



١-٣

مركز خدمات المنظمات غير الحكومية

تطوير مهارات العرض والاقتناع



ضمن سلسلة الأدلة الإرشادية التي يصدرها مركز
خدمات المنظمات غير الحكومية

الإقناع

هو عملية الترغيب عن طريق العقل والمنطق والمعرفة فهو عملية يقوم بها أحد الأشخاص لتوجيه فرد / مجموعة نحو اتجاهات محددة لديه مستخدما العقل والمنطق والمعرفة . و من ثم ، يعد الإقناع أحد المهارات اللازمة لكل من مديري المشروعات المدربين ومن العاملين على السواء:
مثال على مهارة الإقناع :-

صاحب العمل : هل تريدون هذه الوظيفة ؟ حسنا ، قولي لي هل لديك القدرة على استخدام الكمبيوتر ؟
طالبة الوظيفة : لا ولكن يمكنني التعلم بسرعة

قدمت طالبة الوظيفة المعلومة الصحيحة في إطار منطقي و مقنع.
وتجدر الإشارة هنا أن عملية الإقناع تختلف عما يسمى بعملية الاستهواء حيث أن الاستهواء هو عملية ترغيب بمخاطبة العواطف وإثارة المشاعر بخلاف عملية الإقناع التي تخاطب العقل و المنطق للوصول إلى الترغيب .

من عوامل نجاح عملية الإقناع

١ – المصداقية : والتي تتوقف على خبرة المرسل ومدى ما يتسم به من ثقة و أمانة.

٢ – الجاذبية : والتي تتوقف على شخصية المرسل وقدراته وإمكانياته وعلاقته مع المرسل إليه (المستقبل)

٣ – الالتزام بالأمانة وعدم المبالغة

ولكي تكون مقنعا جيدا يجب أن :

كافة الحقوق محفوظة ولا يسمح بنشر أي جزء من هذه المواد إلا بعد الحصول على موافقة كتابية وفي حالة استخدام هذه المادة في تقديم العروض أو لأي من الأغراض التعليمية، يجب الإشارة إلى المؤلف وهو المؤسسة الأمريكية للتنمية.

- ١- أن تكون مقتنعا بما تعرض .
- ٢- أن تكون أمينا مع نفسك وغيرك في عرضك .
- ٣- أن تبني عرضك على أساس ما لدى الناس من ثقة فيك .
- ٤- معرفة كل شيء عن المتلقيين / المستقبليين .
- ٥- أن تنصت لكل اقتراحات ومدخلات المتلقيين .
- ٦- أن تتميز بقوة الشخصية وسرعة البديهة وقوة الملاحظة .
- ٧- أن تضع في اعتبارك أن المصالح والقيم هي التي تحرك الناس .
- ٨- أن تتوافر لديك بعض المهارات الخاصة بتقديم عرض جيد .

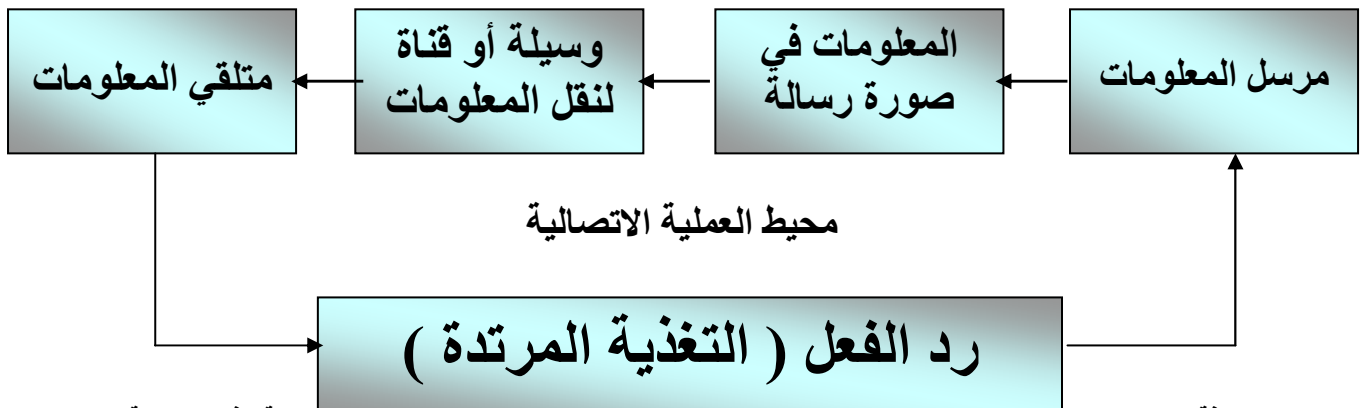
إرشادات لنجاح عملية الإقناع

- جهز نفسك جيدا بمعلومات صحيحة عن [من ستقتعه - موضوع الإقناع - لماذا تريد إقناعه] .
- كن مستعدا للتساؤلات التي قد يطرحها المتلقي .
- كن منصتا جيدا حتى تكتسب احترام المتلقي .
- زود نفسك بالمدخل المناسب لإقناع المتلقي مع الاستعانة بالمعينات المناسبة .

الاتصال كأحد أدوات الإقناع

فالاتصال يعنى وجود نظام يكفل توصيل البيانات والمعلومات والحقائق من جهة تملكها إلى جهة تحتاج إليها لإنجاز عمل أو اتخاذ قرار أو لتغيير سلوك .

مكونات نظام الاتصال



كافة الحقوق محفوظة ولا يسمح بنسخ أي جزء من هذه المواد إلا بعد الحصول على موافقة كتابية وفي حالة استخدام هذه المادة في تقديم العروض أو لأي من الأغراض التعليمية، يجب الإشارة إلى المؤلف وهو المؤسسة الأمريكية للتنمية.

أنواع الإتصال

- لفظى : من خلال الكلمات والحروف فى صورة منطوقة تعبر عن الرسالة المراد إرسالها .
- غير لفظى : من خلال الصور والحركات والإشارات والإيحاءات .

مهارات الإتصال

- التحدث
- الإنصات

الإنصات :

هو تركيز الانتباه على الأفكار والمشاعر وتعبيرات الآخرين اللغوية والجسدية وعدم الاعتماد على المحتوى الظاهري للكلمات وإنما محاولة الوصول إلى الاتجاهات و الأفكار الحقيقية التي يحاول المتحدث توصيلها .
وهناك فارق كبير بين الإنصات والاستماع إذا أن الاستماع قد يكون قاصرا على استقبال الرسالة عضويا عن طريق الأذن بينما الإنصات هو أعمال العقل في كل ما تم استقباله للوصول إلى معاني الرسالة المستقبلية .

طرق الإنصات

النوع	الغرض	الطريقة
التوضيح	<ul style="list-style-type: none"> الحصول على حقائق إضافية مساعدة المتحدث على التعبير عن كل جوانب المشكلة 	<ul style="list-style-type: none"> من فضلك هل يمكنك توضيح هذه النقاط بشكل أكثر تفصيلاً؟ هل هذا و ما تقصده ؟
إعادة الصياغة	<ul style="list-style-type: none"> مراجعة ما يقصده المتحدث إظهار إنصاتك للمتحدث للتأكد من الفهم الصحيح 	<ul style="list-style-type: none"> هل هذه هي المشكلة التي فهمتها منك ؟ على قدر ما فهمت منك ، ما تريد عملةً هو هل هذا هو ما تقصد أن تفعله ؟ والأسباب هي
المساعدة	<ul style="list-style-type: none"> لإظهار إنصاتك واهتمامك لمساعدة المتحدث على الاستمرار في الحديث 	<ul style="list-style-type: none"> هذه فكره جيده الآن فهمت
التلخيص	<ul style="list-style-type: none"> تلخيص المناقشة في كلمات قليلة 	<ul style="list-style-type: none"> هذه هي الأفكار الرئيسية التي ذكرتها.....

كافة الحقوق محفوظة ولا يسمح بنشر أي جزء من هذه المواد إلا بعد الحصول على موافقة كتابية وفي حالة استخدام هذه المادة في تقديم العروض أو لأي من الأغراض التعليمية، يجب الإشارة إلى المؤلف وهو المؤسسة الأمريكية للتنمية.

التحدث

ماذا تفعل إذا طلب منك الحديث إلى جماعة ما ؟

ستكون الإجابة إما أن :

● ترتبك وتتخبط

● تعتذر متعللاً بأسباب

● تلقى حديثاً جيداً

ولإلقاء حديث جيد أو ما نسميه بعرض جيد يجب أن تتعرف على العناصر الرئيسية

للعرض الجيد و هي :

● مقدمة : تحتوى على الترحيب والتعارف والهدف من العرض

● مضمون: وهو موضوع محدد يراد عرضه (مادة)

● خاتمة: وتحتوى على تلخيص ما دار ، وحصر لما تم التوصل إليه و تقديم

الشكر إلى المتلقين .

العرض الجيد

يختلف فن العرض عن فن التحدث ، فالتحدث هو سرد المعلومات بتتابع طبقا لنظام سبق تخطيطه، أما العرض فيعني التركيز علي حاجة المشاركين وليس علي التحدث كهدف ، ويعتمد أساسا علي تجاوب المشاركين معك والعارض الجيد هو من يتمكن من وضع مجموعة من الإجابات لمجموعة من الأسئلة يجب أن تكون جاهزة في ذهنه قبل الدخول في العرض ولا يتركها للصدفة حتى { كيف يدخل مكان العرض – كيف يلقي التحية علي المشاركين – بماذا يبدأ حديثه..... الخ } أي أن يجب عليه الإعداد الجيد لكافة الأمور ، لذا يجب عليه أن يضع مخطط جيد لعرضه متضمنا :

● قبل بدأ العرض ماذا يفعل ؟

● أثناء العرض ماذا يفعل ؟

● بعد الانتهاء من العرض ماذا يفعل ؟

ومن جانبنا نضع بعض الإرشادات التي يجب مراعاتها للتخطيط لإلقاء عرض جيد علي النحو التالي :

قبل بدء العرض :

١- إن لم تكن مقتنعا بما تعد له فلا داعي لقيامك بالعرض

٢- التحضير الجيد لموضوع العرض متضمنا الإلمام التام بكافة المعلومات والتأكد من صحتها

٣- ترتيب المادة المعروضة ترتيبا منطقيا متبعا قاعدة ابدأ بالمعلوم ثم انتقل تدريجيا إلي المجهول

٤- ادرس الفئة المتلقية لعرضك دراسة جيدة تجعلك تتجنب المواقف الحرجة أثناء العرض وتصل بك إلي تحقيق أهدافك

٥- قد تحتاج إلي وسائل تعينك في العرض فاحرص علي إعدادها باتقان

٦- استدعاء الحماس للفكرة يجعلك تهين مناخا طيبا للعرض

كافة الحقوق محفوظة ولا يسمح بنشر أي جزء من هذه المواد إلا بعد الحصول على موافقة كتابية وفي حالة استخدام هذه المادة في تقديم العروض أو لأي من الأغراض التعليمية، يجب الإشارة إلى المؤلف وهو المؤسسة الأمريكية للتنمية.

أثناء العرض

- ١- فكر أولاً وتكلم ثانياً .
- ٢- حدد بوضوح الهدف من العرض .
- ٣- قسم الموضوع إلي فقرات مسلسلة منطقياً .
- ٤- اعرض فكرة واحدة في كل مرة ، ثم اتبعها بفكرة أخرى ، و هكذا .
- ٥- تأكد من قبول المشاركين للفكرة قبل الانتقال لفكرة أخرى .
- ٦- استجب لانفعالات المشاركين .
- ٧- حافظ علي وجود تواصل جيد مع المشاركين وإذابة الجليد بينك وبين المشاركين .
- ٨- كن متفاعلاً وليس منفعلاً .
- ٩- ابتعد عن التلقين والنمطية في العرض .
- ١٠- تأكد أن الدقائق الأولى في العرض هي أخرج الدقائق والتي يجب أن تستغلها بأفضل صورة لتكتسب ثقة المشاركين .
- ١١- أن درجة تركيز المستمع لأي حديث تبدأ عالية وتنخفض بدرجة ملحوظة ثم تعود للتأرجح وتزداد كلما اقتربت النهاية .
- ١٢- احترم كل الآراء وان كنت لا توافق عليها .
- ١٣- لا تحاول الافتخار بالمعرفة وإظهار التفوق علي المشاركين .

بعد العرض

- ١- حاول أن تحصل علي التغذية المرتدة علي حديثك و قياس أثر حديثك علي المشاركين
- ٢- يجب تلخيص ما دار في العرض واهم ما تم التوصل إليه
- ٣- لا تنسي تقديم الشكر للمشاركين

الأخطاء الاثني عشر التي يقع فيها العرض



الأخطاء الاثني عشر

الأسئلة أثناء العرض

تلعب الأسئلة دورا كبيرا في جلسات العرض والإقناع وذلك لأن الأسئلة :

- تساعدك علي التعرف علي معلومات واتجاهات المشاركين لاختيار النقاط التي يجب التركيز عليها .
- تشجع المشاركين في تبادل الخبرات و المعارف.
- تمدك بتغذية مرتدة حول مدي استيعاب المشاركين لما تعرضه .

أولا الأسئلة التي يوجهها العارض للمشاركين :

(ا) أسئلة مفتوحة : وهي السؤال الذي لا يمكن الإجابة عليه بكلمة واحدة ويحث الحاضرين علي التفكير والمشاركة ، وهي دائما ما تبدأ بكلمات مثل (كيف - لماذا - ماذا - ما ٠٠٠ الخ) مثال : كيف تعتزم استخدام هذا الدليل ؟

(ب) أسئلة مغلقة : وهي الأسئلة التي يجاب عليها بكلمة واحدة عادة ، وهي لا تشجع علي استمرار المناقشة ودائما ما تبدأ بكلمات مثل (هل - متي - كم - أين - ما ٠٠٠٠ الخ) مثال : هل حضرت اجتماع الأمس ؟

ثانيا الأسئلة التي توجه من المشاركين إلى العارض :

وهي دائما إما أن تكون أسئلة استفسارية عن الموضوع، وفي هذه الحالة ، يجب علي العارض تقديم معلومات دقيقة وواضحة ، أو تكون أسئلة بغرض إحراج العارض وفي هذه الحالة يجب عليك :

- عند الإجابة علي السؤال المحرج أو ذو صفة التحدي أن تستخدم أدلة واقعية من أحداث ووقائع يعلمها الغالبية من المشاركين
- يجب المحافظة علي الهدوء والابتسامة حتى لا يتحول إلي تحدي
- في حالة الاتهام الواضح والصريح قم بتحويله إلي سؤال موجه يحتاج إلي إجابة واضحة ويمكنك هنا أن تعيد التساؤل علي جميع المشاركين
- لا تستخدم أي إجابات تحتوي علي طلب تأكيد صحتها من المشاركين

الوسائل المعينة في العرض

دائما ما يحتاج (العارض / المتحدث / المدرب / القائم بحملة الدعوة) إلى بعض الأدوات التي تساعده في توضيح أفكاره للمشاركين وتعينهم على تفهمها لذا فقد يستخدم العارض بعض الأدوات والوسائل المساعدة لذلك :

(أ) الوسائل المكتوبة

تلعب المادة المكتوبة دورا هاما في تداول المعلومات إذ أن الكتب والمطبوعات والمجلات التي يقرأها المشاركون قبل وبعد الجلسات تكون هامة جدا في توحيد الأفكار والمعلومات وتحديد المسار للاتجاهات

(ب) الوسائل السمعية

تعد من الوسائل قليلة الاستخدام في الجلسات حيث إنها تعتمد أساسا على حاسة السمع فقط كالاستماع إلى شريط تسجيل أو أسطوانات أو حوارات محددة

(ج) وسائل بصرية

من الوسائل شائعة الانتشار وتعتمد على حاسة البصر وسبب شيوعها إنها سهلة الإعداد والتداول ولها اثر كبير يظل عالقا في أذهان المشاركين ومنها (السبورات / اللوحات / النماذج الثابتة / الشفافيات / الصور / الشرائح / الأوفر هيد)

(د) وسائل سمعية بصرية

وهي وسائل تعتمد حاستي السمع والبصر وهي من الوسائل المكلفة إلى حد ما حيث إنها تتطلب إنتاج خاص ومنها (الفيديو / الأفلام السينمائية / التقنيات الحديثة / الحاسب الآلي / برامج المؤتمرات عن بعد..... الخ)
ونظرا لأهمية الوسائل المعينة فإننا دائما ما نرى أن علي العارض أن يختار وسيلة مناسبة تتناسب مع :

● قدرات العارض في التعامل معها

● مدى تقبل المشاركين لها

● التكلفة المتاحة لإعدادها

- ملاءمتها لموضوع العرض
 - مناسبتها لمكان وزمان العرض
- ولا تنسى دائما المثل الصيني الذي يقول (أنا اسمع فانسي ، أنا آري فأتذكر ، أنا اعمل فافهم)
وتذكر دائما أن الناس :

- يتذكرون حوالي ١٠% مما يقرأونه
- يتذكرون حوالي ٢٠% مما يسمعونه
- يتذكرون حوالي ٣٠% مما يرونه
- يتذكرون حوالي ٥٠% مما يرونه ويسمعونه
- يتذكرون حوالي ٧٠% مما يقولونه
- يتذكرون حوالي ٩٠% مما يمارسونه

وهناك من يقول أن الصورة = مليون كلمة