



Le tecniche di intervista e comunicazione sono essenziali per stabilire un rapporto di fiducia con il cliente e promuovere il suo coinvolgimento nel processo di cambiamento. L'ascolto attivo è la pietra angolare di queste tecniche. Consiste nel essere pienamente presenti e attenti a ciò che esprime il cliente, sia verbalmente che non verbalmente. Ciò implica la sospensione del proprio giudizio, mostrare interesse e curiosità per l'esperienza del cliente, e lasciare lo spazio necessario per esprimersi al suo ritmo.

L'empatia è un'altra competenza chiave. Permette di mettersi nei panni del cliente, di comprendere le sue emozioni e i suoi bisogni, senza tuttavia identificarsi o assumersene la responsabilità. L'empatia promuove il sentimento di essere compresi e accettati, rafforzando l'alleanza terapeutica. Ad esempio, di fronte a un cliente che esprime la sua difficoltà a mantenere i suoi nuovi comportamenti alimentari durante i pasti familiari, il coach potrebbe riflettere: "Capisco che queste situazioni siano delicate per te, e che sia difficile resistere alla pressione sociale e alle vecchie abitudini in questi momenti."

Il questioning aperto è una tecnica efficace per incoraggiare il cliente a sviluppare la propria riflessione e a trovare le proprie soluzioni. Le domande aperte iniziano spesso con "come", "cosa", "in che modo", e richiedono risposte dettagliate, a differenza delle domande chiuse che inducono un "sì" o un "no". Ad esempio: "Come potresti integrare più facilmente un'attività fisica nella tua routine quotidiana?" piuttosto che "Pensi di poter fare sport ogni giorno?"

La parafrasi è un altro strumento prezioso. Consiste nel riprendere con le proprie parole ciò che il cliente ha espresso, per assicurarsi di aver capito correttamente e mostrare di averlo ascoltato attentamente. La parafrasi può riguardare il contenuto fattuale, ma anche le emozioni e i bisogni sottostanti. Ad esempio: "Se ho capito bene, provi molta frustrazione

per la lentezza dei tuoi progressi, e avresti bisogno di ritrovare la motivazione che ti animava all'inizio del programma, è corretto?"

La comunicazione non verbale svolge anche un ruolo importante nella qualità dello scambio. Il coach cercherà di adottare un atteggiamento aperto e accogliente, un contatto visivo benevolo, un tono di voce caldo e pacato. La sincronizzazione non verbale, che consiste nell'accordarsi sottilmente con la postura, i gesti e il ritmo di parola del cliente, promuove inconsciamente il senso di connessione e di fiducia.

Infine, la gestione dei silenzi e delle emozioni è parte integrante delle tecniche di intervista. I silenzi sono spesso necessari per permettere al cliente di integrare ciò che è stato detto, di riflettere o di contattare le sue emozioni. Il coach deve sentirsi a proprio agio con questi momenti di pausa, e resistere alla tentazione di colmarli sempre. Per quanto riguarda le emozioni, che siano positive o negative, devono essere accolte con benevolenza e senza giudizio. Il coach può incoraggiare la loro espressione, pur mantenendo un quadro sicuro e professionale.

Ad esempio, di fronte a lacrime di scoraggiamento, il coach potrebbe dire con un tono calmo ed empatico: "Vedo che è un argomento sensibile per te, e stai passando un periodo difficile. Prendi tutto il tempo di cui hai bisogno, sono qui per ascoltarti se desideri parlarne di più." Il rispetto dei ritmi e dei bisogni del cliente è fondamentale, ricordando sempre il quadro e gli obiettivi dell'accompagnamento.

Punti chiave da ricordare:

- L'ascolto attivo è fondamentale per stabilire un rapporto di fiducia. Implica essere pienamente presenti, attenti, senza pregiudizi e di lasciare spazio al cliente per esprimersi.
- L'empatia permette di comprendere le emozioni e i bisogni del cliente senza identificarsi in loro, rafforzando così l'alleanza terapeutica.
- Il questionamento aperto con domande che iniziano con "come", "cosa", "in che modo" incoraggia il cliente a sviluppare la propria riflessione e trovare le proprie soluzioni.
- La parafrasi con le proprie parole mostra al cliente che è stato ascoltato e compreso, focalizzandosi sul contenuto fattuale ma anche sulle emozioni e i bisogni sottostanti.
- La comunicazione non verbale (postura aperta, contatto visivo benevolo, tono caldo, sincronizzazione) promuove la connessione e la fiducia.
- La gestione dei silenzi e delle emozioni è parte integrante dell'intervista. I silenzi sono necessari e le emozioni devono essere accolte con benevolenza e senza giudizio, mantenendo sempre un ambiente sicuro e rispettando il ritmo del cliente.