



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

المخاطبة المُنقعة في الأعمال

كيف تقدم عملك وتعرضه بشكل مؤثر وفعال

إيلين سنايدر

الخلاصة دوت كوم alkhulasah.com موقع تمتلكه وتديره شركة أريكسميريز دوت كوم المحدودة LTD Arabicsummaries.com والتي تعنى بتقديم خلاصة مركزة في ثمانى أو تسع صفحات لأحدث كتب الإدارة والأعمال وترسلها لمشتركها 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. فالمتحدث في مجال الأعمال يجب أن يقوم بالتحضير اللازم لخطابه مسبقاً؛ بحيث يكون مثيراً لاهتمام المستمعين وموجزاً ولا يشعر من يسمعه بالضجر أو السأم. إن التحضير لإلقاء خطاب شيء أساسي يتركز على اهتمامات المستمعين حتى يحقق أهدافه، وعلى هذا الأساس، يقوم المتحدث بتكوين بيان من كلمات تصف غرضه من إلقاء هذا الحديث، حيث يجب أن يتكون استعراض الأعمال المراد تقديمه من 3 أجزاء: المقدمة التي توجز للمستمعين النقاط الأساسية في الحديث (تستغرق 10% من الوقت) ثم الاستعراض الفعلي للمعلومات (يستغرق حوالي 80% من الوقت ويتكون من ثلاثة أفكار رئيسية) ثم الختام الذي يلخص للمستمعين ما قيل لهم (تستغرق الـ 10% المتبقية من الوقت)

1. اختيار موضوع يجذب انتباه المستمعين:

يجب على المتحدث الجيد أن يبت الحياة في حديثه بالتركيز على توجهات واهتمامات المتلقين، 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 المتلقي. باختصار، فإن المتحدث الناجح هو الذي يشكل المعلومات التي سيلقيها لتلائم 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 يطرحه – وهذا يعتمد على نوعية المستمعين – والسبب وراء اختيارك لهذا الموضوع، لأهمية هذه الجملة الافتتاحية في توجيه استعراضك للمعلومات، يجب أن تكون مختصرة ودقيقة وتصيب الهدف تماماً.

2. العملية التنظيمية – والهيكل التكويني للعرض:

بوجه 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 ويحتوي 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 المتبقي، يجب أن تعمل على إيجاز ما تم استعراضه من نقاط بطريقة تظل عالقة بأذهان مستمعيك، بحيث تحتوي على المحصلة النهائية التي تترك 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 الحيوية وإثارة الاهتمام، حيث أن أكثر المحادثات نجاحاً هي تلك التي توحى للمستمعين أن المتحدث يلقي على أسماعهم حديثاً "غير سابق الترتيب" خصيصاً لهم. إن التلقائية في إلقاء الحديث هي النقيض 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 إيحاً بعدم أهمية الموضوع. فمن المؤكد أن المتحدث الذي يضي حماساً على الموضوع يثير تجاوب وإعجاب المستمعين.
- الاتصال البصري مع الآخرين: يوحى الاتصال البصري مع المستمعين بالأمانة وينشئ صلة اجتماعية مع الأفراد، كما أنه يقوم بتوصيل الحماس والتلقائية للآخرين للتواصل مع المستمعين ليشرعهم باشتراكهم في الموضوع المطروح للمناقشة.



بعد أن استطلعت الحصول على صورة دقيقة لمستمعك، وجه اهتمامك نحو هذين الموضوعين:

1. الموضوع الذي ستطرحه: وهو مزيج مما تعرفه جيداً ومما يتوقعه المستمعون منك. إن غالبية المتحدثين يبدؤون الحديث بموضوع عام ثم ينحصر حديثهم بعد هذا في موضوع فرعي مثير لاهتمام المستمعين، أي يتم تناول موضوعاً حيويًا يصل إلى القلب، 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 تخاطب مشاعر المستمعين بطريقة منطقية حتى تستطيع تغيير رأيهم في الموضوع المطروح، وذلك باستخدام المعلومات للحصول على المصادقية.
 - 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 - الترفيه والتسلية.
 - 6 - التأكيد على المعتقدات المشتركة.

أما الخطوة الأخيرة في التحضير فهي تكوين بيان عن الحديث الذي ستقوم بإلقائه وعادة ما يكون جملة واحدة تعبر عن الهدف من تقديمك لهذه المعلومات، وتشتمل على الموضوع الذي ستطرحه 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 جهازي كمبيوتر جديدين
 - إقناع حاملي الأسهم أن إدارة الشركة على خير ما يرام وأنها في تطور دائم.
 - إقناع المشاركين بالتبرع 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

يجذب انتباه المستمعين.

الفكرة الرئيسية

إن المتحدث الجيد يبث الحياة في التقديم الذي يعرضه على المستمعين بالتركيز على ما يهمهم، 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 إلقائها 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 للاستماع؟
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 التكريم؟

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. أسأل 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 ولفترة طويلة هو أنسب طريقة لتجعل عرضك للمعلومات ملائماً لاحتياجات المستمعين.



1. المقدمة (10%):

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

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

1. وصف مختصر لمؤهلاتك وخبراتك وأوراق اعتمادك كمدرّب أو متحدث.. إلخ
2. استعراض التشابه الوظيفي بينك وبين عدد من المستمعين لخلق جو من التعاطف والتشابه بينك وبينهم.
3. جملة أو فعل مثير للدهشة أو غير متوقع.
4. استخدام وسائل العرض البصرية.
5. الاستماعة بخبرة شخصية أو جملة ماثورة أو موعظة.
6. إلقاء سؤال ما.
7. استخدام خيالك في إيجاد وسيلة لتقديمك للجمهور بما يلائم شخصيتك والموضوع الذي ستحدث فيه.

إن القاعدة الأساسية في المقدمة هي اختيار الوسيلة التي تظل عالقة بأذهان الآخرين وتكون في نفس الوقت جذابة وموصلة 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 التحدي 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، نقوم بالتركيز على نقطة واحدة أساسية، أما النقاط الأخرى التي لم تجد الوقت لتناولها، فيمكنك تدوينها في كتيب 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 بداخل الحديث العام، ولذلك تقوم بتقسيم كل نقطة إلى مقدمة وصلب الموضوع ونتيجة و يمكنك أن تعرض كل نقطة كالآتي: -

1. تأريخ حالات مماثلة: يمكن أن يكون سردك لقصة واقعية لشخصية أو شركة مماثلة لحالتك له تأثير فعال.
2. استخدام شهادات الآخرين: حيث تستعين بالعملاء والخبراء والإدارة الذين يشهدون لك بالكفاءة.
3. الخبرات الشخصية: تعمل على بث روح المصداقية والقوة، ولكن تجنب الإكثار من كلمة " أنا " وحاول إضافة كلمة " أنت وأنتم " 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 يتكون أي عرض لمعلومات 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.

الأفكار المساعدة

بعد حصولك على بيان موجز لحديثك، يمكنك الآن تجميع المادة اللازمة 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 بتدوين الجملة البيانية 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.

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 يضي 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 تتعلق بالموضوع الأساسي، حيث يمكن التعبير عن النقاط في صورة مزايا أو نصائح أو نتائج.
2. تناول الموضوع بتسلسل زمن: يتم تقديم المعلومات بتسلسل زمني للأحداث أو خطوة بخطوة بناءً على مبدأ أساسي ومنطقي.
3. تناول الموضوع كنقاط 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 المتوقع حدوثها عند القيام بأمر آخر.



6. إن اختيارك لوسيلة الإيضاح 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 يستهوي الابتكار والقدرات الخلاقة إلى جانب روح الدعاية.
8. حدد في ملاحظتك الجانبية متى تقوم باستخدام وسيلة الإيضاح المرئية ومتى يتم الاستغناء عنها.
9. يجب عليك تدريب نفسك على عرض معلوماتك باستخدام وسائل الإيضاح المرئية قبل إلقاء الحديث، حتى لا يشغلك الاهتمام بها عن مخاطبة مستمعيك أثناء استعراضك للمعلومات.
10. دوام على التدريب لإكساب صوتك الحماس والحيوية اللازمين أثناء حديثك.
11. يجب أن تقوم بتقييم وسائل الإيضاح التي تتوي استخدامها حتى تستطيع إعادة ترتيبها إذا سقطت إحدى الوسائل سهواً.
12. تذكر دائماً أن مفتاح نجاحك هو الكلام الموجز، فاستخدم أمثلة موجزة وفي صلب الموضوع.

3. الختام أو النتيجة (10٪)

- حيث توزج للمستمعين ما تم مناقشته من قبل، بأسلوب يظل عالماً بالأذهان ويترك انطباعاً دائماً، ولا يتم مناقشة أي نقاط جديدة مهما كان. ويمكنك 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 للآخرين كيف قمت بحلها بالنقاط الفرعية.
 3. قم بالدعوة الجريئة إلى تطبيق مقترحاتك في نهاية حديثك.
 4. اجعل نهاية حديثك قصة قصيرة تخرج منها بحكمة أو اذكر قولاً مأثوراً ينطبق على الأفكار المطروحة.
 5. استخدم الوسائل المرئية بطرح النقاط الهامة في نهاية حديثك.
- إن هذه النتيجة الختامية هي الفرصة الأخيرة ليظل أثر هذا الحديث في الذاكرة، إذ يجب أن تعطي لنفسك الوقت الكافي لعمل ختام رنان لا يطوى طي النسيان.

اقتباسات:

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

قانون سنايدر

"أنا لست عبقرياً، بل مجرد إسفنجة تمتص الأفكار وتستخدمها. إن غالبية أفكارك كانت تنتمي لمن يكلف 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 التخيلية: يمكنك البدء بكلمة " فلنفترض... " لكي تقوم بوصف موقف ممكن الحدوث.
 7. الأقوال المأثورة: لا تستخدم قولاً 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 المتار، وهي وسيلة ممتازة إذا كانت ملائمة للظروف المحيطة للموضوع 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 تنجح عملياً.
 13. الاستعانة بوسائل إيضاح بصرية: وهي تستهوي المستمعين، ومفتاح نجاح تلك الوسيلة هو العمل على إدخالها في نسيج عرض المعلومات بحرفية وسلاسة وبتواصل حقيقي بالموضوع المتار.
- أنواع وسائل الإيضاح 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 الحرفية والتأثير المطلوب لعرضك للمعلومات.
 4. يجب ألا تكون وسائل الإيضاح مزدحمة بحيث تشتت 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.



3. الطرق الفعالة لتوصيل المعلومة للآخرين

الفكرة الرئيسية

يمكن العرض الناجح في مجال الأعمال على ثلاث نقاط رئيسية:

1. التلقائية: التي تضيفي على حديثك الحيوية، بل إن أكثر المحادثات نجاحاً هي تلك التي تقدم للمستمعين خصيصاً "بغير سابق ترتيب"، وهذا هو النقيض لمجرد قراءة كلمات قام بترتيبها شخص آخر غير المتحدث. إن الهدف الرئيسي هو الوصول إلى درجة عالية من التلقائية والترتيب اللازم لحديثك.
2. الحماس: يزيد من اهتمام المستمعين بما تتحدث عنه، أما عدم وجود هذا الحماس فيوحي بعدم أهمية الموضوع؛ فالمتحدث 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 اللازمين. فقدرتك على التواصل البصري مع الحضور يشعرهم باشتراكهم الفعلي في الموضوع.

الأفكار المساعدة

من طرق تقديم الحديث في مجال الأعمال ما يلي:

1. الاستعانة بالملاحظات الجانبية: وهو أمر شديد الخصوصية وقد اختلفت الآراء حوله. والمهم في الأمر أن تشعر بالارتياح إلى كم الملاحظات 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 مألوفاً لديك؛ وليس الهدف هو أن تحفظ الحديث، بل أن تراجع 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 والمأماً 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 نستعين بوسائل الإيضاح والملاحظات أثناء الشرح الفعلي للموضوع، ثم يكون الختام بطريقة تلقائية توجي بالثقة وتترك انطباعاً جيداً، أو تقوم بعمل حديث ختامي مناسب في سياق العرض.

معظم الاجتماعات تتضمن جلسة لإلقاء الأسئلة والاستماع إلى الأجوبة، لذا يجب أن تذكر الآتي:

1. كن مسترخياً واحرص على تأكيد فكرتك للمستمعين واستشعار ردود أفعالهم.
2. حاول أن تتوقع الأسئلة وأن تقوم بتحضير أفكار جيدة للإجابة وذلك بدراستك المسبقة وعمل بحث وافٍ عن الموضوع المطروح.
3. عندما تجيب على أحد الأسئلة، وجه حديثك لكل وتأكد من وصول صوتك للجميع.
4. حاول أن تتفادى الإجابات المتشعبة، 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 إنهاءك لهذه الجلسة في موعدها المحدد، واختر حديثاً لطيفاً لنتهي 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 أثر 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 اللازمة لشركتك.
4. اجعل انتقاءك للزّي المناسب يعتمد على ما كنت تتوقع الآخرين أن يرتدوه في نفس ذلك الموقف. إن الاختيار غير المناسب للزّي يحول الانتباه بعيداً عن الحديث الذي تقوم به.
- تذكر تلك النقاط الهامة لتتجح في استخدام " لغة الجسد " أثناء إلقاءك للمحاضرة:
1. استخدم الإيماءات التي تقوم بها لتعكس الصورة المحترفة التي تريد نقلها، كما أن الانتصاب الجيد للقامة يوحي بالثقة والطاقة.
2. انتقل بتؤدة وسلاسة 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 تتمايل 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 تنس أن تبتسم 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 تنقل لهم الإحساس بالصدق والسلطة والثقة اللازمة، ولكن لا تكثر من الاتصال البصري بدون داعٍ.



- حيث أن منبع إحساسك بالتوتر يكمن في خوفك من مواجهة ما لم تتوقعه، هينئ تفكيرك أنك ستستطيع التغلب على ذلك الموقف ببعض من التلقائية المقنعة التي يعجب المستمعين بدرجة كبيرة.
6. قم بتحضير نفسك للموقف جيداً وثق في قدرتك على اجتيازه. وتأكد أن معظم الهواجس التي تخافها لن تتحقق في النهاية.
- أما العامل الأخير لنجاحك في الإلقاء بحديث أو محاضرة هو أن تتدرب وتقوم بعمل " بروفة " له و هذه وسيلة آمنة وفعالة لمراجعة الحديث ككل وتذكر دائماً أن:-
1. التدريب العملي يضيف بعض اللمسات الدقيقة والنهائية 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 الحقيقية.
 4. حاول تنظيم التوقيت اللازم ولا تتعداه وتذكر 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 سترتيديه وتجربته قبل الحدث الحقيقي.
 9. قم بمراجعة المقدمة والتدريب على تقديم فريق العمل التابع لك إلى المستمعين إذا كان العرض الذي ستقوم به مجموعة عمل.

- تذكر الآتي لكي يصبح صوتك موصلاً جيداً للمفاهيم التي ترغب في نقلها لمستمعيك:
1. تحدث بصوت مرتفع كالاعتاد عند إجراء الحوارات اليومية المعتادة، حيث إن هذا النمط يقوم بنقل المعلومات أفضل من الصوت العميق الرنان الذي يبدو مفتعلاً.
 2. قم بتعديل سرعتك في التحدث معتمداً على تجاوب المستمعين، حيث أن السرعة الزائدة تفقد انتباه المستمعين كما أن البطء في الحديث يصيبهم بالإحباط.
 3. استخدم بعض الوقفات في الحديث لكي تؤكد على نقطة معينة في توقيت معين.
 4. يمكنك تغيير ارتفاع صوتك وأسلوب الإلقاء لكي تضيف الجاذبية على حديثك.
 5. احرص على النطق السليم للألفاظ، حيث أن النطق الخاطئ يفقد ثقة المستمعين.
- ها هي بعض الملاحظات الأخرى التي تساعدك على تحقيق التأثير المطلوب من خلال حديثك:
1. إن أهم المحاضرات والمحادثات التي يتذكرها 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 الاعتذارات أثناء تقديمك للحديث يوحي بالتوتر والارتباك وشعورك بعدم الأمان.
 7. احرص 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 توحي بالضعف مثل " أعتقد أو أظن " حتى لا يكون موقفك ضعيفاً، فالتعبير القوي الذي يقرر حقائق مؤكدة هو الأسلوب الأمثل في مجال الأعمال.
- للتغلب على التوتر الذي قد يصيبك من جراء الحديث أمام جماعة من الناس والذي قد يعوق قيامك بإقناع هذا الجمع بحديثك - إليك بعض النصائح: -
1. قم بتوجيه هذه الطاقة لتوصيل المعلومة إلى المستمعين حيث أنهم لا يريدون رؤيتك متوتراً.
 2. إذا شعرت بالتوتر، ففكر في كل التحضير والتمرين اللذين قمت بهما لإرساء توقعاتك حول أدائك الجيد، بحيث يخفف ذلك من توترك.
 4. الاستعانة بالحماض يطنئ شعلة التوتر ويوجه تلك الطاقة لإضفاء حيوية على حديثك.
 5. تصرف بثقة لكي تشعر تدريجياً بالثقة الفعلية، ولن يخمن أي من الحاضرين أنك مرتبك.



اجتماعات حاملي السندات والمؤتمرات الصحفية:

1. يجب أن تعطي إجابات مختصرة ودقيقة وذات انطباع 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 بإخماد 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 تعليق " يمكنك أن تقول " ليس باستطاعتي التعليق على هذا الأمر بسبب (كذا وكذا) لكننا قمنا بتحقيق شيء هام آخر، ألا وهو.....
5. ابحث عن اهتمامات المتواجدين في عيونهم، وقم بمخاطبة الأولويات 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 تلقِ بعبارات جانبية خارج الموضوع، حتى لا تساعد على إيجاد الخلافات.
7. لا تحيد أبداً عن الصراحة ولا تلجأ إلى الكذب بأي حال من الأحوال.

4. مقترحات 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. اغتم أي فرصة للتعبير عن أفكارك في صورة خطاب قصير يتكون من الأجزاء الثلاثة الرئيسية (المقدمة، والفكرة الأساسية، والمخلص)، بحيث تركز على النقاط الأساسية وتكررها.
2. عادة ما يتاح لك من 25 إلى 45 ثانية لكي تتحدث، فقم بالإدلاء بمعلومات مركزة ومنطقية في هذا الوقت المحدد.
3. إذا وجدت المجال متاحاً، فأضف إلى حديثك بعض الأمثلة والعبارات المنقولة عن المشاهير التي تعبر عن حكمة أو هدف ما.

اللقاءات الإذاعية:

1. استخدم نبرة الصوت المعتادة، ولكن ألبسها رداء الحماس والود.
2. اجعل إجابتك موجزة ومباشرة، إذ أن الوقت المتاح لك عادةً للرد يكون حوالي 30 ثانية.
3. تحدث ببطء وثقة لتنتقل 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 ترتب 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 مباشراً ومصوباً مباشرةً على الهدف.
3. اعرف من الذي يهيمه الاستماع إلى حديثك من المتواجدين وقم " بمواءمة " إجاباتك حول المواضيع الأخرى الفرعية.
4. كن موجزاً وواضحاً ومباشراً.
5. كن محددًا 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 مترددة، لكي تصل المعلومات صحيحة إلى الآخرين.
7. حاول إخفاء توترك وترددك باستخدام الإيماءات واللفتات الجسدية التي توحى بالهدوء والثقة بالنفس، فأسلوب توصيلك للمعلومة يساوي في الأهمية قيمة المعلومة ذاتها.
8. اجعل عباراتك الختامية واثقة ومعبرة 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 تتسأ أن تنتهز الفرصة كلما لاحت لك.



صفحة التخطيط للمحادثة والتقييمات

--

1. سمات المستمعين والحاضرين:

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

2. الهدف الرئيسي من الحديث:

--

3. الموضوع الذي تم اختياره:

--

4. البيان (الموضوع + الهدف من إلقائه):

--

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

6- تخطيط عام للمناقشة (متضمناً وسائل الإيضاح المرئية):

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%).