



خلاصة أسبوعية لأحدث كتب الإدارة والأعمال تأتيك عبر الإنترنت أو البريد الإلكتروني

# المحاطبة المقنعة في الأعمال

كيف تقدم عملك وتعرضه بشكل مؤثر وفعال

إيلين سنайдر

الخلاصة دوت كوم alkhulasah.com موقع تمتلكه وتديره شركة أريبيكسمريز دوت كوم المحدودة Arabicsummaries.com LTD والتي تعنى بتقديم خلاصة مركزة في ثمانى أو تسع صفحات لأحدث كتب الإدارة والأعمال وترسلها لمشتركيها بواسطة البريد الإلكتروني كل أسبوع. تمكن هذه الخلاصة المشتركين من الحصول على اطلاع واسع لآخر مفاهيم واستراتيجيات الإدارة والأعمال وذلك باستثمار ساعة واحدة فقط أسبوعياً وفي مقابل رسم اشتراك زهيد. للمزيد من المعلومات نرجو التكرم بزيارة موقعنا <http://www.alkhulasah.com>

نحو بناء مجتمع محترف



## الفكرة الرئيسية

يستطيع رجال الأعمال القادرون على التواصل مع الآخرين والتأثير فيهم، تحقيق ثراء مادي كبير، بالإضافة إلى الإحساس بالرضا والمكانة الرفيعة عند قيامهم بعرض وتقديم أعمالهم التجارية بشكل ناجح.

فالمحدث في مجال الأعمال يجب أن يقوم بالتحضير اللازم لخطابه مسبقاً؛ بحيث يكون مثيراً لاهتمام المستمعين وموجاً ولا يشعر من يسمعه بالضجر أو السأم.

إن التحضير لإلقاء خطاب شيء أساسي يتركز على اهتمامات المستمعين حتى يحقق أهدافه، وعلى هذا الأساس، يقوم المحدث بتكوين بيان من كلمات تصف غرضه من إلقاء هذا الحديث، حيث يجب أن يتكون استعراض الأعمال المراد تقديمها من 3 أجزاء:

المقدمة التي توجز للمستمعين النقاط الأساسية في الحديث (تستغرق 10% من الوقت) ثم الاستعراض الفعلي للمعلومات (يستغرق حوالي 80% من الوقت ويكون من ثلاثة أفكار رئيسية) ثم الخاتمة الذي يلخص للمستمعين ما قيل لهم (تستغرق الـ 10% المتبقية من الوقت)

### **1. اختيار موضوع يجذب انتباه المستمعين:**

يجب على المحدث الجيد أن يبيّن الحياة في حديثه بالتركيز على توجهات واهتمامات المتكلمين، لذا يتحتم عليه أن يعرف بالتحديد من سيستمع إلى حديثه أو عرضه، وهذا هو المبدأ الرئيسي الذي يجب اتباعه قبل العمل على تقديم المعلومات، حيث أن تلك المعلومات نفسها وطريقة عرضها ستختلف جذرياً باختلاف الجمهور المتكلّم. باختصار، فإن المحدث الناجح هو الذي يشكل المعلومات التي سيقلّها لثلاثة تفكير مستمعيه.

الخطوة الهامة التالية في التحضير لإلقاء حديث أو عرض ما، هي إيجاز الغرض من هذا الحديث في جملة واحدة، تحتوي على الموضوع الذي سوف يطرّحه – وهذا يعتمد على نوعية المستمعين – والسبب وراء اختيارك لهذا الموضوع، لأهمية هذه الجملة الافتتاحية في توجيهه استعراضك للمعلومات، يجب أن تكون مختصرة ودقيقة وتصيب الهدف تماماً.

### **2. العملية التنظيمية – والهيكل التكويني للعرض:**

بوحدة عام، يجب أن يتكون أي عرض عمل (أعمال) من 3 أجزاء:

1 - المقدمة: حوالي 10% من الوقت، ويجب أن تعمل على توصيل الأهداف المرجوة من العرض الذي تقدمه لمستمعيك، بوضوح شديد، خلال الـ 30 ثانية الأولى من المقدمة.

2 - صلب الموضوع / التقديم - محتوى الموضوع / الفكرة الرئيسية: حوالي 80% من الوقت، حيث تلقي على الأسماع ما وعدت بتقديمه في المقدمة التي قمت بها وتحتوي هذا الجزء على المعلومات الفعلية من نوعية "الوجبة الدسمة" أو "الأسلحة الثقيلة" التي تريد نقلها للآخرين. إن التحدي الأكبر في هذا الجزء هو اختيار وتنظيم المعلومات لترك أكبر أثر ممكن لدى المستمع، وذلك بالتركيز على 3 نقاط أساسية تقوم بتنظيمها حسبما تختار.

النتيجة النهائية: الـ 10% المتبقية من وقتك. وفي هذا الوقت المتبقى، يجب أن تعمل على إيجاز ما تم استعراضه من نقاط بطريقة تظل عالقة بأذهان مستمعيك، بحيث تحتوي على المحصلة النهائية التي ترك انطباعاً لا ينسى.

### **3. الطرق الفعالة لتوصيل المعلومة للآخرين:**

إن مدى فاعلية أي خطاب أو تقديم للأعمال يعتمد على الآتي:

1 - التلقائية: التلقائية تضفي على حديثك الحيوانية وإثارة الاهتمام، حيث أن أكثر المحادثات نجاحاً هي تلك التي توحى للمستمعين أن المحدث يلقي على أسماعهم حديثاً "غير سابق الترتيب" خصيصاً لهم. إن التلقائية في إلقاء الحديث هي التقىض لمجرد قراءة حديث قام بتجهيزه شخص آخر، حيث أن التوصل إلى درجة عالية من التلقائية مع تحضير الحديث جيداً هو الهدف الرئيسي.

2 - الحماس: الحماس يزيد اهتمام المستمعين بالموضوع، أما الفتور وعدم الحماس فيعطي إيحاءً بعدم أهمية الموضوع. فمن المؤكد أن المحدث الذي يضفي حماساً على الموضوع يشير تجاوباً وإعجاب المستمعين.

الاتصال البصري مع الآخرين: يوحي الاتصال البصري مع المستمعين بالأمانة وينشئ صلة اجتماعية مع الأفراد، كما أنه يقوم بتوصيل الحماس والتلقائية اللازدين للتواصل مع المستمعين ليشعرون باشتراكهم في الموضوع المطروح للمناقشة.



بعد أن استطعت الحصول على صورة دقيقة لمستمعيك، وجه اهتمامك نحو هذين الموضوعين:

1. الموضوع الذي ستطرحة: وهو مزيج مما تعرفه جيداً ومما يتوقعه المستمعون منك. إن غالبية المتحدثين يبدون الحديث بمثابة لاهتمام المستمعين، أي يتم تناول موضوعاً حيوياً يصل إلىplib، وبهذا يصبح حديثك أكثر تأثيراً

2. السبب وراء اختيارك لموضوع العرض يتمثل في الآتي:  
1 - طرح المعلومات وتبادلها: إن أكثر الأهداف تطبيقاً لإلقاء المحادثات في

مجال الأعمال هو طرح المعلومات ومشاركتها الآخرين.

2 - الإقناع: يجب أن تخطاب مشاعر المستمعين بطريقة منطقية حتى تستطيع تغيير رأيهم في الموضوع المطروح، وذلك باستخدام المعلومات للحصول على المصداقية.

3 - حث الآخرين: حيث يقوم الإقناع بتحريك العقول بينما يتركز دور الواقع على القيام بأفعال جديدة مبنية على معلومات تم اكتسابها.

4 - التعليم والتدريب والتوجيه: إن الخبرة العملية تأتي من التعليم بالأداء الفعلي لأمر ما وليس مجرد الاستماع النظري لكيفية القيام به.

5 - الترفية والتسلية.

6 - التأكيد على المعتقدات المشتركة.

أما الخطوة الأخيرة في التحضير فهي تكوين بيان عن الحديث الذي ستقوم بإلقائه وعادة ما يكون جملة واحدة تعبّر عن الهدف من تقديمك لهذه المعلومات، وتشتمل على الموضوع الذي ستطرحة والسبب وراء اختيارك لهذا الموضوع، بحيث يعتمد هذا الموضوع على نوعية المستمعين ويكون مركزاً.



أمثلة على بيانات المحادثات:

- كيفية التصرف في الوقت بطريقة أكثر فاعلية
- إقناع الإدارة بشراء جهاز كبيوتر جديد
- إقناع حاملي الأسهم أن إدارة الشركة على خير ما يرام وأنها في تطور دائم.

- إقناع المشاركين بالترع بالدم.
- تعليم ممثلي الشركة كيفية الحصول على أعمال إضافية من عملائهم الحاليين.

- إقناع العملاء المحتملين أن المنتج الذي تسوق له هو الحل لمشكلاتهم الكبرى.

- إقناع الحضور بالمساعدة في المشروع القادم

يجب أن يكون بيان الحديث مختصراً ومركزاً ونحو الهدف، حتى يتم توجيه حديثك إلى الطريق الصحيح.

## 1. اختيار موضوع

يُجذب انتباه المستمعين.

### الفكرة الرئيسية

إن المتحدث الجيد يbeth الحياة في التقديم الذي يعرضه على المستمعين بالتركيز على ما يفهمهم، ولتحقيق ذلك، يجب على المتحدث يفهم شخصية مستمعيه بوضوح.

### الأفكار المساعدة

إن المبدأ الرئيسي للتحضير لإلقاء حديث ما هو معرفة المستمعين، حيث أن نوع المعلومات وكيفية إلقاءها تختلف باختلاف المستمعين فالمتحدث الجيد عليه أن يوجه المعلومات التي سيطرحها بحيث تناسب توجهات المستمعين.

لتحليل ماهية المستمعين فإنك بحاجة إلى طرح الأسئلة التالية على الشخص الذي يوجه إليك الدعوة بإلقاء ذلك الحديث أو العرض:

1. كم عدد الأشخاص المتوقع حضورهم للإجتماع؟

2. ما هو الهدف من هذا الاجتماع؟

3. ما هو العامل المشترك لكل المستمعين؟

4. هل سيكون العدد الأكبر من الحضور رجالاً أم سيدات؟ أم الاثنين معاً؟

5. ما هي الخلفيات التعليمية أو المهنية لغالبية الحضور؟

6. هل توجد عوامل اجتماعية أو بيئية مشتركة في غالبية المستمعين؟

7. ماذا يتوقع الحضور الحصول عليه من حديثك: الإلهام، أم التحفيز، أم المشاعر الدافئة، أم المساعدة الفنية؟

8. هل هناك موضوعات يتحتم عليك تجنبها؟

9. هل من المناسب الاستعانة بالمعلومات البصرية؟ وما هي وسائل الإيضاح البصرية المتاحة؟

10. ما هو الوقت الذي تم تخصيصه لك لإلقاء الحديث؟

11. هل ستحصل على أجر ما أو نوع من أنواع التكريمه؟

12. ما هو زمان ومكان إلقاء هذا الحديث وكيفية الاتصال بمنظم البرامج؟  
بحصولك على فكرة عامة عن الظروف المحيطة بإلقاء هذا الحديث، تستطيع أن تبدأ التفكير في مهمتك الرئيسية، وأثناء القيام بذلك، يجب تذكر هذه القواعد:

1. تذكر دائماً ما يتوقعه منك المستمعون، حيث أن إحساسك وتفاعلك المستمر معهم، يجعلك أقل توتراً وارتباكاً.

2. اسأل نفسك عن الموضوع الذي تحب أن تحصل على معلومات إضافية عنه إذا كنت أحد المستمعين اقترب في تحضيرك للحديث، من طموحات ومشكلات المستمعين إليك

3. لكي تظل كلماتك حاضرة في أذهان المستمعين، قم باستخدام كلمة "أنت"  
مخاطباً المستمع بوضوح.

4. التفكير بعمق وفترة طويلة هو أنساب طريقة لجعل عرضك للمعلومات ملائماً لاحتياجات المستمعين.



## 1. المقدمة (10%)

يجب أن توضح لجمهورك في الثلاثين ثانية الأولى ما تتوى تحقيقه، أي تصف للحضور الموضوع الذي سترطحه عليهم اليوم.

من الأفضل أن تبدأ حديثك بما يستحوذ على انتباهم، مثل:

1. وصف مختصر لمؤهلاتك وخبراتك وأوراق اعتمادك كمدرب أو متحدث.. الخ
2. استعراض التشابه الوظيفي بينك وبين عدد من المستمعين لخلق جو من التعاطف والتتشابه بينك وبينهم.
3. جملة أو فعل مثير للدهشة أو غير متوقع.
4. استخدام وسائل العرض البصرية.
5. الاستعانة بخبرة شخصية أو جملة مأثورة أو موعضة.
6. إلقاء سؤال ما.
7. استخدام خيالك في إيجاد وسيلة لتقديمك للجمهور بما يلائم شخصيتك والموضوع الذي ستتحدث فيه.

إن القاعدة الأساسية في المقدمة هي اختيار الوسيلة التي تظل عالقة بأذهان الآخرين وتكون في نفس الوقت جذابة وموصولة للمعلومات، ثم قم بشرح الموضوع المطروح باختصار للمستمعين وافعل ذلك باستخدام عبارات مختلفة، فقد يكون بعضهم لم يتوصل للمعنى المطلوب من المرة الأولى.

## 2. صلب الموضوع / الفكرة الرئيسية للموضوع (80%)

يحتوي على صلب الموضوع أو المعلومات الأساسية " أو ما يمكن تسميته "الطبق الرئيسي".

إن التحدى الأكبر هو اختيار وتنظيم ما لديك من مادة بأكثر الوسائل فاعلية، حيث تقوم بالتركيز على 3 نقاط أساسية يتم تنظيمها تبعاً للأسلوب الذي اخترته لتناول الموضوع.

في بعض الأحيان، تقوم بالتركيز على نقطة واحدة أساسية، أما النقاط الأخرى التي لم تجد الوقت لتناولها، فيمكنك تدوينها في كليب مطبوع يتم توزيعه بعد انتهائك من إلقاء حديثك.

إذا كان هناك شك في عدم استيعاب الحاضرين لبعض النقاط، عندئذ يجب عليك أن تجعل كل نقطة من نقاطك الثلاث كتلة منفصلة من المعلومات التي تبرزها وتقوم بشرحها ثم تنتقل للتالية.

إن أفضل وسيلة لتناول نقطة ما في حديثك هي تقديمها ثم عرض المعلومات التي تحتوي عليها ثم تلخيصها، حيث يمكنك اعتبار كل نقطة تناقشها حديثاً صغيراً داخل الحديث العام، ولذلك تقوم ب التقسيم كل نقطة إلى مقدمة وصلب الموضوع ونتيجة ويمكنك أن تعرض كل نقطة كالآتي:-

1. تاريخ حالات مماثلة: يمكن أن يكون سردك لقصة واقعية لشخصية أو شركة مماثلة لحالتك له تأثير فعال.
2. استخدام شهادات الآخرين: حيث تستعين بالعلماء والخبراء والإدارة الذين يشهدون لك بالفاءة.
3. الخبرات الشخصية: تعمل على بث روح المصداقية والقوة، ولكن تجنب الإكثار من كلمة "أنا" وحاول إضافة كلمة "أنت وأنت" إلى تجربتك كلما أمكن ذلك.
4. القصص الصغيرة ذات المغزى: يتم استخدامها لتوضيح الفكرة العامة، بحيث لا تخرج عن الموضوع.
5. الوصف: يتم استخدامه في المواضيع الفنية، بحيث يتم توضيح الشعور العام.

## 2. العملية التنظيمية

### البناء العام لأي خطاب.

#### الفكرة الرئيسية

بوجه عام، يجب أن يكون أي عرض معلومات من 3 أجزاء:

1. المقدمة: تحتاج إلى 10% من الوقت.
2. شرح الموضوع الفعلي: يحتاج إلى حوالي 80% من الوقت.
3. النتيجة المستخلصة: تستغرق الـ 10% المتبقية من الوقت.

#### الأوكار المساعدة

بعد حصولك على بيان موجز لحديثك، يمكنك الآن تجميع المادة الازمة لعمل حديثك.

يمكنك التغلب على الشعور بالعجز من كثرة المعلومات التي أمامك، بعمل جلسة منفردة مع نفسك للتفكير في أفكار جريئة، باتباع هذه الخطوات:

1. قم بتوسيع الجملة البينية التي توجز موضوع حديثك في مقدمة الصفحة البيضاء.
2. ثم قم بكتابة وصف مختصر للمستمعين.
3. اكتب هذا السؤال: إذا كنت أحد المستمعين، ما هي المعلومات التي أحب الحصول عليها في هذا الموضوع؟.
4. ثم قم بكتابة كل الإجابات التي تخطر على بالك لهذا السؤال، حتى لو بدت للوهلة الأولى غريبة ولا علاقة لها بالموضوع الأساسي.

5. ثم ادرس القائمة التي كونتها وقم باختيار 3 نقاط لكي تصب تركيزك عليه، ثم قم باختيار أسلوب معين لبناء حديثك بفاعلية ومنطقية، حيث أن الاستناد إلى أسلوب محدد يضفي انطباعاً بالحيوية ويساعد المستمعين على استيعاب الموضوع المطروح.

وهكذا فإن أكثر أساليب عرض المعلومات شيوعاً هي:

1. تناول الموضوع نقطة بنقطة: حيث تقوم بتنظيم المعلومات في نقاط منفصلة عن بعضها البعض لكنها كلها تتصل بالموضوع الأساسي، حيث يمكن التعبير عن النقاط في صورة مزايا أو نصائح أو تأثير.

2. تناول الموضوع بسلسلة زمن: يتم تقديم المعلومات بسلسلة زمني للأحداث أو خطوة بخطوة بناءً على مبدأ أساسى ومنطقى.

3. تناول الموضوع نقاطاً واقعة في مساحة الموضوع الكلية: حيث يتم إرجاع كل النقاط الهامة إلى الصورة العامة للموضوع الأساسي مع شرح للأهمية التي تمثلها كل نقطة بالنسبة للموضوع الكلي.

4. تناول الموضوع كمشكلة وحلها: حيث يتم طرح مشكلة على المستمعين ثم يطرح الحديث سبل حلها.

5. اطرح الموضوع ثم اجعله مؤثراً: حيث يتم وصف الموضوع، ثم عرضه بشكل مقنع ومؤثر.

6. المقارنة: حيث يتم مقارنة النتائج العملية لأمر ما بالنتائج المنطقية المتوقعة حدوثها عند القيام بأمر آخر.



6. إن اختيارك لوسيلة الإيصال المرئية المناسبة والتوقيت المناسب لاستخدامها يعتمد على الهدف من استخدامها، سواء كانت للشرح أو للتركيز على نقطة بعينها أو للتلخيص.
7. حاول إبهار الآخرين بما تستعين به من وسائل مرئية، كلما أمكنك ذلك، حيث أن الجمهور عادةً ما يستهويه الابتكار والقدرات الخلاقة إلى جانب روح الدعاية.
8. حدد في ملاحظاتك الجانبية متى تقوم باستخدام وسيلة الإيصال المرئية وممتى يتم الاستغناء عنها.
9. يجب عليك تدريب نفسك على عرض معلوماتك باستخدام وسائل الإيصال المرئية قبل إلقاء الحديث، حتى لا يشغلك الاهتمام بها عن مخاطبة مستمعيك أثناء استعراضك للمعلومات.
10. داوم على التدريب لإكساب صوتك الحماس والحيوية اللازمين أثناء حديثك.
11. يجب أن تقوم بترقيم وسائل الإيصال التي تتوارد على استخدامها حتى تستطيع إعادة ترتيبها إذا سقطت إحدى الوسائل سهواً.
12. تذكر دائمًا أن مفتاح نجاحك هو الكلام الموجز، فاستخدم أمثلة موجزة وفي صلب الموضوع.

### 3. الخاتمة أو النتيجة (10%)

- حيث توجز للمستمعين ما تم مناقشته من قبل، بأسلوب يظل عالقاً بالأذهان ويترك انطباعاً دائماً، ولا يتم مناقشة أي نقاط جديدة مهما كان. وبإمكانك تحقيق ذلك إذا قمت بالآتي:
1. تلخيص النقاط الثلاث الرئيسية التي نوقشت والنتائج الإيجابية المتوقعة إذا طبقت تلك الأفكار.
  2. قم بإعادة الفكرة الأساسية إلى الأذهان حتى توضح للأخرين كيف قمت بحلها بالنقاط الفرعية.
  3. قم بالدعوة الجريئة إلى تطبيق مقترحتك في نهاية حديثك.
  4. أجعل نهاية حديثك قصة قصيرة تخرج منها بحكمة أو اذكر قولًا مأثورًا ينطبق على الأفكار المطروحة.
  5. استخدم الوسائل المرئية بطرح النقاط الهامة في نهاية حديثك.
- إن هذه النتيجة الخاتمية هي الفرصة الأخيرة ليظل أثر هذا الحديث في الذاكرة، إذ يجب أن تعطي لنفسك الوقت الكافي لعمل خاتم رنان لا يطوى طي النساء.

#### اقتباسات:

"إذا صادفك ما لم تتوقع، فتصرف بتلقائية ولا تربك".

قانون سنайдر

"أنا لست عبقرية، بل مجرد إسفنجية تمتلك الأفكار وتستخدمها. إن غالبية أفكاري كانت تتتمي لمن يكافف نفسه عناء تطويرها" توماس أديسون "إن الاستشهاد بقول حكيم مثل الماس في إصبع الإنسان الذكي، ومثل الحصاة في يد الأحمق".

- قول فرنسي

- يجب أن يتم ذلك باختصار لكي لا تفقد قدرة المستمعين على الانتباه.
6. الأمثلة التخيالية: يمكنك البدء بكلمة "فلنفترض... " لكي تقوم بوصف موقف ممکن الحدوث.
  7. الأقوال المأثورة: لا تستخدم قولهً ما لمجرد إعجابك به، بل يجب أن يكون مناسباً للموضوع ومتعلقاً به.
  8. المقارنات: إن قدرة المستمعين على التعلم تزداد إذا قمت بمقارنة ما هو غير مألوف بما هو مألوف.
  9. الإحصاءات: إن الاستعانة بالإحصاءات من عدمه يعتمد على نوعية المستمعين، إلا أنها تساعد على تأكيد المعلومات، وتستخدم عند وجود مستمعين لديهم خلفية عنها، وإلا فلا داعي لاستخدامها.
  10. مطبوعات يتم توزيعها: يمكنك توزيعها بعد الانتهاء من عرضك للمعلومات كوسيلة مساندة للترويج عنك حيث تحتوي على كيفية الاتصال بك.
  11. عرض تمثيلي أو نموذج للعرض: تبعث الحياة في الموضوع المثار، وهي وسيلة ممتازة إذا كانت ملائمة للظروف المحيطة والموضوع الذي يتم تناوله.
  12. الدعاية: وسيلة غير آمنة للتركيز على نقطة في الموضوع، لأن فشل المزحة الملقاة يعني فشلك، ولكن الدعايات المستخدمة بحساب قد تكون مفيدة ولكنها نادراً ما تجح عملياً.
  13. الاستعانة بوسائل إيضاح بصرية: وهي تستهوي المستمعين، ومفتاح نجاح تلك الوسيلة هو العمل على إدخالها في نسيج عرض المعلومات بحرفية وسلامة واتصال حقيقي بالموضوع المثار.
- أنواع وسائل الإيصال البصرية تحتوي على:
- الكتابة على السبورة بالطباشير.
  - الكتابة على السبورة مستخدماً الأقلام.
  - جهاز العرض الضوئي.
  - شرائح العرض.
  - جهاز العرض السينمائي / الفيديو.
  - رسومات توضيحية باستخدام الكمبيوتر.
- ويجب المحافظة على القواعد الآتية عند استخدام تلك الوسائل:
1. فلا يتم الاستعانة بها إلا بعد التدريب على استخدامها والتأكد أن الجميع سيستطيعون متابعتها. حيث أن أسوأ ما يمكن حدوثه هو محاولة استخدام إحدى تلك الوسائل مع عدم قدرة الجميع على رؤيتها.
  2. يجب أن تلائم تلك الوسيلة الموضوع المطروح للمناقشة.
  3. يجب استخدامها لإضافة الحرفة والتأثير المطلوب لعرضك للمعلومات.
  4. يجب ألا تكون وسائل الإيصال مزدحمة بحيث تشتبث انتباه المشاهدين بل موجزة ومركزة.
  5. يجب أن تتدرب على الانتقال من وسيلة بصرية لأخرى أثناء عرضك للموضوع دون أن يؤثر ذلك على أدائك حاول التفكير في التوقيت المناسب الذي تستطيع فيه القيام بذلك الانتقال.



- معظم الاجتماعات تتضمن جلسة لإلقاء الأسئلة والاستماع إلى الأجوبة، لذا يجب أن تذكر الآتي:
1. كن مسترخيًا واحرص على تأكيد فكرتك للمستمعين واستشعار ردود أفعالهم.
  2. حاول أن توقع الأسئلة وأن تقوم بتحضير أفكار جيدة للإجابة وذلك بدراستك السابقة وعمل بحث وافٍ عن الموضوع المطروح.
  3. عندما تجيب على أحد الأسئلة، وجه حديثك للكل وتتأكد من وصول صوتك للجميع.
  4. حاول أن تقادى الإجابات المشتبه بها، واجعل الإجابة مختصرة ومحددة وقوية.
  5. حاول بقدر الإمكان أن تربط إجاباتك بالنقاط التي قمت بطرحها سابقاً في محاضرتك.
  6. لا تخف من الاعتراف بوجود اختلاف في الآراء ويمكنك الاستعانة بالدعابة لإزالة أي حساسية.
  7. تأكد من إنهائك لهذه الجلسة في موعدها المحدد، واختر حديثاً لطيفاً لتنهي به المناقشة لتترك انطباعاً حسناً.
- احرص على الآتي لكي تنقل للآخرين صورتك المهنية الاحترافية:
1. مظهرك العام يتكون من أسلوبك في الحديث وفي انتقاء الملابس وفي الآداب التي تتبعها وما إلى ذلك.
  2. قم بمحاكاة الشخصيات المهنية التي تثير إعجابك، فلقد أصبح المظهر المؤثر من أهم الأمور في مجال الأعمال حالياً وله أكثر أكبر بكثير عن ذي قبل.
  3. إن إلقاءك لأي حديث أو محاضرة يجعلك رمزاً للمؤسسة التي تمثلها، ولذا يجب أن تفكر جيداً في أن يتماشى مظهرك العام مع الصورة الازمة لشركتك.
  4. اجعل انتقاءك للذي المناسب يعتمد على ما كنت تتوقع الآخرين أن يرتدوه في نفس ذلك الموقف. إن الاختيار غير المناسب للذي يحول الانتباه بعيداً عن الحديث الذي تقوم به.
- تذكر تلك النقاط الهامة لتنجح في استخدام "لغة الجسد" أثناء إلقائك للمحاضرة:
1. استخدم الإيماءات التي تقوم بها لتعكس الصورة المحترفة التي تريد نقلها، كما أن الانتصاف الجيد للقامة يوحى بالثقة والطاقة.
  2. انتقل ببطء وسلامة إلى المحاضرة، فذلك يرفع من شأنك عند المستمعين لا شعورياً.
  3. خذ وقتك في ترتيب مذكراتك وضبط الميكروفون قبل أن تبدأ، إنها مسألة ثقة كما ذكرنا.
  4. يجب أن تقف بثبات على قدميك الاثنتين وألا تميل أو تنقل تركيز وزنك من قدم إلى أخرى.
  5. كن طبيعياً في استخدام يديك لتوضيح نقطة ما أو إزالة بعض التوتر ولكن لا تكثر من ذلك.
  6. لا تنسَ أن تبسم خاصة في البداية حتى تعطي انطباعاً بالثقة والتحكم في مجريات الأمور.
  7. حاول أن تحصل على قدر مناسب من الاتصال البصري مع بعض الحضور، حيث تقل لهم الإحساس بالصدق والسلطة والثقة الازمة، ولكن لا تكثر من الاتصال البصري بدون داعٍ.

### 3. الطرق الفعالة لتوسيع المعلومة للآخرين

#### الفكرة الرئيسية

يمكن العرض الناجح في مجال الأعمال على ثلاث نقاط رئيسية:

1. التقائية: التي تضفي على حديثك الحيوية، بل إن أكثر المحادثات نجاحاً هي تلك التي تقدم للمستمعين خصيصاً "بغير سابق ترتيب"، وهذا هو التقىض لمجرد قراءة كلمات قام بترتيبها شخص آخر غير المتحدث. إن الهدف الرئيسي هو الوصول إلى درجة عالية من التقائية والترتيب اللازم لحديثك.

2. الحماس: يزيد من اهتمام المستمعين بما تتحدث عنه، أما عدم وجود هذا الحماس فيوحي بعدم أهمية الموضوع. فالمحادث الذي لديه الحماس الكافي يحصل على تجاوب المستمعين.

3. الاتصال البصري: الذي يعطي انطباعاً بأمانتك وينشئ بينك وبين الحضور صلة اجتماعية، وأيضاً ينقل الحماس والتلقائية اللازمان. فقدرتك على التواصل البصري مع الحضور يشعرهم باشتراكهم الفعلي في الموضوع.

#### الأفكار المساعدة

من طرق تقديم الحديث في مجال الأعمال ما يلي:

1. الاستعانة باللحظات الجانبية: وهو أمر شديد الخصوصية وقد اختلف الآراء حوله.

والمهم في الأمر أن تشعر بالارتياح إلى كم اللحظات التي تستخدمها، حيث يمكنك طباعتها، أو تدوينها على ورق منفصل أو على الورق الشفاف الخاص بجهاز عرض ضوئي أو ما إلى ذلك من وسائل.

2. التعرف على مفردات حديثك بحيث تصبح مألوفة لديك: وليس الهدف هو أن تحفظ الحديث، بل أن تراجعه عدة مرات وتفكر في الطرق المحتملة لإيصال أفكارك للمستمعين، ثم تقوم بتطبيق ذلك أثناء الإلقاء الفعلي لحديثك، حسبما ترى من ظروف.

3. التحدث بتلقائية وبلهجة غير رسمية: وهذه الطريقة تشعر المستمعين أنك تعلم كل صغيرة وكبيرة في الموضوع، وهذه الطريقة تتطلب ثقة كبيرة بالنفس وإماماً جيداً بالموضوع المثار، بحيث تكون ذات تأثير فعال إذا تمت بنجاح واستطعت إقناع الآخرين بما تقول.

4. مزيج من الطرق السابقة: وعادةً ما نحتاج لهذا المزيج للحصول على أكبر أثر، حيث يتم تقديم الموضوع بطريقة ودية وطرح بسيط للأفكار، ثم تستعين بوسائل الإيضاح والملاحظات أثناء الشرح الفعلي للموضوع، ثم يكون الختام بطريقة تلقائية توحى بالثقة وتترك انطباعاً جيداً، أو تقوم بعمل حديث ختامي مناسب في سياق العرض.



تذكر الآتي لكي يصبح صوتك موصلاً جيداً للمفاهيم التي ترغب في نقلها لمستمعيك:

1. تحدث بصوت مرتفع كالمعتاد عند إجراء الحوارات اليومية المعتادة، حيث إن هذا النمط يقوم بنقل المعلومات أفضل من الصوت العميق الرنان الذي يبدو مفتلعاً.

2. قم بتعديل سرعتك في التحدث معتمداً على تجاوب المستمعين، حيث أن السرعة الزائدة تقضي على انتباه المستمعين كما أن البطء في الحديث يصيبهم بالإحباط.

3. استخدم بعض الوقفات في الحديث لكي تؤكّد على نقطة معينة في توقيت معين.

4. يمكنك تغيير ارتفاع صوتك وأسلوب الإلقاء لكي تضفي الجاذبية على حديثك.

5. احرص على النطق السليم للألفاظ، حيث أن النطق الخطأ يفقدك ثقة المستمعين.

ها هي بعض الملاحظات الأخرى التي تساعدك على تحقيق التأثير المطلوب من خلال حديثك:

1. إن أهم المحاضرات والمحادثات التي يتذكرة التاريخ كانت خالية تماماً من الكلمات المعقدة. احرص على استخدام لغة بسيطة يستطيع المستمعون فهمها ومتابعتها.

2. لا تفترض أن الجميع على علم بالمصطلحات الفنية والاختصارات التي تستخدمها، لذا يجب أن تفسرها لهم إذا احتجت إلى استعمالها.

3. قم بإعطاء المستمعين المفتاح الذي يتذكرون به تلك الأفكار التي تقدمها.

4. حاول رسم صورة عقلية حية لدى المستمعين مستخدماً التعبيرات المناسبة.

5. حيث أنه من الصعب على مستمعيك إعادة قراءة ما استمعوا إليه منك، فإعادة المعلومات واستخدام صيغ وتعبيرات مختلفة تساعد على تثبيت المعلومات في الأذهان.

6. إن الاعتدادات أثناء تقديمك للحديث يوحى بالتوتر والارتباك وشعورك بعدم الأمان.

7. احصر معلوماتك في 3 نقاط أساسية لكي لا ترهق المستمعين بمعلومات زائدة، مع إمكانية توزيع مطبوعات بها بعض التفاصيل الأخرى عن الموضوع.

8. لا تستخدم ألفاظاً توحى بالضعف مثل "أعتقد أو أظن" حتى لا يكون موقفك ضعيفاً، فالتعبير القوي الذي يقرر حقائق مؤكدة هو الأسلوب الأمثل في مجال الأعمال.

للغلب على التوتر الذي قد يصيبك من جراء الحديث أمام جماعة من الناس والذي قد يعيق قيامك بإيقاع هذا الجمع بحديثك - إليك بعض النصائح:

1. قم بتوجيه هذه الطاقة للتوصيل المعلومة إلى المستمعين حيث أنهم لا يريدون رؤيتك متوراً.

2. إذا شعرت بالتوتر، ففكّر في كل التحضير والتمرين اللذين قمت بهما لإراسء توقعاتك حول أدائك الجيد، بحيث يخفف ذلك من توترك.

4. الاستعانة بالحماس يطفئ شعلة التوتر ويوجه تلك الطاقة لإضاءة حيوية على حديثك.

5. تصرف بثقة لكي تشعر تدريجياً بالثقة الفعلية، ولن يخمن أي من الحاضرين أنك مرتبك.

حيث أن منبع إحساسك بالتتوتر يمكن في خوفك من مواجهة ما لم تتوقعه، هiei تفكيرك أنك تستطيع التغلب على ذلك الموقف ببعض من التلقائية المقنعة التي يعجب المستمعين بدرجة كبيرة.

6. قم بتحضير نفسك للموقف جيداً وثق في قدرتك على اجتيازه. وتتأكد أن

معظم الهواجس التي تخافها لن تتحقق في النهاية.

أما العامل الأخير لنجاحك في الإلقاء بحديث أو محاضرة هو أن تتدرب و تقوم

بعمل "بروفة" له و هذه وسيلة آمنة وفعالة لمراجعة الحديث ككل وتذكرة دائماً

- أن:

1. التدريب العملي يضيف بعض المسارات الدقيقة والنهاية لتحسين أسلوبك

وأدائك.

2. يجب استخدام كل وسائل الإيضاح مع الوقوف والتحدث بصوت عال.

3. قم بإعادة عمل "بروفات" أكثر من مرة حتى تتأكد من استعدادك

لخوض التجربة الحقيقة.

4. حاول تنظيم الترتيب اللازم ولا تتعاده وتذكرة أن المحادثات الموجزة

تجعل المستمعين يتذكرون أكثر.

5. حاول القيام بذلك أمام مجموعات مختلفة مثل عائلتك وزملائك في

العمل..إلخ.

6. يساعدك التدريب على عمل قائمة باحتياجاتك اللازم تحضيرها لإلقاء تلك

المحاضرة.

7. قم بتسجيل إحدى تلك "البروفات" وقم بدراستها: أين تستطيع أن تحسن

أداءك ومتى؟

8. تستطيع انتقاء الزي الذي سترتديه وتجربته قبل الحديث الحقيقي.

9. قم بمراجعة المقدمة والتدريب على تقديم فريق العمل التابع لك إلى

المستمعين إذا كان العرض الذي ستقوم به مجموعة عمل.

**اجتماعات حاملي السندات والمؤتمرات الصحفية:**

1. يجب أن تعطي إجابات مختصرة ودقيقة وذات انتباع مؤثر.
2. قم بمناقشة المواضيع المختلفة في كلمتك الافتتاحية، بحيث تشرح بعض المشاكل التي واجهت الشركة التي تعمل بها والخطوات التي تم إجراؤها لحل تلك المشاكل بمعنى آخر، قم بإخبار أي حرائق قبل أن يزيد من اشتعالها الآخرون.
3. لا تلجأ إلى المناورة والغموض في إجاباتك، أجب بطريقة مباشرة.
4. بدلاً من استخدام عبارة "لا تعلق" يمكنك أن تقول "ليس باستطاعتي التعليق على هذا الأمر بسبب (كذا وكذا) لكننا قمنا بتحقيق شيء هام آخر، لا وهو....."
5. ابحث عن اهتمامات المتواجدين في عيونهم، وقم بمخاطبة الأوليات والاحتياجات التي يرونها مناسبة، ثم نظم حديثك بحيث يلائم تلك الأولويات، ولا تصرح بما تراه ملائماً من وجهة نظرك الشخصية فقط.
6. لا تجادل ولا تلق عبارات جانبية خارج الموضوع، حتى لا تساعد على إيجاد الخلافات.
7. لا تحيد أبداً عن الصراحة ولا تلجأ إلى الكذب بأي حال من الأحوال.

**4. مقترنات ونصائح للارتباطات****التي تتطلب الحديث العام.****الفكرة الرئيسية**

يجب على المتحدث الناجح في مجال الأعمال أن يستفيد الإفادة الأمثل لأي فرصة يقوم فيها بالحديث العلني أمام الجمهور.

**الأفكار المساعدة**

ها هي بعض النصائح لمواقف مختلفة في هذا المضمار:

**اللقاءات التلفزيونية:**

1. اغتنم أي فرصة للتعبير عن أفكارك في صورة خطاب قصير يتكون من الأجزاء الـ ثلاثة الرئيسية (المقدمة، والفكرة الأساسية، والخلاص)، بحيث تركز على النقاط الأساسية وتكررها.
2. عادة ما يتاح لك من 25 إلى 45 ثانية لكي تتحدث، فقم بالإلقاء بمعلومات مركزة ومنطقية في هذا الوقت المحدد.
3. إذا وجدت المجال متاحاً، فأفضل إلى حديثك بعض الأمثلة والعبارات المنقولة عن المشاهير التي تعبّر عن حكمة أو هدف ما.

**اللقاءات الإذاعية:**

1. استخدم نبرة الصوت المعتادة، ولكن ألبسها رداء الحمام والود.
2. اجعل إجابتك موجزة و مباشرة، إذ أن الوقت المتاح لك عادةً للرد يكون حوالي 30 ثانية.
3. تحدث ببطء وثقة لتنقل للمستمع سيطرتك على الموقف.

**ورش العمل والمؤتمرات:**

1. قم ببناء العرض الخطابي الذي ستقدمه بما تراه من احتياجات الحاضرين.
2. قم بالترتيب لتلك اللقاءات كما ترتبت لأي حديث عمل أو عرض معلومات.

**المحادثات في اللقاءات الودية غير المرتبة:**

1. فكر جيداً في الموضوع الذي تم إثارته وفتح لك هذه الفرصة غير المعدة مسبقاً للحديث.
2. اجعل ردك للسؤال الأساسي المطروح مباشرةً ومصوباً مباشرةً على الهدف.
3. اعرف من الذي يهمه الاستماع إلى حديثك من المتواجدين وقم "بمواءمة" إجاباتك حول المواضيع الأخرى القرعية.
4. كن موجزاً وواضحاً ومبشراً.
5. كن محدداً في توفير معلومات عن الموضوع المطروح فعلياً.
6. كن واثقاً من قدرتك على إقناع المتواجدين بأرائك واحرص على أن تبدو واثقاً من نفسك وألا تكون كلماتك متربدة، لكي تصل المعلومات صحيحة إلى الآخرين.
7. حاول إخفاء توترك وترددك باستخدام الإيماءات واللغات الجسدية التي توحى بالهدوء والثقة بالنفس، فأسلوب توصيلك للمعلومة يساوي في الأهمية قيمة المعلومة ذاتها.
8. اجعل عباراتك الختامية وافية وعبرة بحدة عن رأيك في الموضوع المثار، ولا تترك السؤال المطروح عليك معلقاً دون إجابة شافية قبل أن ينتقل الحوار إلى نقطة أخرى.
9. كن مستعداً دائماً للرد على أي استفسار في أي موقف ولا تنسَ أن تنتهز الفرصة كلما لاحت لك.



### صفحة التخطيط للمحادثة والتقييمات

1. سمات المستمعين والحاضرين:

1. توفير معلومات	4. التعليم
2. الإقناع	5. الترفية
3. إيجاد الحافز	6. إثارة الإلهام

2. الهدف الرئيسي من الحديث:

3. الموضوع الذي تم اختياره:

4. البيان(الموضوع + الهدف من إلقاء):

5. جلسة التفكير الإبداعي / جلسة التوصيف الذهني — الأفكار التي يمكن مناقشتها

1. نقطة وراء نقطة	4. المشكلة وحلها
2. ترتيب زمني	5. السبب والنتيجة
3. ترتيب مساحي	6 - المقارنة.

النمط أو الأسلوب المتبع:

المقدمة (10%):

.1

.2

.3

صلب الموضوع (80%)  
يتكون من 3 نقاط هامة:

الختام والنتيجة (10%).