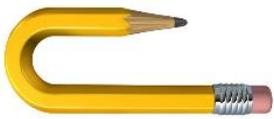




Come cavarcela quando il messaggio da trasmettere non ci convince?

Esercizi di doppiaggio

Presentazione



TAM Turn Around Management



**Una presentazione in riunione o in pubblico
non è un lavoro come un altro**



può non essere abbastanza!

Bombardati da comunicazioni che utilizzano stimoli sempre più ricercati, ci confrontiamo con interlocutori selettivi e più veloci nel valutare. D'altro canto anche un buon power point, da solo, non basta

**Per fare bene non serve un attore
ma un interprete convincente.
Per questo...**



Non è sufficiente!



La **voce** è tra gli **strumenti comunicativi** più importanti e sta alla base della credibilità nelle relazioni sociali. L'efficacia di un messaggio cresce se con la voce generiamo **emozioni** perfettamente **intonate** al significato delle parole



*Il laboratorio di Doppiaggio, consente di sviluppare il potenziale comunicativo personale attraverso un percorso di conoscenza di sé e di pieno utilizzo del proprio strumento vocale. L'obiettivo è allenarsi a costruire un'interpretazione di ruolo **consapevole**, duttile e incisiva. Nel laboratorio, il coinvolgimento dei partecipanti si realizza attraverso **esercizi vocali e doppiaggi di scene tratte da film***



Come cavarcela? Quando il messaggio da trasmettere non ci convince?

Ciò che ci guida a volte è la disposizione del momento. E' come se per una gara importante affidassimo una Ferrari ad un pilota che non si sa se è motivato a guidarla. Ma siccome è una Ferrari, si suppone che certamente farà bene e nulla lo potrà fermare. Ma è così?



La profezia che si autoavvera

In psicologia, una profezia che si autoadempie si ha quando un individuo, timoroso o convinto del verificarsi di eventi futuri, altera il suo comportamento in un modo tale da finire per causare tali eventi

Quando **non sei d'accordo col messaggio che devi trasmettere**, qualcosa farai, per lasciare anche e solo una minuscola traccia, ma una traccia, della tua distanza dal messaggio. Così, per differenziarti



La preparazione è insufficiente!

Chi realizza la profezia di dissociazione dal messaggio... adotta quei comportamenti che saranno in linea con essa e quindi... *«tanto vale non esagerare con la preparazione (correrei il rischio di far bene!)»*

Aumenta l'efficacia

Col doppiaggio la performance migliora visibilmente... e puoi contare sull'aiuto del tuo mentore

Permette di allenarsi

Quando ci si allena, il risultato è migliore

Riduce gli errori

Se sbagli rifai, subito. Scopri gli errori e te ne liberi, senza affezionartici e senza bisogno di spiegazioni

E' coinvolgente

C'è un pubblico, un regista, un tecnico, apparecchiature molto costose e alla fine la tua voce andrà in onda. Devi essere concentrato per forza!



Il doppiaggio aiuta:

- **Il confronto con la realtà**
 - ✓ *fare tuo un copione di altri, coi tuoi mezzi*
- **Ad aumentare la consapevolezza**
 - ✓ *affrontando e agendo sui feed back per migliorare*
- **A liberarsi da propri errori**
 - ✓ *le battute sbagliate si correggono*
- **A non rinviare**
 - ✓ *e vengono ripetute subito*
- **A cercare dentro di sé le migliori risorse possedute**
 - ✓ *aumentando precisione ed identificazione*

1. Migliorare la **comunicazione verbale**
2. Interpretare **il ruolo con pienezza** e in modo convincente
3. Aumentare **consapevolezza ed efficacia** nelle relazioni



*«Entri pensando di non farcela...
...esci con la fierezza dei tuoi mezzi»*

«Esercizi di doppiaggio» fa acquisire la consapevolezza che i tuoi limiti sono davvero pochi

Aumenta la consapevolezza delle risorse personali, dei i vincoli del contesto, quindi del proprio ruolo



Bell'esempio dello sviluppo anche rapido di una competenza

Da inserire nei percorsi di sviluppo

Durata:

1 o 2 giornate – dalle 9 alle 17.00

Location:

Sala di doppiaggio, Milano - Roma

Partecipanti:

Max 10

I Coach:

Direttore del doppiaggio, Tecnico del doppiaggio

Documentazione:

I partecipanti riceveranno un supporto digitale con le prove audiovideo effettuate in sala doppiaggio



Corso
1. Public Speaking

La Basi e le regole



- Cosa dire e cosa evitare
- Come strutturare l'intervento
- Creare attesa e ottenere il massimo effetto

*Non una parola più
del necessario!*

Corso
2. Laboratorio

Emozioni in diretta



- La postura e i mezzi personali per raggiungere gli obiettivi
- Connettersi alla pancia e al cuore
- Tecniche teatrali e di interpretazione

*Avrei potuto
trasmettere meglio?*

Corso
3. Esercizi di doppiaggio

Tutt'uno col messaggio



- Fatto bene non è più sufficiente, per raggiungere obiettivi e superare sfide... superandosi
- Cosa significa *essere convincente*?
- Concentrato, senza preconcetti. Aderire pienamente al ruolo e al messaggio

*Peccato. Stavo quasi
per farcela!
Avrei potuto dire...*

- 
- **Aeroporto Valerio Catullo**
 - **Alleanza Assicurazioni**
 - **Allianz**
 - **ANCE**
 - **Assicurazioni Generali**
 - **Assimpredil**
 - **Autostrade**
 - **Autostrade BS-PD**
 - **Avaloq - CH**
 - **Avanade**
 - **Aviva**
 - **AXA Assicurazioni**
 - **Bayer Italia**
 - **Banca Agricola Mantovana**
 - **Banca di Credito Cooperativo dell'Alta Brianza**
 - **Banca di Credito Cooperativo di Binasco**
 - **Banca di Credito Cooperativo di Calcio e Covo**
 - **Banca di Credito Cooperativo di Cernusco S/N**
 - **Banca di Credito Cooperativo di Inzago**
 - **Banca di Credito Cooperativo di Lesmo**
 - **Banca di Credito Cooperativo di Sesto S.Giovanni**
 - **BSI – CH**
 - **Banca Toscana**
 - **Belfor Italia**
 - **Bertagni**
 - **Casse Edili**
 - **Casinò della Vallée di Saint-Vincent**
 - **Casinò di Campione d'Italia**
 - **Ceccarelli PIMS & Associati**
 - **Centrale del latte di Firenze**
 - **CMC Ravenna**
 - **COIN**
 - **Deutsche Morgan Grenfell**
 - **Deutsche Bank**
 - **Ducati Motor**
 - **ECA Italia**
 - **Effebiquattro**
 - **Esselunga**
 - **Fidia Farmaceutici**
 - **GBS Generali Business Solution**
 - **Genertel**
 - **Gruppo Italfarmaco**
 - **Hipermarketi**
 - **Illy**
 - **ING Direct**
 - **Interdis**
 - **Intesa San Paolo**
 - **IPI - Coesia**
 - **ITALUIL**
 - **Metalmilv**
 - **Metro Italia Cash & Carry**
 - **Monte dei Paschi di Siena**
 - **NAU Ottica**
 - **NCR**
 - **Obiettivo lavoro**
 - **Oviessa**
 - **Riello**
 - **Roveda srl – Gruppo Chanel**
 - **Sait**
 - **UPIM Pop**
 - **Vodafone**
 - **Volkswagen Financial Services**