

# 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 TO CO  
Via Alessio Di Toccoville

# 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:

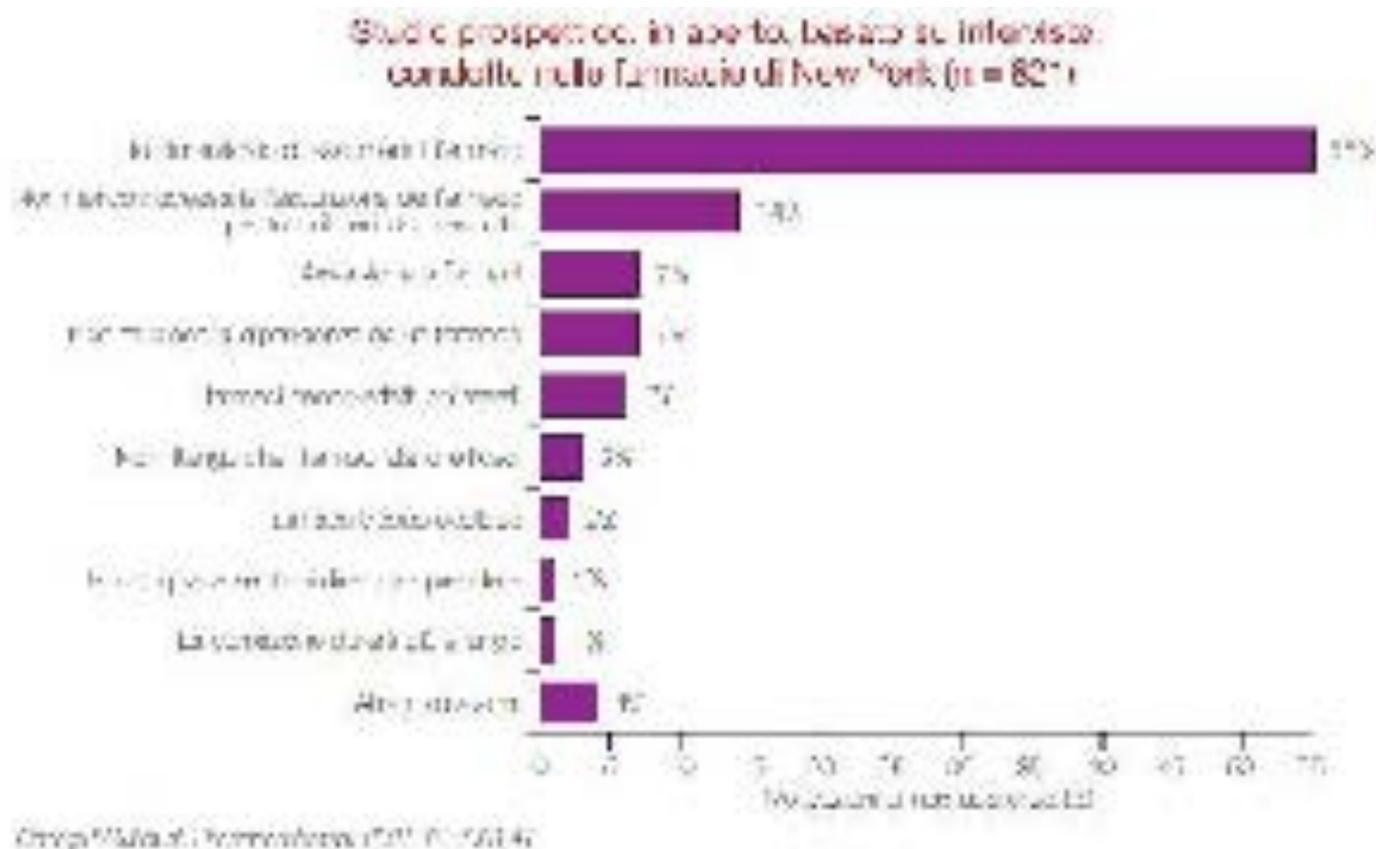
DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE  
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO  
Via Alessio Di Tocqueville

# 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

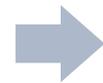
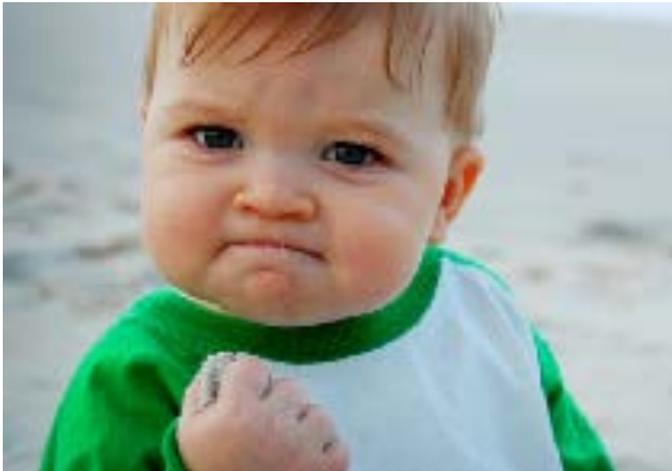
**26 OTTOBRE 2019**

**MILANO**

HOTEL TO CO  
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 TOCCO  
Via Alessio Di Tocqueville

# 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

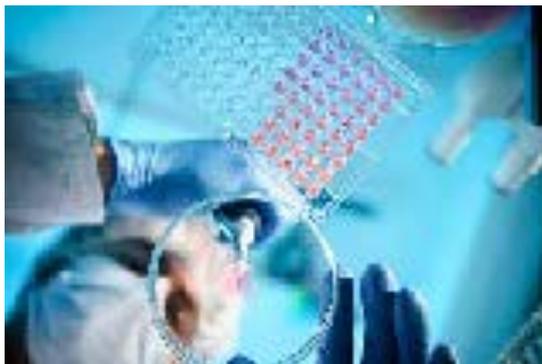
26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO  
Via Alessio Di Toccoville

# COMPRENDIAMO LE MOTIVAZIONI DELL'ALTRO?

TEORICA



UTILITARISTICA



INDIVIDUALISTICA



ESTETICA



SOCIALE



TRADIZIONALE



ANTIAGGREGAZIONE  
PIASTRINICA:

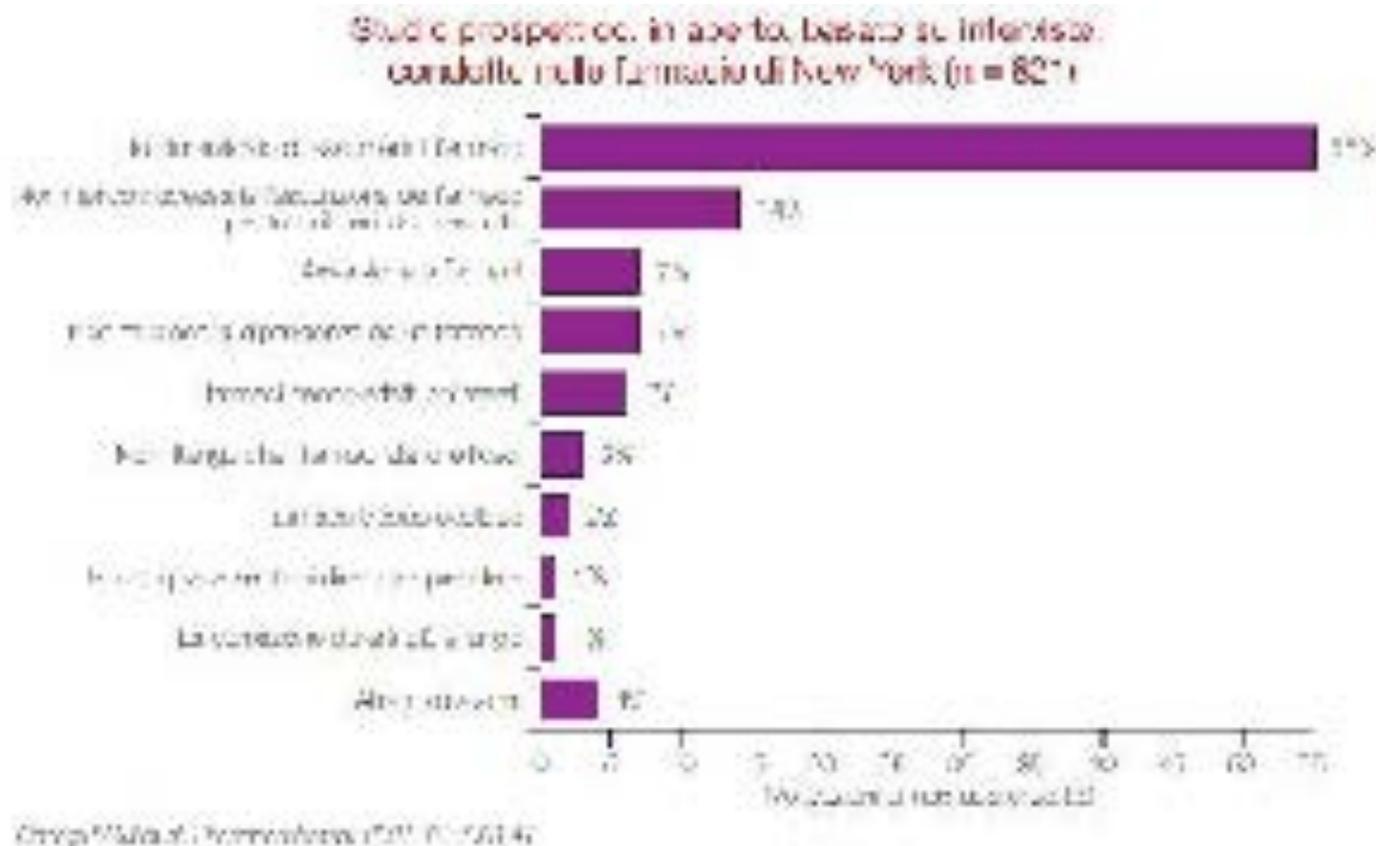
DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE  
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TO CO  
Via Alessio Di Toccoville

# MOTIVAZIONI PER LA NON ADERENZA



ANTIAGGREGAZIONE  
PIASTRINICA:

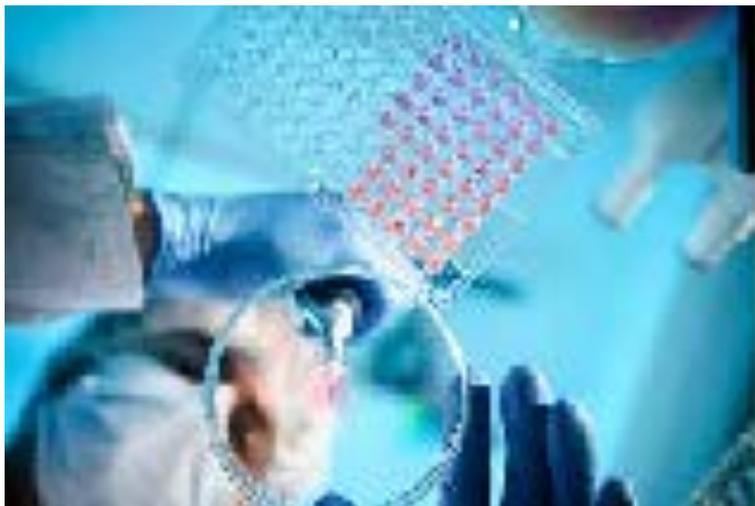
DALLA PREVENZIONE CARDIOVASCOLARE  
A QUELLA CARDIO-ONCOLOGICA

26 OTTOBRE 2019

MILANO

HOTEL TOCO  
Via Alessio Di Tocqueville

# 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 TO CO  
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 Tocqueville

# 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 TO CO  
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 TO CO  
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 un 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