

BARRIERE ALL'ASCOLTO ATTIVO

- **Sappiamo cosa viene dopo:** non ascoltiamo perché pensiamo di sapere cosa sta per accadere
- **Anticipiamo la risposta:** iniziamo a strutturare una risposta prima di ascoltare realmente
- **Ascoltiamo ciò che vogliamo sentire :** selezioniamo la parte del discorso che ci interessa
- **Messaggi contrastanti:** parole non verbali e messaggi sono incoerenti fra loro
- **Confondiamo il messaggio con la persona:** ci piace/non ci piace la persona che sta parlando
- **Stereotipi:** sappiamo già come sono i pazienti

ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCCO
Via Alessio Di Tocco

ASCOLTO ATTIVO

SMETTI DI PARLARE
se parli non puoi ascoltare

DIMOSTRA DI VOLER ASCOLTARE
ascolta per comprendere piuttosto che per rispondere

ELIMINA I FATTORI DI DISTRAZIONE
es. ricordati di tenere spento il cellulare!

METTITI NEI PANNI DI COLUI CHE PARLA
cerca di vedere il SUO punto di vista

LASCIA FINIRE DI PARLARE

EVITA I PREGIUDIZI



**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

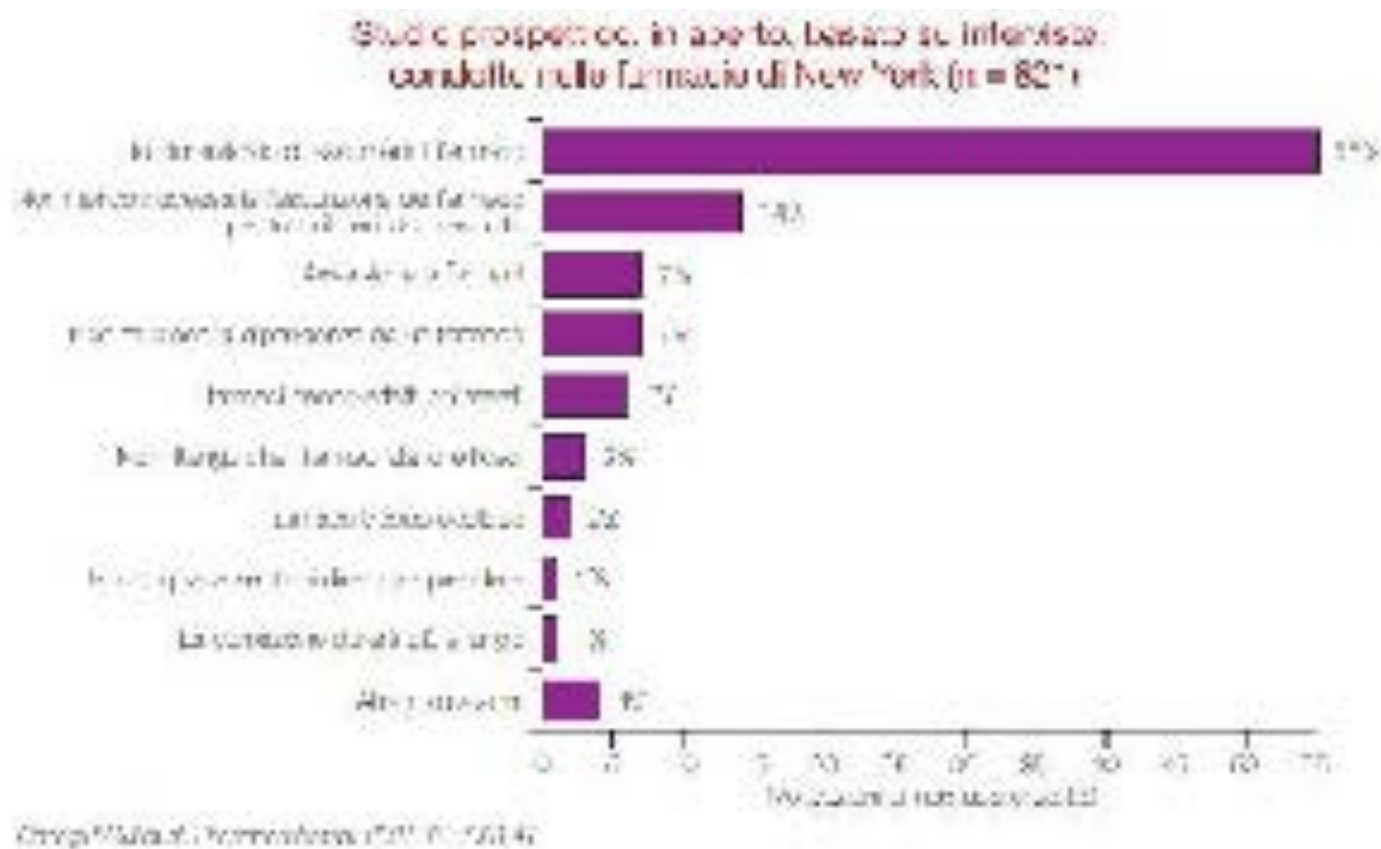
DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

MOTIVAZIONI PER LA NON ADERENZA



ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

DA COSA È INFLUENZATO IL CAMBIAMENTO?

- Prestazioni
Esperienze
- Motivazioni
estrinseche
intrinseche
- Emozioni
Credenze

Cit. Bandura, 1977
Cit. Redmond, 2010



**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

Che cos'è un MOTIVO – PER – AZIONE?

- ✓ Visione del mondo
- ✓ Concezione della vita
- ✓ Modello di pensiero
- ✓ Parametro di giudizio



“L'acquisto della voglia di fare subito”

ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

MOTIVAZIONI = VALORI

Usare una comunicazione allineata
con i valori del paziente e quindi più significativa per lui



**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

COMPRENDIAMO LE MOTIVAZIONI DELL'ALTRO?

TEORICA



UTILITARISTICA



INDIVIDUALISTICA



ESTETICA



SOCIALE



TRADIZIONALE



**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

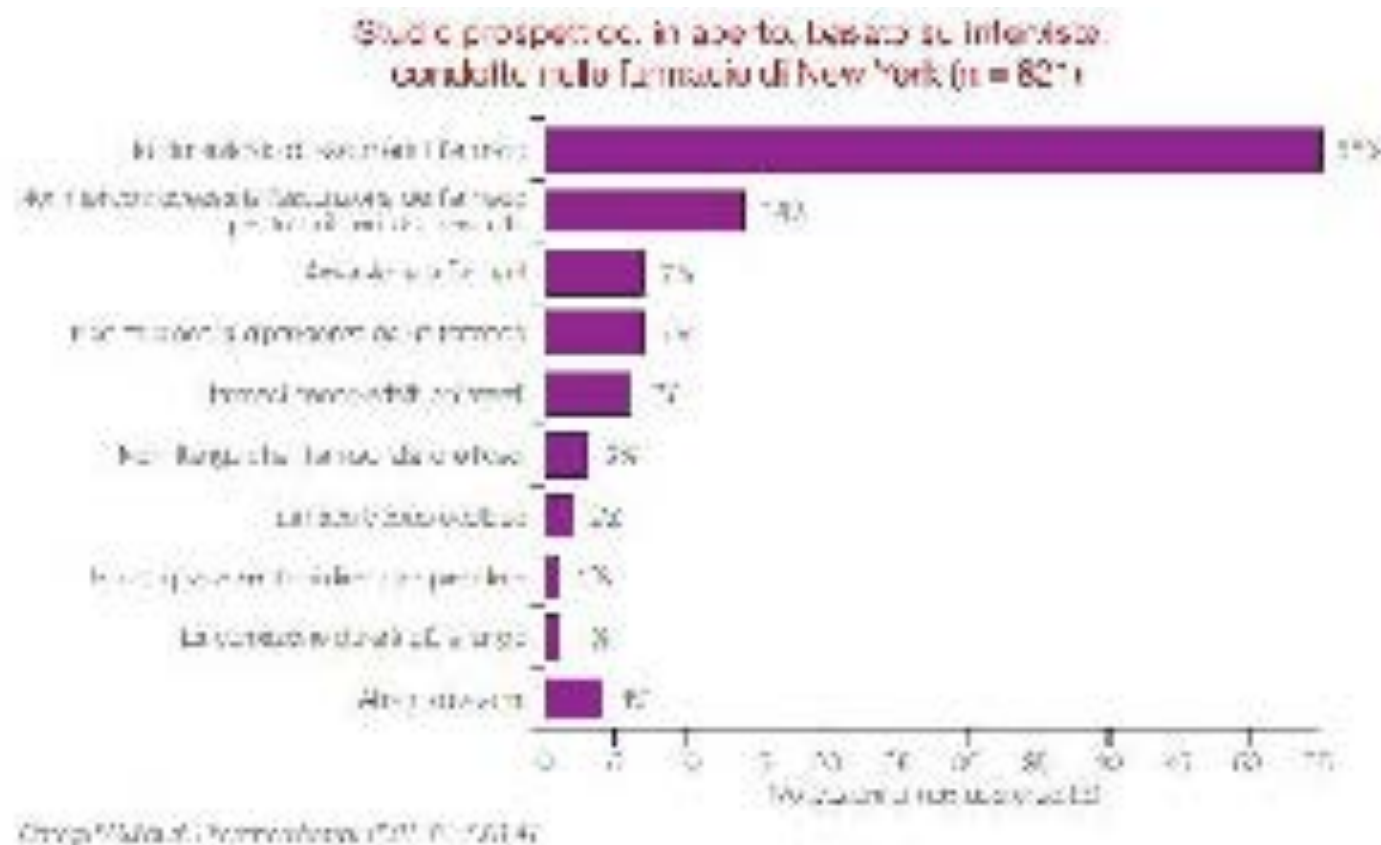
DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

MOTIVAZIONI PER LA NON ADERENZA



**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

TEORICA



Il paziente con motivazione teorica ha bisogno di conoscenza tecnica, ricerca e competenza e aggiornamento

Come si comporta:

- Si informa utilizzando differenti fonti di informazione
- È curioso e fa domande
- Dimostra la sua preparazione e conoscenza

Le sue parole:

Competenza – Conoscenza - Aggiornamento - Approfondimento – Scoprire – Caratteristiche – Esplorare – Capire – Curiosità – Studio – Riflessione - Analisi

Come motivarlo:

- Proporre libri e testi per approfondire
- Coinvolgerlo nell'identificazione di soluzioni innovative
- Informarlo attraverso comunicazioni inerenti la ricerca
- Offrirgli la possibilità di apprendere e conoscere a fondo il tema

**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

UTILITARISTICA



Il paziente con motivazione utilitaristica ha bisogno di risparmio, vantaggi concreti e praticità, intesa come comodità d'uso

Come si comporta:

- Valuta le situazioni in funzione della loro utilità e del ritorno economico
- Prende decisioni in modo pratico e tenendo in considerazione il vantaggio che ne può derivare
- Presta attenzione al profitto e alle tempistiche di assunzione

Le sue parole:

**Utile – Risultati – Risparmio – Vantaggi – Ottimizzazione - Efficienza
Concreto – Comodo - Tempi - Convenienza**

Come motivarlo:

- Definire un metro di valutazione quantitativo per monitorare l'andamento della terapia
- Proporre soluzioni valorizzando la rapidità della cura e la comodità d'uso del contraccettivo

INDIVIDUALISTICA



Il paziente con motivazione individualistica ha bisogno di libertà e di autonomia decisionale. Apprezza la notorietà della marca, prodotti esclusivi ed unici.

Come si comporta:

- Ricerca occasioni che le consentano di distinguersi ed affermare la sua autonomia
- Desidera essere autonomo e tende a voler imporre il suo punto di vista

Le sue parole:

Status – Crescita – Ruolo – Prestigio – Leadership - Esclusivo
Immagine – Autonomia

Come motivarlo:

- Enfatizzare la possibilità di gestire la propria salute in modo autonomo
- Presentargli soluzioni che valorizzino il suo status o immagine
- Dargli la possibilità di sperimentare in modo autonomo nuove cure, idee e responsabilità
- Dimostrargli apprezzamento per le sue capacità

ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

ESTETICA



Il paziente con motivazione estetica apprezza la forma, la bellezza e l'armonia nelle cose e nei rapporti interpersonali. Il suo desiderio è rivolto al benessere e all'estetica, anche dei prodotti.

Come si comporta:

- Ricerca l'eleganza, l'equilibrio e l'armonia
- Appiana i conflitti
- Dimostra sensibilità e riesce a percepire in anticipo le sfumature di molte questioni
- Rispetta i sentimenti e le opinioni degli altri
- Tende a identificarsi in ciò che fa

Le sue parole:

**Piacere - Bello – Armonia – Serenità – Estetica - Assaporare
Gustare – Benessere - Equilibrio**

Come motivarlo:

- Attribuire importanza e curare l'aspetto relazionale
- Dargli la possibilità di valutare il risultato anche dal punto di vista estetico
- Prospettargli un miglioramento a livello di benessere generale

**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville

SOCIALE



Il paziente con motivazione sociale ama aiutare gli altri, è generoso, rivolge il suo interesse alle tematiche sociali, per cui il suo desiderio è verso i prodotti che rispettino la natura e l'ambiente.

Come si comporta:

- Condivide generosamente tempo, conoscenze, risorse e talento con altre persone
- Considera l'aiuto e la collaborazione importanti forme di relazione umana
- Riconosce i bisogni delle altre persone e si prodiga per soddisfarli anche senza che gli venga richiesto

Le sue parole:

**Supporto – Aiuto - Dare una mano – Servizio – Dono - Altri
Sostenibilità - Condivisione - Solidarietà**

Come motivarlo:

- Offrirgli soluzioni in cui sia possibile aiutare gli altri / l'ambiente
- Offrirgli la possibilità di incontrare e/o coinvolgere un suo familiare

**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

**DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA**

26 OTTOBRE 2019

MILANO

**HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville**

TRADIZIONALE



Il paziente con motivazione tradizionale ama vivere la vita in modo ordinato, apprezza aziende e prodotti che hanno una storia. Si affeziona a brand che offrono una vasta scelta di prodotti.

Come si comporta:

- Pensa che ci sia una modalità più idonea per portare a termine qualsiasi attività
- Ha grande rispetto verso tutto ciò che trasmette valori, storia e tradizioni

Le sue parole:

Continuità – Completezza – Stabilità – Ordine – Garanzie

Tradizione – Struttura - Regole - Giustizia

Come motivarlo:

- Metterlo nelle condizioni di vivere in un ambiente stabile e ben strutturato
- Proporgli soluzioni già consolidate e supportate da case-history e studi riconosciuti

**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville



Diego Ingrassia



**ANTIAGGREGAZIONE
PIASTRINICA:**

DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO
Via Alessio Di Toccoville