

Il mio interlocutore pensa realmente ciò che mi dice? A me gli occhi.

Nel numero scorso di Benefits TRENDS abbiamo visto come attrarre l'attenzione facendo sì che lo sguardo segua il percorso visivo più congeniale a veicolare il nostro messaggio.

Adesso capovolgiamo la situazione e proviamo a "leggere" gli occhi.

Questo può essere estremamente utile nelle trattative con i nostri interlocutori, sia che si tratti di B2C che di B2B, per capire se sono interessati o meno ad un determinato argomento, oppure se continuare a portare avanti un certo discorso o cambiarlo, cercando di attirare l'attenzione dell'interlocutore.



Troppo spesso quello che viene detto non corrisponde a ciò che si pensa realmente, ma per realizzare una vendita è necessario capire cosa pensa veramente il nostro interlocutore David Ogilvy, a detta di molti il più grande pubblicitario del nostro tempo, ha sintetizzato molto bene questi ragionamenti e ha scritto che **troppo spesso le persone "non dicono quello che pensano e non fanno quello che dicono"...ma gli occhi non mentono.**

Il nostro corpo, però, è come un libro aperto del comportamento della nostra mente: **inconsciamente il corpo ci "tradisce" continuamente** con la posizione della testa, del corpo, delle braccia e delle gambe, l'inclinazione delle labbra, i movimenti delle mani ma, soprattutto, **la direzione dello sguardo.**

Come interpretare il Movimento degli Occhi



L'analisi dell'espressione facciale è una tecnica che permette di interpretare le espressioni del volto dell'individuo e risalire alle emozioni che esso prova.

Nell'ambito dello studio delle espressioni facciali, un capitolo a sé merita lo sguardo e i movimento degli occhi, infatti questi sono collegati a ciò che una persona pensa.

Il **movimento degli occhi** segue una regola, uno schema neurologico che descrive il processo mentale che la persona sta seguendo.

Ci indica, cioè, se una persona sta pensando per immagini, sensazioni o suoni. In pratica se sta vedendo qualcosa nella sua mente, se sta dicendo qualcosa a sé stesso o se è concentrato su una sensazione fisica.

Il movimento degli occhi ci indica inoltre se sta ricordando o immaginando, se sta cercando delle informazioni o sta costruendo una risposta.

La direzione dello sguardo è in relazione alle immagini, ai suoni e alle sensazioni: se le immagini e i suoni sono ricordati o costruiti con la fantasia.

Gli occhi si volgono (guardando il nostro interlocutore):

In alto per le immagini: in alto a sinistra per le immagini costruite e in alto a destra per quelle ricordate.

Ai lati per i suoni: a destra per quelli ricordati e a sinistra per quelli costruiti.

In basso per le sensazioni corporee: a destra per un dialogo interiore, a sinistra per le elaborazioni corporee.

E' necessario, però, avere **alcuni accorgimenti. Prima di tutto scoprire se il vostro interlocutore è mancino: in tal caso quello che è destro diventa sinistro e viceversa.**

Secondariamente la persona con cui state dialogando non deve essere a conoscenza del fatto che viene "analizzata". Per controllare se è tranquilla e le reazioni oculari sono istintive, l'esperienza insegna a porre alcune **domande "test", cioè domande a cui per rispondere deve "ricordare" o, al contrario, "immaginare".**

Se è a suo agio, i movimenti degli occhi saranno quelli descritti.

Con un po' di allenamento capirete cosa pensa il vostro interlocutore e le possibilità di convincerlo dell'utilità dei prodotti elipsLife aumenteranno.



Prima di terminare, una piccola annotazione: le immagini di questo numero di Benefits TRENDS sono state scelte secondo **2 caratteristiche:** la prima è che sono immagini raccolte su internet, quindi **a costo zero**; la seconda è che sono state **scelte con le tecniche di neuromarketing;** permettetemi, quindi, di illustrarle brevemente. Ricordando quanto scritto nel numero scorso di questa newsletter, l'attenzione dell'osservatore nella prima foto si focalizza sulle **mani** e queste tengono strette un foglio, ad esempio un **depliant elipsLife**, e **due penne**, le quali ambedue **"puntano"** su un altro foglio sul tavolo, ad esempio il **contratto** di un prodotto elipsLife.

Nella seconda vi è un viso con le indicazioni del significato della direzione dello sguardo e il **viso è sorridente:** il sorriso attira l'attenzione e pone in risalto ciò che viene sviluppato nella foto, la lettura dello sguardo, e ne **aumenta l'impatto emotivo.**

La terza foto incentra l'attenzione sulle **mani che si stringono** e sulla **firma.**

Le immagini raccontano questa newsletter: illustrate i prodotti elipsLife, seguite cosa pensa veramente il vostro interlocutore durante l'incontro e, così facendo, arriverete ad un **accordo e alla firma del contratto.**

In bocca al lupo!

Nel prossimo Benefits TRENDS



I bias cognitivi:
come "ragiona" il cervello.