

## Scena sull'ancoraggio: Un odore familiare

<b>Durata</b>	1.53 minuti
<b>Tema principale</b>	<b>Ancoraggio</b>
<b>Il contesto</b>	<p>Un incontro apparentemente banale, in un bar. Due persone che non si conoscono, una conversazione che potrebbe rimanere superficiale. E invece accade qualcosa di invisibile ma potentissimo: si attiva una fiducia immediata, una sensazione di familiarità che abbatte ogni distanza. Non grazie alle parole giuste, né a una tecnica di vendita esplicita, ma a uno stimolo sensoriale che riporta alla luce un'emozione profonda, radicata nel passato.</p> <p>La scena tratta da <i>"50 volte il primo bacio"</i> è una metafora chiarissima di come funzionano gli ancoraggi emotivi nelle relazioni, nel business e nella comunicazione.</p>
<b>Il punto di vista del Trainer</b>	<p>Questa scena è estremamente efficace per spiegare come:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• si costruisce fiducia rapidamente</li> <li>• le decisioni non sono mai solo razionali</li> <li>• emozioni e memoria guidano comportamenti, scelte e preferenze</li> </ul> <p>In azienda parliamo spesso di <i>relazione con il cliente, engagement, brand affinity</i>.</p> <p>Qui vediamo <b>il meccanismo alla base di tutto questo</b>, senza slide e senza teoria: un'ancora emotiva attivata nel modo giusto.</p> <p><b>LA LEZIONE CHIAVE: COS'È UN ANCORAGGIO</b></p> <p>Un ancoraggio è uno <b>stimolo</b> (odore, suono, parola, gesto, immagine) che, se associato a un'emozione intensa, diventa un <b>accesso diretto</b> a quello stato emotivo ogni volta che viene ripresentato.</p>

## Scena sull'ancoraggio: Un odore familiare

Nel business questo accade continuamente:

- un brand che “ti fa sentire a casa”
- una persona con cui ti senti subito a tuo agio
- un ambiente che genera fiducia ancora prima di parlare

Non è magia. È **neuro-associazione**.

### **PERCHÉ L'ANCORAGGIO FUNZIONA (E COSA IMPARARE)**

- 1. L'emozione viene prima del pensiero.** Lucy non “decide” di fidarsi. Lo sente. E solo dopo lo razionalizza.
- 2. La familiarità abbatte le difese.** Quando qualcosa ci è familiare, il cervello smette di difendersi. È il motivo per cui certi clienti comprano “a pelle”.
- 3. I sensi sono leve strategiche.** Odori, suoni, immagini, parole: ogni azienda comunica anche quando non parla. Spesso inconsapevolmente.

### **TRADUZIONE BUSINESS: DOVE LO VEDIAMO OGNI GIORNO**

- **Customer experience:** ambienti, profumi, musica, tono di voce
- **Vendita consulenziale:** sentirsi capiti prima ancora di capire
- **Leadership:** creare contesti emotivi sicuri
- **Brand:** non vendere solo prodotti, ma sensazioni riconoscibili

Le persone non ricordano ciò che dici.

Ricordano **come le hai fatte sentire**.

### **IN AULA: COME USARE LA SCENA**

Questa scena è perfetta per:

- formazione commerciale
- marketing e branding
- comunicazione persuasiva
- PNL applicata al business
- customer engagement

Funziona perché rende **visibile un meccanismo invisibile**.

## Scena sull'ancoraggio: Un odore familiare

	<p><b>ATTIVAZIONE ESPERIENZIALE</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Chiedi ai partecipanti:</b> <i>Qual è un brand che ti fa sentire subito a tuo agio? Perché?</i></li><li>• <b>Esercizio:</b> individuare uno stimolo sensoriale coerente con i valori del proprio servizio</li><li>• <b>Debrief:</b> quali ancoraggi stiamo creando... senza rendercene conto?</li></ul> <p><b>DOMANDE PER IL GRUPPO</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Quali emozioni associamo oggi al nostro brand o al nostro team?</li><li>• Che tipo di “odore metaforico” lasciamo nelle persone dopo un incontro?</li><li>• Stiamo costruendo ancora di fiducia o di diffidenza?</li></ul> <p><b>UNA FRASE CHIAVE DA RICORDARE</b> <i>“Prima ancora di convincere, stai ancorando un’emozione. La domanda è: quale?”</i></p>
<b>Altri utilizzi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ancoraggio</li><li>- Emozioni</li><li>- PNL</li><li>- Programmazione neuro linguistica</li></ul>