

INSIDE

Your attitude



20 Aprile 2023
Roma

LE SKILLS DEL FUTURO

RELATING

Domande potenti
per scoprire le Personas

SENSEMAKING

RELATING

VISIONING

INVENTING



JAGUAR LAND ROVER



DOMANDE POTENTI

Questo *Digital Book* offre uno spunto di riflessione e suggerimenti da mettere in pratica rispetto all'importanza delle **domande potenti**, come chiave per **conoscere, raccogliere informazioni e costruire** relazioni di valore orientate alla **scoperta delle Personas**.



QUANDO ASCOLTARE È MEGLIO CHE PARLARE

Perché è importante imparare a fare domande migliori, in modo da favorire la costruzione di **relazioni positive**?

Troviamo la risposta nel libro: *L'arte di far domande*, di Edgar H. Schein. Secondo l'autore: «...in un mondo sempre più complesso, interrelato e culturalmente diversificato, non possiamo illuderci di comprendere persone di cultura professionale, lavorativa e nazionale diversa... se non sappiamo fare domande e costruire relazioni fondate sul rispetto reciproco e sulla consapevolezza che gli altri possono essere a conoscenza di cose che potremmo aver bisogno di sapere».

CHI DOMANDA È A METÀ DELL'OPERA

Si inizia a conoscere la Personas, prima ancora che nella risposta, nel tipo di domanda che gli poniamo. Nel Coaching, ad esempio, per favorire la fiducia, l'esplicitazione e la connessione tra Coach e Coachee, la domanda deve avere una caratteristica chiave: **deve essere potente**.

Cosa vuol dire fare una domanda potente?

Porre all'interlocutore una domanda **aperta**, adatta al **tipo di situazione** e alla **Personas**.

FOCUS CHIAVE

Edgar H. Schein sostiene che, per poterci migliorare di continuo nella ricerca delle informazioni, dovremmo fare 3 cose:

1. abituarsi a **dire meno**;
2. imparare a **domandare di più**;
3. diventare più bravi ad **ascoltare** e a **riconoscere gli altri**.



JAGUAR LAND ROVER

- Approfondimento -

DOMANDE POTENTI

Secondo ICF - *International Coach Federation* - le domande potenti hanno la capacità di **portare in superficie le informazioni necessarie per la relazione**, perché agiscono su 4 livelli:

PROSPETTIVA DELL'INTERLOCUTORE	orientamento all' ascolto e alla comprensione
IMPEGNO E AZIONE	stimolo alla scoperta e all' introspezione
NUOVE POSSIBILITÀ	evidenza di diverse alternative
SALTO IN AVANTI	spinta di avvicinamento verso gli obiettivi

Le **domande potenti** sono **mirate** e aumentano la possibilità di focalizzare le risposte cercate. In genere sono molto sintetiche e sono seguite da un momento di silenzio e profondo ascolto.

LE DOMANDE POTENTI GENERANO RECIPROCITÀ

Quello che **scegliamo di domandare**, quando lo domandiamo, **con quale atteggiamento** lo facciamo, sono tutti elementi chiave per la **costruzione della relazione**, per la **comunicazione** e per l'**efficacia nel raggiungimento degli obiettivi**.

Un ingrediente che a volte manca nelle conversazioni è la **curiosità** nei confronti dell'interlocutore e la disponibilità a fare **domande di cui non si conosce la risposta**.

Un modo dunque per riuscire a esplorare e accogliere il punto di vista dell'altro senza **pregiudizi** e **idee precostituite** è porsi in una posizione di **ascolto** attraverso semplici azioni:

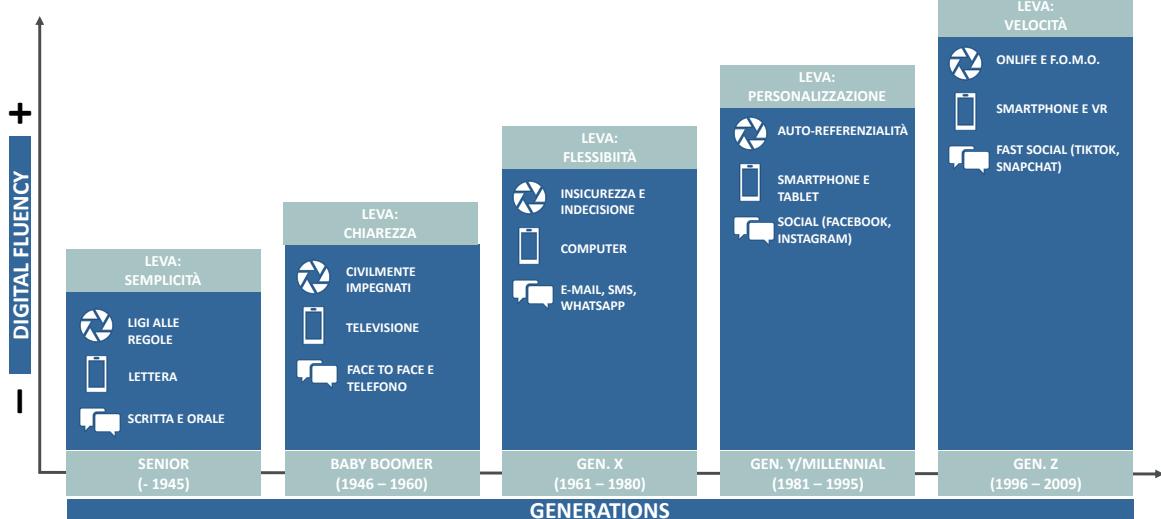
- **utilizzare le mente**, concentrandosi su dati, fatti e idee. Se ci si rende conto di avere reazioni emotive, chiedersi «*come vedrei la situazione, dall'esterno o se fossi al posto dell'altro/a?*»;
- **osservare sia la parte verbale che non verbale**, mantenendo il contatto visivo con l'altro/a, concentrandosi su mimica, prossemica e contenuti.



- Approfondimento -

DOMANDE POTENTI e GENERAZIONI

Ti proponiamo alcuni esempi di **domande potenti personalizzate** in base alle generazioni.



SENIOR (-1945) LEVA SEMPLICITÀ

- Altri hanno avuto esperienze **simili**, che ne dici di chiedere il loro parere?
- Se provassi a seguire il mio consiglio, quale **vantaggio** avresti?

BABY BOOMERS (1946 - 1960) LEVA CHIAREZZA

- Nello specifico, quale **risultato** vorresti raggiungere?
- Di che tipo di **dettagli** avresti bisogno per avere chiaro il quadro della situazione?

GEN. X (1961 - 1980) LEVA FLESSIBILITÀ

- In questo momento, in che modo posso esserti **utile**?
- E se prendessimo in considerazione anche questa **alternativa**, cosa accadrebbe?

GEN. Y/MILLENNIAL (1981 - 1995) LEVA PERSONALIZZAZIONE

- Cosa potrebbe rendere quest'esperienza **speciale** per te?
- Quale aspetto è di maggior **valore** rispetto alle tue esigenze?

GEN. Z (1996 - 2009) LEVA VELOCITÀ

- Dalle informazioni che hai raccolto, qual è la tua **opinione** in merito?
- Secondo te, come è meglio procedere **ora**?



JAGUAR LAND ROVER

- Approfondimento -

ALLENARSI SULLE DOMANDE POTENTI

PRIMA DI UNA CONVERSAZIONE PROFESSIONALE

Pensa ad un incontro/conversazione con una Personas che avrai a breve e prova a seguire lo schema di seguito per **identificare possibili domande potenti**.

ESPLORARE

Obiettivo: conoscere

La domanda deve essere **aperta** (non prevede una risposta sì/no) per consentire all'altro di raccontarsi.

*Es. Cosa ne pensi...? Qual è la tua opinione su...? Che idea hai di questa situazione...?
Dal tuo punto di vista...?*

INDIRIZZARE

Obiettivo: focalizzare

La domanda deve iniziare con un **E se/Secondo te** per stimolare la produzione di pensieri alternativi.

Es. E se considerassimo anche questo aspetto della situazione...? Secondo te, come possiamo...? Se fosse...?

DEFINIRE

Obiettivo: concretizzare

La domanda deve essere **orientata alla soluzione** e non al problema per capire qual è lo stato futuro desiderato dall'altro.

Es. Quale pensi che sia la soluzione più adatta...? Pensando a una possibile soluzione, cosa ti viene in mente...?

DOPO UNA CONVERSAZIONE PROFESSIONALE

Se vuoi potenziare la tua capacità di porre domande potenti, **prova a prenderti un momento di riflessione e chiediti:**

- *che tipo di domande ho posto?*
- *quali domande mi ha posto l'altro/a?*
- *su quali delle 3 fasi mi sono soffermato/a di più: esplorazione, indirizzamento o definizione?*
- *cosa posso fare di diverso la prossima volta?*



JAGUAR LAND ROVER