

# 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

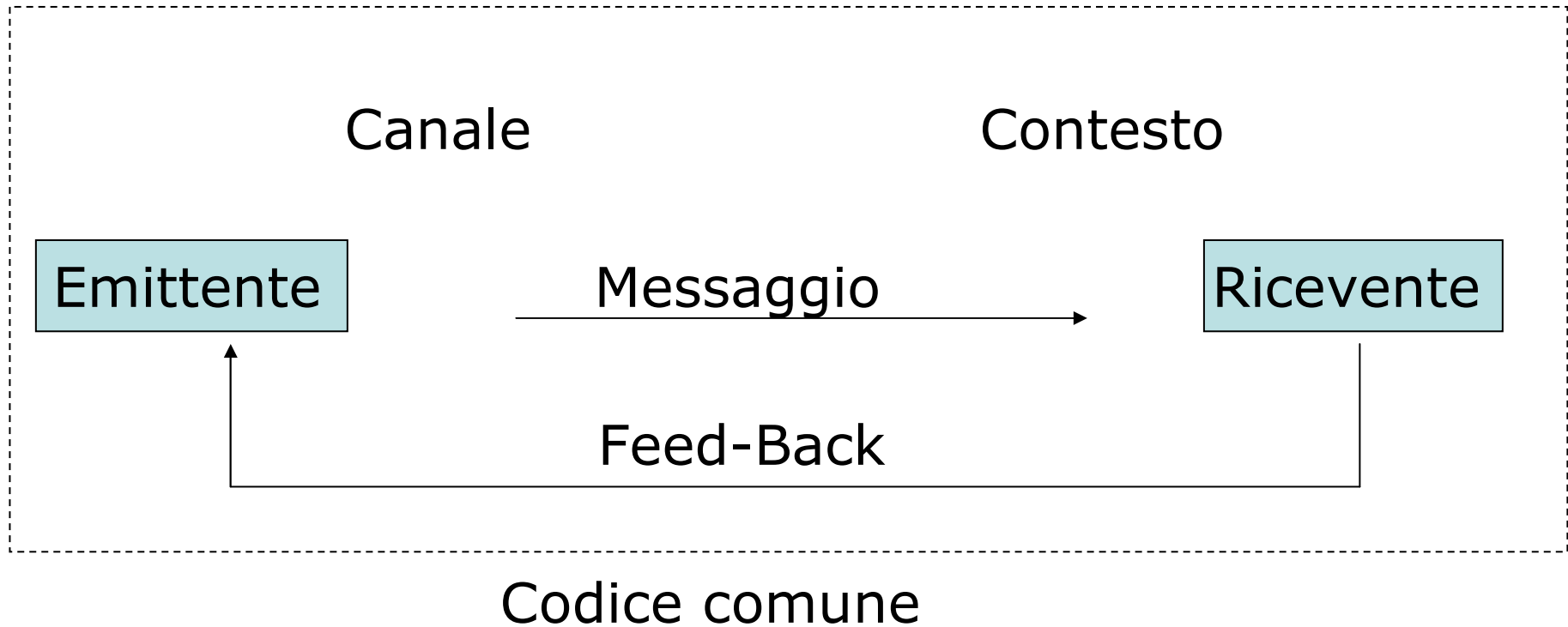
FOCALIZZARE IL  
**NATURALE** PROCESSO DI  
COMUNICAZIONE E DI  
NEGOZIAZIONE  
INTERPERSONALE

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 → cosa da noi si aspetta

Per farsi capire → 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

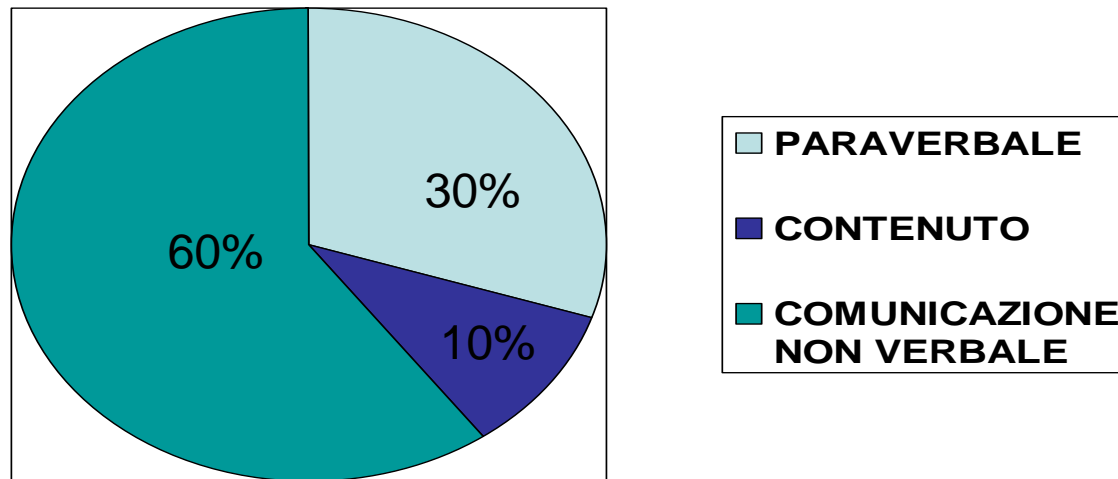


ARRIVARE IN RITARDO

# O.R.I.A.

Osservatorio Ricerca e Innovazione Aziendale

NOI SIAMO QUELLO CHE COMUNICHIAMO



IL COME PREVALE SUL CHE COSA