ci fa un favore, quasi sicuramente agiremo allo stesso modo in un'altra occasione. Se ci invitano a una festa, quasi sicuramente porteremo un presente come gesto di riconoscenza.

Cialdini afferma che questa regola è comune a tutti i tipi di società umane. Essa permette a una persona di cedere una risorsa preziosa, consapevole che non la perderà definitivamente: prima o poi riceverà qualcosa in cambio.

Tale regola è parte fondamentale del nostro processo evolutivo e ha reso possibile l'assistenza, le donazioni, il commercio e lo scambio di servizi. Chi non rispetta il principio di reciprocità passa inevitabilmente per ingrato e approfittatore.

L'istinto di reciprocità agisce con una forte pressione sul destinatario della tua concessione, quindi è un ottimo innesco che potresti utilizzare a tuo favore.

APPLICAZIONE NEL BUSINESS: come posso sfruttare il principio di reciprocità per ottenere nuovi contatti?

Il mio suggerimento è quello di regalare un contenuto di valore ai tuoi potenziali clienti, come ad esempio un e-book gratuito che risolve in modo concreto un problema o un'esigenza comune, chiedendo in cambio i loro dati personali (nome, cognome, numero di telefono, indirizzo e-mail e professione). Così facendo avrai ottenuto nuovi lead per la tua attività, che potrai successivamente convertire in clienti. Dona qualcosa di valore ai tuoi utenti: questi, in base al principio di reciprocità, saranno maggiormente portati ad acquistare altri prodotti che proporrai loro successivamente.

2° PRINCIPIO – Impegno e Coerenza

Quando prendiamo una decisione o dopo aver compiuto una determinata azione, sentiamo la necessità di comportarci coerentemente con l'immagine che abbiamo dato di noi stessi. Questo principio è talmente radicato nella nostra società che siamo disposti a modificare il nostro comportamento pur di mostrarci coerenti, anche quando sarebbe meglio non farlo.

Questo principio è strettamente collegato al fenomeno della **dissonanza cognitiva**: il bisogno di coerenza con noi stessi ci spinge ad allineare le nostre convinzioni con ciò che abbiamo ormai fatto. Per evitare di fare passi indietro o per non dover riconoscere di aver torto, ci auto-convinciamo che valeva la pena agire in quel modo.

La coerenza è solitamente considerata una caratteristica molto positiva, sinonimo di logica, razionalità, stabilità e onestà. La nostra società, infatti, premia ed elogia chi rimane coerente con i propri principi e ideali. La chiave del successo della coerenza sta nell'impegno preso, cioè nell'assunzione di una specifica posizione.

Esistono principalmente le 3 principali tecniche di persuasione che ti consentono di incentivare la coerenza del tuo interlocutore:

1. La tecnica del **“piede nella porta”**, parte da una piccola richiesta al fine di ottenere condiscendenza per richieste maggiori in futuro.
2. L'**impegno scritto**: un documento cartaceo è più efficace perché comprende l'atto fisico di scrivere, con tanto di ragionamento per formulare la frase.
3. L'**impegno pubblico**: quando una persona si prende degli impegni in pubblico farà di tutto per mantenere la propria promessa, così da mostrarsi coerente agli occhi degli altri.

APPLICAZIONE NEL BUSINESS: come posso sfruttare il principio di impegno e coerenza per conquistare nuovi clienti? Fai provare al tuo potenziale cliente un prodotto/servizio ad un costo vantaggioso per un po' di tempo, comunicandogli che se non dovesse restare soddisfatto lo potrà restituire senza problemi. Una volta che l'avrai convinto, sarà più facile fargli accettare richieste economicamente più impegnative, come l'acquisto del prodotto a prezzo intero.

3° PRINCIPIO – Riprova Sociale

Spesso tendiamo a osservare il comportamento degli altri e a imitarlo.

Le risate finte in TV non sono particolarmente apprezzate dalla gente, eppure vengono usate di frequente, soprattutto negli USA. Una ricerca ha scientificamente dimostrato che l'uso delle risate preregistrate induce gli spettatori a ridere più spesso e a giudicare più divertente la trasmissione, questo perché tendiamo ad emulare il comportamento della maggioranza.

Quando ci sentiamo insicuri osserviamo il comportamento degli altri, dimenticandoci che anche gli altri potrebbero essere insicuri quanto noi. Se ci pensi, lo stesso meccanismo avviene nel fenomeno di diffusione delle mode. In un determinato periodo storico o contesto sociale, gli individui tendono ad adottare un particolare tipo di abbigliamento, perché ritengono sia quello più corretto, senza doversi preoccupare di decidere da soli se ciò che stanno indossando è idoneo o meno.

APPLICAZIONE NEL BUSINESS: come posso sfruttare il principio di riprova sociale per attrarre nuovi clienti?

Inserisci nel tuo sito web le migliori testimonianze dei tuoi clienti che attestano la validità del tuo prodotto/servizio. Questo abbatta la resistenza da parte dell'utente, aumentando enormemente la fiducia nei tuoi confronti e aumentando di conseguenza la possibilità che venga accettata la tua offerta. Altri esempi molto sfruttati online sono le recensioni, i voti degli altri utenti: anche in questo caso, la testimonianza positiva degli altri può essere un forte elemento persuasivo per l'acquisto.

4° PRINCIPIO – Simpatia

Ti sei mai chiesto perché una richiesta formulata in un certo modo viene respinta, mentre, se presentata in maniera leggermente diversa, può sortire il risultato auspicato? Spesso tendiamo a considerare più attendibili e ad accogliere in modo più favorevole le richieste da parte di chi conosciamo, da parte di chi risulta gradevole ai nostri occhi e da parte di chi ci è simpatico.

Quali sono i fattori scatenanti?

1. **Ci piace chi è simile a noi**
2. **Apprezziamo chi ci fa dei complimenti e si mostra gentile**
3. **Accogliamo meglio chi collabora con noi per raggiungere un obiettivo comune**

Se riusciamo a instaurare un legame empatico di simpatia o somiglianza con le altre persone, reale o presunto, è più facile ottenere una modifica dei loro atteggiamenti e far sì che accettino di buon grado la nostra proposta.

APPLICAZIONE NEL BUSINESS: come posso sfruttare il principio di simpatia per conquistare nuovi clienti?

Costruisci buone relazioni basate sulla fiducia reciproca, mettiti sullo stesso piano del potenziale cliente sviluppando una buona sensibilità empatica, esprimiti con assertività e infine, ascolta attivamente. Se hai un sito web, utilizza immagini in grado di catturare positivamente l'attenzione dei visitatori.

5° PRINCIPIO – l'autorità

Il principio di autorità porta spesso ad agire in modo inconscio. Ne sono un classico esempio le recenti dichiarazioni di alcuni soldati dell'esercito nazista durante la seconda guerra mondiale che, chiamati a rispondere delle atrocità commesse nei confronti del popolo ebraico, si sono giustificati dicendo che avevano semplicemente eseguito gli ordini dall'alto. È chiaro quanto questa regola della persuasione possa rivelarsi devastante.

Sin dall'infanzia veniamo educati a pensare che sia giusto obbedire alle persone importanti, viste come autorità. Rispettiamo questo ruolo in ogni ambito della vita: sul posto di lavoro, a scuola, in famiglia e nel sociale. Le gerarchie esistono da sempre e in quanto tali vengono rispettate.

Quali sono gli elementi chiave che aiutano a creare l'aurea dell'autorità?

- Posizione sociale (essere benestanti)
- Titoli accademici (lauree, master, ecc.)
- Professione (medico, avvocato, ingegnere, ecc.)
- Auto di lusso
- Abiti firmati

APPLICAZIONE NEL BUSINESS: come posso sfruttare il principio di autorità per attrarre nuovi clienti?

Per aumentare il tuo grado di autorità, potresti fornire ai tuoi potenziali clienti informazioni specifiche sulle tue conoscenze, sui titoli di studio che hai ottenuto, sui premi e i riconoscimenti ricevuti. Inserisci nel tuo sito web attestati rilasciati da soggetti o istituzioni autorevoli. In questo modo potrai aumentare la tua credibilità online ed essere più persuasivo nei confronti di chi non ti conosce e vuole farsi un'idea su di te.

6° PRINCIPIO: Scarsità

Questo principio indica che le opportunità ci appaiono più desiderabili quando la loro disponibilità è limitata.

Potrebbe sembrare assurdo, ma il timore di perdere qualcosa gioca un ruolo fondamentale nel processo decisionale di una persona. In sostanza, desideriamo maggiormente una cosa quando scarseggia, e la desideriamo ancora più fortemente nel momento in cui dobbiamo entrare in competizione con gli altri per averla.

È così che si spiega il fenomeno del collezionismo. Più un pezzo è raro, e dunque difficilmente accessibile, più diventa prezioso.

Questo principio trova applicazione soprattutto in ambito commerciale. È un classico sentir dire che le scorte di un prodotto stanno per esaurirsi per renderle più desiderabili agli occhi dei clienti. Un esempio classico è quello del cliente che entra in un negozio e chiede informazioni circa uno specifico prodotto. Poi arriva la commessa a comunicare che il pezzo in questione è esaurito. Segue la delusione del potenziale cliente. A quel punto la commessa informa che forse c'è ancora un pezzo in magazzino e gli suggerisce di acquistarlo immediatamente. Il cliente si sente vulnerabile e la paura di perdere l'oggetto del desiderio lo porta ad acconsentire.

APPLICAZIONE NEL BUSINESS: come posso sfruttare il principio di simpatia per concludere una vendita?

Una valida tecnica di persuasione per aumentare le vendite online potrebbe essere quella di offrire brevi periodi di tempo in cui è attiva una promozione. Potresti per esempio comunicare ai tuoi clienti la promozione in questo modo: *"Per te un esclusivo sconto del 20% sui tutti gli acquisti: la promozione è valida solo per i prossimi 3 giorni. Non perdere l'occasione e affrettati a riempire il carrello!"* In tal modo un prodotto diventa desiderabile anche se in condizioni normali non lo sarebbe stato.

Conclusioni

La comunicazione persuasiva è il principale ingrediente del successo personale e professionale, una modalità espressiva che fonde insieme Assertività ed Empatia.

Saper comunicare in modo persuasivo significa conquistare l'attenzione, l'interesse e la fiducia delle persone che abbiamo davanti a noi.

Pensa in Grande!



Alessandro Ferrari

Imprenditore | Consulente Aziendale | Formatore | Autore

Alessandro Ferrari Contatti

Alessandro Ferrari Coach e Formatore esperto in
Comunicazione Efficace, Tecniche di Vendita e
Inbound Marketing.

Alessandro Ferrari - Inboundstack
Via Enzo Ferrari, 5 Voghiera 44019 (FE)

RICHIEDI MAGGIORI INFORMAZIONI

www.afcformazione.it info@afcformazione.it