

INSIDE

Your attitude



13 Giugno 2023
Roma

LE SKILLS DEL FUTURO

VISIONING

Elevator Pitch
per comunicare la propria Visione

SENSEMAKING

RELATING

VISIONING

INVENTING





ELEVATOR PITCH

Questo *Digital Book* approfondisce la tecnica dell'**Elevator Pitch** fornendo spunti di riflessione e consigli pratici per **trasmettere la propria visione in modo chiaro e coinvolgente**, sintetizzando le informazioni chiave e catturando l'attenzione dell'interlocutore.



L'ORIGINE DEL NOME

Perché si chiama *Elevator Pitch*?

Per quanto siano incerte le informazioni sulle origini del nome - *dallo scrittore e businessman Philip Crosby, al padre dell'ascensore stesso Elisha Otis* - il termine Elevator Pitch deriva dall'immagine di un **breve incontro in ascensore** con una persona a cui si desidera presentare un'idea. Dato il poco tempo a disposizione, questa tecnica offre a chi sta parlando la possibilità di **illustrare i contenuti principali del proprio discorso in modo conciso e d'impatto**, per catalizzare l'interesse dell'interlocutore, influenzare il suo punto di vista e ingaggiarlo a compiere un'azione.

TAKE YOUR TIME

Il pochissimo tempo a disposizione **è un vantaggio più che un limite**: concetti mirati e frasi dritte al punto hanno un'enorme capacità di attrarre l'attenzione di chi ascolta sui focus principali, senza rischiare di perdersi tra informazioni ridondanti. Inoltre, anche il **silenzio e - soprattutto - le pause** sono una forma di comunicazione in grado di dare spessore agli aspetti più rilevanti.

L'importante non è dire tanto, ma dire il giusto.

FOCUS CHIAVE

Per Italo Calvino la **leggerezza** non è superficialità, ma la sottrazione di peso, il riuscire ad arrivare all'essenziale (*Italo Calvino, Lezioni americane. Sei proposte per il prossimo millennio, Garzanti editore 1988*).

Nella comunicazione possiamo raggiungere questo obiettivo:

- spogliando il linguaggio di ogni **retorica superflua**
- adottando un **tono leggero** - *non superficiale* - che rende più piacevole l'interazione e facilita la connessione con gli altri.

ELEVATOR PITCH | struttura

La durata di un Elevator Pitch può variare dai **30 secondi ai 3 minuti**, tempo finalizzato a **catturare l'attenzione dell'interlocutore** e a suscitare interesse illustrando **pochi concetti essenziali e dritti al punto**.

Per costruire un Elevator Pitch di valore partiamo dalla sua **struttura**:

OPENING

crea interesse

Inizia con un'apertura coinvolgente che attiri l'attenzione dell'interlocutore e che **generi una visione chiara** rispetto al tuo messaggio:

- *puoi utilizzare una domanda, un'affermazione sorprendente o una breve storia per catturare l'interesse fin dall'inizio.*

FOCUSING

esplicita il valore

Approfondisci in modo chiaro e conciso la tua visione. Concentrati sui **punti chiave** e sugli **aspetti di valore**, argomentando il tuo punto di vista con dati oggettivi ed esplicitando immediatamente come questo può rispondere ad un bisogno dell'interlocutore:

- *utilizza un linguaggio semplice e diretto e linee guida chiare su come concretizzare ciò che stai illustrando, evitando tecnicismi e concetti complessi;*
- *adatta il tuo messaggio alle esigenze, interessi e contesto del tuo interlocutore per creare impatto e sinergia;*
- *personalizza il discorso con elementi originali o divergenti, nel contenuto o nella modalità.*

CLOSING

ingaggia verso una call to action

Concludi il tuo Elevator Pitch **rifocalizzando il messaggio chiave** e **ingaggiando l'interlocutore verso l'azione**. Assicurati di fornire un modo per mantenere il contatto in futuro:

- *puoi utilizzare una chiusura evocativa o una domanda aperta che spingano l'interlocutore ad una riflessione o ad un approfondimento sulla tua visione.*

ELEVATOR PITCH | voce (1/2)

Ancora più che il contenuto del nostro messaggio, ciò che arriva agli altri è il **colore della nostra voce**, strumento determinante per catturare l'interesse del nostro interlocutore. La voce è un mezzo potente che ci permette di **esprimere emozioni, trasmettere significato e connetterci con gli altri**. Le variabili che la caratterizzano sono *volume - tono - tempo - ritmo - sorriso*.

GIALLA

simpatia, cordialità, freschezza e disponibilità verso gli altri

Il volume è medio-alto accompagnato dal sorriso pronunciato, il tono che varia tra alto e basso a seconda di ciò che si vuole comunicare, il ritmo vivace e quasi veloce così da trasmettere allegria, accompagnato da brevi pause per dimostrare il nostro coinvolgimento nel discorso:

- *dovrebbe essere utilizzata nei momenti di simpatia o quando si entra in contatto con qualcuno;*
- *è tuttavia sconsigliato usarla troppo spesso per evitare di essere percepiti come poco seri.*

VERDE

fiducia, empatia

È la voce che utilizziamo quando stiamo rassicurando qualcuno o quando ci scusiamo sapendo di essere nel torto.

Il volume medio-basso, il tono basso che riveli la nostra serenità, il tempo è tranquillo con pause più lunghe e un sorriso dolce, ma meno predominante rispetto alla voce gialla:

- *la voce verde può essere utilizzata in ogni ambito della nostra vita, soprattutto nei momenti in cui si mira a raggiungere un accordo;*
- *è molto efficace per stabilire un contatto con l'interlocutore fondato sull'empatia.*

BLU

autorevolezza, calma, sicurezza

È la voce che adottiamo quando siamo pienamente sicuri di ciò che stiamo dicendo, quando trattiamo dati oggettivi.

Per adottare la voce blu, è necessario utilizzare un volume medio-alto, un tono basso, un ritmo moderato e fare delle pause nette e sospensive. Il sorriso è appena accennato, ma presente e usato con moderazione, ma coerente rispetto al messaggio:

- *è la voce più comune sul luogo di lavoro, ma spesso non viene utilizzata nel modo più efficace;*
- *per essere credibili e autorevoli non è sufficiente parlare in modo asciutto, pronunciando le parole in modo preciso e dimostrando grande sicurezza. L'autorevolezza è diversa dall'autorità.*



ELEVATOR PITCH | voce (2/2)

ROSSA

entusiasmo, coinvolgimento

È la voce di chi sta parlando di un argomento che lo appassiona profondamente.

Un entusiasmo che si contiene a stento, caratterizzato dal volume alto della voce, dal forte sorriso e dal tono medio-alto. Il ritmo è incalzante e le pause quasi inesistenti:

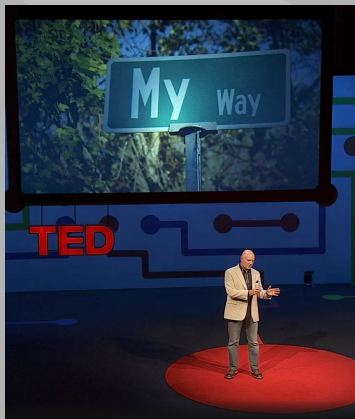
- *questo colore di voce è potentissimo per coinvolgere emotivamente l'interlocutore. Mostrare la propria passione e convinzione verso un'idea porta chi ascolta ad entrare in maggiore connessione con chi sta parlando;*
- *è molto difficile utilizzare una voce rossa quando non si è davvero entusiasti di qualcosa, rischiando di suonare artefatti.*

GRIGIA

noia, apatia, disinteresse

Ciò che caratterizza questa voce è una modulazione del tono praticamente assente. Volume, tempo e ritmo possono variare, ma la tonalità monocorde con cui viene espresso il messaggio e l'assenza di sorriso risulteranno essere decisamente poco efficaci sull'interlocutore e – di conseguenza – sul messaggio stesso:

- *bisogna cercare il più possibile di evitare la voce grigia, indipendentemente dall'argomento trattato. Il tono monocorde ostacola il coinvolgimento dell'interlocutore verso l'argomento trattato e ne fa calare vertiginosamente l'attenzione;*
- *è il tono della noia e dell'indifferenza. Se risultiamo i primi a suonare poco interessati a ciò che stiamo dicendo... perché qualcuno dovrebbe ascoltarci?*



PER APPROFONDIRE

Julian Treasure - Sound Consultant

Julian Treasure è l'autore del libro *Sound Business*, una guida per l'uso efficace del suono in ogni aspetto del business. Il suo libro più recente, *How to be Heard: Secrets for Powerful Speaking and Listening*, basato sul suo discorso TED, offre esercizi pratici per migliorare le competenze di comunicazione e una visione stimolante per un mondo sonoro di parlare efficace, ascolto consapevole e comprensione.

[Link al video TED](#)

ALLENARSI AD INFLUENZARE GLI ALTRI

ESERCITATI

Prepara un Elevator Pitch sulla tua visione (es. di un progetto, di un problema, di un'idea) e scegli se:

- riprenderti con il tuo smartphone in modalità video selfie;
- presentarlo a un/una Collega, amico/a, familiare.

PRIMA

Prova a costruire il tuo Elevator Pitch rispondendo alle seguenti domande stimolo:

- *qual è il senso – motivo – obiettivo del tuo Elevator Pitch?*
- *qual è il cuore – argomento centrale del tuo Elevator Pitch?*
- *cosa vuoi donare – trasferire – lasciare a chi ti ascolta?*
- *cosa è importante che l'interlocutore ricordi?*

DOPO

Se vuoi potenziare la tua capacità di creare sinergie e ingaggio tramite il tuo Elevator Pitch, **prova a prenderti un momento di riflessione e chiediti:**

- *Ho strutturato la mia presentazione organizzandola per concetti chiave, seguendo il flusso opening – focusing – closing?*
- *Sono riuscito/a ad agganciare subito l'attenzione di chi mi stava ascoltando? Ho creato sinergia e coinvolgimento?*
- *Ho raccontato la mia visione attraverso messaggi chiari, concisi e ben argomentati?*
- *Ho modulato la voce e il linguaggio con energia e sicurezza per enfatizzarli?*
- *Ho arricchito il discorso con esempi, storie, aneddoti, metafore e case studies per stimolare curiosità e fiducia in chi mi stava ascoltando?*
- *Sono riuscito/a rimanere nei tempi che mi ero prefissato/a?*