

CORSO BASE



INTUITIVE EATING
ACADEMY®



INTUITIVE EATING
ACADEMY®

**La motivazione del paziente
e quella del nutrizionista:
come impattano sui
risultati del percorso**

PROGRAMMA

- La motivazione del paziente: l'alto rischio degli errori di interpretazione
- Le “buone ragioni” per cambiare: i limiti della motivazione del nutrizionista
- Perché è importante conoscere la vera motivazione del paziente
- Come riconoscere le leve che spingono il paziente a cambiare
- Cosa fare quando manca motivazione
- Il desiderio di cambiamento verso la comodità di restare così: cosa può fare il nutrizionista

Perché questo webinar?

L'efficacia di qualunque intervento nutrizionale si può misurare solo se c'è compliance nel paziente.

L'aderenza alle indicazioni presuppone nel paziente la capacità di uscire dalla propria zona di comfort agendo comportamenti diversi rispetto alle proprie abitudini.

Quella spinta è la motivazione e nel percorso nutrizionale serve.



Cosa è importante sapere sulla motivazione

La probabilità di modificare le abitudini è il risultato della funzione della motivazione (**m**), delle capacità (**c**), dell'ambiente (**A**) e delle azioni (**a**).

Ristrutturazione delle abitudini = $f(m)(c)(A)(a)$

In assenza di uno solo di questi 4 elementi, non c'è cambiamento

Pur trattandosi di elementi propri dell'esperienza del cliente, sarebbe un alibi delegargli la responsabilità esclusiva dell'apprendimento di nuove abitudini.

Ciò che avviene durante il colloquio col nutrizionista ha infatti un impatto sull'evoluzione dei suoi comportamenti.

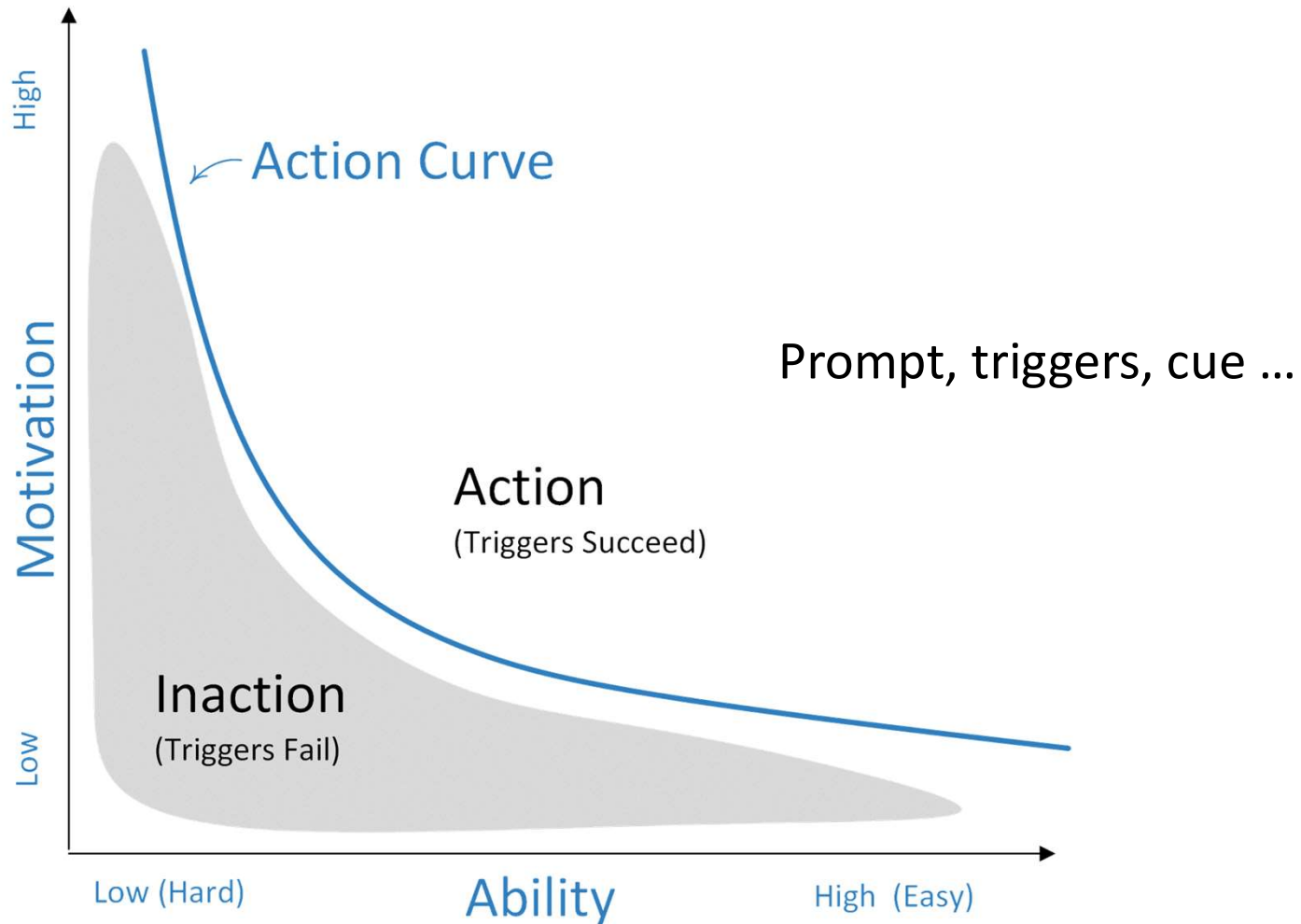
Ristrutturazione delle abitudini = $f(mo^p)(m^c)(c^c)(A^c)(a^c)$



La motivazione è uno degli ingredienti

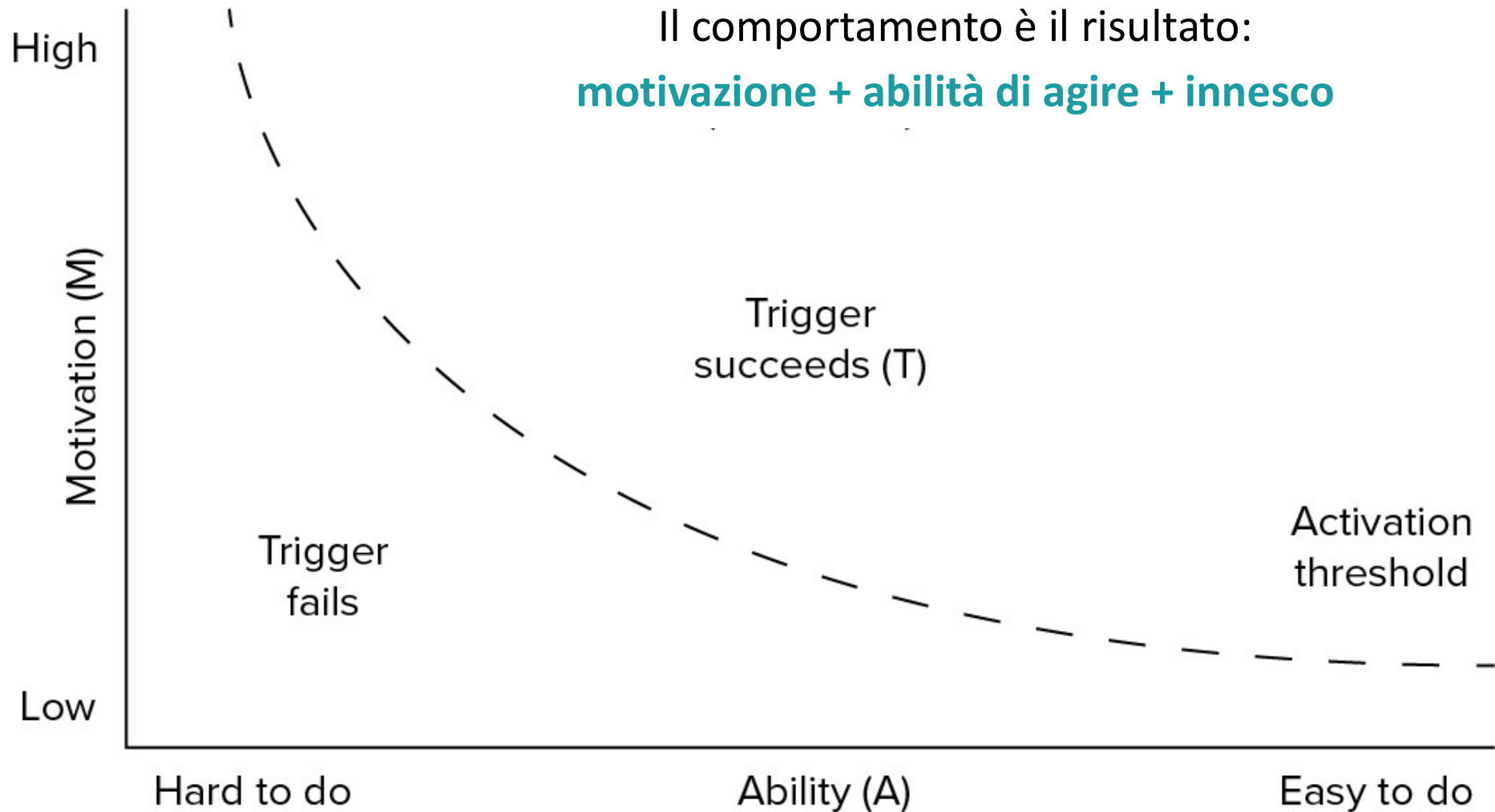
Cosa è importante sapere sulla motivazione

Durante il percorso la motivazione può oscillare ed è responsabilità del nutrizionista riconoscere l'andamento e adattare le indicazioni.



Brian Jeffrey Fogg Behaviour Model

Cosa è importante sapere sulla motivazione



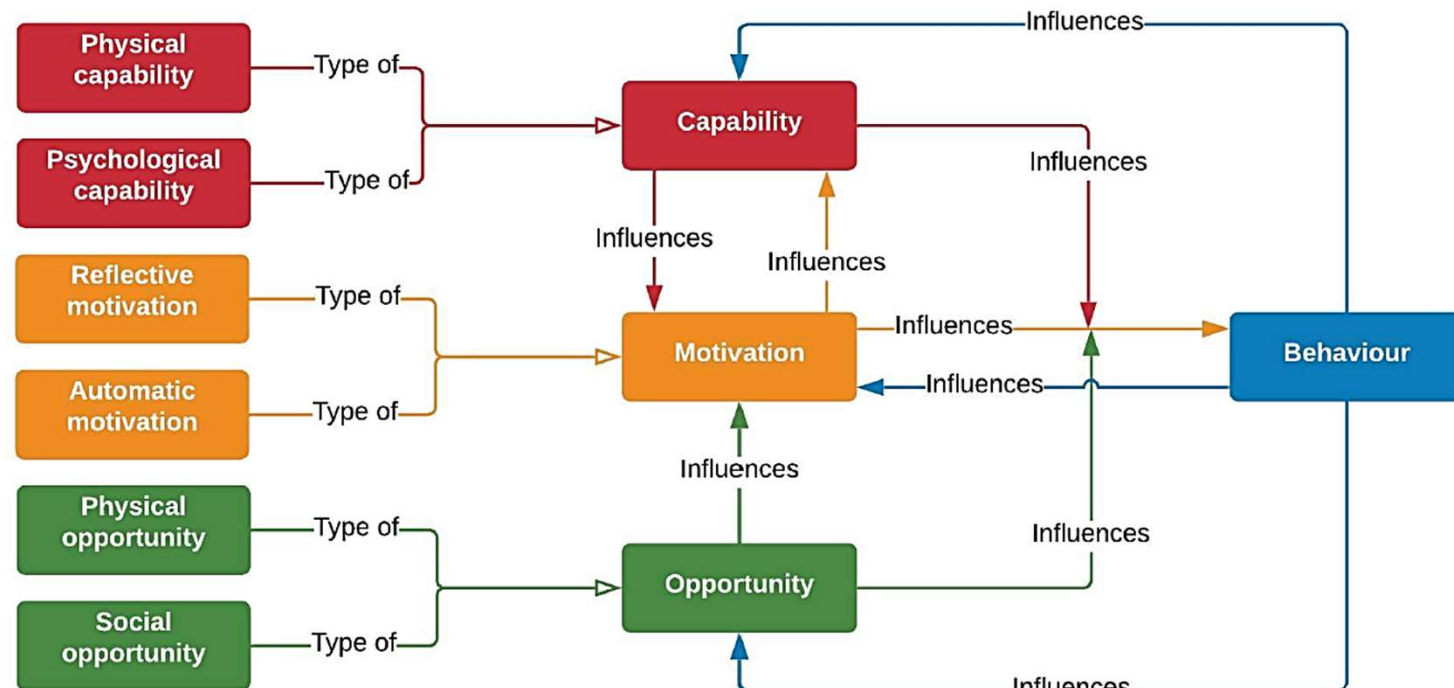
B. J. Fogg Behaviour Model

The COM-B model

Il modello COM-B rappresenta l'osservazione che in ogni dato momento, un particolare comportamento si verificherà solo quando la persona interessata ne avrà la capacità e l'opportunità di impegnarsi nel comportamento ed è più motivato a mettere in atto quel comportamento rispetto a chiunque altro altri comportamenti.

Identifica **tre fattori che devono essere presenti affinché si verifichi qualsiasi comportamento:**

- capacità
- opportunità
- motivazione.



The COM-B model

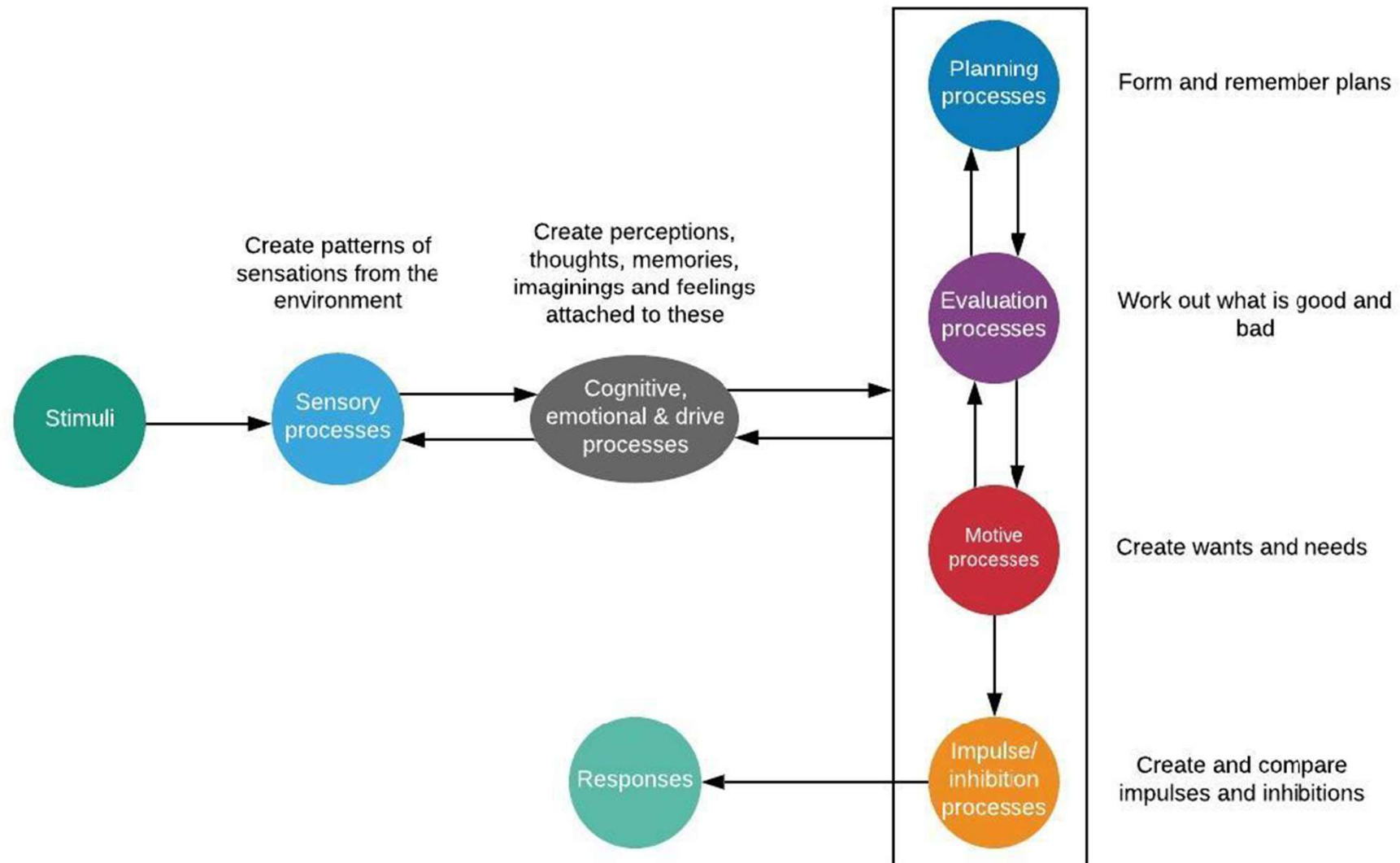
Il modello di comportamento COM-B è ampiamente utilizzato per identificare cosa deve cambiare affinché un intervento di cambiamento comportamentale sia efficace.

Capacità e opportunità influenzano la relazione tra motivazione e comportamento, piuttosto che il comportamento. Ciò rappresenta l'idea che, a livello individuale e momento per momento, capacità e opportunità devono essere entrambe presenti per attivare la motivazione che genera il comportamento. Maggiori sono le capacità e le opportunità, maggiori le probabilità che un comportamento si verifichi.

La motivazione è una parte fondamentale del modello e la teoria della motivazione PRIME fornisce un quadro per comprendere come processi di pensiero riflessivo (processi di pianificazione e valutazione) e processi emotivi e abituali (processi motivazionali e di impulso/inibizione) interagiscono in ogni momento portando al comportamento (risposte) in quel momento.

La teoria PRIME

La teoria PRIME della motivazione è stata sviluppata per riunire in un unico quadro i numerosi modelli e teorie attualmente in uso, compresi quelli che si concentrano sui processi di scelta riflessiva, quelli che si concentrano sulle emozioni e sulle pulsioni, e quelli che si concentrano sull'abitudine e sull'istinto. Non è un sostituto bensì un modo per aiutare ad affrontare i diversi fattori che influenzano la motivazione e quindi il comportamento.



La motivazione del paziente

I potenziali scenari di come si può presentare il paziente:

- Motivato e agisce in modo coerente
- Non motivato e aderente
- Motivato e agisce in modo incoerente
- Non motivato e non aderente

Ciò che lascia più perplessità e dubbi è l'incoerenza tra un buon livello di motivazione e i comportamenti del paziente disallineati alle aspettative

Sei certo di aver compreso la sua motivazione?

La motivazione del paziente: l'alto rischio degli errori di interpretazione

Pur riconoscendo l'importanza della motivazione la sua indagine resta molto approssimativa:

- In genere è delegata ai primi attimi di colloquio (motivo della visita)
- È facilmente interpretata
- Ci si accontenta delle prime parole che esprime la persona
- Ci si illude funzioni come per una terapia con farmaci (siccome il pz ha chiesto la visita, già sarà orientato a seguire il piano)

Nutrizionista: Come la posso aiutare?

Paziente: Vorrei dimagrire



Rivelare la motivazione richiede fiducia

La motivazione rivela le emozioni che sono in gioco nel processo di cambiamento e che possono essere molto personali e intime.

Ragione per cui difficilmente vengono rivelate e sicuramente mai nei primi attimi di colloquio.

Il paziente sarà disposto a rivelarti qualcosa di più del perché si vuole mettere in gioco quando c'è una buona relazione di fiducia.



La motivazione può emergere verso la fine della prima visita o nelle visite successive.

Quando non emerge, non va inventata!

Le “buone ragioni” per cambiare:

Qual è il valore su cui è fondata la nostra professione?

La salute

La salute giustifica:

- L'impegno
- Le rinunce
- La disciplina
- Il piacere

La salute è la motivazione del nutrizionista

Ma è anche quella del paziente?

I limiti della motivazione del nutrizionista

La spinta per agire fuori dalla zona di comfort è nella motivazione **del paziente**.

Il paziente può riconoscere e condividere l'importanza del valore della salute, ma se non lo sente, questo non genererà la spinta sufficiente per farlo agire nella direzione desiderata



Il limite è quello di spiegare al paziente cosa fare facendo leva sulle buone ragioni che sono le più diffuse e riconosciute da tutti, ma non così emozionanti per il paziente

Perchè è importante conoscere la vera motivazione del paziente



La reale motivazione del paziente, indipendentemente da quale sia, è talmente potente da dargli la forza di superare anche ostacoli grandi.

E si chiama: immagine, successo, amore, sesso, potere, ...

Cambiare costa fatica!

Perché farlo?

Come riconoscere le leve che spingono il paziente a cambiare

Il punto di partenza è capire quale cambiamento desidera davvero realizzare il paziente.

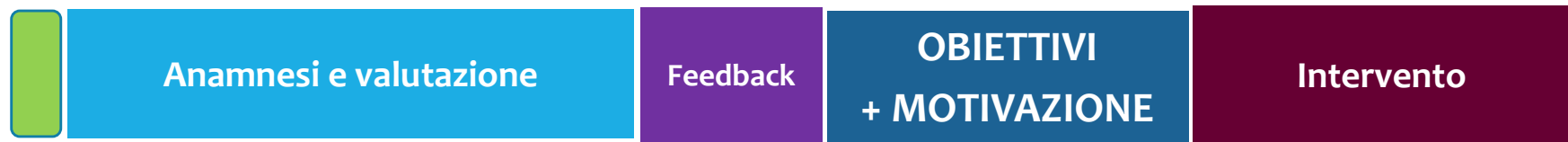
E servono:

- Un momento preciso della visita in cui indagarlo
- Domande efficaci
- La capacità di stare sul punto per comprendere fino in fondo cosa intende il paziente
- L'abilità di restituire anche le incoerenze tra intenzioni e fatti

Primo step: Definisci col paziente gli obiettivi

Per alimentare la compliance del paziente le soluzioni proposte devono essere allineate agli obiettivi a medio e breve termine, fissati insieme a lui.

La mancata definizione degli obiettivi è tra gli errori più diffusi ed è la causa che alimenta scarsa compliance nel paziente: quando manca la meta è più facile lasciar spazio ad alibi e automatismi.



Tempo della visita



Come indagare la motivazione

1) Capisci cosa vuole davvero ottenere il paziente dal lavoro con te

Ora siamo in ... (mese). Quali risultati le piacerebbe ottenere da qui a ... (mese)?

2) Esplora cosa ci sarà di diverso una volta raggiunto quel risultato nelle specifiche esperienze che gli interessa vivere

- Cos'è che le interessa che cambi davvero grazie al raggiungimento di questo risultato?

- Cosa farà di diverso?



E una volta compresa?

- La motivazione va registrata nella scheda paziente.
- Serve far leva sulla motivazione del paziente:
 - Quando non è compliant, per dare feedback sul livello di incoerenza
 - In fase di intervento, quando si presentano le indicazioni nutrizionali

Cosa fare

+

Perché

Cosa fare quando manca motivazione

La motivazione può oscillare durante il percorso e quando è più bassa il paziente ha meno energia da investire e serve rendere molto facile la compliance.

Cosa fare:

- spiegare al paziente cosa sta succedendo e aiutarlo a focalizzarsi sul monitoraggio di specifici comportamenti da mantenere
- Dare consigli al paziente orientati a rinforzare comportamenti già adottati con l'obiettivo di renderli nuove abitudini (deve essere facile)
- Esplorare le nuove priorità del paziente per stabilire eventuali ulteriori adattamenti del piano d'azione (esistono nuove motivazioni a cui agganciare il comportamento?)
- Agisci sul contesto per facilitare l'azione (INNESCHI)

Il desiderio di cambiamento verso la comodità di restare così: cosa può fare il nutrizionista

Il desiderio di cambiamento non va confuso con la motivazione al cambiamento.

E' la situazione che si presenta quando esistono numerosi vantaggi nello status quo.

Cosa si può fare?

Sono fondamentali:

- All'inizio di ogni visita di follow up il monitoraggio dei comportamenti
- La verifica di limiti e ostacoli che hanno impedito di agire allineati alle indicazioni
- I feedback correttivi

Come fare

1

Piano d'azione da consegnare al paziente alla fine della visita

Cosa fare da qui al prossimo incontro:

.....
.....

2

Verifica del livello di aderenza per ogni comportamento

.....
.....

Piano d'azione da registrare nella propria scheda cliente

Azioni suggerite:

.....
.....

La verifica è sui comportamenti, non sui risultati.
Da qui se la compliance è scarsa serve approfondire con qualche domanda

E' una scelta anche del nutrizionista stabilire se continuare il percorso o fermarlo.

Lamentarsi di voler cambiare ma continuare ad agire nello stesso modo

Verifica di potenziali ostacoli

Cosa le ha impedito di?

Restituire l'incoerenza

Lei ogni volta mi dice che ci tiene, che per lei è importante, ... e poi mantiene gli stessi comportamenti che sicuramente le danno dei vantaggi... Chi glielo fa fare di cambiare?

Verifica del futuro desiderato

Lei ogni volta mi dice che ci tiene, che per lei è importante, ... e poi mantiene gli stessi comportamenti che sicuramente le danno dei vantaggi... Chi glielo fa fare di cambiare?

Check convinzioni limitanti

Da 1 a 10, quanto ci crede davvero?

DIVENTA ESPERTO NELLA RISTRUTTURAZIONE DELLE ABITUDINI ALIMENTARI



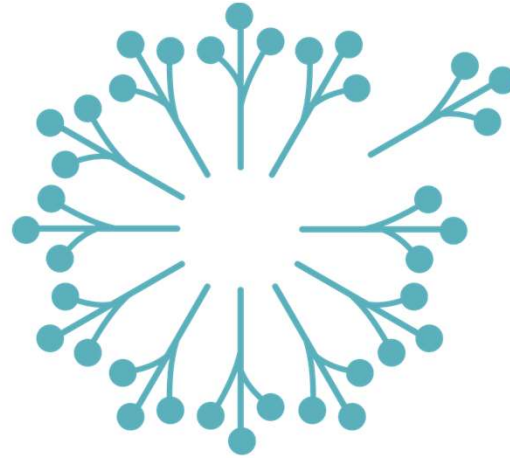
DIVENTA ESPERTO NELLA RISTRUTTURAZIONE DELLE ABITUDINI ALIMENTARI



**INTUITIVE EATING
APPROACH®**

INTUITIVE EATING APPROACH® è marchio registrato in Italia con numero di deposito 302021000140027, e in Europa presso EUIPO con certificato di registrazione n° 018939783.





INTUITIVE EATING ACADEMY



www.intuitiveeating-academy.com

info@intuitiveeating-academy.com