

LUCIA GIOVANNINI  
NICOLA RIVA

# *I 4 COLORI* *della* PERSONALITÀ



Sperling & Kupfer

# Indice

<b>Introduzione</b>	1
Coralli e conchiglie	1
<b>Perché comunicare a colori</b>	5
Non ci crederai mai	5
Io non sono come te	7
Il complesso 3	11
Come usare questo libro	15
<b>Il metodo dei quattro colori</b>	21
Una valenza universale che trascende ogni cultura	21
Temperamento o carattere?	23
I quattro colori	27
Est/Ovest: estroversione/introversione	30
Nord/Sud: pensiero/sentimento	39

<b>Il rosso fuoco</b>	44
Segni particolari	44
Parole chiave e linguaggio del corpo	46
Talenti e potenzialità	47
(S)punti di miglioramento	48
Autocoaching	49
Esercizi per il bilanciamento: come domare il tuo rosso	51
<b>Il raggio giallo</b>	53
Segni particolari	53
Parole chiave e linguaggio del corpo	55
Talenti e potenzialità	55
(S)punti di miglioramento	57
Autocoaching	59
Esercizi per il bilanciamento: idee innovative per alleggerire l'eccesso di giallo	63
<b>L'abbraccio verde</b>	65
Segni particolari	65
Parole chiave e linguaggio del corpo	67
Talenti e potenzialità	68
(S)punti di miglioramento	69
Autocoaching	70
Esercizi per il bilanciamento: come riarmonizzare il tuo verde	75
<b>Il codice blu</b>	77
Segni particolari	77
Parole chiave e linguaggio del corpo	79
Talenti e potenzialità	80
(S)punti di miglioramento	81

Autocoaching	82
Esercizi per il bilanciamento: metodi testati per l'ottimizzazione del codice blu	86
<b>Energia primaria, secondaria e opposta</b>	88
Scavare il pozzo	88
L'energia opposta	90
Combinare i quattro colori	92
<b>Comunicare a colori: con il partner, in famiglia, sul lavoro</b>	99
Qual è il vostro filtro?	99
Come comunicare (e non comunicare) con il rosso fuoco	102
Come comunicare (e non comunicare) con il raggio giallo	109
Come comunicare (e non comunicare) con l'abbraccio verde	116
Come comunicare (e non comunicare) con il codice blu	123
<b>Lo stile di apprendimento</b>	132
Che cos'è l'apprendimento?	133
<b>Lo stile produttivo</b>	141
<b>Il colore delle emozioni</b>	149
Il colore dello stress	153
<b>Riconoscere i quattro colori negli altri</b>	158
Le scrivanie	158
Le email	161

<b>Scoprite la vostra personalità-colore</b>	167
<b>Un mondo a colori</b>	168
Relazioni: ferite e limoni	168
Qual è meglio? Le due trappole	170
I colori dell'arcobaleno	173
<b>Ringraziamenti</b>	179
<b>Risorse</b>	183
Sugli autori	183
BlessYou! Community	185
Corsi disponibili	186
Beneficenza	196

# Perché comunicare a colori

*«E coloro che furono visti danzare vennero giudicati pazzi da quelli che non potevano sentire la musica.»*

FRIEDRICH NIETZSCHE

## **Non ci crederai mai**

È passato circa un mese dall'ultimo incontro di L'UCE®, la Libera Università di Crescita Evolutiva, e Francesca esordisce sorridendo con aria soddisfatta: «Non ci crederai mai, ma dopo il corso di comunicazione a colori le cose in azienda sono completamente cambiate».

Francesca è dirigente in una multinazionale, e ha appena affrontato una grossa trasformazione professionale. È stata infatti spostata in un dipartimento commerciale e (soprattutto) ha un nuovo responsabile indesiderato quanto temuto.

Ed è proprio il responsabile il problema: in passato Francesca aveva giurato pubblicamente davanti a lui che non avrebbero mai lavorato insieme.

Di certo non il miglior punto di partenza per un progetto con un team e un responsabile nuovi.

Francesca però è sveglia, intraprendente e ha una gran voglia

di mettere a frutto quanto imparato in due anni di studio approfondito sulla comunicazione e la psicologia della motivazione e del cambiamento.

E questo fa la differenza.

Grazie al lavoro che abbiamo fatto insieme, Francesca si è resa conto di come il responsabile corrispondesse esattamente alla tipologia di personalità opposta alla sua e quindi fosse di conseguenza la persona più distante da lei per modo di pensare, decidere, comunicare e gestire tempi e ricarica energetico.

Sulla base di questa fondamentale consapevolezza, Francesca ha rivisto e rinnovato la sua maniera di relazionarsi con lui fino a adottare stili comunicazionali più in sintonia con i suoi.

E da qui l'importante cambiamento:

- nella relazione si è ora instaurato un clima di rispetto, fiducia e sostegno;
- il responsabile, prima freddo, distaccato e poco interessato a confronti costruttivi con Francesca, è adesso diventato il maggiore sostenitore delle sue scelte strategiche;
- i livelli di stress di Francesca si sono abbassati notevolmente e assestati su un livello di sana motivazione, evitando così possibili *burn out*;
- il nuovo team in soli sei mesi ha raggiunto un venticinque per cento di incremento nelle vendite con conseguenti maggiori profitti, niente affatto male in un periodo definito di crisi mondiale;
- la comprensione del metodo dei quattro colori l'ha aiutata anche a casa, nella relazione con il marito e i figli adolescenti, diminuendo i litigi e aumentando il dialogo e la condivisione.

Ecco perché Francesca continua a sorridere felice mentre ci racconta del suo grande risultato in termini sia personali sia aziendali.

Provate a immaginare cosa cambierebbe nella vostra vita privata e professionale se esistessero un metodo e degli strumenti in grado di aiutarvi a sviluppare:

- velocità ed efficacia di leadership, controllo e comunicazione;
- innovazione e avanguardia;
- maggiore armonia e migliore comunicazione;
- gestione dei conflitti, maggiore fiducia e condivisione;
- divertimento e immediatezza d'uso.

Questo metodo vi aiuterà quindi a vivere meglio con voi stessi e con gli altri, come ha già fatto con noi e migliaia di persone nel mondo, perché crea una nuova mappa per comunicare.

## **Io non sono come te**

*«Se vuoi cose diverse da ciò che voglio io, per favore non cercare di dirmi che quello che voglio è sbagliato.*

*Se il mio modo di pensare è diverso dal tuo, per favore almeno fai un respiro prima di correggermi.*

*Se le mie emozioni ti sembrano più o meno intense delle tue, cerca di non chiedermi di sentirmi in un altro modo.*

*O se agisco, o non agisco, in maniera diversa da come avresti fatto tu, per favore lasciami fare.*

*Non ti chiedo, almeno per il momento, di comprendermi. Quello avverrà solo quando sarai disposto a smettere di cercare di trasformarmi in una copia di te.*

*Se lasci che io abbia i miei desideri, le mie emozioni, il mio modo di pensare e di agire, allora ti aprirò alla possibilità che un giorno il mio comportamento non ti sembrerà così sbagliato.*

*E forse ti potrà addirittura apparire giusto per me.*



*Accettarmi è il primo passo per comprendermi.  
Questo non significa che tu debba adottare le mie modalità, ma ti chiedo di non essere più irritato o deluso per il mio modo di essere.  
Un giorno, forse, nel cercare di capirmi, arriverai a trovare valore nelle nostre differenze.  
E allora anziché tentare di cambiarmi, vorrai preservare questa diversità perché la amerai.  
Io posso essere il/la tuo/a partner, il tuo genitore, tuo/a figlio/a, il/la tuo/a amico/a, il tuo collega.  
Ma qualunque sia la nostra relazione, so per certo che tu e io siamo fundamentalmente diversi e ognuno di noi deve suonare la propria musica.»*

DAVID KEIRSEY

«Proprio non lo capisco», esordisce Anna. «Pietro se ne sta per ore chiuso nel suo studio, in silenzio. Anche quando siamo fuori con gli amici sono sempre io che devo ravvivare la conversazione. Fa fatica a parlare, persino a raccontare la sua giornata. E poi la nostra vita è così prevedibile. Se fosse per lui non faremmo mai nulla di nuovo!» continua, parlando a voce alta e in maniera concitata.

Anna è sulla quarantina, bionda e appariscente, ma dietro al trucco perfetto e all'abbigliamento vistoso è frustrata da una situazione per la quale pare non ci siano soluzioni.

Si è aggiunta da poco al gruppo e ha già fatto amicizia con tutti. Da come si comporta, sembra che ami essere al centro dell'attenzione. Infatti attorno a lei si sono radunati un bel po' di partecipanti al corso.

«Stiamo insieme da dieci anni», conclude desolata. «Pensavo di riuscire a cambiarlo, almeno un po'.»

Approfitando della pausa pranzo decidiamo di parlare con Pietro che, molto più schivo, è da solo al bar a bere un caffè.

Non appena ascoltiamo le sue parole, lo scenario cambia.

«Non capisco cosa vuole», dice sconsolato. «Ogni sera mi inonda di frasi, di richieste, peraltro sempre confuse. Io ho biso-

gno di silenzio per rigenerarmi. Un momento è eccitata da una nuova idea, l'attimo dopo è una tragedia perché ha litigato con la sorella. E poi non vuole più andare in vacanza in Liguria dove siamo stati per anni. Siamo sempre stati bene lì. Ora s'è messa in testa che dobbiamo girare l'Europa con il camper. Ogni estate un posto diverso. Per me è una fatica immane, desidererei anche riposarmi, dato che lavoro come un matto tutto l'anno. La amo, però non so più cosa fare.»

Mancano pochi minuti alla ripresa pomeridiana e stiamo sistemando i microfoni della sala, quando anche Michela arriva a sfogarsi. È molto quieta e tranquilla e nel gruppo è ben presto diventata l'amica su cui contare.

«Il mio capo è sempre più pressante e vuole tutto pronto per ieri», si lamenta. «Mi faccio in quattro per accontentarlo, ma alla fine lavoro sempre di fretta e sotto stress.»

«Avevo io un capo attivo e dinamico!» interviene il collega Marco del reparto vendite. «Il mio, con tutte le sue procedure, ci rallenta e basta. Bisogna muoversi velocemente se si vuole stare al passo con il mercato», conclude in tono perentorio.

«Per me è importante avere tempo per riflettere e per raccogliere il consenso di tutti», ribatte Michela. «Altrimenti si crea un ambiente invivibile. Mi sforzo di essere gentile, sono disponibile a sostituire le mie colleghe se ne hanno bisogno. Ma nessuno mi ringrazia mai. Nessuno mi chiede di cosa ho bisogno io. È come se non esistessi. E in otto anni non ho mai avuto una promozione.»

«Certo», la interrompe Marco. «A furia di aiutare tutti disperdi le tue energie e fai il doppio della fatica. Focalizzati di più sui tuoi obiettivi e tenta di metterti maggiormente in mostra. Anche se lavori in amministrazione, ricordati che la nostra è una grande azienda.»

«Ma io ho bisogno di lavorare in un ambiente amichevole»,

replica Michela. «Non sono capace di essere competitiva. Io non sono come te.»

«I colleghi non devono necessariamente essere i tuoi migliori amici», risponde secco Marco. «Vedrai che se porti dei risultati gli altri si accorgeranno di te. Devi cambiare!»

### *La nostra nota unica*

È importante tenere presente che ognuno di noi ha una sua nota e un suo colore. Come un quadro viene realizzato con pennellate diverse disposte in maniera magistrale, allo stesso modo, una volta che abbiamo compreso il nostro colore e quello delle persone attorno a noi, possiamo smettere di causare inutili conflitti e creare invece meravigliose opere d'arte nella nostra vita personale e professionale.

Siamo esseri sociali e quindi buona parte dei nostri stati d'animo sono legati alle nostre relazioni.

Non siamo isole, bensì maglie della grande catena della vita e instaurare relazioni sane, serene, potenzianti e nutrienti è basilare per la nostra felicità e successo.

Il metodo che scoprirete in questo libro vi aiuterà proprio in tutto questo.

Si basa infatti sullo studio delle tipologie umane dello psichiatra, psicoanalista e antropologo Carl G. Jung, sulle osservazioni di Ippocrate intorno al V secolo a.C. e successivamente del medico Galeno, e sulle rielaborazioni del lavoro di Jung da parte di Isabel Briggs Myers e della figlia Katharine, integrate infine con le ultime ricerche delle neuroscienze e con la nostra esperienza di oltre vent'anni di corsi di sviluppo personale per aiutare privati

e aziende a gestire lo stress e le emozioni, a superare le difficoltà e ad affrontare il cambiamento. Insomma, a vivere meglio.

Come vedremo più avanti, in natura esistono quattro tipi di energie che sono anche, in proporzioni differenti, dentro ogni essere umano.

Studi antichi e moderni concordano nel sostenere che ciascun individuo è una particolare combinazione di queste quattro energie-colore, e la loro articolazione, intensità e proporzione determina il tipo psicologico di riferimento.

Le energie-colore che illustreremo in questo libro coinvolgono ogni area della nostra esistenza e sono alla base delle nostre differenze.

Comprenderle e conoscere le relative tipologie vi aiuterà a conoscervi meglio, a capire cosa vi trasmette vitalità e cosa ve la toglie, quali sono i vostri punti di forza e di debolezza e come usarli per liberare il vostro vero potenziale, far decollare la vostra carriera, migliorare le vostre relazioni e trasformare ogni area della vostra vita.

Vi aiuterà inoltre a capire i punti di forza e debolezza altrui, le loro esigenze e i loro processi decisionali, come apprendono al meglio, cosa li motiva, come comunicare con loro e come non farlo. E come aiutarli a diventare la miglior versione di se stessi.

### **Il complesso 3**

*«Il sasso.  
La persona distratta vi è inciampata.  
Quella violenta l'ha usato come proiettile.  
L'imprenditore l'ha usato per costruire.  
Il contadino stanco come seggiola.  
Per i bambini è un giocattolo.*

*Davide uccise Golia  
e Michelangelo ne fece la più bella scultura.»*  
ANONIMO

Il nostro caro amico Derek Sivers, durante una sua strepitosa presentazione al TED, ha citato un fatto curioso circa gli indirizzi dei giapponesi.

Immaginate di essere nella città italiana in cui vivete, vi si avvicina il giapponese Niko e vi chiede qual è il nome del complesso di case vicino a voi.

Voi, credendo di aver capito male, rispondete che è via Garibaldi, nel tratto tra via Ungaretti e via Leonida.

Niko insiste e vuole sapere il nome di questo complesso di abitazioni.

Voi alzate le spalle e Niko si allontana con aria triste e sconsolata.

Adesso immaginate di essere a Tokyo, state cercando un indirizzo e chiedete a un passante qual è il nome della strada. Il giapponese vi risponde che si tratta del complesso 3 e l'altro è il complesso 7.

Voi gli rifate la medesima domanda e lui vi risponde allo stesso modo.

Alla fine il passante alza le spalle e voi vi allontanate con aria triste e sconsolata.

Questo accade perché in gran parte del Giappone le strade non hanno nome, invece i complessi di case sì. Le strade sono semplicemente degli spazi vuoti tra diversi complessi. E gli edifici all'interno sono numerati secondo il periodo di costruzione, perciò la casa più vecchia sarà la numero 1, e così via.

È per questo motivo che gli indirizzi postali giapponesi sono costituiti da tre numeri: il numero del quartiere, il numero del complesso e il numero della casa.

*La mappa non è il territorio*

Le strade e i complessi abitativi sono la realtà, il territorio e il modo di definire gli indirizzi, le mappe.

Americani ed europei usano i nomi delle strade per orientarsi in una città, mentre i giapponesi i blocchi di case.

Il territorio è ciò che ci circonda, le mappe invece sono quello che crediamo a proposito della realtà e del mondo.

Noi iniziamo a costruire queste mappe fin da bambini: portiamo la realtà e il mondo dentro di noi attraverso i cinque sensi e rielaboriamo i dati sensoriali filtrandoli attraverso ricordi, associazioni, valori ed esperienze passate. In questo modo creiamo delle vere e proprie mappe neuronali che utilizziamo per navigare nella straordinaria esperienza che si chiama vita.

Per esempio se un cattolico, un musulmano e un testimone di Geova discorrono di Dio e del paradiso si muovono nello stesso territorio, ma con mappe diverse.

Un tifoso della Juve e uno del Napoli parlano dell'ultima partita delle loro squadre del cuore: anche in questo caso stesso territorio e mappe diverse. Poi li raggiunge un tifoso della Lazio e naturalmente ha una mappa diversa della stessa partita.

Marco e Anna vedono un gatto avvicinarsi; Marco si china per accarezzarlo mentre Anna si allontana spaventata perché è convinta di essere allergica ai peli del gatto. Stesso territorio – il gatto – mappe diverse.

«La mappa non è il territorio» è una frase di Alfred Korzybski, padre della Semantica generale, ed è fondamentale poiché ci fa capire che possiamo credere cose diverse circa la medesima cosa.

La realtà è conoscibile solo tramite i sensi che sono limitati:

c'è infatti uno spettro ben definito di quello che possiamo vedere, udire e percepire con tatto, gusto e olfatto.

Se avete un cane sapete che il suo olfatto è quaranta volte più potente del nostro, perciò può sentire odori e aromi che noi non percepiamo. Se invece possedete un gatto, sapete che la sua vista al buio è molto più potente della nostra: di notte vedono sei-otto volte meglio di noi.

Non solo i nostri sensi sono limitati e quindi raccolgono appena una parte delle informazioni presenti nel territorio, ma ci divertiamo a filtrare ulteriormente l'informazione sensoriale attraverso ciò che abbiamo in testa.

Non ci stupisce più quindi che possiamo avere idee molto diverse, se non diametralmente opposte, circa gli aspetti più vari della realtà.

E quando ci rendiamo conto che stiamo guardando la stessa cosa ma che vediamo cose diverse, allora comprendiamo che tutta quell'energia che di solito impiegheremmo per convincere il nostro interlocutore che abbiamo ragione noi e torto lui può essere invece utilizzata per esplorare le sue mappe per capirle meglio, per poi confrontarle con le nostre e scoprire se possiamo costruirne un terzo set ancora più accurato.

Nessuno possiede la verità assoluta e nessuno può veramente conoscere il territorio, ma solo cercare di ricavarne la mappa più dettagliata possibile.

In conclusione: nessuno può conoscere il territorio per ciò che è, né esiste una realtà oggettiva condivisa da tutti; esiste piuttosto una realtà soggettiva legata alla percezione dei singoli. Possiamo quindi non essere d'accordo con il nostro interlocutore, ma avere entrambi ragione perché vediamo e sentiamo a partire dalle nostre mappe.

Tuttavia la domanda più importante e vera da porci non è tanto chi ha ragione o torto, bensì qual è la mappa più utile e funzionale per esplorare, risolvere, comprendere, aggiustare una determinata situazione. Che cosa accadrebbe se più persone accettassero l'idea che la mappa non è il territorio e traducessero questo principio in conversazioni e azioni?

Probabilmente sarebbe impossibile essere dei fanatici estremisti, perché non esistendo più una verità assoluta non si potrebbe più diventarne dei paladini ai danni degli altri.

Probabilmente avremmo molti meno litigi e molte più conversazioni utili e interessanti.

Probabilmente saremmo più aperti e tolleranti verso il nostro prossimo e più pronti ad ascoltare, piuttosto che propensi a inondare l'altra persona con lo tsunami delle nostre presunte verità.

Probabilmente svilupperemmo più pensiero critico e ci faremmo più domande invece di prendere per buona l'informazione preconfezionata, parziale e soprattutto manipolatoria di buona parte dei media.

Probabilmente la qualità delle nostre relazioni, e quindi della nostra vita, aumenterebbe in maniera sensibile.

## Come usare questo libro

*«Riuscire a conoscere se stessi è molto difficile. Mi faccio distrarre talmente tanto dall'idea di come vorrei essere o dal pensiero di come credo di essere che perdo di vista chi sono veramente.»*

GRETCHEN RUBIN

Ogni energia-colore tenderà a leggere questo libro in maniera differente.



E infatti è stato concepito in modo che ognuna delle quattro tipologie di personalità possa trovare facilmente ciò che cerca.

Il nostro consiglio è di leggerlo dall'inizio alla fine, così da avere una panoramica completa del metodo, e poi tenerlo a portata di mano per consultarlo a seconda delle vostre necessità.

*I 4 colori della personalità* può essere utilizzato come un vero e proprio manuale di comunicazione efficace.

Nella prima parte è spiegato il metodo, la sua origine e le indicazioni per ogni energia-colore, incluse le caratteristiche specifiche, le parole chiave, il linguaggio del corpo, i talenti, le potenzialità e i punti di miglioramento che sono un aspetto fondamentale per la crescita personale.

I punti ombra di ogni personalità infatti si rivelano quando siamo sotto stress e perdiamo il nostro baricentro.

In quel caso in genere reagiamo con un eccesso della nostra energia-colore. Siccome siamo abituati a comportarci in una determinata maniera e ci risulta naturale reagire in un certo modo, è proprio nelle situazioni più difficili che tendiamo a stare nella nostra zona di comfort esasperando alcuni atteggiamenti.

Se per esempio in una giornata positiva siamo assertivi, in una giornata no, quando amplifichiamo quel comportamento, lo saremo ancora di più, tanto da rischiare di diventare dispotici senza accorgercene.

Se in una giornata in cui tutto va bene siamo rilassati, in una no rischiamo di diventare passivi.

Accorgerci di questo processo è il primo passo per il cambiamento.

Nella seconda parte vi illustreremo invece l'applicazione pratica del metodo in rapporto a diverse tematiche.

Volete aiutare vostro figlio che ha difficoltà a scuola? Trove-

rete consigli utili per l'apprendimento su misura per le quattro personalità.

Dovete preparare una riunione? Avete un incontro di vendita particolarmente importante? O un colloquio di lavoro? Il vostro team è demotivato? State attraversando problemi sentimentali o familiari? Avete difficoltà a comunicare con il vostro partner? O con vostro padre? O vorreste riuscire a parlare con il vostro capo ma avete sempre faticato a farlo?

Una volta compresa qual è la sua energia-colore dominante basta andare al capitolo su come comunicare (e non comunicare) con i diversi colori e come relazionarvi con il vostro tipo opposto.

Questo volume può essere utilizzato in diversi modi a seconda delle vostre esigenze. Potete decidere semplicemente di leggerlo e già ne ricavereste informazioni utilissime. Oppure potete decidere di usarlo per creare delle nuove abitudini di pensiero e di relazione con voi stessi e con gli altri.

Per questo alla fine di ogni capitolo dedicato alle singole energie-colore abbiamo inserito alcuni esercizi di autocoaching per provare nuovi comportamenti.

### *La sfida*

Se optate per questa scelta, vi vogliamo proporre una sfida.

Vi chiediamo di prendere un impegno con noi e soprattutto con voi stessi mettendo in pratica quotidianamente uno dei comportamenti per un periodo di ventotto giorni, ovvero un intero ciclo lunare.

È però importante che i giorni siano consecutivi, e la sfida è che se ne saltate uno, l'indomani ricominciate da capo. Al termine

del ciclo vi chiediamo poi di scriverci via email o su Facebook e di raccontarci i vostri risultati.

Non dovete eseguire per forza tutti i comportamenti suggeriti, potete anche scegliere una o due azioni e alternarle durante le vostre giornate, oppure farne una differente ogni giorno.

Gli scienziati sostengono che occorrono ventun giorni per creare una nuova abitudine. In alcuni rituali si utilizza invece un ciclo di ventotto giorni.

In generale, più a lungo manteniamo un nuovo comportamento, più è facile trasformarlo in un'abitudine.

L'energia gialla, per esempio, potrebbe trovare la motivazione per portare a termine questo esercizio considerandolo come un gioco divertente, quella rossa come una sfida, la blu come un esperimento e un approfondimento del metodo, la verde invece come un modo per avvicinarsi agli altri colori.

Mentre fate questi esercizi vi consigliamo di tenere un diario in cui annotare non soltanto l'esercizio ma anche le vostre considerazioni, riflessioni, sensazioni, reazioni.

Vi aiuterà a fissare i punti più importanti che avrete modo di rileggere successivamente.

Lo scopo di questa parte, come vedremo meglio più avanti, non è di cambiare la propria indole, piuttosto di allenarsi a usare l'energia-colore in maniera più funzionale ed equilibrata, smussando gli aspetti ombra che ogni personalità possiede.

Spesso imparando come funzionano le altre persone finiamo per scoprire più aspetti di noi. E viceversa.

Noi siamo convinti che si possa sempre cambiare a qualunque età e che per ciascuno, nella vita personale e professionale, ci sia sempre uno spazio di miglioramento.

*Leggere, parlare, scrivere, ascoltare*

Alan Weiss, consulente, autore e oratore di fama internazionale, sostiene a ragion veduta che esistono quattro chiavi per comunicare in maniera corretta e convincente:

1. leggere con comprensione;
2. parlare in maniera persuasiva;
3. scrivere con ricchezza di espressione;
4. ascoltare con discernimento (ovvero con attenzione a ciò che è veramente importante).

Leggere è ciò che state facendo in questo momento ed è fondamentale per conoscere nuove idee, modelli, teorie, visioni.

La misura della vostra comprensione sarà data dalla qualità dei risultati che otterrete esercitandovi giornalmente nella comunicazione a colori.

Parlare in maniera persuasiva sarà quello che farete mettendo in pratica ogni giorno i contenuti di questo libro.

Scrivere con ricchezza di espressione è la naturale conseguenza del punto due, dell'imparare a utilizzare il metodo dei quattro colori per impostare lettere, email, progetti e dissertazioni.

Infine ascoltare con discernimento è quello che farete incontrando una persona nuova. La prima domanda che vi porrete sarà: Qual è il colore primario della sua energia?

Grazie a questo libro inizierete a imparare queste quattro chiavi. Quanto più metterete in pratica i concetti, gli insegnamenti e i suggerimenti qui contenuti, tanto più leggerete con comprensione, parlerete con persuasione, scriverete con ricchezza di espressione e saprete ascoltare davvero.

Troverete poi che alcune parti sono più in sintonia con voi di altre perché trattano argomenti a voi cari o sfide che state affrontando. Sentitevi perciò liberi di soffermarvi maggiormente su quei capitoli.

La nostra convinzione è che *I 4 colori della personalità* possa essere uno strumento utile per aiutarvi a essere più produttivi, creativi, felici e vivere sempre di più la vita che desiderate.