

Robert James

**PNL PER LA  
COMUNICAZIONE.  
LE BASI**

Ledizioni

© 2020 Ledizioni LediPublishing  
Via Alamanni 11 – 20141 Milano – Italy  
[www.ledizioni.it](http://www.ledizioni.it)  
[info@ledizioni.it](mailto:info@ledizioni.it)

Robert James, *PNL per la comunicazione. Le basi*

Prima edizione Ledizioni: novembre 2020

Cover: © Area51 Publishing  
ISBN: 9788855261692

Informazioni sul catalogo e sulle ristampe: [www.ledizioni.it](http://www.ledizioni.it)

Le riproduzioni a uso differente da quello personale potranno avvenire, per un numero di pagine non superiore al 15% del presente volume, solo a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da Ledizioni, Via Alamanni 11 – 20141 Milano.

# Indice

Introduzione 7

## **Prima parte.**

### **Il potere dell'ipnosi conversazionale**

L'ipnosi conversazionale come ipnosi nascosta 13

Primo fondamento: conoscere il potere ipnotico  
del linguaggio verbale 17

Milton Erickson e l'ipnosi 23

Secondo fondamento:  
superare le resistenze altrui 27

Prosemica 31

Terzo fondamento: creare il rapport 35

Ipnosi conversazionale e PNL 41

Le abilità essenziali  
per usare l'ipnosi conversazionale 53

Riepilogo della prima parte 67

## **Seconda parte.**

### **Strategie rapide di persuasione ipnotica**

I meccanismi della comunicazione 71

Strategia n. 1 – Ragione-Emozione 77

Strategia n. 2 – Coinvolgimento 89

Strategia n. 3 – Sensorializzazione 97

Strategia n. 4 – Immaginazione 107

Strategia n. 5 – Verbalizzazione 111

Strategia n. 6 – Contrasto 121

Strategia n. 7 – Consenso	131
Strategia n. 8 – Dimostrazione	143
Strategia n. 9 – Reincorniciamento	153
Strategia n. 10 – Elicitazione	161
Completamento	181

## INTRODUZIONE

Quando si parla di comunicazione, in PNL si intende essenzialmente persuasione. Alla Programmazione Neuro-Linguistica infatti non interessa tanto catalogare “neutralmente” le strutture comunicative quanto piuttosto far emergere quelli che sono gli schemi utili per “entrare” nel mondo comunicativo della persona che si ha di fronte e saper utilizzare questi schemi con il fine di guidarla nella direzione in cui vogliamo guidarla.

Persuasione significa successo. Sì, le persone di maggiore successo nel mondo sono quelle che hanno saputo persuadere gli altri. A un certo punto nella loro vita hanno dovuto convincere qualcun altro a credere in loro. Hanno dovuto convincere qualcun altro a credere in quello che fanno, nelle loro proposte, nelle loro idee; a credere di guadagnare soldi grazie agli investimenti con loro, a investire su di loro come persone. Le donne e gli uomini di maggiore successo hanno convinto qualcun altro a credere nelle loro idee, nei loro programmi elettorali, nei loro progetti, nella loro visione del futuro. Il segreto del successo di tutte queste persone è *saper trattare con le altre persone*. Questo significa saperle convincere, portarle dalla loro parte, averle come proprie alleate.

Tutti noi, a ben pensarci, dobbiamo fare questo, tutti i giorni. Tutto quello che facciamo ha a che fare

con gli altri, tutto quello che acquistiamo ha a che fare con qualcuno o qualcosa che ci ha persuaso; tutto quello che abbiamo ha a che fare con gli altri in termini di azione, di lavoro, di relazione familiare, di relazione interpersonale, e ha sempre a che fare con una *relazione di negoziazione*, con una interazione fatta dialetticamente di qualcuno che cerca di convincere l'altro e di qualcun altro che resiste alla persuasione o che, invece, viene persuaso. Ecco perché la persuasione è, dal punto di vista della PNL, davvero fondamentale.

Vi è una seconda fondamentale specificità dell'utilizzare gli strumenti di comunicazione, cioè di persuasione, della PNL: essi sono essenzialmente strumenti *ipnotici*. Questo termine un po' "esoterico", che rievoca ipnotizzatori d'altri tempi, maghi e mentalisti, in PNL ha in realtà un significato molto pragmatico: significa infatti che le tecniche della Programmazione Neuro-Linguistica puntano non alla sfera cosciente dell'interlocutore ma alla sfera che è "oltre" la coscienza, la sfera inconscia o subconscia, di cui l'interlocutore appunto non è cosciente, ma che è presente in lui, e che lo influenza, automaticamente in modo molto potente.

Ecco perché quando si parla di persuasione in PNL si intende "persuasione ipnotica" ed ecco perché gli strumenti di persuasione della PNL sono anche detti strumenti di "ipnosi conversazionale".

In questo libro, sia teorico che pratico, ti vengono illustrati in modo approfondito alcuni dei principali strumenti di persuasione ipnotica della PNL.

Questo libro è strutturato in due parti.

Nella prima parte, *Il potere dell'ipnosi conversazionale*, scoprirai i fondamenti dell'ipnosi conversazionale, che come abbiamo detto è l'essenza della PNL come strumento applicato alla comunicazione-conversazione orientata alla persuasione.

La seconda parte, *Strategie rapide di persuasione ipnotica*, ti insegna a utilizzare praticamente dieci strategie di ipnosi conversazionale da utilizzare ogni giorno con lo scopo della persuasione.

Le dieci strategie di persuasione ipnotica che imparerai sono:

**Ragione-Emozione.** Approfondiamo qua il fondamento del nostro sistema. La relazione tra comunicazione conscia e comunicazione inconscia.

**Coinvolgimento.** Imparerai come coinvolgere rapidamente le persone nel tuo discorso, in quello che stai dicendo.

**Sensorializzazione.** Imparerai come rendere sensoriali i tuoi discorsi, adattandoli ai modelli sensoriali dei tuoi interlocutori.

**Immaginazione.** Imparerai come rendere immaginifico il tuo discorso, come coinvolgere il tuo ascoltatore o il tuo uditorio attraverso l'innesco di meccanismi positivi di immaginazione.

**Verbalizzazione.** Imparerai a utilizzare alcuni trucchi che ti permetteranno di collocare al meglio le tue parole.

**Contrasto.** Imparerai a utilizzare il meccanismo di contrasto per rendere più persuasiva la tua comunicazione.

**Consenso.** Imparerai alcuni rapidi modi per ottenere consenso da parte del tuo interlocutore.

**Dimostrazione.** Imparerai come utilizzare la prova, la testimonianza, non soltanto in modo razionale, ma in modo più profondo, emozionale, subconscio.

**Reincorniciamento.** Ti permetterà di superare o eludere le resistenze o le domande che ancora si frappongono tra te e il tuo risultato.

**Elicitazione.** Ti focalizzerai infine sull'utilizzo dichiarato o nascosto delle domande.