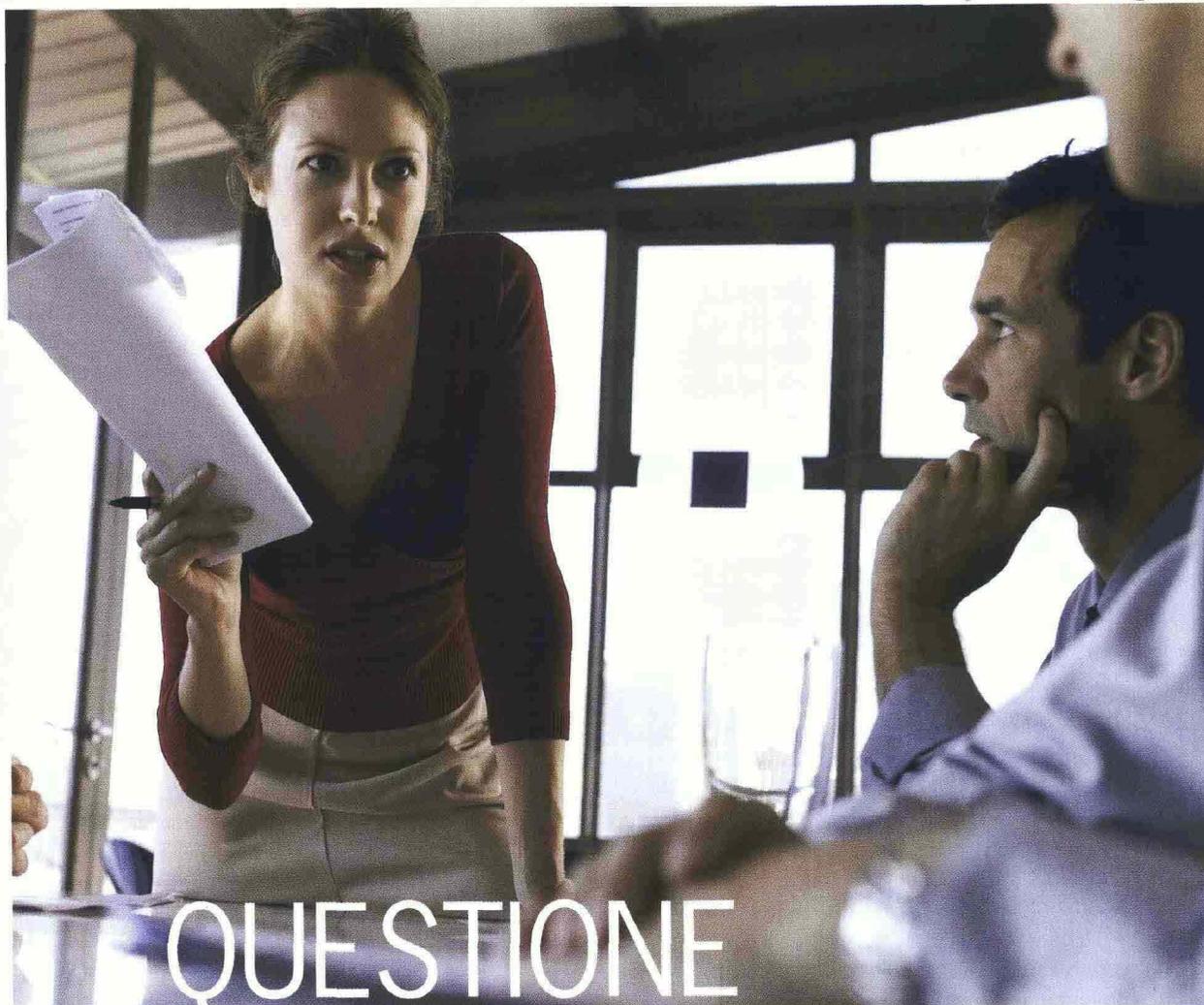


lavoro & money → strategie



QUESTIONE DI CARISMA

È la dote fondamentale se vuoi avere successo in ufficio (e nella vita). Qui trovi tutte le dritte per conquistarla operando su tre fronti: look, comportamento e linguaggio

di Gabriella Grasso

■ Ti sei mai chiesta perché quella tua collega riesce ad avere l'attenzione di tutti senza alzare la voce? Perché gli altri la ascoltano sempre e la considerano autorevole? La risposta è semplice: ha carisma. C'è chi l'ha ricevuto in eredità alla nascita, ma la buona notizia è che, se non sei stata così fortunata, puoi creartelo. Lo assicurano diversi manuali usciti di recente, ai cui autori abbiamo chiesto di "illuminarci" sull'argomento. «Non decidiamo noi le cose che ci accadono nella vita e in ufficio, ma possiamo scegliere come reagire a esse. E questo fa la differenza: una persona di grande appeal ha un atteggiamento mentale vincente», spiega Emanuele Maria Sacchi, autore de *Il segreto del carisma*. Regola d'oro: avere fi-

ducia in se stesse e nella possibilità di cambiare. E poi? «Bisogna saper comunicare ed entrare in relazione con il prossimo, avere un'immagine coerente con il messaggio che si vuole dare agli altri, mettere a proprio agio il team e infondere entusiasmo», dice Massimo Piovano, autore di *Come sviluppare il proprio carisma* e formatore (il suo prossimo corso è a Milano il 26-27 novembre, www.lra.it). Owen Fitzpatrick, trainer di Programmazione neuro-linguistica, rivela che un'aria da leader la si ottiene anche attraverso lo stile giusto. Tradotto: per diventare una persona davvero speciale, soprattutto in ufficio, puoi lavorare su questi tre fronti: il look, il comportamento, il linguaggio. Ecco una piccola guida. >

FOTO GETTY IMAGES/LAURA RONCHI. IL SEGRETO DEL CARISMA DI EMANUELE MARIA SACCHI (FRANCANGELI, n. 17). COME SVILUPPARE IL PROPRIO CARISMA DI MASSIMO PIOVANO DE VECCHI, n. 14, 50.

lavoro & money → strategie

Ebbene sì: l'abito fa il monaco

La persona carismatica trasmette chiarezza di idee e coerenza: anche con il look. Se il modo in cui ti vesti contrasta con l'obiettivo che vuoi raggiungere, rischi di creare confusione e apparire poco volitiva. Un esempio? «Se ti presenti a un colloquio per un lavoro creativo vestita di azzurro o di grigio, farai fatica a conquistare il tuo interlocutore», consiglia Massimo Piovano. «Queste tonalità, infatti, trasmettono un messaggio di "allineamento", in contrasto con la creatività che vuoi dimostrare di possedere. Mentre funzionano negli ambienti d'affari e sono perfetti se fai un colloquio per un posto dietro una scrivania». Ricordati che il creativo doc è vestito di nero (pensa agli stilisti a fine sfilata!). Altri consigli cromatici? «Il blu è autoritario», continua l'esperto. «Il marrone e il verde sono rassicuranti, ma poco professionali: meglio riservarli al tempo libero. Il rosso trasmette aggressività ed energia, l'arancio è solare: sono troppo forti per un incontro con il capo. Ma vanno bene per dare entusiasmo al team con cui lavori».

Quello che il corpo racconta

Se il look è la prima cosa di noi che gli altri vedono, subito dopo arriva il nostro modo di comportarci e muoverci. Chi possiede la magica capacità di conquistare tutti, sa entrare in sintonia con le persone. «Un modo per farlo è la tecnica del "pacing", che consiste nell'adeguare il tuo comportamento a quello dell'altro: senza copiarlo, ma assumendo posture simili. Il tuo capo ti parla piegando il busto verso di te? Fa' lo stesso. Idem se tiene le distanze», suggerisce Emanuele Maria Sacchi. L'atteggiamento giusto poi è essere autoritaria e affabile in modo alternato. «Infatti, se sei sempre gentile, rischi di passare per debole», specifica Sacchi. «Mentre quando ti poni in modo autoritario, diventi sgradevole. Il segreto è essere una via di mezzo: così sei piacevole e basta. Per trasmettere questi stati d'animo, usa le mani: se vuoi mostrarti autoritaria, rivolgi il palmo verso il basso. Per comunicare affabilità, orientalo verso l'alto». Ma c'è anche un'altra teoria. «Ognuno deve trovare le radici del proprio carisma dentro di sé: ma per tirarlo fuori, ha bisogno di un modello di rife-

LORO NE HANNO DA VENDERE

Madonna: la pop star più venerata del Globo. Frida Giannini, direttore creativo di Gucci: il carisma dello stile. Sienna Miller: magnetismo da diva.



rimento con il quale sentirsi in sintonia», afferma Giovanna Rossi, attrice e insegnante al workshop del Sole 24 Ore *Essere convicenti: come sviluppare assertività e carisma* (a Milano il 29 novembre, www.formazione.ilssole24ore.com). «Ti consiglio di osservare i tuoi gesti: come ti muovi quando sei a tuo agio? Sei una tipa un po' ingessata o preferisci un approccio più amichevole? Quando l'avrai capito, individua tra le donne che trovi di maggior fascino, quella che ha le modalità di comportamento simili alle tue. Ispirati a lei per modificare i tuoi atteggiamenti e renderli più magnetici».

Le parole (giuste) per dirlo

Infine, parliamo di linguaggio. Un capitolo essenziale perché, per catturare l'attenzione degli altri, devi essere soprattutto un'ottima comunicatrice. «La causa principale di incomprensioni e malintesi sono le parole astratte: per questo, cerca di esprimerti in maniera precisa e spingi i tuoi interlocutori a fare altrettanto», riprende Emanuele Maria Sacchi. «Puoi usare la tecnica della carriola: immagina di averne una e di riempirla con ciò di cui parli. È possibile con la parola "impegno"? Ovviamente no, perché è un concetto astratto. Il trucco consiste nel sostituirlo con espressioni più concrete, che non lascino spazio a malintesi. Se vuoi dimostrare al tuo staff di essere una capo volitiva e allo stesso tempo collaborativa, non chiedere genericamente "più impegno". Ma spiega nel dettaglio quali compiti vorresti che portassero a termine, in che modo e in che tempi». Ci sono, poi, parole ed espressioni che sono veri e propri "killer" del carisma. «"Difficile", "complicato" sono associate, nel nostro cervello, a qualcosa di negativo», indica Sacchi. «Se dici al boss: "Ho un problema", lui registrerà automaticamente la negatività della frase e reagirà di conseguenza. Se, invece, affermi: "Ho una situazione da risolvere", l'impatto è diverso, perché c'è, sottinteso, un desiderio di azione. Ultimo consiglio: evita le frasi che iniziano con "non". Dato che questa locuzione negativa viene a stento captata dal cervello, se esordisci con: "Non per fare polemica", l'altra persona avrà la sensazione che tu vuoi, per l'appunto... polemizzare». □

FOTO KINAPRESS.COM (2), L'ESPRESSE.