

Charlie Fantechi

# Counseling: il dono di aiutare



Guida pratica per aiutare  
gli altri a vivere meglio

BRUNO EDITORE

**CHARLIE FANTECHI**

**COUNSELING: IL DONO DI AIUTARE**

**Guida pratica per aiutare  
gli altri a vivere meglio**

2

[www.dialogika.it](http://www.dialogika.it)

Tutti i Diritti Riservati

Titolo

“COUNSELING: IL DONO DI AIUTARE”

Autore

Charlie Fantechi

Editore

Bruno Editore

Sito internet

[www.brunoeditore.it](http://www.brunoeditore.it)

Le strategie riportate in questo libro sono frutto di anni di studi e specializzazioni, quindi non è garantito il raggiungimento dei medesimi risultati di crescita personale o professionale. Il lettore si assume piena responsabilità delle proprie scelte, consapevole dei rischi connessi a qualsiasi forma di esercizio. Il libro ha esclusivamente scopo formativo e non sostituisce alcun tipo di trattamento medico o psicologico. Se sospetti o sei a conoscenza di avere dei problemi o disturbi fisici o psicologici dovrai affidarti a un appropriato trattamento medico.

## Sommario

Introduzione	pag. 5
Ringraziamenti	pag. 8
Capitolo 1: Tra counseling e psicoterapia	pag. 10
Capitolo 2: Il counseling ABC <sup>®</sup> in azione	pag. 17
Capitolo 3: Cosa serve per far funzionare l' ABC <sup>®</sup>	pag. 41
Capitolo 4: Come diventare un counselor ABC <sup>®</sup>	pag. 49
Conclusione	pag. 51
Letture consigliate	pag. 56

## **Introduzione**

BENVENUTO alla lettura di questo piccolo Manuale sull'affascinante disciplina del Counseling!

Scegliendo questo breve testo hai deciso di fare il primo passo verso l'apprendimento del Modello ABC® (Approccio Breve Cinque incontri) alla cui realizzazione, implementazione e sviluppo ho dedicato oltre 13 anni di lavoro, di studio e di sperimentazione fatta su un campione di oltre 1600 persone con cui, in questi anni, ho avuto il piacere e l'onore di lavorare.

Questo Approccio può essere uno strumento importante nella tua crescita e formazione personale e in queste pagine potrai velocemente capire alcuni degli elementi che lo caratterizzano e comprendere i principi di base che lo rendono veramente straordinario.

Considera che questo è solo un resoconto sintetico delle linee guida che caratterizzano un approccio molto efficace che viene insegnato nell'ormai molto famoso Master in Counseling Breve®! In questi anni migliaia di persone sono passate da questo corso straordinario ed hanno diffuso questo Modello in ogni parte d'Italia.

Nel caso tu sia un Counselor, probabilmente saprai che proprio la precisione e l'efficacia di questo modello ha reso il Master in Counseling Breve® il corso di Counseling più frequentato e apprezzato in Italia e se sei uno dei nostri Counselor ti ringraziamo per il contributo che anche tu sicuramente avrai dato nel far propagare quest'onda di energia e possibilità. Nel caso in cui tu ancora non sia un Counselor, questo breve scritto potrà essere il primo livello di avvicinamento a questa bellissima professione di aiuto. Sarà il tuo primo manuale di istruzioni per imparare a guidare in modo efficace il cambiamento delle persone intorno a te.

Spero di poterti incuriosire attraverso queste pagine scritte con

molta attenzione e di poterti presto incontrare di persona per poter continuare questo meraviglioso viaggio insieme!

Che il tuo viaggio sia straordinario! Buona lettura!

## **Ringraziamenti**

Prima di iniziare vorrei anche ringraziare chi maggiormente ha ispirato la nascita e il perfezionamento del modello ABC®. Primo fra tutti Robert Dilts per la fraterna amicizia e la condivisione del suo immenso sapere.

Bill O'Hanlon per la sua leggerezza e la capacità di rendere semplice anche ciò che è molto complesso. Danie Beaulieu per la sua straordinaria forza e passione, unite a una sensibilità davvero unica. Giorgio Nardone per avermi insegnato la temerarietà e il pragmatismo nel guidare il cambiamento. Stephen Gilligan che mi ha insegnato come sia possibile fare ipnosi senza dire o fare niente, ma solo attraverso il potere della propria presenza. Mony Elkaim che mi ha mostrato come si possa lavorare sugli altri iniziando dal cambiare noi stessi.

Persone con le quali ho avuto il piacere e l'onore di lavorare e

soprattutto di trascorrere del tempo tra chiacchiere e ragionamenti universali, tra confidenze personali, buon vino e idee sull'umanità.

Ma soprattutto ringrazio te che, come hanno fatto molti altri, permetterai che lo spirito di questo straordinario modello raggiunga altre persone e che l'onda della speranza e della fiducia continui la sua corsa creando un mondo migliore a cui un giorno saremo fieri di appartenere.

E adesso... io non vedo l'ora d'iniziare e tu? Crescere e migliorare è lo scopo del viaggio che faremo insieme e ti assicuro che dopo questo incontro né io e né tu saremo più le stesse persone. Il tuo cambiamento è iniziato nel momento della scelta e adesso non ci resta che scoprire dove ci porterà.

Con profondo rispetto e amicizia,

*Charlie Fantechi*



## **Capitolo 1**

# **TRA COUNSELING E PSICOTERAPIA**

### **Chi è il Counselor?**

Il Counselor è un professionista della relazione di aiuto che dà un sostegno alle persone nelle fasi difficili della loro vita. Sono sempre di più le strutture pubbliche e private che si avvalgono dell'aiuto di questa figura professionale: scuole, ospedali, uffici pubblici, società sportive, aziende.

### **Che rapporto c'è tra Counseling e psicoterapia?**

Il Counseling e la Psicoterapia sono due modalità di intervento sulla persona molto diverse, esse stanno lungo un'asse progressiva che va dalla malattia alle risorse e dunque dal problema alla performance.

Potremmo rappresentare questo continuum con un grafico:



concetto molto semplice. Il counseling, infatti, è una disciplina di condivisione delle risorse all'interno di una comunità. Questo vuol dire che con il counseling le persone possono risolvere autonomamente i propri problemi senza ogni volta doversi rivolgere a un professionista della salute mentale. Inoltre queste tecniche possono essere condivise tra i pari e influire in modo consistente sul benessere di un gruppo sociale.

Tutto questo rende il counseling una disciplina straordinaria di condivisione e solidarietà

### **Cos'è il Counseling ABC®?**

L'ABC® (Approccio Breve Cinque incontri) è un approccio particolare alla persona perché non si basa su una teoria astratta della personalità del soggetto o sulle sue fantomatiche fasi evolutive, bensì sullo studio approfondito delle ricerche in materia di Counseling e relazione d'aiuto in generale. Piuttosto che partire dal contenuto dell'approccio, l'ABC® parte dal contenitore.

Strano? Non tanto, perché chi come me ha studiato a lungo tutte le ricerche in psicoterapia più recenti – e l’ho fatto per quattro anni e per otto ore al giorno lavorando come ricercatore – si rende conto che tutto può essere sintetizzato in alcuni punti:

1. Tutti (e dico tutti!) gli approcci di psicoterapia e di Counseling funzionano.
2. Ben oltre il 75% dei risultati si ottengono nelle prime 5 sedute.
3. Un altro 20% si ottiene nelle 5 sedute successive ma qui aumentano i rischi di drop-out (abbandono del percorso da parte del cliente) e di effetti collaterali.
4. Il grado di successo varia in funzione di quanto il terapeuta è sicuro del proprio approccio e di quanto ci crede.
5. I clienti che non hanno miglioramenti visibili nelle prime 5 sedute, non hanno miglioramenti neppure dopo, né con 50 né con 500 sedute.
6. Clienti di approcci lunghi tendono comunque ad avere maggiori problemi di svincolo e a presentare nuovamente gli stessi sintomi una volta che il percorso si conclude.
7. Gli approcci orientati alla soluzione si dimostrano più efficaci

rispetto a quelli narrativi o psicodinamici.

8. Gli approcci più efficaci hanno una scansione dei tempi ben precisa all'interno del percorso: questi ultimi sono caratterizzati da una fase di costruzione della relazione, un lavoro sulla parte cognitiva razionale, un lavoro sulla parte emotiva e un consolidamento delle risorse della persona che agevoli velocemente lo svincolo.
9. Gli approcci che utilizzano dei compiti tra una seduta e l'altra tendono ad avere una maggiore efficacia perché tengono il cliente concentrato sul percorso che sta facendo.

La domanda che mi sono fatto qualche anno fa è stata: che caratteristiche dovrebbe avere un approccio d'aiuto alla persona che prenda in considerazione tutti questi punti?

La prima caratteristica, che poi è quella che dà il nome all'approccio, è il fatto che deve durare cinque sedute, visto che questa è la lunghezza più efficace.

Secondo punto è che l'approccio deve essere talmente chiaro e

strutturato da dare una sicurezza indiscussa al Counselor che dovrà sentirsi in grado di gestire un protocollo che non lascia spazio all'improvvisazione e che guida il cliente passo passo attraverso il suo cambiamento personale. Inoltre è importante che l'approccio si concentri su un obiettivo che è definito dal cliente e che con l'aiuto del Counselor sia ben formulato.

Quindi con il mio gruppo di ricerca ho sperimentato veramente di tutto con sequenze lunghe, tecniche in ordine invertito e tutto quello che era umanamente concepibile da un pensiero laterale molto creativo e sono arrivato alla definizione di un modello per il Counseling che ormai risulta stabile da oltre quattro anni e può vantare una percentuale di successi altissima (oltre il 90% delle problematiche trattate) su un campione molto ampio di soggetti (oltre 1600... e che stanno aumentando ogni settimana).

Le caratteristiche che lo contraddistinguono sono dunque:

1. Cinque incontri, né uno di più né uno di meno.
2. Nella prima seduta tecniche comunicative di creazione veloce dell'empatia.

3. Tecniche di definizione dell'obiettivo.
4. Lavoro in prima seduta sul rendere più flessibili i limiti cognitivi.
5. Lavoro sull'equilibrio emotivo.
6. Definizione e potenziamento delle risorse.
7. Compiti predefiniti tra una seduta e l'altra.
8. Compito finale che rende più semplice lo svincolo.

## Capitolo 2

# IL COUNSELING ABC<sup>®</sup> IN AZIONE

### **Primo contatto: la telefonata**

Il primo contatto con un cliente avviene solitamente attraverso una telefonata di qualcuno che vi chiama perché qualcun altro, che magari vi conosce, gli ha detto che fate Counseling ABC<sup>®</sup> e che in cinque sedute potreste aiutarlo a risolvere il suo problema.

Nella prima telefonata dovete essere in grado di mostrare la vostra professionalità e infondere nel cliente una sensazione di fiducia oltre che di accoglienza. Per fare questo, almeno le prime volte, potete utilizzare semplici tecniche di ascolto, ricalco e guida.

Mentre la persona vi parla potete sintonizzarvi gentilmente con:

- il suo ritmo;
- la sua tonalità di voce;
- le parole che usa;

- le analogie/metafore che usa.

La fase della guida avviene dopo la riformulazione in cui si dice: «*Se ho capito bene allora lei vorrebbe che io la aiutassi a...*» e ripetete in sintesi i punti salienti di ciò che la persona vi ha detto cercando di usare proprio le sue parole. Questo semplice esercizio oltre a creare un'empatia immediata dà al futuro cliente la sensazione di essere ascoltato e compreso attentamente. E non è solo un'impressione quella che date visto che per ripetere esattamente le sue parole dovrete prestare un'attenzione massima a ciò che dice.

Questa tecnica, infatti, si basa su un paio di elementi fondamentali: il fatto di utilizzare lo stesso linguaggio del cliente e quindi spostarsi sulla sua mappa del mondo e anche il mettersi, attraverso la frase «se ho capito bene», nella posizione di leggera inferiorità di chi sta cercando di capire ed è disposto a impiegare un po' del suo tempo per comprendere bene prima di commentare. Tutto ciò di solito ha un effetto molto positivo sul cliente che si sente immediatamente compreso, ascoltato ed è così

più disposto a concedere la sua fiducia senza ulteriori indugi.

Nel momento in cui il cliente è soddisfatto della vostra riformulazione e voi avete capito che il problema presentato può essere di vostra competenza potete dire:

*«Ok... il Counseling ABC® può aiutarla a risolvere questo problema in cinque incontri nei quali definiremo meglio l'obiettivo e lavoreremo con tecniche precise al raggiungimento dello stesso... ok?... direi che a questo punto la cosa migliore è fissare un appuntamento...»*

Fate in modo che comunque la telefonata non duri mai più di qualche minuto per non dover iniziare a lavorare con il cliente in un momento in cui potreste non avere la giusta concentrazione e mancare di alcuni elementi importanti per una buona conduzione dei primi minuti del primo incontro che come vedremo sono fondamentali.

A questo punto vi consiglio di dare un'alternativa doppia per

quanto riguarda il giorno dell'appuntamento, e una volta deciso il giorno dare un'alternativa doppia per quanto riguarda il momento della giornata per poi essere voi a proporre l'ora. Non date più di due alternative per evitare inutili tira e molla confusivi su giorni, orari, altri appuntamenti fissati e tutto il resto. Quindi potreste dire:

*«Per lei è meglio lunedì o giovedì?»* Aspettate che la persona risponda e poi le dite: *«Meglio primo pomeriggio o più tardi?»* Aspettate la risposta... *«Ok avrei un'ora disponibile alle 18 (se la preferenza è per il tardo pomeriggio).»*

Facciamo questo non per darci delle arie ma perché spesso quando le persone arrivano al Counseling sono in uno stato di confusione e di scarsa lucidità e anche scelte piccole come l'orario dell'appuntamento possono creare disagi inutili che servono solo a connotare negativamente il vostro primo contatto. Per cui, cerchiamo di orientare velocemente la scelta per evitare fastidiose impasse e muoverci verso la seconda fase, quella dell'incontro vero e proprio ... che è anche la più importante.

## **Il Primo incontro**

È giunto il giorno del primo incontro e vi dico già che i primi dieci minuti potranno determinare se il percorso avrà successo o meno, quindi da adesso in poi si fa sul serio.

Arriva il cliente e gli aprite la porta. Stretta di mano... a proposito... come si stringe la mano? Piano? Forte? Una via di mezzo? Sapete come piace alle persone che gli venga stretta la mano? No? È facile: con la stessa forza che ci mettono loro. Quindi partite con una stretta media che allentate se sentite una stretta debole o rafforzate se sentite che la stretta è decisa. Poi dite:

*«Salve... (il vostro nome e cognome) piacere ... si accomoda un attimo? Arrivo subito.»*

A questo punto rientriamo nello studio. Ci prendiamo alcuni minuti per prepararci mentalmente all'incontro e poi quando ci sentiamo pronti torniamo in sala d'attesa e diciamo:

*«Prego ... si accomodi.»*

Questa breve attesa di un paio di minuti ha varie funzioni. Prima di tutto dà modo al cliente di riprendersi dall'eventuale affanno di scale ripide, parcheggi complicati e ansie da prestazione che spesso sono presenti nei primi istanti dell'incontro. Dà modo al cliente di aver visto la vostra faccia per qualche istante e può iniziare a farsi l'idea che siete umani e sorridenti e che non c'è niente da temere. Oltretutto costituisce una separazione rituale tra la fine della fase di arrivo e l'inizio di qualcosa di molto significativo che è il percorso di cambiamento della persona che in quel momento è la questione più importante nella sua vita.

A questo punto facciamo entrare il cliente e in un momento specifico diciamo una frase che ci fa passare dal Lei al Tu in un istante, senza resistenze.

Noi abbiamo una frase specifica che utilizziamo da anni e che i nostri Counselor conoscono molto bene per la sua straordinaria efficacia. Se volete però potete anche trovarne una tutta vostra;

l'importante è che riusciate a dare del tu al cliente fin dalle prime fasi dell'incontro.

Una volta che ci diamo del tu sarà più facile entrare in sintonia con il cliente ed utilizzare un linguaggio più diretto ed efficace. A questo punto diciamo:

*«Domanda di rito... cosa posso fare per te?»*

Utilizziamo l'espressione "domanda di rito" per assicurare il cliente che non è lui il nostro primo esperimento (anche se ognuno di voi avrà avuto o avrà un primo cliente), ma anche per creare un contesto giocoso in cui si smorzi la tensione. Oltretutto utilizziamo subito la concessione fatta dal cliente a darci del "tu".

Questa domanda stimola una risposta che è la descrizione del problema. Nel momento in cui percepiamo che il cliente sta divagando o che ha esaurito l'esposizione degli elementi fondamentali del problema ritorniamo alla domanda «cosa posso fare per te?». Questo perché abbiamo bisogno di definire i ruoli e

avere il mandato esplicito del cliente a lavorare con lui/lei. È come se gli stessi dicendo: sei consapevole che mi stai chiedendo un servizio? E che per questo servizio ho bisogno della tua massima collaborazione? Vuoi davvero che ti aiuti? Me lo lascerai fare? Ti fidi?

Se il cliente continua a divagare non rispondendo esaurientemente alla nostra domanda o non dichiarando la sua richiesta di aiuto torniamo ripetutamente alla domanda stessa finché il cliente, a volte anche solo per stanchezza, non ci dà una risposta utile. Se la persona ha dei dubbi sul fatto che lo potete aiutare, anticipatelo, dicendo: «Se non sai come posso aiutarti probabilmente non posso farlo... forse hai bisogno di qualcos'altro.» Non rincorrete mai, aspettate e quando il cliente si muove leggermente verso di voi iniziate ad allontanarvi per farvi seguire e per aumentare in lui la motivazione a farsi aiutare.

Attenzione alle frasi generiche o ambigue che sembrano chiare ma potrebbero avere svariati significati.

Se per esempio il cliente dice:

*«Vorrei stare meglio.»*

Diciamo:

*«Cosa vuol dire stare meglio? Come vorresti stare?»*

Dopo che ha esposto le sue richieste, diciamo:

*«Bene, ho capito e, sapendo tutto questo, che cosa posso fare per te?»*

Se una persona chiede di essere aiutata perché il fratello si comporta male e quindi non riesce ad avere un buon rapporto con lui, continuiamo:

*«E che cosa posso fare per te? Com'è che ti posso aiutare visto che non posso convincere tuo fratello a comportarsi diversamente? Cosa ti aspetti che io faccia per te? Cos'è che possiamo fare insieme per poter cambiare questa situazione?»*

In generale la domanda «che cosa posso fare per te?» stimola un lavoro di chiarificazione da parte del cliente che cerca di

dimostrare la propria coerenza. Oltretutto la nostra domanda ha anche importanti implicazioni tra cui il fatto che essa indica che per noi il cliente è perfetto e che abbiamo la necessità di chiedergli che cosa possiamo fare per lui, altrimenti non ci accorgeremmo del suo disagio.

È come se dicessimo al cliente: «Vai benissimo come sei e per quanto io possa vedere, non c'è niente di sbagliato in te. E forse non hai neppure bisogno di questo percorso.» Se siamo proprio noi a non vedere niente di sbagliato diamo immediatamente una suggestione positiva al cliente che probabilmente inizierà a pensare: «Come? Non ha visto il mio problema?! Allora forse non si vede che c'è qualcosa in me che non va.» È come se intanto iniziassimo un intervento di normalizzazione.

Quando viene fuori il problema e siamo soddisfatti della sua espressione chiediamo:

*«Quindi, se ho capito bene, mi stai dicendo che non riesci ad affrontare questa situazione. E questo per te è un problema. Giusto?»*

Dicendo così, “normalizziamo” il problema e comunichiamo che per noi, potrebbe essere anche normale non essere in grado di affrontare quella data situazione o che la cosa non ci sembra poi così grave. Facendo attenzione però a non sminuire la percezione del cliente del problema. In questo modo iniziamo già a intervenire allargando la cornice del problema e inserendo una visione flessibile e possibilista.

L’idea è che non ci sia un modello di normalità che dice che per essere in gamba devo saper affrontare una qualche situazione. Nello stesso tempo però è come se dicessimo: «Può essere un problema e lo capisco, nel caso lo sia e mi convinci della sua importanza nella tua vita, possiamo lavorarci insieme.»

A questo punto chiediamo:

*«Quali sono le sensazioni fisiche collegate a questo problema?  
Come ti fa sentire?»*

Poi una volta che ci ha risposto chiediamo:

*«Ci sono delle emozioni collegate a questo?»*

Poi una volta che ci ha risposto chiediamo:

*«C'è qualcosa che dici a te stesso quando questo accade?»*

In questo modo mettiamo il cliente nel vivo della situazione problematica, associandolo a tale situazione, come se in parte la sperimentasse di nuovo proprio in quel momento e chiediamo:

*«Adesso vorrei che tu attribuissi un valore numerico al disagio che provi. E cioè, su una scala da 1 a 10 dove 1 è il minimo del disagio mai provato per una situazione problematica realmente vissuta e 10 è il massimo del disagio mai provato in una situazione problematica realmente vissuta qual è il valore che dai al disagio che il problema ti provoca in questo momento?»*

Insistiamo finché il cliente non ci fornisce un valore. Questo numero ci serve per avere un'autovalutazione numerica del disagio che confronteremo con quella che il cliente effettuerà alla fine del percorso sulla stessa scala. Ci serve cioè per misurare il cambiamento senza dover lasciare tutto alla “sensazione di un miglioramento”. In questo caso abbiamo un numero, soggettivo, ma un numero. D'altronde la percezione del problema è

soggettiva e quindi anche la sua valutazione non può che essere tale.

### **La buona formulazione di un obiettivo**

Nel processo di definizione dell'obiettivo del Counseling ABC® è importante che esso abbia certe caratteristiche per non incappare in pericolosi meandri da cui è difficile uscire. Se l'obiettivo non è ben formulato, infatti, diventa difficile raggiungerlo e conseguentemente anche il percorso che faremo insieme al cliente avrà poco senso. Per questo dovrete assicurarvi che l'obiettivo abbia certe caratteristiche. Esso dovrà essere:

#### ***Espresso in positivo***

Il cliente dovrà necessariamente dirvi ciò che vuole e non ciò che non vuole. Quindi se la richiesta fosse: «Vorrei smettere di sentirmi agitato con questa persona», la vostra domanda sarà: «Se questo è ciò che vuoi smettere di fare, cos'è invece che vorresti iniziare a fare? Come ti vorresti sentire invece che agitato?» La risposta potrebbe essere: «Vorrei sentirmi tranquillo in presenza di questa persona.» Quest'ultimo è un obiettivo espresso in

positivo.

### ***Desiderabile***

Sembra strano ma non sempre gli obiettivi che i clienti portano in seduta sono cose che essi vogliono veramente. Spesso l'obiettivo presentato è desiderabile ma solo per qualcun altro come: amici, mariti, mogli, mamme e quant'altro. Quindi nella formulazione di un obiettivo dovrete essere certi che esso sia qualcosa che il cliente vuole realmente per non incappare in due ordini di problematiche: scarsa motivazione al processo di cambiamento, raggiungere un risultato che in realtà non era ciò che il cliente voleva.

### ***Possibile***

Perché un obiettivo venga raggiunto è utile che sia possibile, altrimenti vi ci vorrà davvero un miracolo per riuscire (e per questo forse saremo pronti nel prossimo libro). Per cui l'obiettivo è accettabile se è possibile, altrimenti è quantomeno inutile. Quindi un obiettivo che potrebbe essere «far tornare in vita una persona scomparsa» è comprensibile a livello umano ed emotivo

ma poco utile e anche pericoloso nel contesto del Counseling. Nel caso in cui l'obiettivo fosse questo, sarebbe utile operare un "chunking down" (suddivisione in parti più piccole) capendo come il cliente potrebbe raggiungere lo stesso stato emotivo senza dover per forza passare attraverso un evento miracoloso.

### *Misurabile*

L'obiettivo dovrà essere anche misurabile in modo specifico e con un po' di allenamento scoprirete che ogni obiettivo può essere misurabile attraverso i segni visibili del cambiamento. Per esempio anche un obiettivo come quello riportato precedentemente di «stare tranquillo in presenza di tale persona», può essere misurabile e non solo da una auto-percezione delle proprie dinamiche emotive interiori.

Qualsiasi esperienza interiore avrà comunque un correlato comportamentale esterno, fatto anche di segnali minimi, che può essere rilevato. Quindi lo stare tranquilli in presenza di una persona potrà avere dei segnali come: sorridere, parlare con le persone, gustare del cibo.

### *Autonomamente raggiungibile*

È importante che l'obiettivo sia qualcosa che dipende dal cliente e non dalla volontà di qualcun altro. E anche ciò che riguarda altri potrà essere formulato in modo che sia sotto il diretto controllo del cliente. Nel caso, infatti, che la richiesta del cliente sia quella di arrivare al punto in cui l'atteggiamento di qualcuno cambi improvvisamente, la vostra domanda sarà: «Ok e cosa puoi fare tu per fare in modo che l'atteggiamento di questa persona cambi?» In questo modo rimettiamo il cliente al centro del processo responsabilizzandolo rispetto al cambiamento proprio e del contesto intorno a lui.

### *Ecologico*

L'obiettivo dovrà essere qualcosa che preserva l'equilibrio degli elementi positivi nella vita del cliente e che nello stesso tempo gli permetta di rimanere coerente con i propri principi e i propri valori. In senso più ampio, il raggiungimento dell'obiettivo dovrà mantenere intatto l'equilibrio vitale della persona non creando nuovi problemi ma risolvendo quelli presentati in modo efficace e preciso.

Per definire i dettagli dell'obiettivo che formuliamo insieme al cliente ci avvaliamo di un'altra straordinaria tecnica introducendo un'altra parte linguisticamente magica che disintegra l'epistemologia logico-razionale del cliente proiettandolo in una terra del miracolo dove tutto è possibile. In questo territorio scopriremo quali sono i segni visibili del cambiamento, ma in modo suggestivo, puntuale e preciso. Anche questa domanda magica che crea una comunicazione ipnotica è un prodotto prezioso della nostra sperimentazione e per chi vuole apprenderla nello specifico consigliamo di farlo all'interno del nostro corso, per capirne i tempi, il ritmo e l'effetto che essa può avere su di noi.

Una volta che avremo definito l'obiettivo con le suddette caratteristiche riformuliamo il tutto attraverso la seguente frase:

*«Quindi se ho capito bene, nel momento in cui raggiungiamo il nostro obiettivo succede che ... (e qui inserite i segni visibili del cambiamento che il cliente vi ha appena fornito) e questo vorrebbe dire che il problema è risolto. Giusto?»*

A questo punto siamo pronti per la ricerca delle risorse del cliente.

### **La ricerca delle risorse**

A questo punto iniziamo a cercare una risorsa attraverso una serie di domande che sono strutturate come un albero decisionale per cui ad ogni risposta sapremo qual è il passo successivo. Dapprima cercheremo di capire se la risorsa è nel presente, in alternativa andremo nel passato o nel futuro.

Quindi la prima domanda sarà:

*«Ci sono situazioni durante la giornata in cui questo problema non si manifesta? Situazioni in cui stai bene?»*

Se la risposta è sì, vi fate dire qual è la situazione, e poi, se valutate la risorsa reale e priva di trappole, dite:

*«Bene! Facciamo una cosa! Ti alzi (nello stesso tempo ci alziamo). Ti metti davanti a me. Fai un passo avanti (o indietro a seconda della distanza da voi). Ok.»*

A questo punto procediamo con un'attività straordinaria che permette in pochi passi di modificare le convinzioni limitanti del cliente, spostandolo su una nuova e inaspettata prospettiva. E anche questa attività non può che essere sperimentata di persona.

Nel caso in cui il cliente risponda no alla domanda «*Ci sono situazioni durante la giornata in cui questo problema non si manifesta? Situazioni in cui stai bene?*» si cerca la risorsa nel passato, chiedendo:

«*C'è un momento nel passato in cui stavi bene e il problema non c'era?*»

Se la risposta è sì, ci facciamo dire qual è questo momento, e poi dite:

«*Bene ... Facciamo una cosa! Ti alzi (mentre ci alziamo).*» E applichiamo una tecnica precisa che permette di portare la risorsa nel presente, motivandolo all'azione dal futuro.

Nel caso in cui il cliente risponda no alla domanda: *«C'è un momento nel passato in cui stavi bene e il problema non c'era?»*

Diciamo:

*«Bene ... Facciamo una cosa ... Ti alzi (mentre ci alziamo).»* E applichiamo una tecnica che ci permette di costruire una risorsa immaginaria nel futuro e re-incorniciare tutta la realtà del cliente.

Se invece il problema è relazionale, e cioè un conflitto o disagio con una persona in particolare, si lavora con una tecnica in grado di modificare sostanzialmente la percezione del cliente e anche, in modo indiretto, la sua realtà esterna.

Alla fine della prima seduta assegniamo un compito paradossale. Cioè un compito in cui chiediamo al cliente, a ore precise della giornata, di esasperare il suo problema. Questo per causare nel problema stesso un cortocircuito che non gli consenta più di realizzarsi.

## **Il secondo incontro**

Il Secondo incontro è un momento importante di verifica

dell'andamento del percorso visto che gran parte delle situazioni a questo punto si sono già sbloccate ed hanno iniziato ad evolversi. Il lavoro sull'aspetto cognitivo e il compito paradossale infatti spesso sono già sufficienti a rompere quel pattern comportamentale che teneva bloccato il cliente nella situazione problematica.

Questo incontro è importante anche a livello operativo visto che è proprio adesso che ampliamo il compito assegnato e trasformiamo la peggiore fantasia in una suggestione di forza, equilibrio e sicurezza. La tecnica che utilizziamo parte dalle acquisizioni della Programmazione Neuro-Linguistica sugli accessi oculari. Sul fatto cioè che quando richiamiamo alla memoria degli eventi del passato o degli scenari immaginati, gli occhi si muovono in direzioni diverse nel caso le memorie siano visive, uditive, cinestesiche o emozionali. Per avere un'idea dei movimenti oculari può essere utile lo schema seguente:

<b>Costruzione Visiva</b>	<b>Ricordo di odori</b>	<b>Ricordo Visivo</b>
<b>Costruzione Uditiva</b>		<b>Ricordo Uditivo</b>
<b>Emozioni e Sensazioni</b>	<b>Ricordo di Sapori</b>	<b>Dialogo Interiore</b>

Studi scientifici in materia hanno dimostrato empiricamente, e vi invito a provare con amici e parenti, che quando cerchiamo di ricordare qualcosa di visivo come le tende che avete in camera rivolgiamo gli occhi verso l'alto, mentre quando ci dobbiamo ricordare un'emozione provata i nostri occhi vanno verso il basso.

Questa osservazione ha dato origine a vari utilizzi di questa conoscenza facendo in modo che, sulla base di questo, si sviluppassero tecniche di comunicazione efficace, di

persuasione e di vendita ma anche processi di riequilibrio emozionale che sono molto utili a un processo di Counseling. Infatti, sebbene il Counseling sia una disciplina che rimane sulla superficie delle problematiche personali ciò non può escludere che avendo a che fare con le persone, le problematiche presentate possano essere cognitive ma avere anche una buona parte emotiva che deve essere presa in considerazione.

Per questo una volta che si è lavorato per rendere le convinzioni limitanti più flessibili e si è introdotto l'aspetto emotivo attraverso il compito, è importante procedere a un leggero riequilibrio emozionale della persona trasformando proprio quella peggiore fantasia in qualcosa di positivo. Il positivo da solo però può fare ben poco e può funzionare solo nel momento in cui venga collegato al negativo andando ad interrompere quel pattern automatico che a un certo stimolo si attiva autonomamente aprendo sensazioni fastidiose nella persona.

Gli accessi oculari sono dunque stati usati dalla PNL anche per sviluppare, secondo il modello di Steve Andreas, una tecnica in

cui la memoria negativa di un evento venisse velocemente elaborata e digerita dalla persona ristabilendo un assetto emotivo più funzionale. Da questa tecnica abbiamo estratto ciò che poteva essere applicato al Counseling che non lavora sui traumi passati ma sulle situazioni contingenti.

I Movimenti Oculari Integrati dunque, sono un'elaborazione di tutte queste conoscenze in materia, in una tecnica che non parte da un trauma ma da una fantasia, la peggiore fantasia, e secondo un processo abbastanza schematico porta a un'evoluzione positiva della stessa in una fantasia rassicurante.

Nei tre incontri successivi si lavora sul consolidamento e il rafforzamento delle risorse del cliente. Le tecniche usate sono davvero straordinarie e difficili da spiegare se non attraverso un'esperienza diretta. Posso solo dirvi che a questo punto il cambiamento è già avvenuto e il cliente è pronto per riprendere il suo percorso di evoluzione personale!

## Capitolo 3

# COSA SERVE PER FAR FUNZIONARE L'ABC®

### **Sapere come sarà il cliente prima ancora che parli**

La cosa affascinante del comportamento umano è che esso ha proprietà *frattaliche*. Sapete cosa sono i frattali? Be' avete presente quei disegni in movimento che vedete quando ascoltate la musica al computer ecco quelli sono frattali.

Ancora più chiaro è l'esempio del caleidoscopio: piccoli pezzetti colorati che per un gioco di specchi formano un'immagine simmetrica più grande. Il concetto alla base del frattale è che, se io prendo un'unità della figura, essa sarà una micro-rappresentazione della figura più grande che messa insieme ad altre unità dà come risultato la figura stessa. Insomma la cosa bella quando si studia il comportamento e la comunicazione umana è che si possono raccogliere molte informazioni anche

prima che la persona parli dai suoi comportamenti non verbali. Ancora più interessante è il fatto che potete farvi un'idea della persona e del suo stile relazionale da alcuni elementi fondamentali prima ancora che la seduta inizi.

Di cosa sto parlando? Sto parlando del fatto che i primi minuti della seduta ci possono dare già un quadro abbastanza definito di come la persona affronta la relazione, di quanto si dimostra attiva nel processo di cambiamento e di che forma potrà prendere il percorso. L'idea è quella che i primi 5 minuti della seduta vi possono dare le informazioni che cercate basta sapere dove cercare. Ci sono 3 strumenti fondamentali attraverso i quali potete fare una valutazione dello stile della persona: la stretta di mano, e i comportamenti collegati; la velocità dell'andatura mentre va a sedersi; come si siede e i comportamenti collegati.

### **Stretta di mano: come affronta il percorso**

Sembra strano ma dalla stretta di mano di un cliente si possono già dire molte cose. Principalmente la stretta può darci un'idea dell'atteggiamento del cliente in questa fase di apertura del

percorso e fornirci alcune indicazioni utili su come modulare il nostro comportamento per una migliore riuscita dell'intervento.

***Stretta decisa e contatto oculare diretto e prolungato, corpo proteso leggermente in avanti***

È convinto del percorso scelto, vuole da parte vostra la stessa convinzione e nel momento in cui gli dimostrerete questo sarà pronto a seguirvi per tutto il percorso. Se vi vedrà tentennare c'è il rischio che prenda il controllo del percorso e che entri in "escalation" con voi sfidandovi durante la seduta.

***Stretta media con piccola esitazione, contatto oculare minimo***

Ha fatto fatica a scegliere di venire ma adesso è qui. Ha bisogno di essere guidato ma solo dopo che gli avete dimostrato comprensione e non-pericolosità. In questo caso ci vuole un po' più di tatto e gentilezza. Il rischio è che se si è troppo decisi da subito il cliente si spaventi e abbia bisogno in seguito di un'intera seduta per essere rassicurato.

***Stretta molle e tendenza ad arretrare, nessun contatto oculare o quasi***

In alcuni casi potete avere l'impressione che la persona debba essere trascinata dentro come se con la mano la doveste aiutare a salire uno scalino. In questo caso la persona è venuta con mille dubbi e timori. Il cliente va rassicurato e va riconosciuto il suo coraggio di venire a parlare di sé con una persona che non conosce per poi iniziare a guidarlo. Si può essere abbastanza decisi sempre controllando eventuali segnali di arretramento.

**Andatura e scelta della sedia**

Anche l'andatura del cliente e la modalità di scelta della sedia su cui si siederà possono darci informazioni fondamentali sulle sue caratteristiche e farci fare delle ipotesi interessanti su come affronterà e seguirà il percorso di Counseling. Esploriamo dunque alcuni atteggiamenti che il cliente può avere.

***Andatura decisa e scelta chiara della sedia***

La persona che va dritta verso la sedia su cui si vorrà sedere ci dà l'idea dell'approccio attivo con cui affronterà il percorso. Questa

sarà una persona che ha una buona motivazione al cambiamento e le idee chiare sul suo problema e obiettivo. La prima fase della seduta sarà perciò relativamente facile e riuscirete in breve tempo a negoziare i dettagli di un obiettivo congiunto.

### ***Andatura incerta e dubbi sulla scelta della sedia***

Questa è una persona che andrà guidata fin dall'inizio sia nella definizione dell'obiettivo che nella creazione di leve motivazionali che facciano in modo di costituire una spinta sufficiente alla trasformazione personale. Il cliente in questo caso sarà spesso confuso e vago rispetto ai suoi problemi e alla direzione da seguire. Troverete che proprio la mancanza di senso nelle cose che fa può essere uno degli elementi su cui dovrete lavorare più assiduamente.

### ***Andatura decisa verso una sedia e poi cambio di sedia***

Ci sono anche persone che pur essendo andati diritti verso una sedia poi cambiano idea prima o dopo essersi seduti. Questo è un tipo di cliente ancor più difficile perché vi darà l'impressione di sapere che cosa vuole ma quando lo aiuterete a perseguire quella

strada cambierà rotta in modo inaspettato e cercherà di resistere in modo evidente alle vostre indicazioni.

### **Lo stile di attaccamento e lo svincolo**

Come l'inizio della seduta può essere molto importante e darci un piccolo esempio di come il cliente imposta le sue relazioni anche la conclusione della seduta ci può dare informazioni importanti su come lo stesso reagirà alla fine del percorso. Anche in questo caso possiamo individuare alcune tipologie principali allo scopo di orientare le nostre valutazioni.

#### ***Guarda l'orologio prima della fine dell'incontro***

Questo ci può dare l'idea che sia preoccupato di non abusare del nostro tempo o di occupare lo spazio di un altro cliente. Ciò denota che il cliente è in una posizione "meta" rispetto alla seduta, quindi ha la capacità di tirarsi fuori da ciò che sta avvenendo e osservarlo dall'esterno. Ciò ci dice anche che il cliente cercherà per quanto possibile di svincolarsi nelle modalità previste dal percorso. In pratica è un buon esecutore ed è una persona che è facile da guidare anche attraverso gli esercizi.

### ***Si alza quando vi alzate voi***

Con questo cliente siete in guida. Cioè egli vi sta già seguendo e potete iniziare ad aiutarlo. Probabilmente non si trova in una posizione meta ma in uno stato di coscienza alterato che si definisce in una focalizzazione dell'attenzione sulla dinamica di coppia tra voi e lui. Questo cliente si svincolerà agilmente anche se avrà bisogno di maggiori rassicurazioni sul fatto che voi ci siete e che se fosse necessario può chiamarvi per fissare un incontro di “emergenza”.

### ***Quando vi alzate non si alza e continua a parlare***

Con questo cliente avrete maggiori difficoltà sia a chiudere la seduta che a chiudere il percorso. Noterete che questo tipo di clienti sono anche quelli con cui avete fatto maggiore fatica a costruire il rapport, a creare cioè quella sintonia necessaria a una buona relazione di Counseling. Ma una volta entrati è difficile uscirne e farli uscire. In questi casi più essere necessaria una chiusura decisa della seduta che comprende alzarsi, aprire la porta e quando è necessario uscire nel corridoio. Con questi clienti alla fine del percorso è necessario essere ugualmente decisi sulla

conclusione dello stesso e sulla data in cui vi rivedrete.

### **Apprendere questa competenza di osservazione e analisi dei segnali minimi**

Queste sono solo alcune delle decine di caratteristiche che si possono osservare della prima seduta e che diventano tutti elementi utili a rendere il vostro lavoro più completo ed efficace. L'abilità nel riconoscimento di questi piccoli segnali può essere appresa nei suoi fondamenti all'interno dei nostri corsi e poi essere applicata e sviluppata sul campo attraverso la pratica quotidiana con i clienti e una supervisione attenta da parte di un professionista.

## Capitolo 4

### COME DIVENTARE UN COUNSELOR ABC®

Per diventare Counselor ABC® non basta fare un corso. Bisogna sviluppare una pratica e una dimestichezza nel metodo che permetta di garantire la qualità del servizio che si va a offrire ai clienti. Questo lo si ottiene attraverso un percorso che parte dal Master in Counseling Breve® e che poi attraverso altri workshop tecnici si evolve in una veloce crescita personale e professionale.

Nel percorso sarai guidato da counselor esperti che saranno poi disponibili anche per supervisioni singole e di gruppo che possano garantire la qualità della tua formazione di Counselor ABC®. Essa sarà più centrata sulla tecnica che sulla teoria. Se siamo studenti di conservatorio la storia della musica è importante ma l'esercizio sullo strumento lo è molto di più.

Così per un Counselor ABC® certificato è importante conoscere

la storia del Counseling e degli approcci che hanno influenzato il modello ABC®, ma è molto più importante la parte relativa alla pratica e alla competenza tecnica acquisibile in corsi brevi orientati all'obiettivo di produrre dimestichezza su quella tecnica.

## Conclusione

Il Counseling ABC® è nato dal mio amore per le cose semplici che funzionano. Negli anni l'ho trasmesso a molte persone che mi hanno aiutato a sviluppare il modello, a rifletterci su e a modificarlo quando è stato necessario. Spero che questa stessa passione, che in tanti condividono, per l'aiuto concreto alla persona, possa diventare presto anche tua.

Come posso approfondire la mia conoscenza del Counseling ABC®?

Il modello ABC® è un approccio unico nel suo genere perciò è necessario impararlo direttamente in un contesto appropriato, quale quello che puoi trovare frequentando il Master in Counseling Breve ABC®, nel quale potrò insegnarti come aiutare gli altri con competenza ed efficacia ....

Troverai tutte le informazioni di cui hai bisogno visitando il sito:

<http://www.dialogika.it/counselingbreve.php>

oppure CHIAMA lo 02.87365520

Con l'augurio che la tua vita sia straordinaria,  
non vedo l'ora di incontrarti!

Charlie Fantechi



## **E ora tocca a te!**

Il nostro affascinante viaggio ti ha introdotto nell'appassionante mondo del Counseling ABC® e hai scoperto:

- **Cos'è il Counseling**
- **Che differenza c'è tra Counseling e Psicoterapia**
- **Cos'è il Modello ABC®**
- **Come relazionarsi al cliente.**

Le informazioni che hai trovato su questo e-book ti mostrano come è possibile acquisire competenze tecniche e comunicative molto efficaci in breve tempo e poterle usare per aiutare gli altri ad affrontare i propri disagi e a migliorare la propria vita.

## **Dialogika, la prima scuola di Counseling in Italia!**

Il Counseling ABC® è ciò che impari nei seminari di Dialogika. Ti insegneremo a condurre l'intero percorso ABC® attraverso un'ampia gamma di tecniche che si basano sulle ultime ricerche ed evoluzioni in materia di relazione d'aiuto.

Le tecniche che imparerai sono di facile comprensione e ti renderanno autonomo e già dalla fine del Master sarai in grado di iniziare a lavorare come counselor.

Ricordati che per essere un counselor non servono titoli specifici e che questo master rilascia lo stesso tipo di attestato di una scuola triennale.

Impara anche tu il Modello ABC® con il **Master in Counseling Breve®**: otto giorni per imparare il modello che ti permetterà di aiutare gli altri con successo e soddisfazione.

Per informazioni

<http://www.dialogika.it/counselingbreve.php>

Con l'augurio di poter vivere sempre le migliori opportunità che la vita ti riserva ti salutiamo e ci auguriamo di incontrarti presto.

*Dialogika Team*

## **Lecture Consigliate**

BANDLER R., GRINDER J. (1984), *I modelli della tecnica ipnotica di Milton H. Erickson*, Astrolabio, Roma.

BANDURA A. (1996), *Il senso di autoefficacia*, Erickson, Trento.

BATESON G. (1978), *Verso un'ecologia della mente*, Adelphi, Milano.

BERG I. K. et al. (1998), *Solutions step by step: A substance abuse treatment manual*, Norton, New York.

CADE B., O'HANLON B. (1993), *A Brief Guide to Brief Therapy*, Norton, New York.

DE SHAZER S. (1986), *Chiavi per la soluzione in terapia breve*, Roma, Astrolabio.

DILTS R. et al. (1998), *Convinzioni*, Astrolabio, Roma.

DILTS R. (2004), *Il Manuale del Coach*, Alessio Roberti Editore, Bergamo.

DILTS R. (2003), *I livelli di pensiero*, Alessio Roberti Editore, Bergamo.

- HALEY J. (1976), *Terapie non comuni*, Astrolabio, Roma.
- O'HANLON B., FANTECHI C. (2005), *Dire, Fare, Cambiare*, Franco Angeli, Milano.
- O'HANLON B. (1999), *Do One Thing Different*, William Morrow, New York.
- O'HANLON B. (2004), *Psicoterapia Breve: 51 metodi semplici ed efficaci*, Angeli, Milano.
- BEAULIEU D. (2003), *Eye Movement Integration therapy: The Comprehensive Clinical Guide*, Crown House Publishing.
- WATZLAWICK P. et al. (1974), *Change*, Astrolabio, Roma.
- WATZLAWICK P. et al. (1971), *Pragmatica della comunicazione umana*, Astrolabio, Roma.
- WATZLAWICK P., NARDONE G. (1997), *Terapia breve strategica*, Cortina, Milano.
- ZEIG J. (1990), *Erickson. Un'introduzione all'uomo e alla sua opera*, Astrolabio, Roma.

## EBOOK CONSIGLIATO

### [MA OBAMA HA USATO L'IPNOSI?](#)



### **Le Tecniche Segrete di Comunicazione Ipnottica dell'Uomo più potente del Mondo**

58

[www.dialogika.it](http://www.dialogika.it)

Tutti i Diritti Riservati

## EBOOK CONSIGLIATO

### IPNOSI SEGRETA



### **Le Tecniche Avanzate dei Grandi Maestri della PNL e dell'Ipnosi**

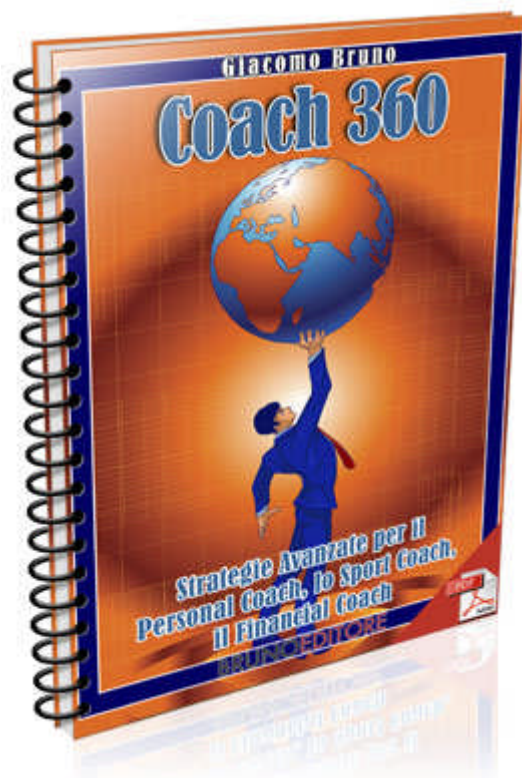
59

[www.dialogika.it](http://www.dialogika.it)

Tutti i Diritti Riservati

## EBOOK CONSIGLIATO

### COACH 360



### **Strategie Avanzate per il Personal Coach, lo Sport Coach, il Financial Coach**

60

[www.dialogika.it](http://www.dialogika.it)

Tutti i Diritti Riservati

## PROGRAMMA DI AFFILIAZIONE

**Ti è piaciuto questo ebook?**

**[Clicca qui per maggiori informazioni](#)**

**Per il Catalogo aggiornato visita il sito**

**[WWW.BRUNOEDITORE.IT](http://WWW.BRUNOEDITORE.IT)**