



Pillole di Coaching

La relazione allenatore-giocatori

Federazione Italiana Pallavolo

Dott.ssa Rosalba Romano

AREA PSICOLOGICA

Pillole di Coaching: la relazione allenatore-giocatori

Chi siamo



PROF. GIUSEPPE VERCELLI
Responsabile Scientifico

Responsabile Area Psicologica Juventus F.C.
Responsabile dell'Area Psicologica della FIS (Federazione Italiana Sport Invernali)
Consulente FICK, FIPAV FITARCO e FIBa (Federazione Italiana Badminton)
Partecipazione alle Olimpiadi come "Official" di Torino, Pechino, Vancouver e Londra come psicologo ufficiale del CONI e come consulente per le Olimpiadi di Sochi e Rio.



DOTT.SSA ALESSIA MAGLIETTO



DOTT. ANTONIO SACCO



DOTT.SSA ELISA PAGLIANO



DOTT.SSA CLAUDIA GAMBARINO



DOTT. ALESSANDRO CECILIA



DOTT.SSA ROSALBA ROMANO



DOTT.SSA VALENTINA BORLA CART

AREA PSICOLOGICA

La Psicologia dello Sport

Chi sono



- Psicologa del lavoro e delle organizzazioni, esperta in Psicologia dello Sport
- Tutor in Psicologia Sociale e in Psicologia dello Sport e della Prestazione Umana presso Università degli Studi di Torino – SUISM
- Docente per il corso di Perfezionamento in Psicologia dello Sport presso ISEF Torino
- Psicologa Attività di Base presso Juventus F.C.
- Psicologa UITIS – Nazionali Senior (Pistola e Carabina)
- Psicologa FISG – Nazionale Senior Speed Skating e Progetto di formazione Junior Pattinaggio di Figura
- Docente dell'area formazione FISJ e FIPAV
- Attività di Assessment e Formazione in diverse realtà aziendali

Pillole di Coaching: la relazione allenatore-giocatori

Di cosa parliamo oggi



IL RUOLO DELL'ALLENATORE

La fiducia

COMUNICAZIONE

Comunicazione con lo staff

Comunicazione con gli atleti:

- Feedback

- Gestione dell'errore

AREA PSICOLOGICA

IL RUOLO DELL'ALLENATORE

1

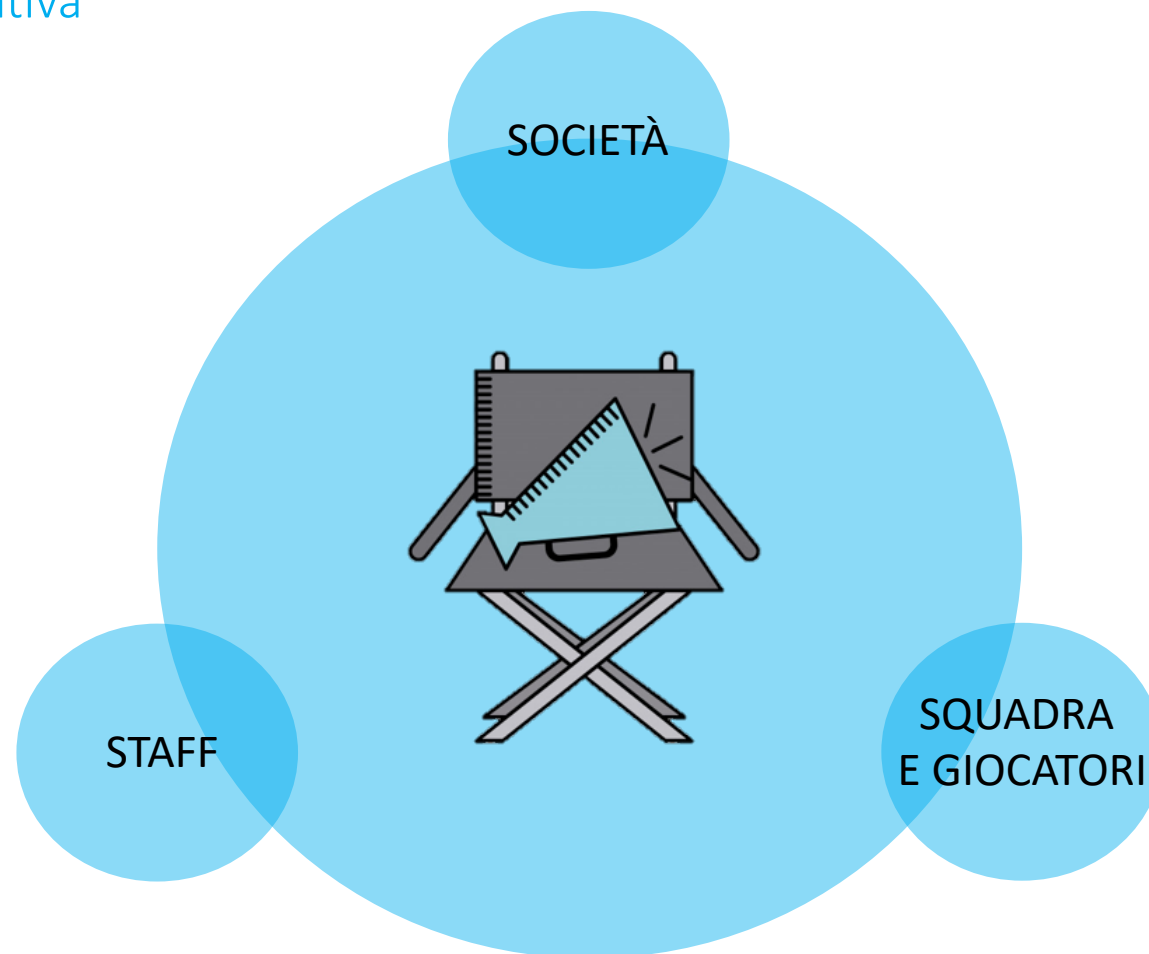


ALLENATORE = COACH

Guida per obiettivi definiti

IL RUOLO DELL'ALLENATORE

Una metafora operativa

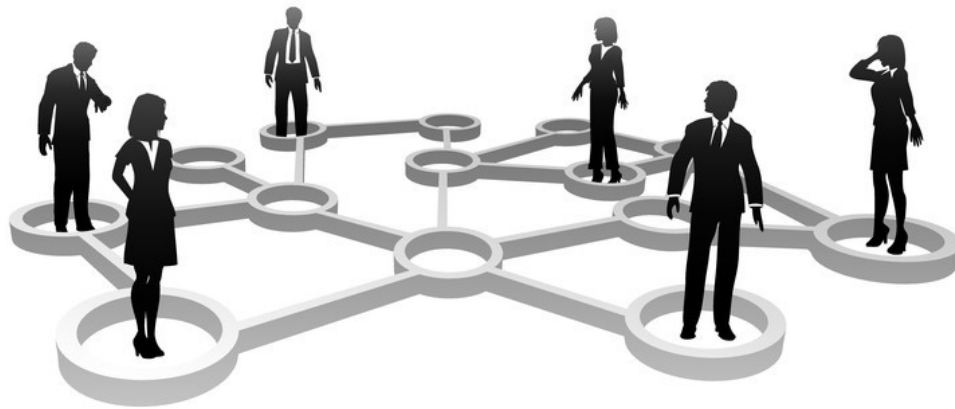


AREA PSICOLOGICA

Il ruolo del coordinatore



Il compito del coordinatore è quello di mantenere il perimetro dei ruoli:



- **Definire** bene i ruoli (no ambiguità)
- **Mantenere** i ruoli (ovvero, fare “manutenzione”) perché tendono a rimodellarsi.
- **Riscrivere** i ruoli (sulla base di esigenze condivise)



CONFLITTI

AREA PSICOLOGICA

Il ruolo del coordinatore

I ruoli chiave all'interno del gruppo

Ogni gruppo di lavoro può essere rappresentato come una serie di **interconnessioni**.

Risulta fondamentale **identificare e riconoscere diversi ruoli e stili relazionali** delle proprie risorse per poterle valorizzare.

In particolare va prestata attenzione a **due tipi di figure**.



Il ruolo del coordinatore

I ruoli chiave all'interno del gruppo

VAMPIRO ENERGETICO

Si riferisce a una **persona** all'interno o all'esterno del gruppo che (consapevolmente o meno) **agisce** nell'ottica di **'rubare' energia**.

Attenzione a quando i vampiri siamo noi.



Il ruolo del coordinatore

I ruoli chiave all'interno del gruppo

RUOLO 'OLIO'

Si riferisce a una **persona** all'interno o all'esterno del gruppo che (consapevolmente o inconsapevolmente) **favorisce** i processi all'interno del gruppo, con il risultato di **fornire energia** al gruppo stesso.



COMUNICAZIONE

2



VERSO LO STAFF

VERSO I GIOCATORI/LA SQUADRA

Comunicazione

Perché è importante?

COMUNICARE

co - mu - ni - c à - re

mettere in comune

rendere partecipe



farsi capire

LA COMUNICAZIONE «SI MISURA» **ALL'ARRIVO**



Comunicazione

Quanto comunichiamo



VOGLIO DIRE



DICO

DISTURBI



CAPISCE

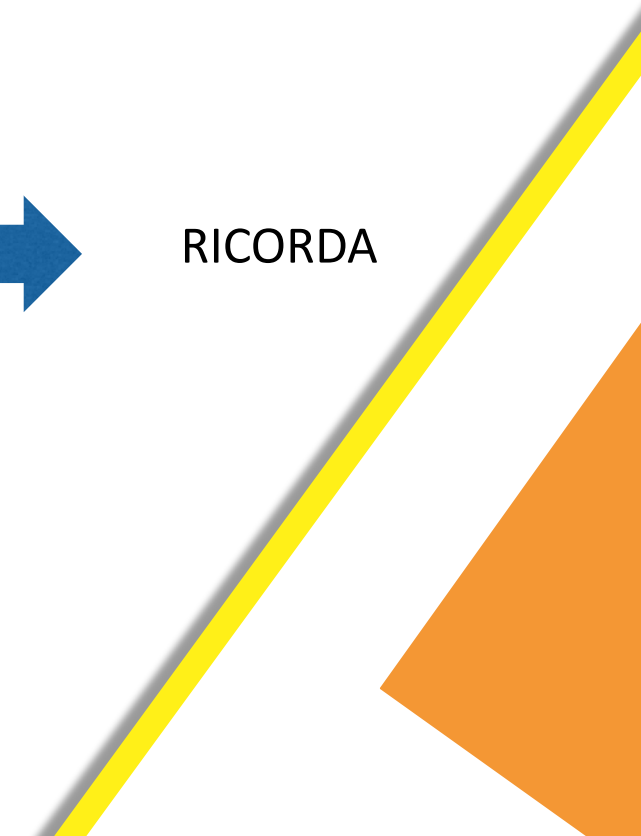
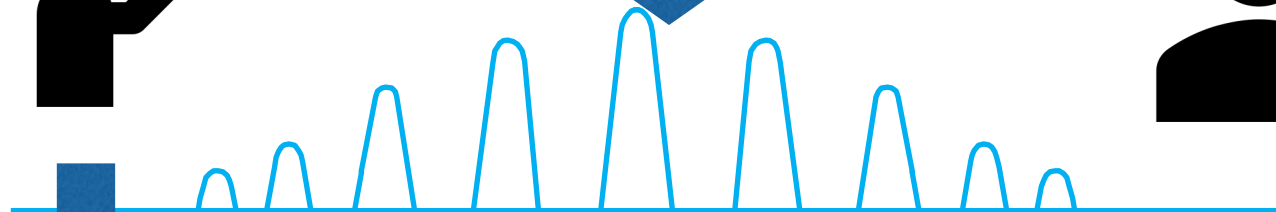


RICORDA

RICEVE

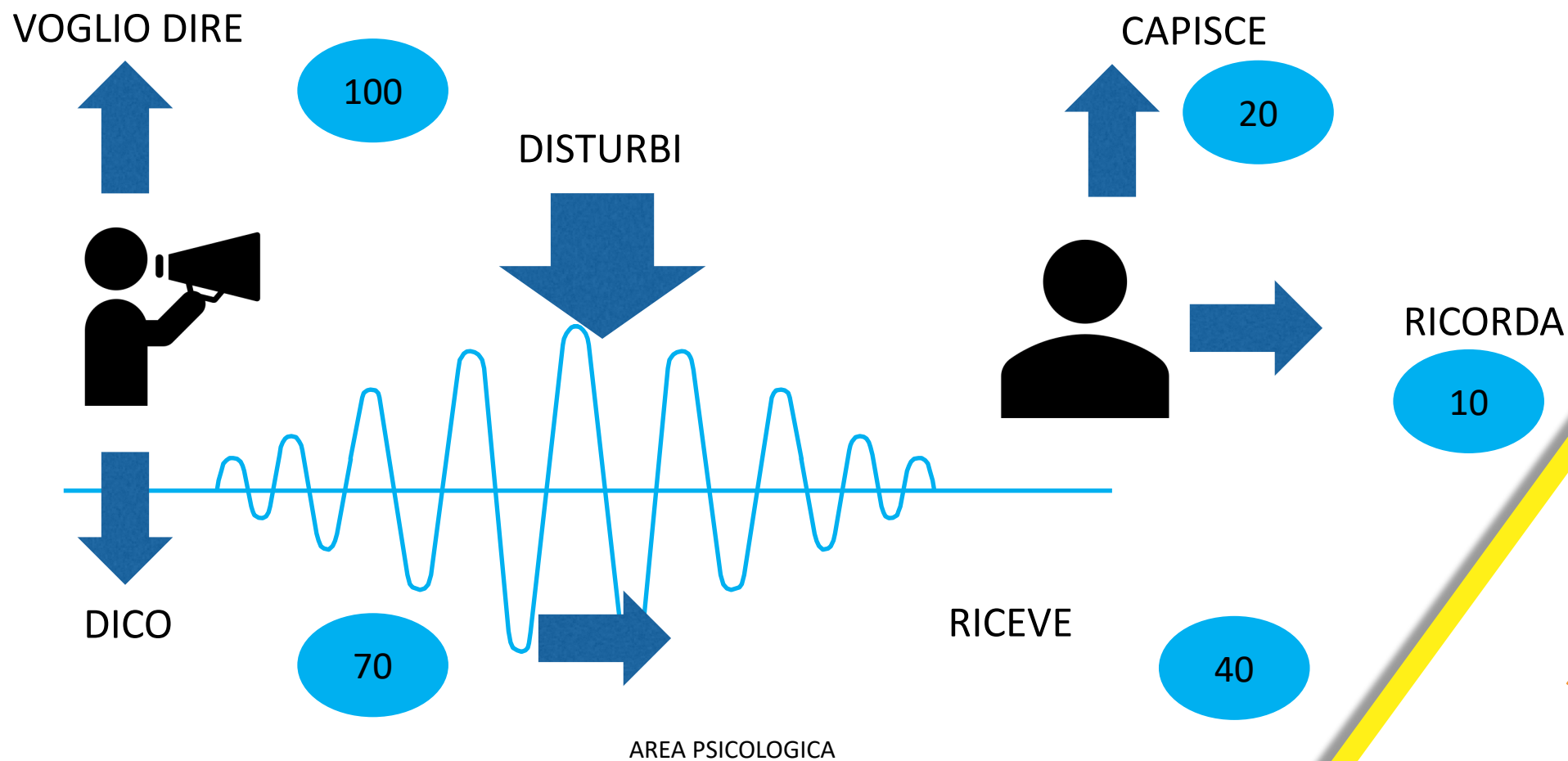


AREA PSICOLOGICA



Comunicazione

Quanto comunichiamo

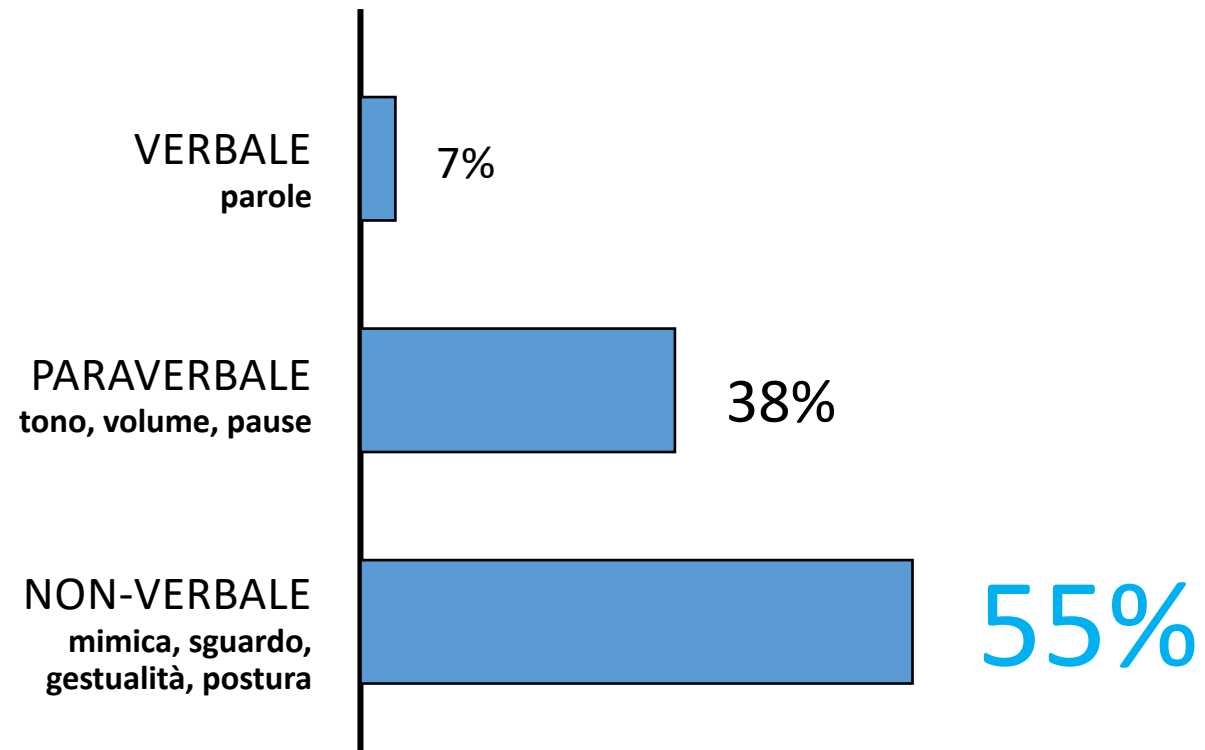


Comunicazione efficace

La Sincronia



Allenando il NON VERBALE



AREA PSICOLOGICA



Comunicazione efficace

La Sincronia



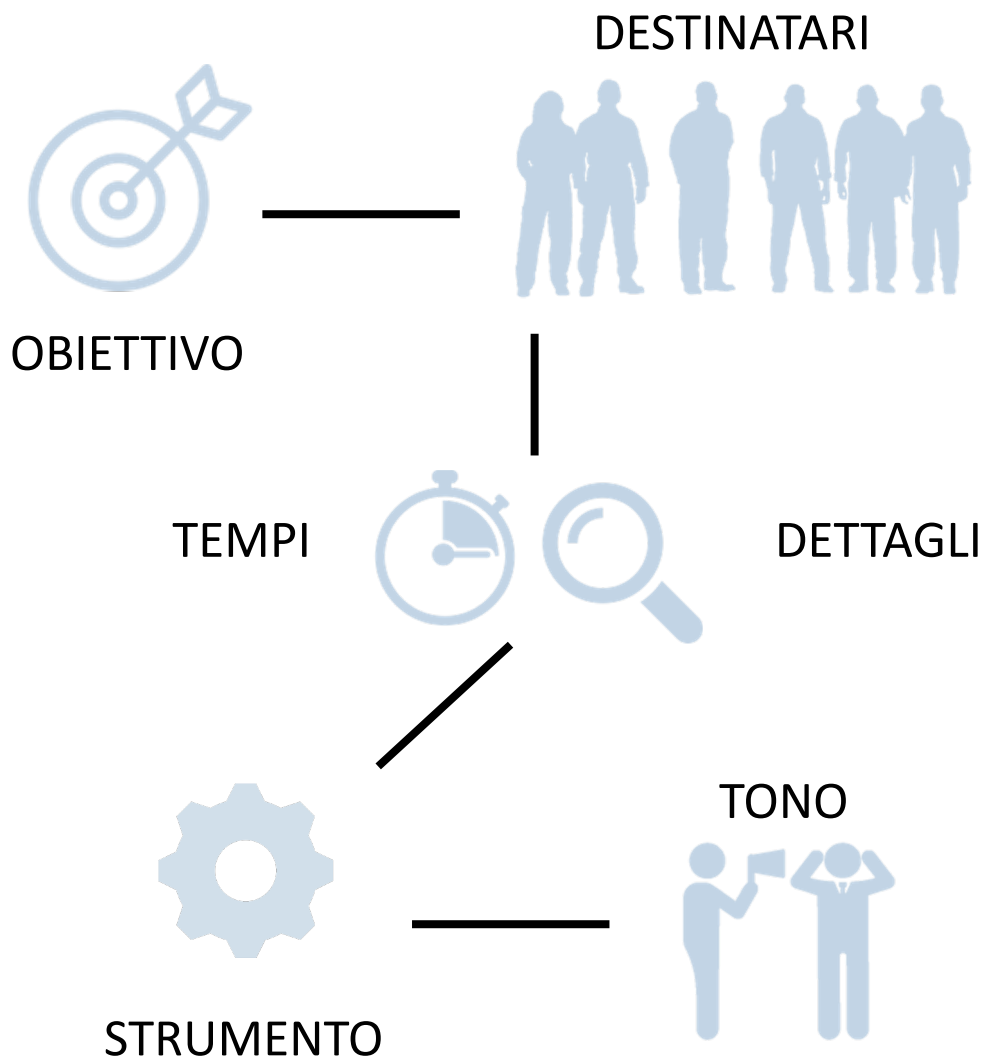
Numero di parole per frase	% di testo compreso e ricordato dopo una prima comunicazione
27	4%
15	70%
12	86%
8	94%

Concentrati
Forza Ragiona
Non Forte Aiuta
Pensa Corri Difendi
Attacca Debole Vincere
Subire Sforzati
Aggredisci Grinta
Mondi
Perdere
Gareggia

Capacità
Sincronia
Obiettivi

Comunicazione

Perché è importante?



La comunicazione è l'equivalente del
“**sistema nervoso**” del gruppo.

Bisogna quindi analizzare la comunicazione nella sua
complessità: non solo 1:1 o tutti:tutti, ma occorre
identificare un

METODO AD HOC

Comunicazione verso lo staff

Metodo: alcuni suggerimenti



1. Se devo dare feedback negativo → meglio un colloquio
2. Se sono arrabbiato → non mandare mail
3. Se ho fretta e siamo in molti → WhatsApp?
4. Se è importante il feedback → telefonare
5. Se ricevo una mail con conferma di lettura → inviarla



Comunicazione

Come fare?



OBIETTIVO

Aggirare i limiti della comunicazione
attraverso due monoidee principali

Comunicazione efficace

empatia brutale

metodo di
comunicazione

Comunicazione
concreta

Comunicazione

Comunicazione concreta



da
suggerione



Comunicazione astratta

a
convinzione



Dati reali



«Dati **concreti e immagini mentali** sono i presupposti di una comunicazione efficace»

Comunicazione

Empatia brutale



BRUTALE SUI PROBLEMI

“EASY” CON LE
PERSONE

AREA PSICOLOGICA



Comunicazione

Empatia brutale



BRUTALE CON LE
PERSONE

“EASY” CON I
PROBLEMI



Comunicazione

Empatia brutale



- Richiedi agli atleti e ai collaboratori il loro massimo
- Comunica in maniera diretta
- Prendi le decisioni che devono essere prese e spiegale
- Descrivi gli errori

parola chiave

CONSAPEVOLEZZA

BRUTALE SUI PROBLEMI

“Dai ai tuoi collaboratori **ciò che gli serve**, non ciò che vogliono”

AREA PSICOLOGICA

Comunicazione

Empatia brutale



CIÒ CHE NON SERVE FARE

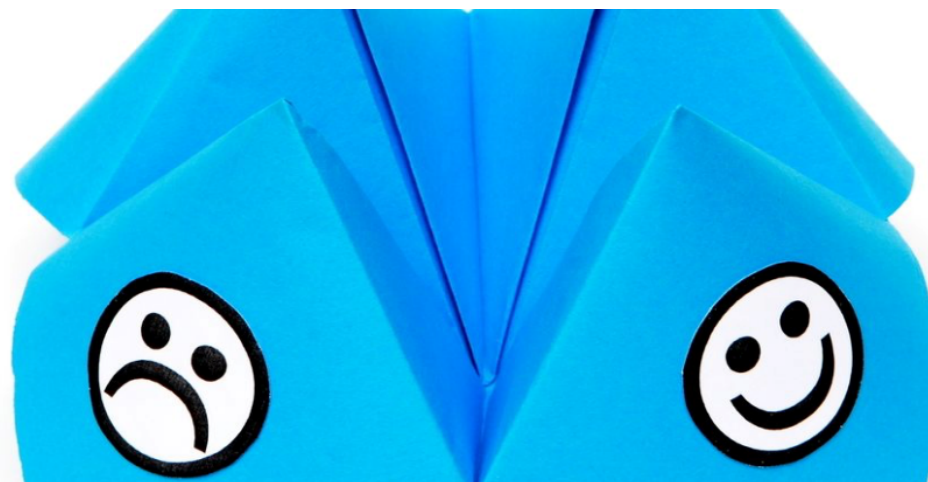
«Non è possibile che tutte le volte...»

Mi focalizzo su ciò che non va

FACCIO CIÒ CHE SERVE

«Ok, come risolviamo questo problema?»

Mi focalizzo sulle aree di miglioramento



AREA PSICOLOGICA

Comunicazione

Empatia brutale



“EASY” CON LE
PERSONE

“Le persone preferiscono essere
riconosciute piuttosto che
guidate”



AREA PSICOLOGICA

parola chiave
RICONOSCERE

- Sii cordiale
- Dimostra di avere interesse per quello che fanno
- Sii disponibile
- Sii fiducioso nelle loro possibilità

Riconoscere

La fiducia



“

In ogni cosa, la fiducia che si sa ispirare
costituisce la metà del successo.
La fiducia che si avverte è l'altra metà.

Victor Hugo

Comunicazione

Empatia brutale e l'importanza della relazione



Per poter passare dei CONTENUTI tecnici, fisici, mentali, è necessario prima riuscire a creare i corretti presupposti per la ricezione del messaggio. L'unico modo per raggiungere quest'obiettivo risiede nel lavorare sui seguenti vettori:



Comunicazione

L'ascolto attivo



Sospendere il proprio punto di vista, **lasciarsi incuriosire** e aspettare a giudicare

- fare domande
- fare verifiche di ciò che ho capito
- fare dei riassunti



COMUNICAZIONE

3



VERSO LO STAFF

VERSO I GIOCATORI/LA SQUADRA

I FEEDBACK

Autoefficacia

Definizione



Capacità generativa (che ha la funzione di organizzare elementi particolari) il cui scopo è quello di orientare le singole abilità cognitive, sociali, emozionali e comportamentali in maniera efficiente per assolvere a compiti specifici”.

A. Bandura

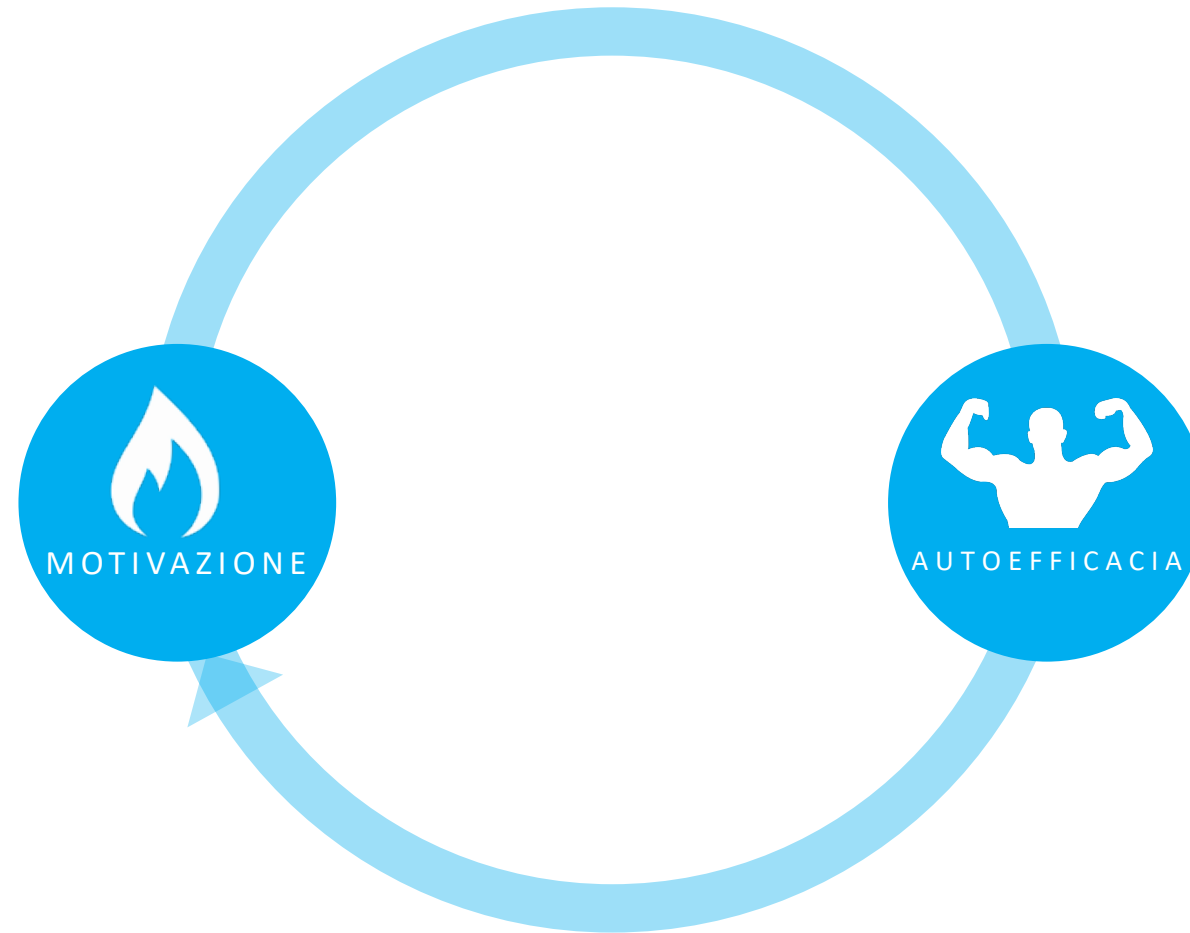
Corrisponde a quanto ci si sente **capaci di fare** un determinato compito, una determinata azione, con la convinzione di poter raggiungere un obiettivo prefissato.

Autoefficacia

e motivazione



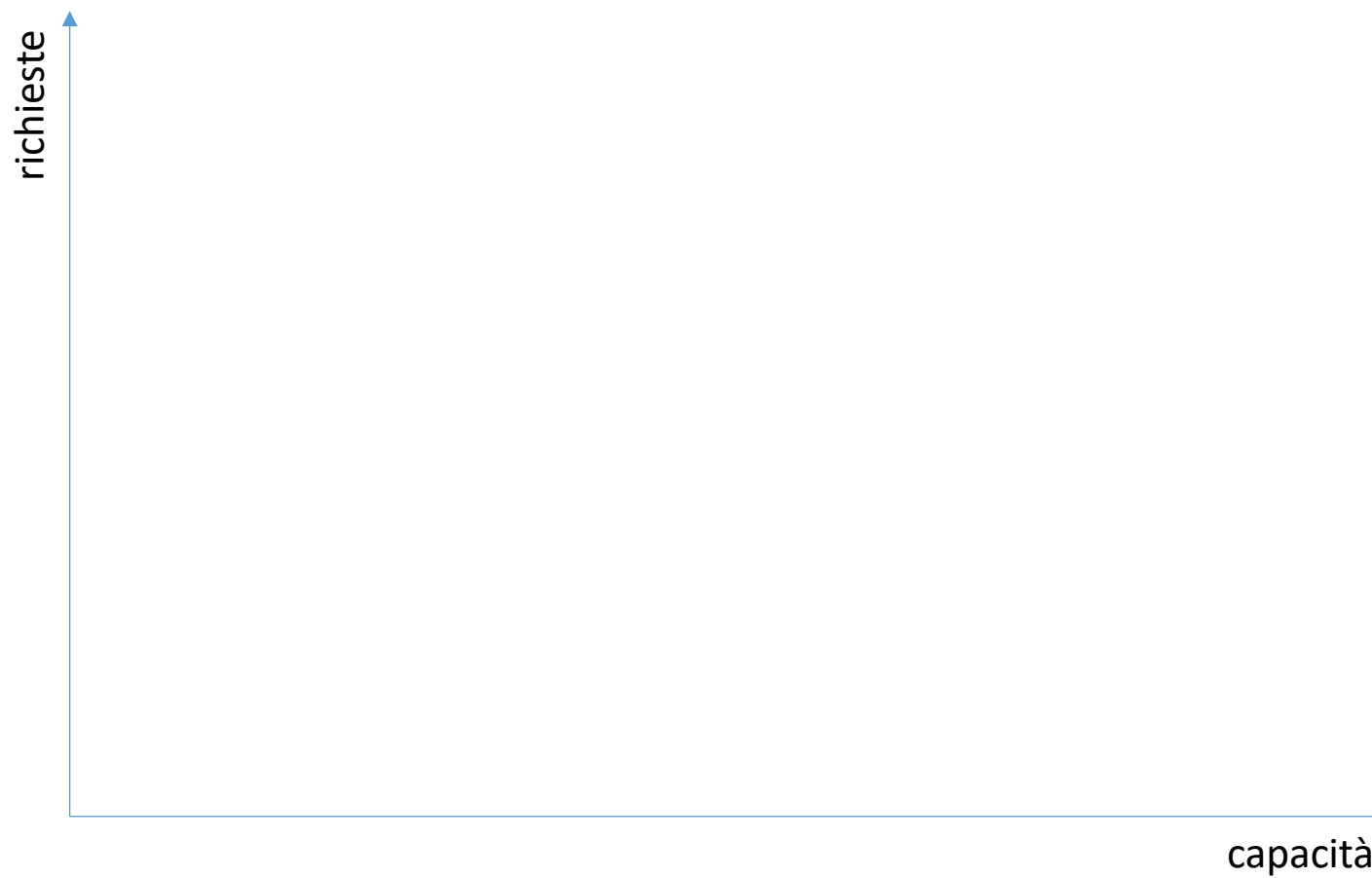
Tra attivazione
fisiologica/affettiva e
autoefficacia c'è una
relazione circolare



AREA PSICOLOGICA

Autoefficacia

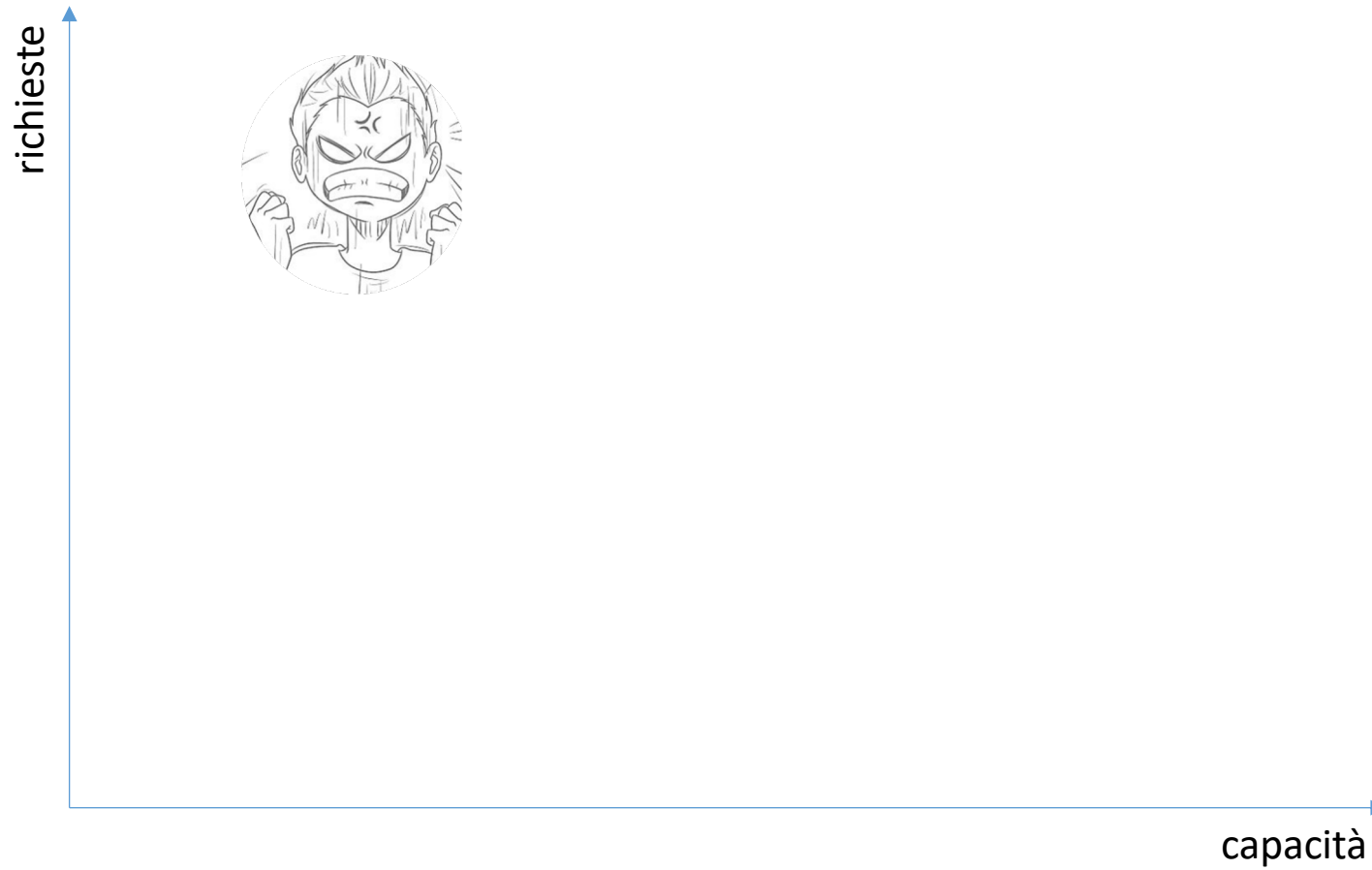
e motivazione



AREA PSICOLOGICA

Autoefficacia

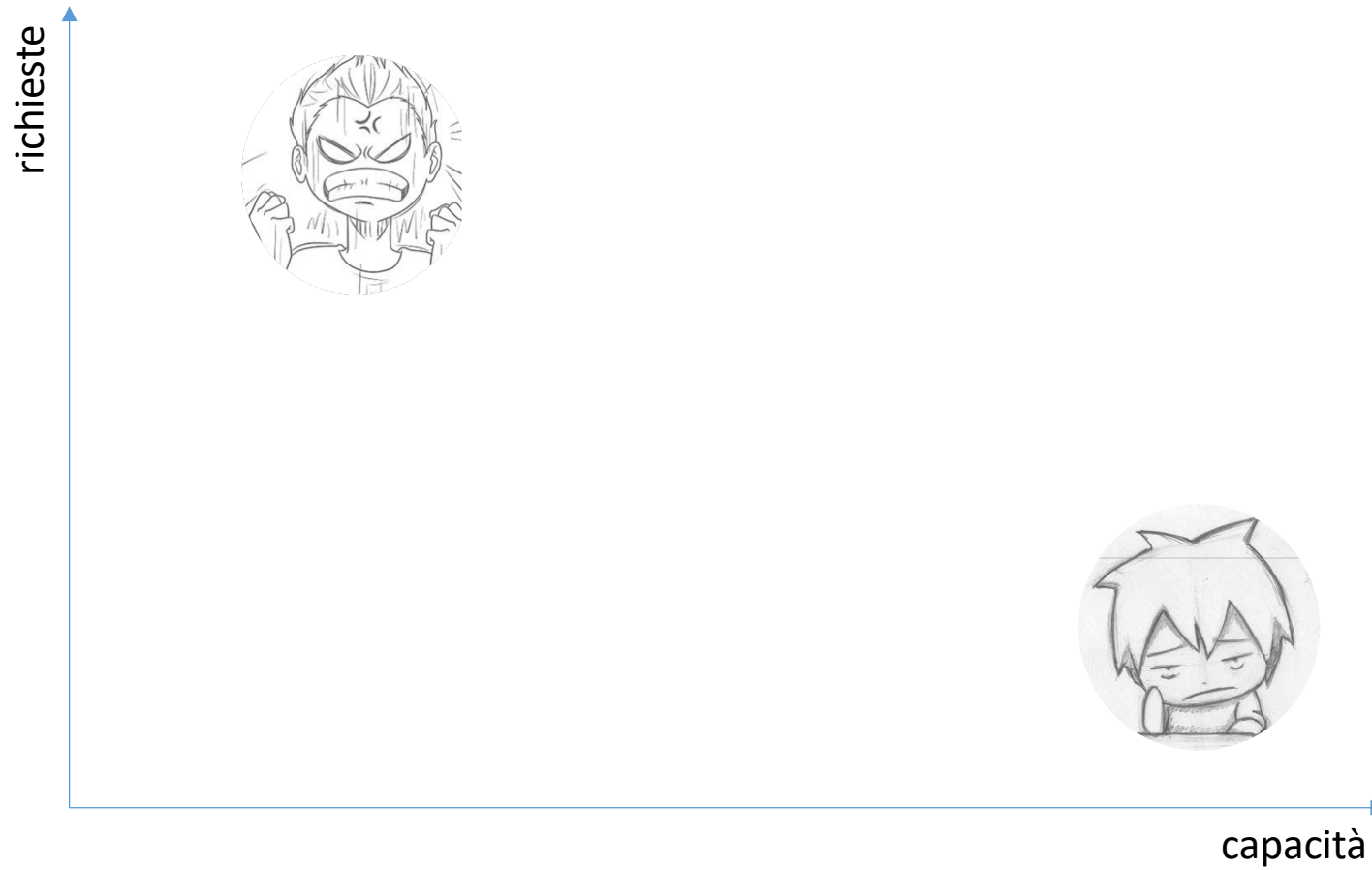
e motivazione



AREA PSICOLOGICA

Autoefficacia

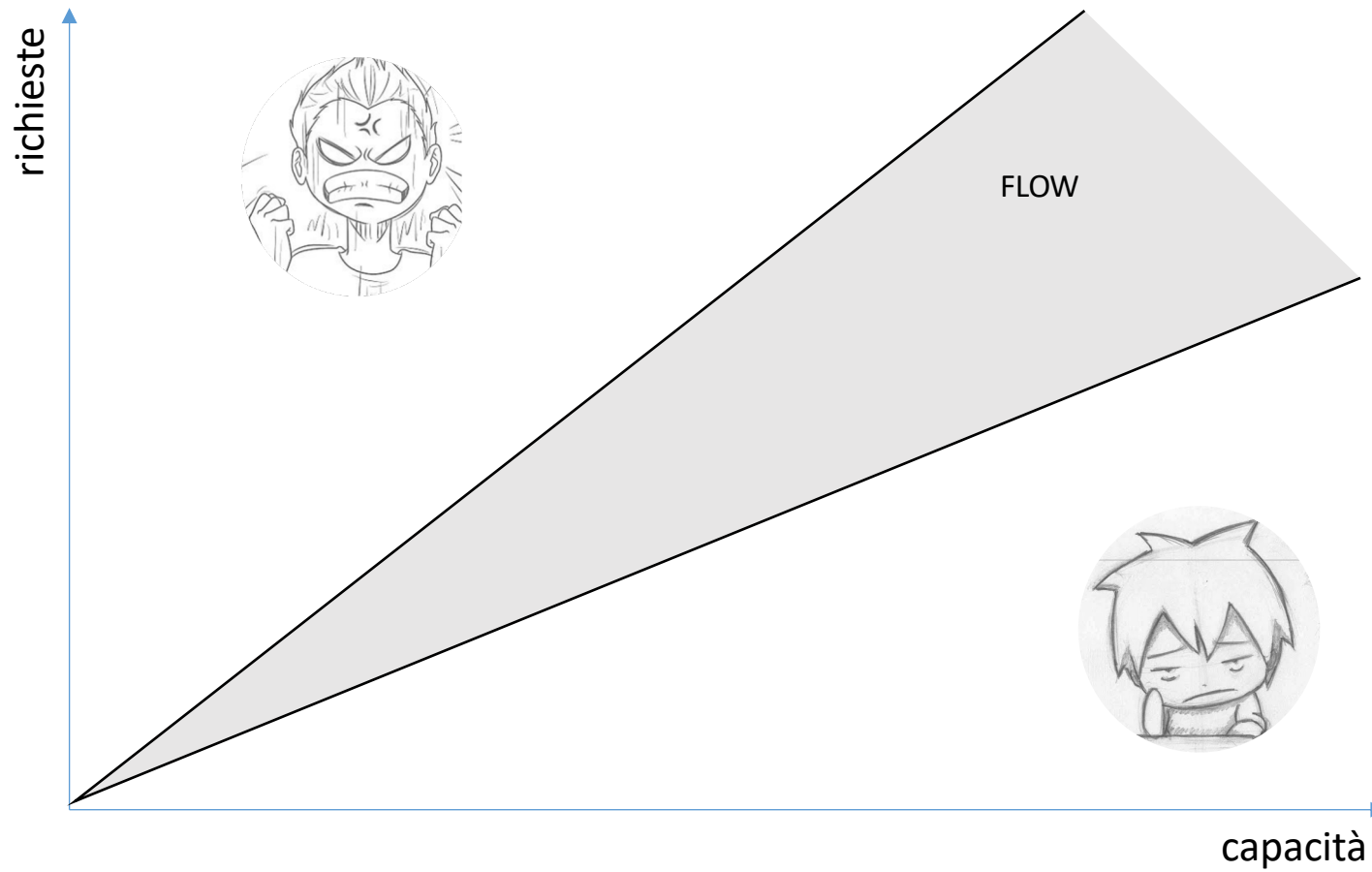
e motivazione



AREA PSICOLOGICA

Autoefficacia

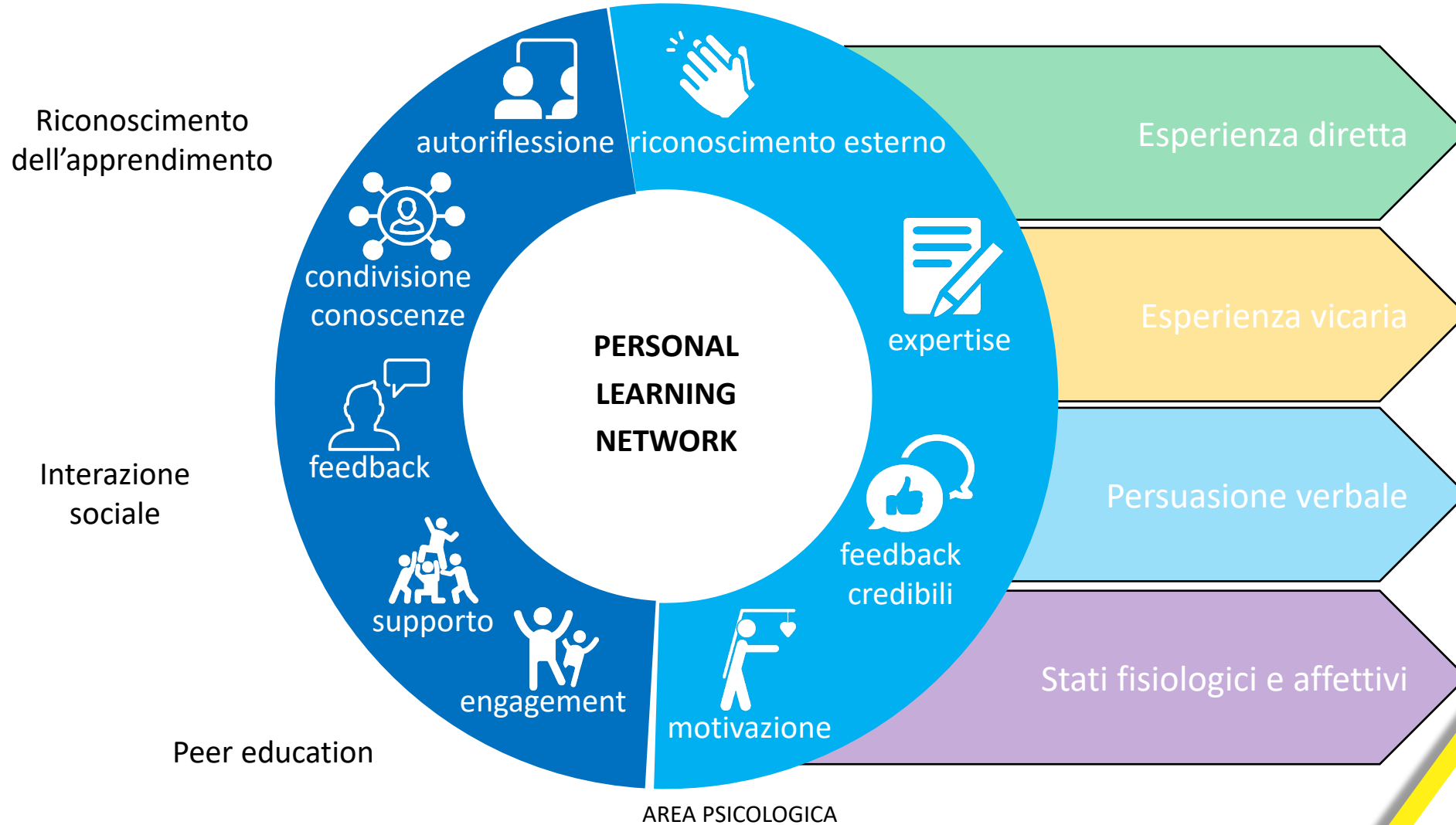
e motivazione



AREA PSICOLOGICA

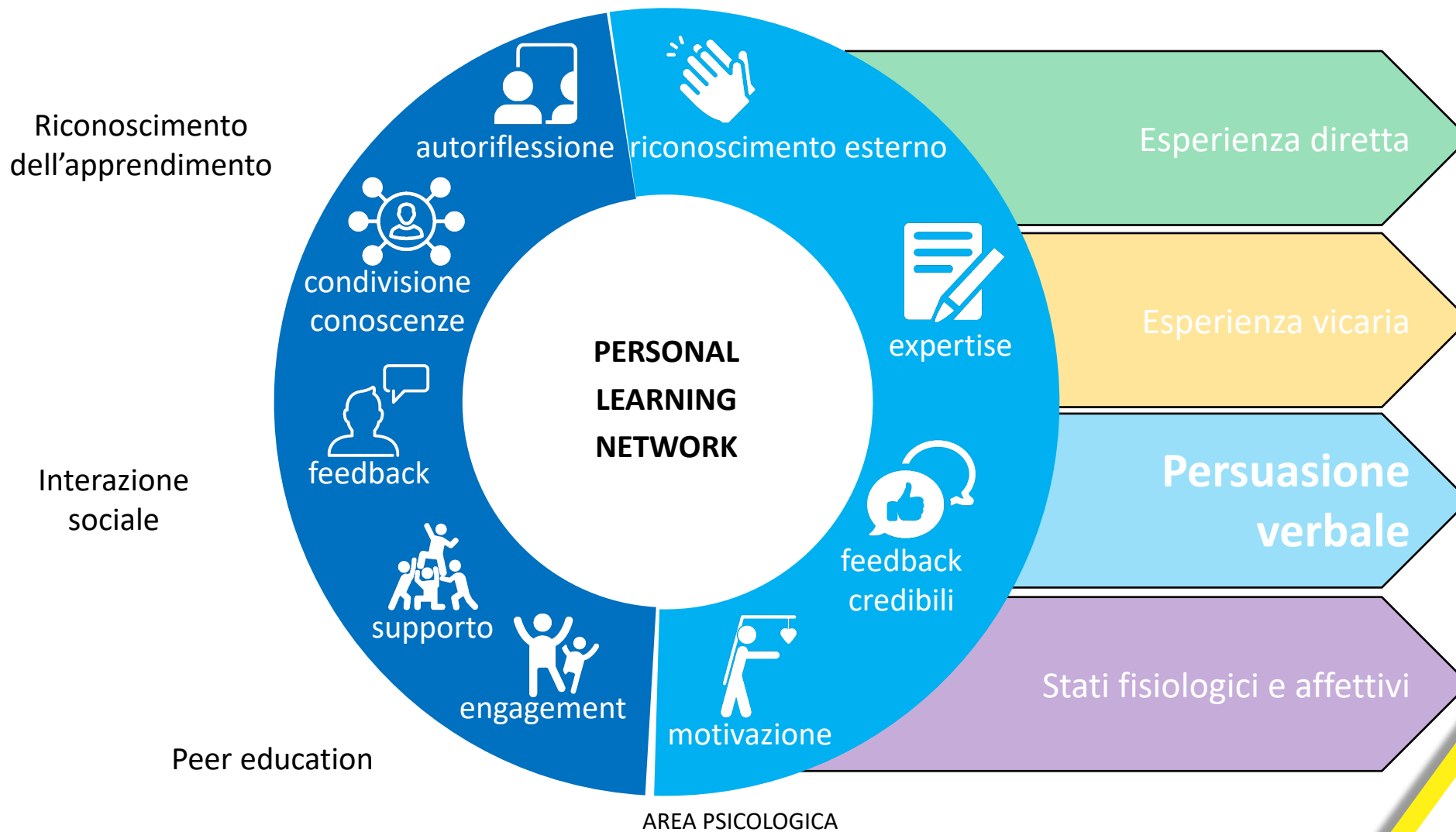
Autoefficacia

Le 4 fonti



Autoefficacia

Le 4 fonti



Autoefficacia

Le 4 fonti

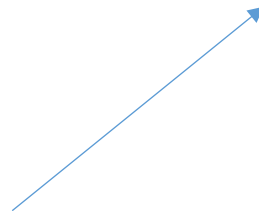


DIALOGO INTERNO

Feedback interni

Tutto ciò che il performer si dice e pensa nel momento della prestazione.

PERSUASIONE VERBALE



FEEDBACK ESTERNI

Tutto ciò che viene riportato come indicazione, valutazione o consiglio dall'esterno (anche non verbali)

Autoefficacia

Le 4 fonti



≠ ELEMENTI

= REGOLE

DIALOGO INTERNO

Feedback interni

Tutto ciò che il performer si dice e pensa nel momento della prestazione.

FEEDBACK ESTERNI

Tutto ciò che viene riportato come indicazione, valutazione o consiglio dall'esterno (anche non verbali)

I feedback

...e l'autoefficacia



Letteralmente = ritorno di segnale

Sono i rimandi e i commenti che vengono fatti all'atleta (o a voi stessi)

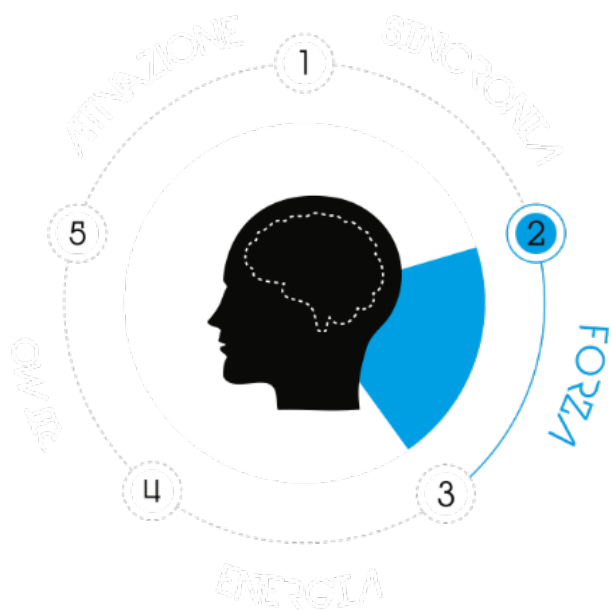
Se utilizzato in maniera corretta è un potente strumento di “**crescita**” personale e professionale.

I feedback

...e l'autoefficacia

Letteralmente = ritorno di segnale

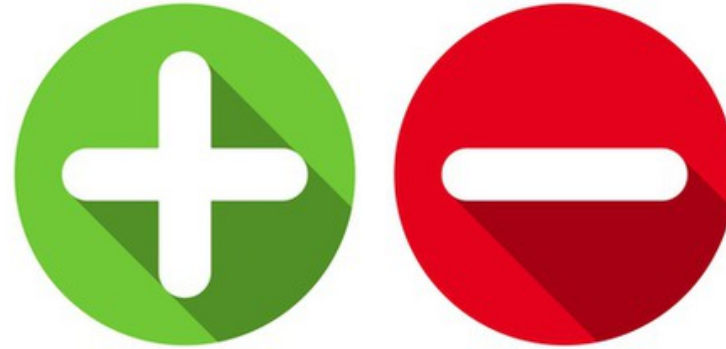
Sono i rimandi e i commenti che vengono fatti all'atleta (o a voi stessi)



Se utilizzato in maniera corretta è un potente strumento di “**crescita**” personale e professionale.

I feedback

Tipologie



Due **tipologie**:

- positivi (elogi, complimenti, rinforzi)
- negativi (critiche, critiche costruttive)

Due **dimensioni**:

- specifico o generico

I feedback positivi



Incondizionato/Generico

Ottimo lavoro!
Grande partita oggi!
Sei il miglior ricevitore della squadra!

LARGO

Condizionato/Specifico

Sei stata attenta ai movimenti di banda su quell'attacco lungo linea
Buon movimenti di copertura sul muro a 2!
Cosa hai fatto per ottenere quel risultato? [...] Ok!"

STRETTO



I feedback positivi

Effetti



Incondizionato/Generico

Gioia e energizzazione
Autostima (“io valgo, io mi piaccio”)
Simpatia verso l’interlocutore
Clima positivo nel gruppo

Condizionato/Specifico

Consapevolezza e rinforzo dei comportamenti
Stima e fedeltà verso l’interlocutore e il gruppo
Consapevolezza di cosa funziona e del processo

LARGO

STRETTO



AREA PSICOLOGICA

I feedback positivi

Come fornirli



FEEDBACK POSITIVI...COME FORNIRLI

- ▢ Sottolineare aspetti specifici della prestazione realizzata
- ▢ Focalizzarsi sui miglioramenti ottenuti
- ▢ Attribuire il progresso alle capacità personali (richiamando anche altre esperienze di successo della persona)
- ▢ Trasmettere la concezione che le capacità sono acquisibili

I feedback negativi



Incondizionato/Generico

Ti sembra una ricezione?
Sei negato per le sfide che contano
(Silenzio ...)

LARGO

Condizionato/Specifico

Attento alla posizione delle mani sul
muro.
Sull'ultimo attacco hai staccato con
un istante di ritardo.

STRETTO



I feedback negativi

Effetti



Incondizionato/Generico

Condizionato/Specifico

Rabbia
Paura, impotenza e paralisi
Depressione
Disistima di sé e degli altri
Conflittualità e competizione

Consapevolezza di cosa non va e cosa
si dovrebbe fare
Apprendimento
Responsabilità
Fiducia nel professionista

LARGO

STRETTO



AREA PSICOLOGICA

I feedback negativi

Come fornirli



FEEDBACK NEGATIVI...COME FORNIRLI

- ▣ Focalizzarsi sul fatto (passato)
- ▣ ...e mostrare o chiedere il comportamento alternativo corretto (futuro)
- ▣ Attenzione: evitare parole come "sempre.... mai... tutto... niente... ogni volta... tutte le volte... sei... non sei..."

I feedback

Alcune attenzioni



ATTENZIONE A EVITARE



NON

DEVO

AREA PSICOLOGICA

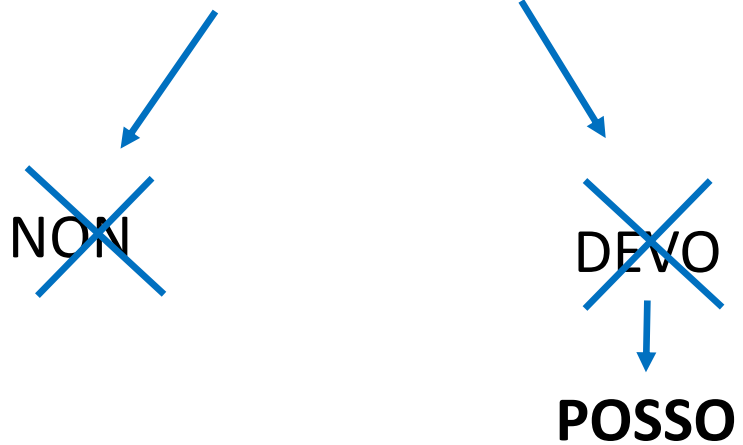


I feedback

Alcune attenzioni



ATTENZIONE A EVITARE



AREA PSICOLOGICA

LA GESTIONE DELL'ERRORE

3



Che cos'è l'errore?

L'errore

Una definizione utile



L'ERRORE è un'**informazione** per migliorare

Si descrive, ma non si giudica. Perché le cause dell'errore possono essere molte di più di quelle che immaginiamo.

Gestire l'errore con un panino

Il feedback a panino



Indipendentemente dal risultato ottenuto, insegnare ai nostri atleti a ragionare in termini di prestazione.



FEEDBACK POSITIVO
«Oggi sei stato bravo a...»

**FEEDBACK NEGATIVO
STRETTO**
«La principale area di
miglioramento è stata...» «in
allenamento dovremo
quindi...»

FEEDBACK POSITIVO
«Però sei stato efficace nel...»

AREA PSICOLOGICA

Gestire l'errore con un panino

In sintesi



CONCETTO CHIAVE: **RISPETTARE I «TEMPI»**.

Se l'atleta non è in grado di ascoltare in modo attivo = non è il tempo giusto.

1. NON GIUDICARE, MA DESCRIVERE (*anche in caso di «successo»*)

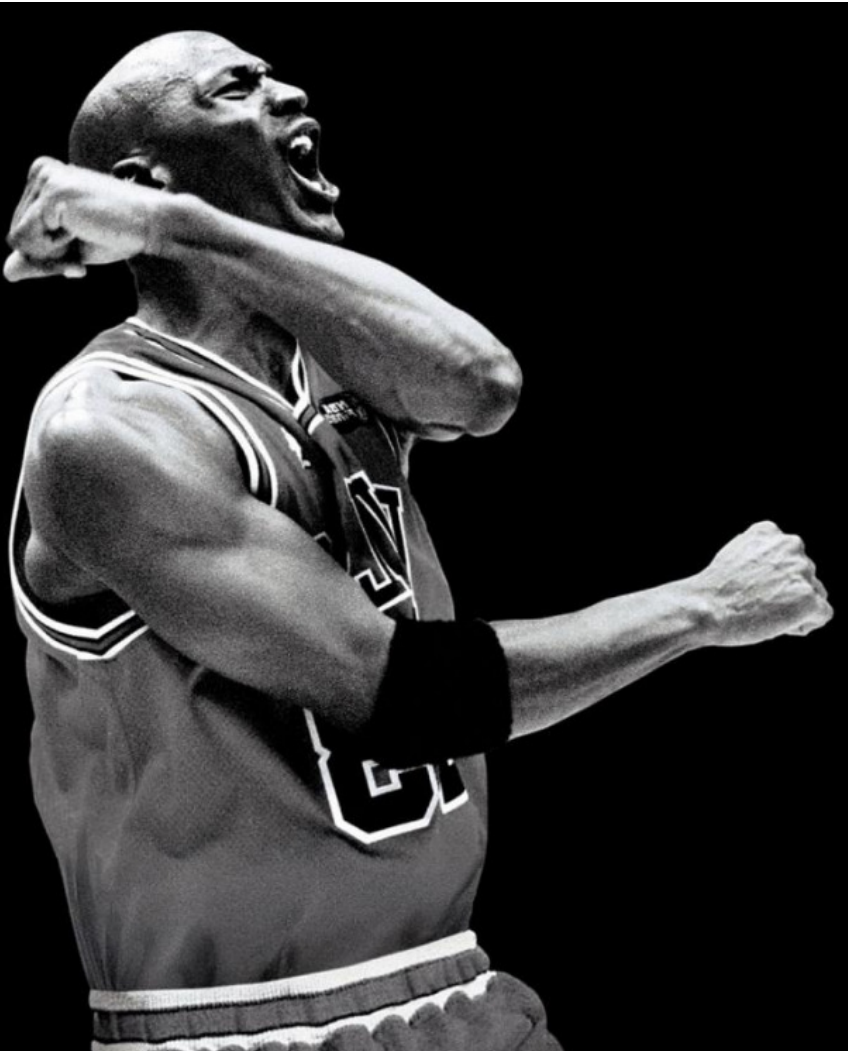
- (*Se possibile*) chiedere direttamente anche all'atleta.
- Descrivere e riassumere in maniera sintetica quanto accaduto.

2. ERRORE = INFORMAZIONE

- Sottolineare anche ciò che è andato bene.
- Rimandare il discorso approfondito a un momento successivo.

Gestire l'errore

...per capitalizzarlo

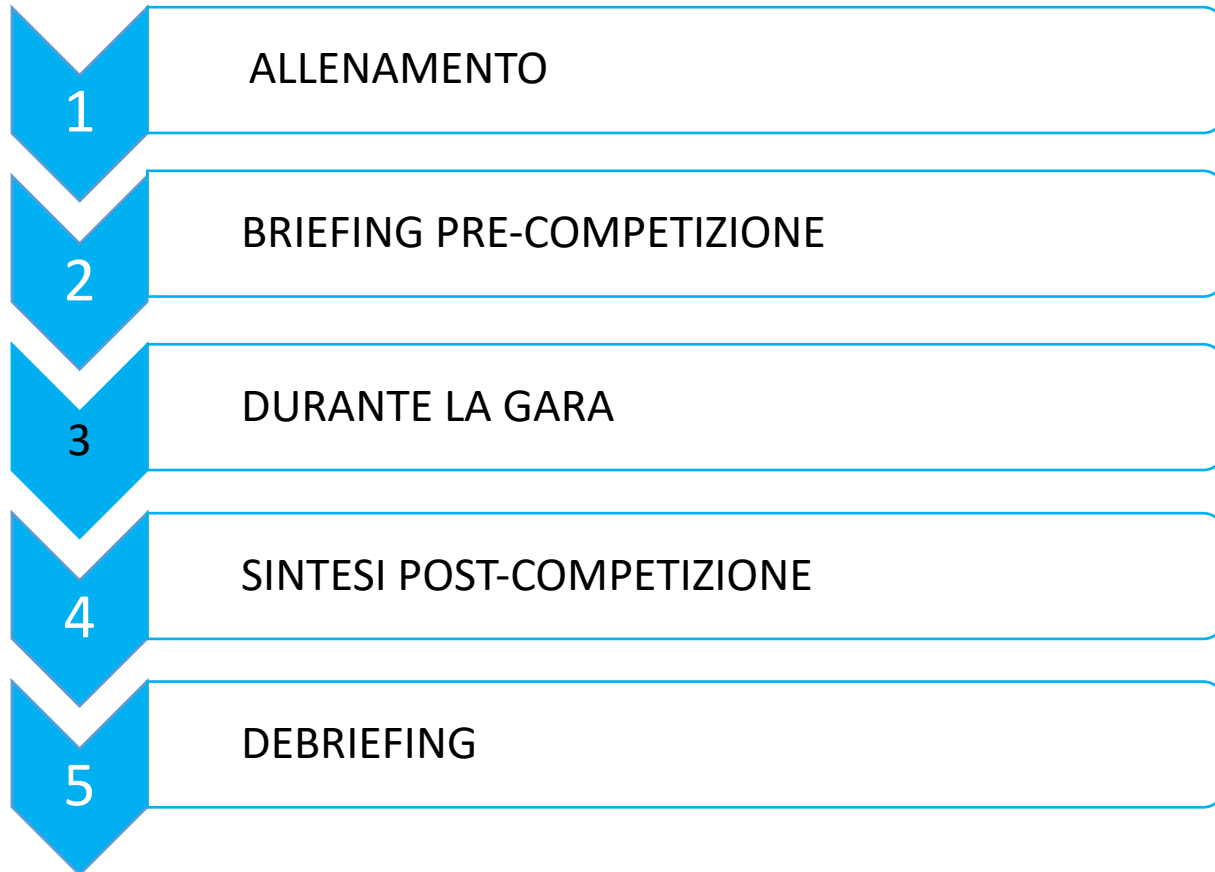


Ho sbagliato più di 9000 tiri nella mia carriera. Ho perso quasi 300 partite. 26 volte, mi hanno dato la fiducia per fare il tiro vincente dell'ultimo secondo e ho sbagliato. Ho fallito più e più e più volte nella mia vita.

Ed è per questo che, alla fine, ho vinto tutto

Michael Jordan

Quando capitalizzarlo?



AREA PSICOLOGICA

Quando capitalizzarlo?

Primo allenamento dopo la partita

È in questo momento che è più efficace fare un'analisi approfondita dell'errore.

- Analisi video, se possibile.
- Far partecipare l'atleta all'analisi dell'errore, facendo domande (cosa hai sentito?, quale errore hai commesso?, cosa potevi fare per rimediare?).
- Focalizzarsi sui FATTI (passati).
- Dire cosa è andato male, ma anche cosa ha funzionato.
- Definire cosa fare per il FUTURO (aree di miglioramento e obiettivi futuri).



Quando capitalizzarlo?

Primo allenamento dopo la partita

Un esempio

INDIVIDUALE

«Cosa sei riuscito a fare bene? Perché?»

«Cosa hai sbagliato invece in partita? Perché?» (individuale)

«Cosa avresti dovuto fare invece? Cosa è mancato?»

DI SQUADRA (eventualmente)

«Quali obiettivi abbiamo raggiunto? Cosa ci ha permesso di farlo?»

«Cosa abbiamo sbagliato in partita? Perché?»

«Cosa avremmo dovuto fare invece? Cosa ci è mancato?»

Rispondere alla domanda: «Cosa possiamo imparare da questi errori?»

Pillole di Coaching: la relazione allenatore-giocatori

In sintesi



AREA PSICOLOGICA

Pillole di Coaching: la relazione allenatore-giocatori

In conclusione



DOMANDE?

AREA PSICOLOGICA



Grazie per l'attenzione

rosalba.romano@psycosport.com

giuseppe.vercelli@unito.it

www.psycosport.com

www.sferacoaching.com

www.giuseppevercelli.com

AREA PSICOLOGICA