



Comunicare bene con il Process Communication Model

A cura di: Ugo Perugini ☹ 7 Novembre 2022

Se, come dicono, non si può non comunicare, purtroppo capita spesso di comunicare male, non essere compresi come vorremmo, subire, nella continua ricerca di metterci in relazione con le persone, o di provare forme di stress che non ci consentono di soddisfare i bisogni psicologici che ogni persona ha quando si relaziona con gli altri.

E soddisfare i propri bisogni psicologici è importante perché influenza direttamente la motivazione di ogni cosa che facciamo e senza motivazione non si può lavorare bene, anzi si rischia di fare danni. Come fare, allora, per adattare la nostra comunicazione e creare una buona connessione, cioè trovare la stessa lunghezza d'onda con i nostri interlocutori, nella vita privata e nel lavoro?

Process Communication Model®, creato da **Taibi Kahler**, ricercatore di Analisi Transazionale, quasi 40 anni fa, è uno strumento che consente di scoprire dall'interno come e perché comunicano le persone, proponendo il modo più efficace per farlo e, quindi, analizzare e superare eventuali conflitti.

Gérald Collignon, psicologo francese e fondatore di una società che promuove questo sistema, nel suo recente manuale, intitolato proprio

“*The Process Communication Model*®” (FrancoAngeli/Trend- € 25,00), ci svela i segreti per favorire il successo della comunicazione con gli altri.

Una filosofia della buona comunicazione

Potremmo anche dire che la sua è una vera e propria filosofia della comunicazione che parte dal riconoscimento che i comportamenti delle persone non vanno mai giudicati ma piuttosto interpretati secondo il diverso profilo di personalità, tenendo conto anche dello stress a cui la persona viene sottoposta.

Per farlo, il primo passo, il più ovvio, è cercare di conoscere sé stessi, capire il tipo di personalità, come si sviluppa, quali bisogni psicologici attiva, a quali cambiamenti va incontro. **Collignon** ci fa scoprire che esiste un mix di sei tipi di personalità (**Perseverante, Razionale, Immaginatore, Promotore, Ribelle, Empatico**), che ognuno di noi ha in misura diversa e che svolgono un ruolo strategico nel favorire, se ben usate, la comunicazione.

Certo non si tratta di un compito facile, almeno a prima vista. Ma l'autore, grazie anche a sei personaggi (qui Pirandello non c'entra!) che incarnano i diversi tipi di personalità, che lui fa muovere su casi concreti, dialogando nei vari ambiti del lavoro e della vita, rende più accessibile questa operazione, consentendo a chi legge di immedesimarvisi con successo.

Questo sistema di comunicazione ha ormai trovato applicazione in moltissimi Paesi del mondo. Da tempo viene studiato, perfezionato e applicato con successo, tanto che negli Stati Uniti più di mezzo milione di persone lo sta utilizzando quotidianamente.

Anche in Europa ha avuto notevole successo. In Italia, il compito di promuovere questi corsi, avendo l'esclusiva per il rilascio della relativa certificazione, è affidato alla Società **Cegos** e sono molte le aziende che se ne avvalgono negli ambiti più diversi (educazione, management, health-care, ecc.) e sempre allo scopo di migliorare la performance comunicativa e la qualità delle relazioni.

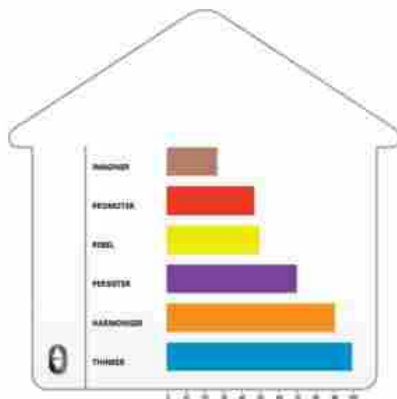
Vediamo da vicino i sei tipi di personalità individuate da PCM

Empatico, Razionale, Ribelle, Promotore, Perseverante, Immaginatore. Qual è il tipo di personalità nel quale ti riconosci? Puoi scoprirlo seguendo le indicazioni dell'Autore e in tal modo addentrarti in un mondo interiore che ti permetterà di capire come funzioni tu e i tuoi interlocutori, migliorando così la qualità della comunicazione.

Cominciamo col dire che nessuno dei tipi di personalità è migliore degli altri. Oltretutto in ogni persona esistono, in percentuale variabile, tutti i tipi di personalità sopra elencati, che determinano alcuni comportamenti caratteristici, una particolare visione del mondo e degli specifici bisogni psicologici che consentono di individuare un ben preciso canale di comunicazione.

Iniziamo l'esplorazione limitandoci, per ovvii motivi di spazio, ad alcuni elementi salienti. Chi desidera approfondire questa affascinante disamina, che porta alla scoperta dei meccanismi più intimi dei vari comportamenti e di conseguenza degli aspetti che favoriscono la migliore forma di comunicazione, non ha che da leggere il libro o contattare la società Cegos che organizza sessioni di formazione sulla metodologia PCM o percorsi di coaching 1to1.

Ecco, in sintesi, i sei tipi di personalità e i consigli per connettersi ad essi



PERSONALITÀ	CARATTERISTICHE SALIENTI	COME CONNETTERSI AD ESSA
Empatico	Sensibile, caloroso, compassionevole	Crea un'atmosfera piacevole. Dimostra che lo apprezzi e invitalo alla collaborazione in un ambiente premuroso.
Razionale	Organizzato, responsabile, logico	Fornisci informazioni complete. Mostra che apprezzi il suo lavoro e il suo tempo. Sollecita le sue idee.
Perseverante	Dedito, osservatore, coscienzioso	Chiedi la sua opinione. Investi nel rispetto reciproco. Mostra che apprezzi i suoi preziosi contributi.
Immaginatore	Calmo, immaginativo, riflessivo	Dagli il tempo e lo spazio necessari. Fornisci istruzioni chiare. Fai appello alla sua immaginazione.
Promotore	Spirito di adattamento, persuasivo, carismatico	Salta le chiacchiere e vai subito al sodo. Sfidalo con iniziative promettenti. Offri a lui l'opportunità di emergere.
Ribelle	Spontaneo, creativo, ludico	Stai al suo gioco e usa l'umorismo. Lascia spazio a nuove idee ed esperienze. Sii aperto alle reazioni spontanee.

La domanda-chiave per ogni personalità è quella esistenziale

L'autore formula per ogni tipo di personalità una domanda che lo individua in modo preciso. Iniziamo con il tipo Empatico, che ha bisogno di avere un rapporto più cordiale con gli altri, per il quale la domanda esistenziale che si pone più frequentemente è: **"Sono amato?"**. Il tipo Razionale, che ama avere tutto sotto controllo, ha un'altra preoccupazione che lo assilla e si chiede: **"Sono competente?"**.

Il tipo Ribelle, che vive nel presente e reagisce d'impulso a ciò che lo circonda, riflette invece sul concetto: **"Posso essere accettato?"**, mentre il Perseverante, che sa assumersi e mantenere gli impegni, si chiede spesso: **"Merito fiducia?"**. Il Promotore, che punta tutto sull'azione, si domanda al contrario: **"Sono vivo?"** mentre per l'Immaginatore, che cerca di compiacere gli altri, è importante chiedersi: **"Sono voluto?"**

Com'è la struttura della personalità? È come un condominio

Come abbiamo accennato, ogni persona possiede in misura diversa, tutte le sei componenti della personalità che sono state individuate. L'autore immagina che ogni persona sia come un condominio a sei piani, che poggia le fondamenta su una Base più ampia che determina i suoi bisogni psicologici più profondi, sviluppati soprattutto nel corso dell'infanzia, mentre i piani superiori, pur essendo presenti, non vengono frequentati altrettanto spesso, anche se, metaforicamente, disponiamo di un ascensore che facilita il compito.

Dobbiamo essere disposti a spostarci all'interno del nostro condominio in modo da essere pronti a relazionarci e comunicare con le persone che hanno un altro tipo di personalità prevalente, salendo al piano che ci permette di interfacciarci con loro, ricordando comunque che ognuno di noi ha dentro di sé tutti i tipi di personalità in proporzioni diverse, in queste troviamo punti di forza, contesti preferiti ma, purtroppo, anche "trappole" inconse.

Qualche curiosità

In Occidente il tipo prevalente è quello **Empatico** (30%, composto per i tre quarti da donne); subito dopo (25%) viene quello **Razionale** (composto per i tre quarti da uomini); segue quindi quello **Ribelle** (20%, di cui più della metà sono donne).

Seguono il tipo di personalità **Perseverante** (10%) a pari merito con il tipo **Immaginatore**, ma nel primo prevalgono gli uomini e nel secondo le donne. Ultimo con il 5% il tipo **Promotore**, dove sono più numerosi, seppure di poco gli uomini.

Esaminando i diversi profili tra manager e figure commerciali risulta più frequente il tipo **Perseverante**, seguito dai tipi **Razionale**, **Empatico**, **Ribelle**, **Promotore** e **Immaginatore**.

Tre domande sulla Leadership ai Responsabili CEGOS

Il PCM prevede quattro stili di leadership (autocratico, democratico, benevolo, laissez-faire). Come adeguare il tipo di leadership più adatto ai diversi team?

PCM ci insegna che ognuno di questi stili ha le sue caratteristiche, i suoi vantaggi e svantaggi. Ad esempio, l'autocratico è utile per coloro che hanno bisogno di direzione, struttura, mentre quello democratico aumenta la coesione di gruppo e migliora il morale. Ma bisogna avere la consapevolezza che nessuno di questi può funzionare con tutti perché ogni persona ha uno stile preferenziale; quindi, se utilizziamo solo il nostro stile preferito saremo efficaci solo con alcuni tipi di personalità. La soluzione per essere riconosciuti e seguiti come leader è quella di allenarsi ad uno stile di leadership agile, flessibile e adattabile, che sia individualizzato.

Cosa si intende per leadership individualizzata?

Si intende appunto una leadership adattiva. PCM utilizza la seguente metafora per essere un leader agile: quella dell'ascensore, che ci permette di spostarci con l'energia necessaria verso lo stile preferito dagli altri, adattando il nostro stile di interazione a quello dei membri del nostro team.

Come si articola la formazione che propone Cegos?

Cegos offre diversi corsi PCM, con livelli di approfondimento crescente. Dalla semplice conoscenza del modello ad una sua applicazione pratica via via più articolata. Tutti possono beneficiare di una formazione PCM, dagli individual contributor ai manager, ai leader aziendali, nei diversi settori aziendali. Quando la comunicazione efficace e la gestione dello stress sono le competenze ricercate, PCM si dimostra lo strumento più utile e pratico per fare la differenza ogni giorno. Inoltre, come distributore esclusivo Cegos offre percorsi di certificazione per diventare un PCM Certified Trainer e un PCM Certified Coach.

Articolo a cura di **Ugo Perugini**

Profilo Autore







Ugo Perugini

Ugo Perugini. Giornalista, blogger, collaboratore di “Vendere di più” - <https://www.venderedipiu.it/>, “Az Franchising” - <https://azfranchising.com/az-franchising-magazine/> -, DM&C - <http://www.dcmagazine.it> ; HR on line - www.aidp.it/riviste/indice-hronline.php. In passato, ha collaborato con “Beesness” - www.beesness.it ; Together HR, blog di Sky Lab <http://www.togetherhr.com/bloghr-blog-risorse-umane/> - “Senza Filtro” <https://www.informazionezenzafiltro.it> e altre pubblicazioni

Il blog che cura è <https://capoversonewleader.wordpress.com/>

Altri Articoli

-  [Il colpo di genio: come nasce e come stimolarlo](#)
-  [La guerra e le aziende. Metafore e realtà](#)
-  [La salute psico-fisica dei collaboratori. Il ruolo del CMHO](#)
-  [Essere leader in un mondo di incertezze](#)

Condividi sui Social Network:

[#comunicazione](#) [#Process Communication Model](#)

← PRECEDENTE

Intelligenza artificiale: un ponte tra generazioni

Articoli simili