

INTRODUZIONE

La pagina “CHI SONO” è sovente la pagina più visitata di un sito web, ed è forse la più difficile da scrivere. Deve comunicare la tua “autorevolezza” nel tuo campo e dare sicurezza ai lettori. Deve parlare di te, ma anche parlare al visitatore in modo che ti percepisca come colui che potrebbe aiutarlo a migliorare qualcosa – e/o a risolvere i suoi problemi.

Un buon primo passo è che tu abbia una **buona conoscenza delle tue capacità**. Guardarti dall'esterno e riconoscere i tuoi punti di forza.

In genere, le persone non restano molto tempo su questa pagina. Occorre che ti concentri a scrivere l'essenziale, senza dilungarti troppo. In questo articolo voglio indicarti un **metodo** da seguire e darti anche un **modello** da scaricare.

OBIETTIVI

L'obiettivo della pagina CHI SONO è far capire al tuo potenziale cliente che sei il miglior professionista in circolazione. Deve contenere una serie di motivi che supportano tale convinzione, creando in chi legge la sensazione di “non stare più nella pelle” per la voglia di lavorare con te.

La tua pagina CHI SONO deve:

- attirare l'**attenzione su di te**
- renderti **credibile**
- comunicare il **valore che fornisci**
- esprimere **ciò che puoi fare tu (e Vivation) per il tuo pubblico**
- renderti **memorabile**

COSA PUOI FARE

- **Individua il tuo target.** Cerca di capire chi può essere il tuo cliente ideale. La scelta del cliente deve riflettere la tua identità. Divieni consapevole delle **abilità** che rendono appetibile la tua proposta al potenziale cliente.
- **Esprimi i motivi per cui il tuo cliente deve scegliere te.** Racconta le ragioni e i tuoi punti di forza che nessun altro offre. Può essere una qualità del tuo servizio, una specializzazione, o un bonus che faccia sentire il cliente al centro dei tuoi pensieri.
- **Cura la formattazione del testo.** Inserisci sottotitoli, liste puntate, parole in grassetto che disegnino un percorso di significato. Migliora la leggibilità allineando il testo a sinistra e usa una scrittura semplice.

GLI ELEMENTI (in sequenza)

Il tuo ritratto

La prima cosa da fare è presentarti, considera che le parole che userai selezioneranno il target. Nella prima frase spiega **chi sei e cosa fai** – rassicura il visitatore qualora fosse arrivato lì per caso. Fai in modo di attirare subito l'attenzione e incuriosirlo a leggere il primo paragrafo.

Presentati con **nome e cognome**, e spiega in breve **di cosa ti occupi**. Parla di te, ma fagli capire che stai parlando anche di lui/lei: se, oltre a dire cosa fai, spieghi anche **per chi lo fai**, lo coinvolgi immediatamente.

Condividi **la tua storia e la tua esperienza**, selezionando argomenti che parlino direttamente al lettore, per fargli capire che sei la persona giusta, in grado di aiutarlo a migliorare qualcosa nella sua vita e/o risolvere problemi.

Evita di dilungarti a raccontare i tuoi successi personali, la tua carriera scolastica, i tuoi hobby.

Dì **perché fai quello che fai**, per creare un coinvolgimento emotivo e farti scegliere.

I bisogni del cliente

Fai capire ai potenziali clienti che conosci **ciò di cui hanno bisogno**: in questo modo si sentiranno compresi e penseranno che ti stai rivolgendo direttamente a loro. Elenca i loro bisogni nel modo che preferisci, enfatizza i concetti con il grassetto.

I tuoi punti di forza

Elenca i tuoi punti di forza. *(Per farlo, parti dai punti deboli dei tuoi "competitors", volgili in positivo e trasformali nei tuoi punti di forza).*

I risultati dei tuoi clienti

Quali risultati hanno ottenuto le persone lavorando con te? Questa sezione fa capire che sai riconoscere i bisogni dei clienti e conferma i tuoi punti di forza. Puoi valorizzare i risultati con un elenco puntato.

Il ritratto dei tuoi clienti

Fai in modo che i visitatori della pagina si riconoscano nel profilo dei tuoi clienti attuali, che si possano "identificare".

Qualcosa (in più) su di te

E' il momento di puntare i riflettori su di te e puoi sbizzarrirti! Utilizza la narrazione, dà dettagli di te che arricchiscono il tuo ritratto e contribuiscono a renderlo unico e interessante.

Informazioni utili

Inserisci solo informazioni che servono. Puoi dire dove lavori, se ti sposti oppure no e come preferisci essere contattato SOLO se sono utili ai tuoi clienti.

Chiamata all'azione (tecnicamente CTA, "Call To Action")

Concludi la tua pagina CHI SONO con **una o più azioni** che il lettore può compiere. Pensa nell'ottica di convertirlo in cliente, e chiediti cosa può fare per **contattarti** o per **saperne di più**. Ad esempio, puoi inserire un **PULSANTE (link)** che lo mandi ad un articolo o ad un "ebook" PDF da scaricare, o una pagina/invito ad un evento specifico o ad

un modulo per iscriversi alla tua banca dati per ricevere le tue newsletter e le notizie sugli eventi futuri....

Testimonianze

Aggiungi le testimonianze dei clienti che possono confermare quanto hai detto su di te fino ad ora. Meglio se inserisci foto, nome e cognome e link al lavoro che hai fatto per loro.

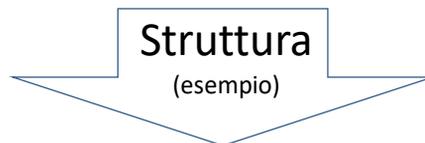
ULTIME “DRITTE”:

Controlla la tua pagina CHI SONO prima di pubblicarla sul tuo sito e assicurati che rispetti questi punti:

1. **Descrivi il sito/blog.** La pagina CHI SONO non riguarda solo te, ma tutto il tuo sito o blog. Spiega alle persone di cosa si tratta, perché l'hai fatto e, *soprattutto*, come puoi aiutare i tuoi lettori. Rispondi a queste domande nel modo più chiaro e creativo possibile.
2. **Racconta qualcosa di te.** Fai sapere ai tuoi visitatori chi sei e perché dovrebbero fidarsi di te. Dimostra di essere qualcuno esperto nell'argomento del tuo sito o blog. Aggiungi un po' di personalità!
3. **Non andare troppo sul personale.** La tua pagina CHI SONO deve essere coerente con il tuo brand (marchio). Se è un brand amichevole e familiare, avrà senso dare dei dettagli della tua vita privata; se invece il tuo brand ha un approccio più distaccato, raccontare la tua vita privata non avrà molto senso.
4. **Non iniziare con le informazioni meno importanti.** Stabilisci una gerarchia delle informazioni: i concetti del primo paragrafo devono essere i più importanti – e così via nei paragrafi successivi. E' un sito professionale che parla a potenziali clienti, e devi far emergere la tua professionalità.
5. **Non presentarti in modo indiretto.** Non esprimerti in terza persona quando parli di te stesso. Dai l'idea di un contatto diretto, affinché il cliente possa capire che tu sei il professionista giusto a cui scrivere o chiamare. *Nel caso di un team è sempre meglio usare la prima persona plurale, anziché la terza persona.*
6. **Parla in maniera coerente al tuo lettore.** Anche quando racconti di te, in realtà stai parlando del tuo potenziale cliente e dei suoi bisogni. Questa è la **formula**: parla al tuo potenziale cliente guardandolo negli occhi e, per farlo, usa le sue parole.

CONSIGLI SU COME SCRIVERE LA TUA PAGINA «CHI SONO» NEL TUO SITO WEB

- Il tuo ritratto
- I bisogni del cliente
- I tuoi punti i forza
- I risultati dei tuoi clienti
- Qualcosa su di te
- Informazioni utili
- Chiamata all'Azione (CTA)
- Testimonianze dei tuoi clienti



TITOLO

(al centro dell'immagine di copertina)

LA DICHIARAZIONE DELLA TUA MISSIONE / SINTESI DI COSA FAI

**PRESENTATI CON UNA
TUA FOTO**
(A SINISTRA)

ESEMPIO: Ciao, sono Mario

EVIDENZIA LE TUE ABILITA'

(COMUNICA LA TUA MISSIONE E PERCHE' I LETTORI DOVREBBERO SCEGLIERTI)

SPIEGA COSA PUOI FARE PER AIUTARE I TUOI CLIENTI

Aggiungi un po' di personalità

RACCONTA CHI SEI

Spiega quali esperienze lavorative hai avuto

INVITA

Invita i lettori a saperne di più di cosa fai
(link alla tua pagina dei servizi)

MENO PAROLE, PIU' IMMAGINI

Aggiungi un'altra foto di te durante il tuo lavoro,
oppure crea un video di 1 minuto per presentarti

CREA UN ALTRO INVITO ALL' AZIONE (CTA)

Ripeti dove ti si può trovare (link alla pagina CONTATTI) e invita a iscriversi alla tua newsletter

FIRMA CON AMORE - PUOI AGGIUNGERE ELEMENTI DIVERTENTI

Racconta un fatto curioso su di te / premi e riconoscimenti / citazioni preferite

Gestire il dolore fisico

02 feb 2019

Cari Amici,

Sono stato invitato dal dr. Rovere, con cui collaboro da ormai quasi un anno, a scrivere un capitolo del suo prossimo libro/corso “pronto soccorso con autotrattamento”. La sua idea è di fornire strumenti per la “gestione del dolore”, *incluso auto-agopuntura*, in seguito alla richiesta di alcuni suoi pazienti che, dovendo confrontarsi con problematiche di dolore “cronico”, sono costretti ad assumere costantemente antidolorifici e oppiacei vari, oltre che a chiamarlo continuamente per trattamenti di agopuntura e kinesiologia.

Avevo già preparato qualche anno fa un seminario specifico sulla gestione del dolore con Vivation, ma non aveva riscosso molto successo: nonostante presentazioni ed inviti via email, al corso partecipò solo una donna venuta dalla Svizzera che conviveva con frequenti dolori alla schiena.

Per rispetto alla sua condizione di sofferenza ed al viaggio, feci ugualmente il seminario per lei (durava 2 giorni e mezzo, una specie di “8 lezioni base” che includeva esercitazioni specifiche con le sensazioni del dolore).

Nel 2017 ho lavorato con una donna anziana con un cancro ormai allo stadio terminale. Le era praticamente impossibile rilassarsi, sia di giorno che di notte, e non respirava quasi più. La morfina non faceva più effetto sul dolore, ed aumentare ancora le dosi l'avrebbe stroncata. Di fronte alle sue figlie, riuscì a trovare attimi di serenità e pace, quasi sempre arrivavamo ad un rilassamento completo e ad un aumento di Energia Vitale che durava anche qualche ora dopo la seduta. In alcuni momenti stava così bene che mi chiedeva se, con Vivation, sarebbe addirittura potuta guarire. E' mancata dopo tre settimane da quando l'avevo conosciuta.

Desidero condividere con tutti i Vive Pro questo breve “saggio” che apparirà sul libretto, sperando di fornire spunti di riflessione e condivisione fra noi. Come sempre, sono disponibile a rispondere a qualsiasi domanda o approfondimento vogliate chiedermi personalmente.

Ritengo che il “trattamento/prevenzione del dolore” sia un ottimo campo d'azione, e che Vivation possa trovare applicazioni anche in cliniche private o in ospedali pubblici, così come l'ipnositerapia, l'agopuntura e il reiki.

Gestire il dolore fisico con l'aiuto del Respiro

Ivano Tivioli, febbraio 2019

PREMESSE

Nel nostro corpo circola costantemente “Energia Vitale”: flussi energetici che, come in un caleidoscopio, creano continui disegni, forme e colori a seconda del tipo di esperienza che stiamo attraversando nella vita.

Punto 1: NON ESISTE ENERGIA NEGATIVA. La definizione di “positivo” o “negativo” è sempre il risultato del nostro contesto (giudizio). Senza giudizio, l'Energia è NEUTRA.

Il RESPIRO è la nostra principale fonte di nutrimento energetico. Con il respiro, aumentiamo o diminuiamo la quantità di Energia Vitale (Prana) in circolo, che il nostro corpo utilizzerà come meglio crede. Ad esempio, se stiamo camminando o correndo, respiriamo di più di quando siamo seduti alla scrivania davanti al PC.

Punto 2: il RESPIRO CIRCOLARE è la modalità di respiro che porta più Energia nel nostro corpo. Ed è anche la più naturale.

Se aumentiamo il Respiro durante una situazione di riposo, possiamo “sentire” in modo più intenso i “flussi energetici” all’interno del nostro corpo. È possibile usare il Respiro come “manopola del volume” per aumentare o diminuire l’intensità delle sensazioni (e della percezione delle sensazioni).

L’idea non è di RIDURRE l’Energia della “sensazione-dolore” respirando MENO. Respirare meno è la strategia immediata che utilizziamo in modo automatico/inconscio per azzerare il “volume” – ma, in genere, la risposta che riceviamo è che il dolore AUMENTA! Questo accade perché bloccando la respirazione si riduce anche il flusso dell’Energia, che continua a “stagnare” nell’area di dolore – e su cui si concentra poi tutta la nostra attenzione!

Che cos’è la CONTRATTURA ANTALGICA? Si tratta di un “riflesso automatico” (reazione) collegata al dolore, profondamente codificata in noi. Lo scopo, in natura, è quello di ridurre la perdita di sangue in caso di ferite/lesioni. Ad esempio, se riceviamo una coltellata, il corpo si chiuderà contraendosi tutto intorno alla zona colpita per evitare sia ulteriori lacerazioni dovute ai movimenti, sia la fuoriuscita copiosa di sangue.

Punto 3: Il DOLORE è una sensazione fisica molto intensa. Come tutte le sensazioni, è costituita da Energia Vitale – molto concentrata. Non è un “blocco”, ma si rinnova continuamente. Non è completamente statico, pur rimanendo in un’area specifica del nostro corpo ha continue variazioni di intensità, dimensione e localizzazione.

STRATEGIE

Per prima cosa, occorre avere qualche conoscenza-base di Vivation e di come funziona. Vivation è un processo FISICO, non mentale. Utilizza il Respiro Circolare e l’attenzione focalizzata sulle sensazioni corporee per produrre INTEGRAZIONE (rimettere insieme il “puzzle energetico” all’ interno del corpo).

Strategia #1 – Creare Spazio

Quando provi DOLORE, ciò che immediatamente fai è “resistergli”. Inneschi un “braccio di ferro” tra te, che vuoi spingerlo fuori dal tuo corpo o ridurlo in un’area più piccola – e lui, che pare volerti “possedere” e conquistare più spazio. Probabilmente, fino ad ora hai pensato al dolore come ad un barbaro invasore del tuo spazio fisico.

Se tu volessi una stanza più grande, potresti appoggiarti ad un muro e spingere con tutte le forze per spostarlo. Ovviamente, il muro non si muoverebbe di un millimetro, ma mentre lo fai potresti arrivare a pensare che questo muro voglia “schiacciarti”, che sia lui a spingere te.

Ora, immagina una palla di ovatta leggera e morbida. Se la compri e la condensi in un solo centimetro cubo, diventa dura quanto un proiettile, e potrebbe davvero ferire qualcuno con questa consistenza.

L'idea alla base della strategia CREARE SPAZIO è quella di rilassare quanto più possibile la macro-area interessata dal dolore (un braccio, una gamba, la testa, l'addome...) e di SPOSTARE i confini della "battaglia" con il dolore RETROCEDENDO, lasciandogli uno spazio maggiore. Fai il processo contrario a comprimere il cotone in un proiettile, lascia alla sensazione di dolore uno spazio maggiore senza che possa trovare un muro da spingere, in modo che perda consistenza, che torni ad essere leggera ovatta. Poiché non puoi intervenire su quanto il dolore spinge, intervieni su quanto TU stai spingendo/resistendo. Lascialo diventare grande, dagli un palcoscenico più vasto per danzare. Se tu molli la lotta, lui non saprà chi o cosa spingere e si spegnerà. Fai spazio, apriti, spostati, non offrire resistenza. Usa l'atteggiamento dello Judo, usa la forza del tuo avversario per batterlo. "Se ti spingono, tira – se ti tirano spingi!"

Vorrei fare un esempio un po' forte per spiegare questo. Che differenza c'è tra essere abusati sessualmente e fare l'amore? La meccanica dell'atto può essere la stessa, ma l'atteggiamento è completamente diverso. Mentre nel caso di abuso cerchi di non farti penetrare e chiudi e difendi quanto più possibile, nel secondo caso ti apri e desideri ricevere l'amore.

Strategia #2 – Frammentare

Hai comperato un metro cubo di mattoni per costruire un muro. Il camion ti ha lasciato il "pacco" in strada e ti tocca portarlo in casa a braccia. Pensi di abbracciare questo pacco di mattoni e di trascinarlo dentro? Sicuramente no! Quindi, cosa farai? Aprirai il pacco, e andrai su e giù da casa portando alcuni mattoni ogni volta. Non li porterai in un unico giro, ma in 20 o 30 passaggi.

il DOLORE è una gran quantità di Energia. È molto intenso. Relazionarti al dolore con un respiro "pieno" è come cercare di portare tutti i mattoni insieme. È troppo. (Probabilmente finora ti hanno detto tutti di respirare lentamente e profondamente).

Ogni respiro porta il segnale della sensazione del momento al tuo cervello. Prova ad ascoltare il tuo dolore con una gran quantità di piccoli respiri, velocissimi e superficiali (con poca aria). Usa una respirazione come quella che hai visto fare dai cani quando, dopo una corsa, si siedono e ti guardano in attesa di un comando. (Fallo senza tirare fuori la lingua, però!)

Così facendo, il tuo cervello non riceverà un enorme intenso segnale del tuo dolore, ma riceverà 10, 20 o anche 30 piccoli segnali di piccola intensità. Nella stessa quantità di tempo di un respiro Lento e Pieno, stai portando tanti piccoli respiri Veloci e Superficiali. Stai spostando i mattoni senza frantumarti la schiena e le braccia. Hai la possibilità di rilassarti e sentire in dettaglio il tuo dolore come onde di energia senza lasciarti sopraffare dall'intensità. Ricorda, non esiste Energia Vitale negativa, era solo "troppa" e tutta insieme. (Ti consiglio di imparare questa respirazione con un professionista qualificato, bastano pochi minuti.)

Strategia #3 – Recuperare

Il dolore sta utilizzando una parte della tua Energia Vitale per manifestarsi. *Poiché è all'interno del tuo corpo, non può essere altrimenti.* Se pensi all'Energia Vitale come al tuo

“patrimonio” di maggior valore, puoi facilmente vedere il dolore come una “cassaforte” che in questo momento contiene una bella sommetta ...

Abbiamo detto che con la respirazione riceviamo il nutrimento energetico. L'idea è “inspirare” facendo entrare l'aria nel tuo corpo attraverso un “foro” immaginario posto sulla sensazione di dolore. In questo modo, l'Energia presente nell'aria che respiriamo si fonderà con l'Energia trattenuta nella sensazione del dolore. E si andrà a riunire all'Energia globale del tuo corpo. Puoi letteralmente “nutrirti” dell'energia del tuo dolore. L'integrazione è questo: prendere una parte di Energia che mantieni separata, riunendola al tuo Centro.

Importante: “inspirare” significa prendere aria. Lascia uscire l'aria dalle vie naturali (naso o bocca), non rimandarla indietro nella sensazione. Fai come quando con una cannuccia succhi una bibita che finisce nello stomaco e non torna nel bicchiere.

(Anche in questo caso ti consiglio di imparare questa modalità con un professionista qualificato di Vivation)

Note sulla Gestione del Dolore Emozionale

Le Emozioni sono fisiche, non sono pensieri o idee. Sovente, i pensieri e le idee attivano le emozioni.

Occorre un passaggio in più, rispetto a quanto scritto sul dolore esclusivamente fisico. Occorre ascoltare “come ci si sente” in presenza dell'emozione e trovare DOVE è nel corpo la sensazione fisica collegata a quel pensiero/idea – *paura, tristezza, rabbia, impotenza, indegnità, tradimento, senso di colpa ... qualunque “sentimento” o stato d'animo*. Una volta trovata, applicare le strategie per il dolore fisico.

È molto più facile INTEGRARE le emozioni a livello fisico che non a livello mentale. Il corpo riflette esattamente lo stato d'animo, con molta più precisione rispetto alla descrizione verbale. Inoltre, il corpo non innalza scuse, giustificazioni, conferme o altri pensieri fuorvianti come invece accade lavorando a livello mentale.

CHI SONO

Mi chiamo Ivano Tivioli, mi interesso di Crescita Personale sin dal 1972, e mi occupo professionalmente di Vivation e di Respirazione dal 1993. Ho collaborato per diversi anni con l'ideatore di Vivation, Jim Leonard, da cui ho ricevuto la “consegna” di proseguire i suoi studi e far conoscere quanto più possibile al mondo il suo straordinario lavoro.

Dal 1993, ho condotto personalmente centinaia di sedute individuali e seminari di gruppo. Dal 2013 ho creato la definizione di “Respiro Terapeutico” e di “Ri-Educazione del Respiro” per intervenire nello specifico su svariate problematiche umane – fisiche e psicologiche – collegate ad una mal-respirazione.

Ho assistito diversi medici e naturopati nei loro consulti, notando che OGNI persona ammalata di qualsiasi cosa aveva una respirazione completamente “sballata” – intuendo che le persone non respirano male perché sono ammalate, ma respirando male hanno favorito e coltivato l'insorgere di ogni malattia.

Consiglio chiunque voglia fare “prevenzione” e/o imparare questa metodologia, di non aspettare di ritrovarsi in una fase acuta di dolore o con troppe sostanze antidolorifiche e/o oppiacee nel corpo che disturbano l'attenzione e la comprensione per imparare e praticare queste semplici strategie.

Usare Vivation non ha alcuna controindicazione.

In ogni momento della vita, è sempre meglio fare Vivation che non farlo.