

GESTIONE D'IMPRESAdi **EROS TUGNOLI****La comunicazione non verbale nelle videocall**

La videochiamata si sta sempre più imponendo come alternativa alla telefonata e all'incontro. In quest'articolo ne analizzeremo vantaggi e svantaggi dal punto di vista della efficacia persuasiva.

Le videochiamate *Skype* esistevano già dal 2003. L'invenzione è nata da una idea di 2 ingegneri, un danese e uno svedese. In poco tempo si sono diffuse nel mondo soprattutto nel Nord Europa e nei Paesi anglosassoni. Da anni le videochiamate sono a disposizione di utenti in tutto il mondo, Italia compresa, anche se con una familiarità ridotta rispetto ad altri: siamo circa al 38° posto nel mondo. Poi arriva la **rivoluzione Covid-19** : per settimane siamo stati " costretti " a utilizzare non solo *Skype* , ma anche a scoprire l'esistenza di tante altre piattaforme, non solo per videochiamarsi tra amici e parenti in *lockdown* , ma anche per lavorare da casa, consentire agli studenti di fare lezioni a distanza, fare riunioni con i colleghi, incontrare " *online* " clienti e fornitori.

Terminata l'emergenza, ci siamo accorti che la presenza fisica è spesso fondamentale, ma in diversi casi è " *sostituibile* ", anche con notevoli vantaggi. Ora esaminiamo questo strumento dal punto di vista della **comunicazione non verbale** , o CNV, cioè quella che comprende soprattutto il linguaggio del corpo: **gestualità** , **prossemica** , **mimica facciale** .

Le domande di fondo sono due. La prima è: " *La video call può sostituire l'incontro in presenza?* "

La seconda è questa: " *Meglio telefonare o videochiamare?* "

Mai come in questo caso la risposta è: " *Dipende* ".

Infatti, i fattori da tenere in considerazione sono tanti: iniziamo con un dato: la percentuale di " **efficacia** " (si intende con efficacia la capacità di essere convincenti e di raggiungere gli obiettivi) di ogni singolo veicolo di comunicazione:

Comunicazioni scritte (e-mail, *WhatsApp* , post sui social, lettere cartacee): **7%**

Comunicazioni telefoniche : **45%**

Comunicazione video (*Skype* , *Zoom* , *GoToMeeting* , *Google Meet* , ecc.): **72%**

Comunicazioni in presenza : **100%**

Per essere convincenti o per argomenti con forte carica " *emotiva* ", sicuramente la presenza fisica è la più efficace, ma anche la più costosa in termini economici e di tempo.

Se non conviene incontrarsi, la videocall consente comunque di **vedere il volto dell'interlocutore** e di **interpretarne le sensazioni** . Tutti gli ultimi studi sulla CNV si orientano maggiormente a notare le micro-espressioni facciali, i piccoli movimenti del busto e i " *toccamenti* " del volto con le mani. Inoltre, anche senza studi specifici, l'esperienza di vita ci fa già individuare nell'interlocutore sentimenti come gioia, rabbia, paura, sorpresa, felicità, dolore, dubbio. Al telefono è molto più difficile, anche la voce può dare qualche segnale, ma sono molto difficili da sentire e interpretare.

Anche le trattative con l'estero, se non si è padroni della lingua straniera, possono essere aidate con un po' di gestualità, magari mostrando visivamente testi, foto, oggetti. Occorre però disporre di tre fattori: **conoscenza perfetta della piattaforma web** , **connessione potente e veloce** , **webcam-microfono-luce** .

Se la connessione è lenta (può non dipendere da voi), audio e video sono scarsi, e non avete familiarità con le video piattaforme (queste due dipendono da voi), potrebbe essere meglio una telefonata. **La telefonata ha un grande vantaggio** : è più semplice, più riservata, si può fare praticamente ovunque, ma non permette di interpretare la CNV del cliente o fornitore.

Regola d'oro, come sempre: dovete **diventare molto abili ad utilizzare tutti e 4 i canali comunicativi** , in modo da essere a proprio agio in ogni situazione, aumentando di fatto carisma e potere di convincimento.