

ROBERTO GASPARETTI

IPNOCOMUNICAZIONE®

**Come diventare
un comunicatore ipnotico**



FrancoAngeli/Manuali

Informazioni per il lettore

Questo file PDF è una versione gratuita di sole 20 pagine ed è leggibile con



La versione completa dell'e-book (a pagamento) è leggibile con Adobe Digital Editions. Per tutte le informazioni sulle condizioni dei nostri e-book (con quali dispositivi leggerli e quali funzioni sono consentite) consulta [cliccando qui](#) le nostre F.A.Q.



I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio “Informatemi” per ricevere via e.mail le segnalazioni delle novità o scrivere, inviando il loro indirizzo, a “FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano”.

ROBERTO GASPARETTI

IPNOCOMUNICAZIONE®

Come diventare
un comunicatore ipnotico

FrancoAngeli/Manuali

Progetto grafico di copertina di Elena Pellegrini

Copyright © 2016 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito www.francoangeli.it

Indice

Premessa	pag.	11
1. Un libro che non si ferma alle teorie	»	11
2. Come sono fornite le istruzioni	»	11
3. Come è nato questo S'Book	»	12
4. Grazie per la fiducia	»	14
5. Perché dell'ipnosi se ne parla poco	»	14
Introduzione	»	17
1. Ipnocomunicazione: definizione	»	17
2. Ipnocomunicazione: a cosa serve?	»	17
1. Cos'è l'ipnosi?	»	19
1. Il cervello questo sconosciuto	»	20
2. I principi su cui si fonda l'ipnosi	»	23
2.1. L'uomo è un essere sociale	»	24
2.2. L'uomo è un risparmiatore di energia cognitiva	»	24
2.3. L'uomo decide su una base irrazionale	»	25
2.4. L'uomo sa creare emozioni	»	25
3. Dalla scienza, alle neuroscienze	»	26
4. Parlate all'inconscio	»	27
4.1. Come saltare le resistenze della mente conscia	»	27
4.2. Dave Elman: 10 passaggi ipnotici	»	28
4.3. Le cinque fasi dell'ipnosi	»	31
4.4. Accorgimenti per mantenere il dialogo con l'inconscio	»	32
2. Il linguaggio e la comunicazione	»	33
1. I sistemi di comunicazione	»	34
2. I sistemi di ricevimento	»	34
3. L'ambiente	»	35
4. Lo scopo	»	36

3. La Comunicazione Consuasiva	pag.	37
1. Il pensiero guida	»	37
2. Sintesi del metodo Consuasiva	»	40
2.1. Manifesto della Comunicazione Consuasiva	»	42
3. Kubo n. 1 – L'identità	»	44
3.1. Tipo A: Quadrato	»	46
3.2. Tipo A: Rettangolare	»	47
3.3. Tipo C: Rotondo	»	47
3.4. Tipo D: Ovale	»	48
4. Kubo n. 2 – La ragione	»	48
4.1. Cosa sono i benefici?	»	48
4.2. Trasformare l'oggettività in soggettività	»	49
4.3. Cos'è il DNA motivazionale	»	50
4.4. Come ricavare il DNA motivazionale	»	52
5. Kubo n. 3 – L'azione	»	52
5.1. Come riconoscere le personalità	»	54
5.2. Sbagliando si impara	»	54
6. Navigator Card	»	54
7. Aikido	»	55
8. Comunicazione Consuasiva: conclusioni	»	56
4. Ipnocomunicazione	»	57
1. Il Quaderno Blu della Formazione	»	58
1.1. Le quattro P	»	58
1.1.1. Paura	»	58
1.1.2. Perseveranza	»	60
1.1.3. Passione	»	62
1.1.4. Preveggenza	»	63
1.2. Le quattro R	»	66
1.2.1. Risposta	»	66
1.2.2. Relazioni	»	67
1.2.3. Reciprocità	»	68
1.2.4. Rischio	»	69
2. Il Quaderno Verde per l'Allenamento	»	70
2.1. Le 2 S	»	70
2.1.1. Sicurezza	»	70
2.1.2. Sincerità	»	72
2.2. Le 2 T	»	74
2.2.1. Tempi	»	74
2.2.2. Temperatura	»	76
3. Il Quaderno Giallo per la Realizzazione	»	78
3.1. Ipnocomunicazione verso un interlocutore	»	81

3.1.1. Le 8 tappe	pag.	81
I tappa – Capire	»	82
II tappa – Progettare	»	83
III tappa – Ancorare	»	86
IV tappa – Sviluppate	»	88
V tappa – Inseminare	»	89
VI tappa – Consolidare	»	90
VII tappa – Indurre	»	92
VIII tappa – Impegnare	»	95
3.2. Ipnocomunicazione verso un gruppo	»	102
3.2.1. Le 8 tappe	»	104
I tappa – Capire	»	104
II tappa – Progettare	»	109
III tappa – Ancorare	»	113
IV tappa – Sviluppate	»	114
V tappa – Inseminare	»	116
VI tappa – Consolidare	»	117
VII tappa – Indurre	»	119
VIII tappa – Impegnare	»	120
5. Conclusioni	»	123
1. Cosa potete fare con Ipnocomunicazione verso un interlocutore	»	124
2. Cosa potete fare con Ipnocomunicazione verso un gruppo	»	125
2.1. Sono un venditore di fumo e me ne vanto	»	125
2.2. Il fumo e l'Ipnocomunicazione	»	128
2.3. Relazione Fumo/Polpa	»	129
2.4. Venditore di fumo: grazie!	»	129
Ringraziamenti	»	131
Script vincenti	»	133
Test di apprendimento	»	137

... e il marchese di Puységur (1715-1782), nella casa di campagna, seguendo le indicazioni, sommarie, del suo maestro Mesner (si occupava di magnetismo animale) ipnotizzò profondamente e poco consapevolmente un suo contadino che entrò in una trance intensa: sonnambulismo.

Non sapendo cosa fare disse solo: alzati e cammina.

E questo al comando ricevuto, si alzò e camminò.

Forse questo fu l'inizio. O no!

Forse, iniziò qualche secolo prima, ma non ne abbiamo traccia certa.

Questo S'Book contiene tutto quanto serve per preparare, fare allenamento, realizzare una comunicazione conversazionale ipnotica.

Per diventare conoscitori di IPNOCOMUNICAZIONE.



Grazie della vostra stima
Roberto Gasparetti
www.gasparetti.eu

Premessa

1. Un libro che non si ferma alle teorie

Questo è un libro scritto con una forma speciale; infatti è uno S'Book. Una struttura semplice, diretta, con esempi pratici. Definisce in modo essenziale i principi teorici, per passare subito alla loro messa in opera.

Lo fa attraverso un metodo originale, quindi che esce dalla pratica quotidiana (quella affidata alla sola esperienza) per iniziare un percorso per molti aspetti sconosciuto.

Se continuate nel suo allenamento, fino a prenderne confidenza vi assicuro ottimi risultati, attraverso poca fatica e molto divertimento.

Quando vi sentirete dei mentalisti di successo, capaci di capire le esigenze dell'interlocutore senza un'intervista diretta, allora, proprio in quel momento fermatevi: troppa sicurezza fa danni.

Lo scopo di questo S'Book non è quello di vincere sugli altri, ma aiutarli a decidere mettendo in buona luce la vostra offerta, creando su di essa un'emozione che entra nel cuore (inconscio) perché risponde proprio alle loro emozioni.

Ipnocomunicazione è un percorso pratico, contiene una metodologia per la sua implementazione e specifiche raccomandazioni d'uso.

È un metodo unico: IPNOCOMUNICAZIONE® è un marchio registrato.

2. Come sono fornite le istruzioni

Ho cercato di ricalcare il metodo con cui si forniscono le istruzioni per costruire un oggetto.

Il metodo contiene la descrizione dei materiali necessari, le competenze indispensabili e le conoscenze per mettere insieme i vari elementi.



Fonte: Isiplot

3. Come è nato questo S'Book

Nella mia precedente pubblicazione: *Comunicazione Consuasiva*[®], (FrancoAngeli), al capitolo Navigator Card si parla di ricalco ipnotico. Era un'intuizione, la cui definizione è nata sicuramente da qualche lettura dimenticata, ma emersa durante la stesura senza alcuna volontà.

Ho voluto approfondire. Per questo mi sono iscritto a una scuola internazionale di ipnosi: *Omni Hypnosis Training Center of Slovenia*: <http://scuoladiipnosi.net>.

La scuola, che ho frequentato con grande interesse, insegna il metodo Dave Elmann. E l'interesse deriva dal metodo, assolutamente originale, facile, veloce, efficace. E anche perché ci sono due persone meravigliose Grilc Bosidar e Vittorio Conti; a loro va tutta la mia gratitudine per avermi aperto un mondo fino ad allora nascosto in qualche angolo della mia mente.

Ho studiato l'ipnosi, come si attiva e soprattutto cosa è, e cosa non è.

Ho capito che avevo un'idea cinematografica dell'ipnosi, nata dai film, dalla TV ma non corrisponde alla realtà. Ho capito che siamo ogni giorno, senza saperlo in uno stadio più o meno profondo di ipnosi.

Ho capito che in uno stato ipnotico fai solo quello che vuoi fare; proprio nello stato ipnotico le soglie di attenzione sono ancora più elevate.

Ho capito che siamo ogni giorno, senza saperlo in uno stadio più o meno profondo di ipnosi.

Ascoltare la musica di Beethoven porta ad uno stato ipnotico, così come la lettura di Shakespeare, i libri di Agatha Christie, alcuni quadri di Picasso.

Prima di iniziare la lettura di questo S'Book voglio che ascoltiate il discorso di Charlie Chaplin, *Il grande dittatore - Discorso all'umanità* www.youtube.com/watch?v=jp1UCiZrcSs.

Bene, adesso prossimo procedere perché avete ascoltato uno dei più completi, interessanti discorsi ipnotici. Oltre che un insegnamento per vivere meglio che dovrebbe essere dato come materia di studio dalla prima elementare. Cambiamo registro e passiamo alla quotidianità.

Pochi giorni fa, al momento di rileggere definitivamente le bozze di questo S'Book, ho assistito a un fenomeno ipnotico da manuale.

Una nuova applicazione per PC: "camini" può essere attivata anche nei nuovi Smart TV. Questa applicazione trasmette nello schermo il fuoco di un camino scoppiettante acceso. E già questa è una situazione abbastanza strana.

La mia amica, distesa sul divano, si è addormentata davanti al caminetto TV, e al rumore della mia sedia si è svegliata improvvisamente per... cambiare la legna: a suo avviso era caduta dal caminetto!

Cosa è accaduto di tanto ipnotico e come funziona? La mente conscia, ovviamente, ha preso come un gioco l'idea del caminetto in TV, (era una giornata uggiosa), ma l'inconscio ha vissuto il tutto come reale, tanto da dare l'impulso di prestare attenzione alla legna che cade.

La mente inconscia è pura, senza difese, prende per vero tutto quello che le viene comunicato; il caminetto "che brucia" mi dà piacere: allora va bene perché mi fa bene. Reagisce solo verso quello che non vuole fare, che è contro la sua cultura, educazione; la legna se cade dal camino è pericolosa, allora intervengo.

Sono in trance, ma intervengo.

Tutto qui.

Proprio durante i seminari alla Omni Hypnosis Training Center, ho maturato la convinzione che l'ipnosi, quella buona che aiuta le persone a ripercorrere una sensazione, un ricordo, un'emozione, è sicuramente utile per tutti coloro che vogliono "vendere" qualcosa a qualcuno. Dove il concetto di "vendere" è espresso nella sua maggiore purezza e cioè quella di scambio di valori.

"Scambio un sorriso per avere una coccola.

Scambio le mie attenzioni per avere la tua fiducia.

Scambio la mia esperienza per avere dei tuoi denari".

Posso scambiare del valore, espresso in moneta, con un prodotto o un servizio. Vale anche per la fede, per i servizi del commercialista o dell'avvocato. Vale per il commesso, il venditore, lo studente, l'insegnante, l'arredatore, l'architetto. Vale per tutti.

L'ipnosi enfatizza le emozioni, le anticipa ed è quindi un metodo che facilita l'azione di persuasione. Non solo: ne accresce il valore di scambio enfatizzando la nostra offerta.

Milton Erickson vedeva l'ipnosi come uno stato mentale in cui tutti noi entriamo ogni giorno in maniera autonoma e spontanea. Oggi l'ipnosi guidata da un esperto è usata frequentemente da medici e dentisti.

L'ipnosi è stata riconosciuta dall'American Medical Association fin dagli anni cinquanta.

Con questo S'Book mi auguro di portare un *contributo concreto all'uso dell'ipnosi sulla comunicazione per vendere*. **Ipnocomunicazione** è un metodo per attivare una **comunicazione conversazionale ipnotica**, che ha l'obiettivo di anticipare ed enfatizzare emozioni legate al vostro prodotto, servizio.

4. Grazie per la fiducia

Se state leggendo questo S'Book lo fate sulla fiducia. Andando avanti con la lettura, spero di meritarmi la vostra stima. Non mollate alle prime difficoltà. Se vi sembra di non capire lo specifico argomento tornate indietro. Se dei concetti risultano incomprensibili andando oltre emergeranno le risposte.

Leggete con calma, fissando ogni passo con ragione meditata.

Non contate le pagine che leggete, concentratevi sul capire e valutare come mettere in pratica gli elementi del metodo.

Ogni pagina è un concentrato, contiene l'essenza del cosa fare e come.

Ricercate nella vostra esperienza delle analogie; se non le trovate, createvi delle esperienze immaginifiche, delle metafore capaci di rielaborare il concetto secondo la vostra consapevolezza.

5. Perché dell'ipnosi se ne parla poco

Le ragioni sono diverse e molte legate alla nascita dell'ipnosi, quando secoli fa era riservata a sacerdoti, sciamani, guaritori, streghe, veggenti.

Con gli egiziani l'ipnosi trova applicazione in ambiti differenti, come risulta dai geroglifici trovati. Nell'antica Grecia esistevano centri di cura per la sua applicazione. Ancora oggi, sebbene l'ipnosi sia riservata a personale medico, il termine incute paura e, al tempo stesso, affascina.

Dell'ipnosi applicata alla comunicazione, alla persuasione, all'azione di vendita, c'è ancora meno documentazione: chi sa applicarla nel campo medico e paramedico, non sa insegnarla al mondo delle vendite, sia perché non dispone di un metodo adatto, di un sistema codificato che, come un modello, possa essere seguito, sia perché non ha alcun interesse verso le vendite che generalmente sono viste come attività riservate a dilettanti, improvvisatori e "semi-imbroglianti". Ipnocomunicazione copre e soddisfa questa mancanza.

Si stima che 18 milioni di italiani siano interessati a capire i fenomeni ipnotici: forse perché si intuisce che la comunicazione ipnotica aiuta a ridurre la fatica nei processi di scelta.

L'ipnosi è un modello, come tale un processo da seguire. La capacità di utilizzare i modelli ipnotici non è diversa da qualsiasi altra capacità suscettibile di essere appresa; così come l'andare in bicicletta o sui pattini, fare windsurf o guidare l'auto. Il modellamento non è altro che apprendere un nuovo modo di fare e seguirlo: è quello che elaboriamo tutti i giorni, nel lavoro, nelle relazioni. Voglio chiarire ancora una volta che l'ipnosi non è il processo tramite il quale si controlla il comportamento di una persona, ma il contrario: fornisce alla persona gli strumenti e una guida per un maggior controllo di se stessa.

Introduzione

1. Ipnoticomunicazione: definizione

È una modalità originale di comunicazione conversazionale: utilizza alcuni dettami della comunicazione ipnotica, inseriti in un percorso persuasivo: la comunicazione **Consuasiva**[®].

In questo S'Book spiegherò:

- cos'è l'ipnosi con particolare riferimento a quella utilizzata nella comunicazione conversazionale;
- cos'è **Consuasiva**. Qual è il suo metodo di applicazione;
- cos'è e come si attiva **Ipnoticomunicazione**.

2. Ipnoticomunicazione: a cosa serve?

Ci sono tante cose della vita che sono state create a fin di bene, ma che con il tempo qualcuno ne ha trovato un utilizzo improprio: dalle droghe, alle armi, alle religioni, solo per citarne alcune. Anche l'ipnosi si presta a questo. Uomini di pochi scrupoli e senza etica la utilizzano in modo forzato, per commettere truffe, furti, spostare voti, creare delle comunità.

Questo S'Book ha due scopi:

a) difendervi dalla comunicazione ipnotica.

Vi fornisce gli strumenti per individuare coloro la stanno applicando su di voi. “Se la conosci la eviti”. Proprio così. Conoscendo le metodologie avete i parametri per individuarla. Ricordatevi che si presenta in modo elegante, soft, invitante. Potete riconoscerla in un seminario, in un'intervista televisiva, in un comizio, in una normale conversazione;

b) attivare Ipnocomunicazione.

Vi fornirò un metodo per applicare l'ipnosi con etica, nel rispetto proprio del vostro interlocutore e quindi inseguendo i suoi desideri. Questo **non è un libro sui metodi ipnotici**, ma solo sul metodo che ho brevettato: Ipnocomunicazione. Seguendolo sarete costretti a rispettare i principi etici che contiene.

1. Cos'è l'ipnosi?

È un insieme di tecniche che, applicate attraverso una precisa procedura, creano un'alterazione delle nostre emozioni. Generano un differente grado di coscienza chiamato trance: amplificano, modificano alcune nostre percezioni.

I livelli di trance sono differenti: da un primo livello che avviene ad occhi aperti, durante il quale sembriamo imbambolati, estasiati, a una trance più profonda come la catalessi che si ottiene a occhi chiusi. Una condizione, questa, caratterizzata di solito da rigidità delle estremità, braccia e gambe, e una ridotta sensibilità al dolore.

Dell'ipnosi abbiamo ampia traccia nella Bibbia, in tutte le religioni, nella storia degli Egizi, nell'antica Grecia, e lungo tutto l'Impero romano. L'ipnosi è ancora oggi praticata in molte tribù sparse in tutto il mondo. E sempre con lo stesso fine: chiedere un'adesione a un'idea, a un progetto, attraverso l'amplificazione e la modificazione di emozioni che diventano dei fatti concreti, capaci di modificare un comportamento. L'utilizzo più diffuso dell'ipnosi avviene nel campo della psicoterapia, psicologia e oggi della medicina. Perdere peso, smettere di fumare, riduzione dello stress, autostima. Molti medici dentisti la usano per tenere sotto controllo il dolore in alternativa all'anestesia.

Si stima che il 20% della popolazione non sia ipnotizzabile. Si stima anche che la maggioranza delle persone, io compreso, prima di frequentare la scuola di ipnosi, abbia un'idea sbagliata e spesso lontana dalla realtà. Riporto qui di seguito un commento a tale proposito che ho estratto dal volume *Tecniche dirette e indirette in ipnosi e psicoterapia* di Del Castello e Loriedo (FrancoAngeli) che mette in evidenza come sia poco conosciuto e male interpretato.

... sostiene (il commento si riferisce ad una nota enciclopedia) che l'ipnosi è "un fenomeno di natura anormale" che tra l'altro potrebbe essere considera-