

## A2.41.1 Comunicazione persuasiva

### Überzeugende Kommunikation



La **comunicazione persuasiva** non è solo un trucco: è un modo di **comunicare** che fa leva sul **coinvolgimento emotivo**. Si usano metafore e suggestioni per rendere un **discorso** più chiaro e convincente, ma è importante restare onesti. Un collega ha detto *che ha organizzato* bene l'ordine delle **informazioni** in una riunione; poi ha sottolineato le conclusioni e ha parlato in modo vivido, così le persone hanno capito meglio.

**Überzeugende Kommunikation** ist nicht nur ein Trick: Sie ist eine Art zu **kommunizieren**, die auf **emotionale Einbindung** setzt. Man verwendet Metaphern und Suggestionen, um eine **Rede** klarer und überzeugender zu machen – dabei ist es aber wichtig, ehrlich zu bleiben. Ein Kollege hat gesagt, dass er in einer Besprechung die Reihenfolge der **Informationen** gut organisiert hat; anschließend hat er die Schlussfolgerungen betont und sehr anschaulich gesprochen, sodass die Leute es besser verstanden haben.

1. Che effetto ha la persuasione su chi ascolta?
  - a. Rende la voce più forte
  - b. Aumenta il coinvolgimento emotivo
  - c. Elimina le informazioni sbagliate
  - d. Impedisce di parlare
2. Quale di questi è uno strumento della comunicazione persuasiva?
  - a. Un elenco prezzi
  - b. Traduzioni letterali
  - c. Silenzio prolungato
  - d. Metafore

1-b 2-d

### 2. Lesen Sie den Dialog und beantworten Sie die Fragen.

Due colleghi rivedono la presentazione e discutono come migliorarla

*Zwei Kollegen überprüfen die Präsentation und besprechen, wie sie sie verbessern können*

**Claudio:** Sto rivedendo le slide per domani. Secondo me *(Ich überarbeite die Folien für morgen. non vanno bene: sono troppo dense.*

*Meiner Meinung nach sind sie nicht gut: Sie sind zu dicht.)*

**Ilaria:** Però ieri il direttore ha detto che era soddisfatto della struttura.

*(Aber gestern hat der Direktor gesagt, dass er mit der Struktur zufrieden war.)*

**Claudio:** Sì, ma vorrei un discorso più chiaro, con meno numeri all'inizio.

*(Ja, aber ich hätte gern einen klareren Vortrag, mit weniger Zahlen am Anfang.)*

**Ilaria:** Potremmo aggiungere un esempio concreto per rendere la presentazione più persuasiva.

*(Wir könnten ein konkretes Beispiel hinzufügen, um die Präsentation überzeugender zu machen.)*

**Claudio:** Sì, sono d'accordo. Così possiamo convincere meglio il cliente.

*(Ja, da stimme ich zu. So können wir den Kunden besser überzeugen.)*

**Ilaria:** Però non voglio togliere i dati principali del progetto.

*(Aber ich möchte die wichtigsten Daten des Projekts nicht entfernen.)*

**Claudio:** Allora cerchiamo un compromesso. Possiamo fare slide meno dense, ma mantenere i numeri essenziali.

*(Dann suchen wir einen Kompromiss. Wir können weniger dichte Folien machen, aber die wesentlichen Zahlen beibehalten.)*

- Ilaria:** Mi sembra una buona idea. Magari possiamo anche mostrare due soluzioni, non una sola. *(Das scheint mir eine gute Idee zu sein. Vielleicht können wir auch zwei Lösungen zeigen, nicht nur eine.)*
- Claudio:** Va bene. Allora preparo una controfferta così abbiamo subito due soluzioni pronte. *(In Ordnung. Dann bereite ich ein Gegenangebot vor, damit wir sofort zwei fertige Lösungen haben.)*
- Ilaria:** Perfetto. Mandami la versione finale prima delle 18:00 così la rivedo con calma. *(Perfekt. Schick mir die Endversion vor 18:00, damit ich sie in Ruhe durchsehen kann.)*

1. Perché Claudio pensa che le slide non vadano bene? *(Warum denkt Claudio, dass die Folien nicht gut sind?)*
- a. Perché il direttore ha rifiutato la struttura.
  - b. Perché il cliente vuole una presentazione più lunga.
  - c. Perché sono troppo dense e hanno troppi numeri all'inizio.
  - d. Perché non ci sono abbastanza dati sul progetto.
2. Quale compromesso decidono Claudio e Ilaria? *(Welchen Kompromiss beschließen Claudio und Ilaria?)*
- a. Mantenere i dati principali, fare slide meno dense e aggiungere un esempio concreto.
  - b. Mostrare una sola soluzione e inviarla dopo le 18:00.
  - c. Togliere tutti i numeri e parlare solo a voce.
  - d. Rifiutare la presentazione e preparare una nuova offerta.

**1-c 2-a**