

Data: 18-19 febbraio 2012

Sede: LUSERNA S.G. - TORINO

Orario: sabato 9.00-12.00 e 14.30-17.00
domenica 9.00-12.00

Quota: 280,00 € iva esclusa

Esclusivamente per gli allievi ed ex allievi dell'Istituto

Offerta allievi la quota di partecipazione è di 150,00 €
(iva esclusa), anziché 280,00 € + Iva.

PER INFORMAZIONI E ISCRIZIONI

Tel. 0121.954452 Fax. 0121.900005

info@naturopatia.it

Modulo di adesione

Da spedire entro e non oltre il 20.01.2012

a: ISTITUTO RUDY LANZA

Via Fuhrmann, 74 10062 LUSERNA S.G. (TO)

✂ _____

COGNOME _____

NOME _____

VIA _____ N _____

CAP _____ CITTÀ' _____ PROV. _____

TEL _____ E-MAIL _____

C.F./P.IVA e INT. FATTURA _____

Chiedo di essere iscritto/a al Corso

La comunicazione nella relazione naturopata-cliente: contesti, modalità e tecniche.

LUSERNA S.G. -TORINO 18-19/02/2012

Sono a conoscenza che i miei dati personali sono raccolti in base alla legge 196/2003 e utilizzati esclusivamente per l'invio di materiale informativo IRL e in qualsiasi momento ha diritto alla cancellazione del mio nominativo.

Firma _____



ISTITUTO RUDY LANZA
TORINO • MILANO • BOLOGNA • PADOVA • ROMA

Via Fuhrmann, 74

10062 LUSERNA S. GIOVANNI (TO)

TEL. 0121.954452 FAX. 0121.900005



ISTITUTO RUDY LANZA
TORINO • MILANO • BOLOGNA • PADOVA • ROMA

**La comunicazione
nella relazione
naturopata-cliente:**
contesti, modalità e tecniche.



18-19 FEBBRAIO 2012

www.naturopatia.it

La comunicazione nella relazione naturopata-cliente: contesti, modalità e tecniche.

PREMESSA

La modalità con cui viene gestito il primo contatto con il cliente influenza direttamente l'immagine e la percezione della qualità del servizio professionale erogato dal naturopata. Le strategie di comunicazione che comprendono l'ascolto attivo, il comportamento non verbale, le capacità empatiche e di analisi dei bisogni sono solo alcune delle competenze relazionali fondamentali che il naturopata deve sviluppare al fine di occuparsi in modo efficace del benessere del cliente. La gestione di tali aspetti risulta oggi fondamentale per fidelizzare il cliente in un'ottica di miglioramento continuo delle prestazioni erogate. Questo intervento formativo consentirà ai partecipanti di acquisire una rinnovata consapevolezza del proprio stile di comunicazione, di riflettere sui principi che regolano le interazioni e il rapporto naturopata-cliente e di affinare le proprie abilità relazionali ed empatiche. Inoltre, durante il corso, verrà affrontato il tema della gestione del cliente "difficile" in relazione alle potenziali situazioni conflittuali che possono insorgere nell'ambito professionale.

OBIETTIVI:

- Apprendere come comunicare in modo efficace
- Comprendere i bisogni del cliente
- Gestire in modo efficace le situazioni conflittuali.

PROGRAMMA

- Introduzione alla comunicazione interpersonale
- Gli assiomi della comunicazione
- La formulazione positiva-negativa
- Il feedback
- L'ascolto attivo
- L'empatia
- La comunicazione non verbale
- La prossemica
- Stili di comunicazione (assertiva, aggressiva, passiva)
- La gestione dei conflitti
- Identificazione dei bisogni del cliente
- Gestire le obiezioni del cliente
- Gestire il cliente "difficile"
- La comunicazione persuasiva.

METODOLOGIA

Il corso si pone come obiettivo principale quello di fornire agli allievi gli strumenti per affrontare e condurre in modo attivo la relazione con il cliente. Al fine di sviluppare in modo efficace le competenze di carattere trasversale e relazionale, verranno adottate tecniche e metodologie attive e di tipo esperienziale. Verranno alternati momenti di carattere frontale, atti a fornire indicazioni teoriche di base ed esercitazioni di carattere pratico (role-play, costruzione di autocasi, l'utilizzo di griglie di autovalutazione e la somministrazione di questionari di autovalutazione).

Riferimenti bibliografici

Paul Watzlawick: Pragmatica della comunicazione umana.
Astrolabio, 1978.

DOCENTI:

Dr. Andrea BOVERO

Psicologo, psicoterapeuta, docente corsi ECM e Master Universitario.

Dr. Rudy LANZA

Naturopata, psicologo, esperto di Sinergologia.