

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

Seduta del 7 APRILE 2010

MIGLIORAMENTO DELLA COMUNICAZIONE CON I PAZIENTI E I FAMILIARI



I sensi ingannano

DIPARTIMENTO NEUROMOTORIO

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

OBIETTIVO DEL CORSO

**PROMUOVERE ALL'INTERNO
DELL'AZIENDA UNA CULTURA
ORIENTATA ALLA QUALITA' DELLA
RELAZIONE CON IL PAZIENTE E I
FAMILIARI**

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

MIGLIORARE LE
COMPETENZE
RELAZIONALI DEI
PROFESSIONISTI

FOCALIZZARE IL
NATURALE PROCESSO DI
COMUNICAZIONE E DI
NEGOZIAZIONE
INTERPERSONALE

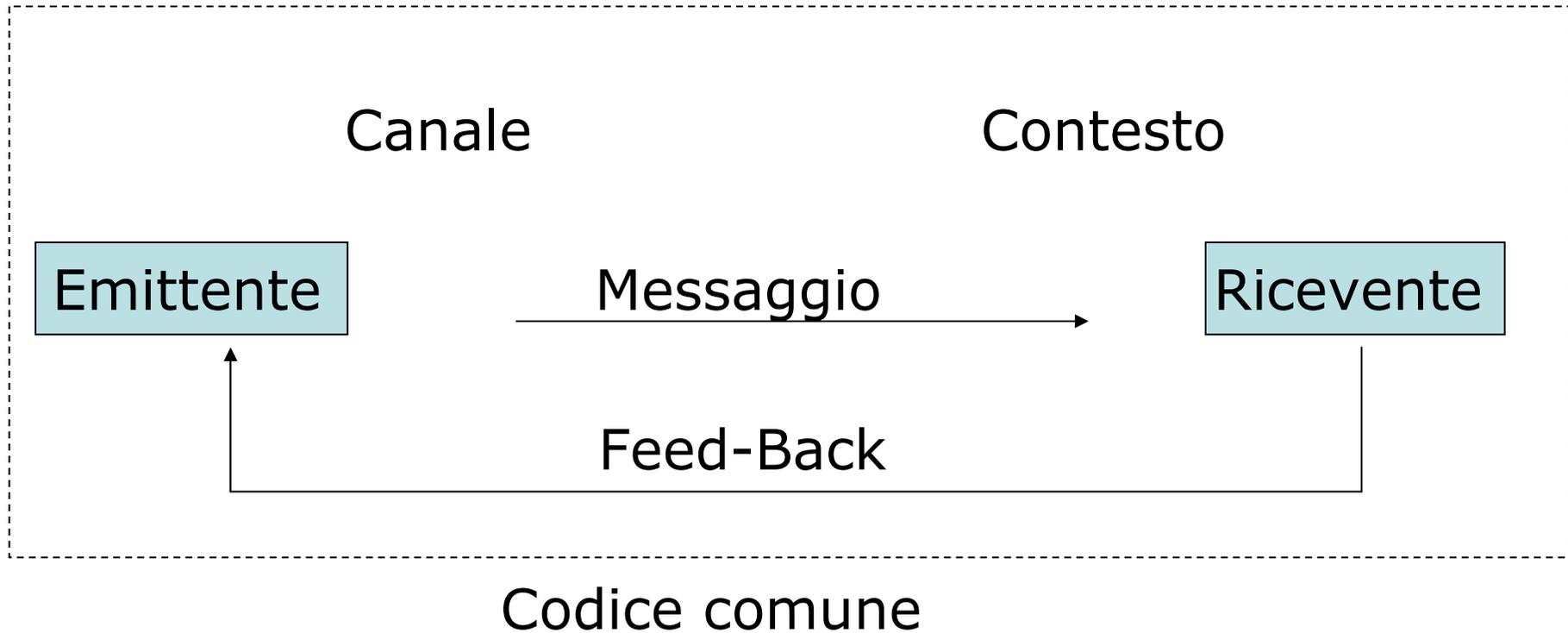
PROFESSIONISTI
SANITARI E PAZIENTI

PROFESSIONISTI
SANITARI E FAMILIARI

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

Componenti dell'atto comunicativo



O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

AGENDA DELLA COMUNICAZIONE



Rispettare il paziente perché lui si ritenga soddisfatto



Adottare sistemi di ascolto attivo → **comunicazione non
violenta**



Dare poche informazioni per volta



Non dare niente per scontato



Analizzare i segnali non verbali

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

COMUNICATORI SI NASCE O SI DIVENTA?

ALCUNI INDIVIDUI:

- HANNO SPICcate CAPACITA' DI COMUNICAZIONE INTERPERSONALE
- SANNO PARLARE IN PUBBLICO
- SANNO RECEPIRE TUTTI GLI INPUT **ESTERNI VERBALI E NON VERBALI** CHE PROVENGONO DAGLI INTERLOCUTORI

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

PER COMPRENDERE IL PROCESSO DELLA
COMUNICAZIONE BISOGNA CONSIDERARE:



PERCHE' come e con quale efficacia avviene il processo di
comunicazione



CHI E' COLUI CHE EMETTE IL MESSAGGIO che cultura ha



CHI E' COLUI CHE RICEVE IL MESSAGGIO cultura, problemi e
motivazioni, che cosa si attende dall'emittente, che immagine ha di
lui



DI CHE TIPO E' L'AMBIENTE (contesto) in cui avviene la
comunicazione

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

Comunicare non è sinonimo di parlare neanche di informare, comunicare significa:

Far partecipare mettere in comune

Per realizzare ciò occorre:

Capire prima l'altro \longrightarrow cosa da noi si aspetta

Per farsi capire \longrightarrow come noi comunichiamo

NON SI PUO' NON COMUNICARE

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

TUTTI I COMPORTAMENTI SONO COMUNICAZIONE



SILENZI



PAROLE



MODO DI VESTIRSI



SGUARDI



GESTI



MIMICA FACCIALE



DISTRARSI



CONCENTRARSI

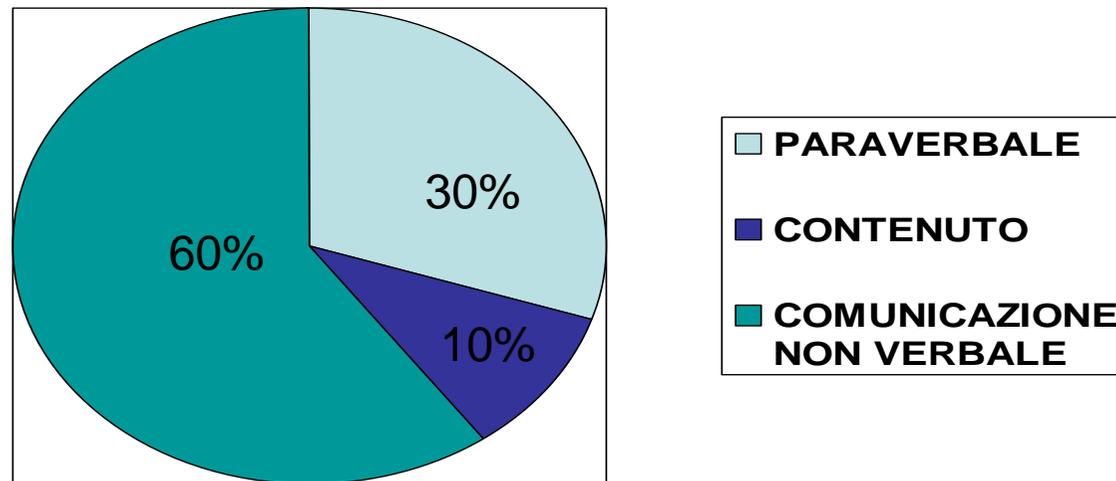


ARRIVARE IN RITARDO

O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

NOI SIAMO QUELLO CHE COMUNICHIAMO



IL COME PREVALE SUL CHE COSA