

Eri solo da incontrare

Wedding Planner

Hai mai pensato a cosa penseresti di te se ti incontrassi per la prima volta?

Spesso il problema è che la percezione che abbiamo di noi stessi è diversa da quella del cliente, potenziale cliente, collega o collaboratore.

La percezione è sempre soggettiva ed è sempre filtrata dalle convinzioni, dall'educazione, dalle credenze e dalle esperienze del nostro vissuto.

Le convinzioni diventano parte di noi. Si sono formate a partire dal ricordo di esperienze felici o dolorose e di come le abbiamo interpretate a livello emozionale.

Sono la conclusione del nostro modo di interpretare ciò che ci è successo e, se da una parte costituiscono le nostre sicurezze, possono anche diventare delle gabbie mentali.

"Diventiamo quello che crediamo"

Ognuno di noi è portatore di credenze limitanti e potenzianti assolutamente soggettive ed è quindi fondamentale riconoscere quanto ci siamo fatti condizionare dalle nostre credenze per conoscere veramente chi siamo e non solo chi siamo diventati.

Una delle cose più importanti che ho imparato in 11 anni di attività come wedding planner, è che le domande che ci poniamo contano molto più delle risposte.

"Giudicate un uomo più dalle sue domande che dalle sue risposte" (Voltaire)

Il modo più semplice ed infallibile per ottenere buone risposte è quello di porsi ottime domande.

Le domande ci servono per scoprire i problemi, saperli rappresentare correttamente e trovare delle soluzioni.

Fare e farsi domande è l'espressione di un atteggiamento che comprende curiosità, pensiero indipendente, apertura mentale, capacità di negoziare nell'incertezza.

Partire da se stesso è fondamentale per entrare in relazione con gli altri (altrimenti rischiamo di non farci capire o che gli altri non capiscano o che noi non riusciamo a capire gli altri perché siamo troppo condizionati dalle nostre credenze.)

Chi sei? Cosa ti interessa davvero? Quali sono i tuoi punti di forza, le tue passioni e le tue abilità? Qual è il valore che vuoi trasferire? Cosa ti contraddistingue? Cosa pensi vedano gli altri in te? Qual è l'immagine che vuoi trasmettere con la tua attività?

Solo dopo potrai domandarti:

A quale cliente mi voglio rivolgere? Chi è il mio cliente ideale? Cosa posso fare per lui? Quale pensi sia il vantaggio maggiore del tuo lavoro?

Quando ti identifichi con la persona che vuoi essere e dove vuoi arrivare, anche i tuoi comportamenti saranno in linea e gli altri lo noteranno.