

- احصل على التعهد أو الالتزام.
- قدم الختام.

---

### نصائح لتجهيز العرض

- حدد هدف العرض. وسيوجه كل أمر عمله.
- تعلم أكثر ما يمكنك عن مستمعك، وتحيزاتهم، وتوقعاتهم.
- تناول موضوعك من وجهة نظر الحضور.
- عدل عرضك كي يتلاءم مع السياق - المحيط الطبيعي، والزمن في اليوم، وحدث مستمر مهم قد يؤثر على مستمعك.

---

### ماذا يجب أن تكون مدة العرض؟

غالبًا ما يجب عليك مناسبة عرضك في جدول زمني مطوّر من قبل الآخرين. فمثلاً، قد تُمنح ثلاثين دقيقة لإلقاء عرض مبيعات على

مشتري. وفي مناسبات أخرى، تتحكم أنت في المواعيد، ويمكنك أن تقرر المدة المثالية لعرضك. إن الإرشادات الآتية هي مفيدة في كلتي الحالتين:

• أطلِ العرض بقدر الحاجة لتوصيل رسالتك الأساسية بشكل واضح وتام.

• أطله فحسب إلى حد أن يكون واضحا وتاما خلال الوقت المخصص.

• من الأفضل عمل نقاط أقل ولكن عملها بشكل جيد.

• إذا لم يكن لديك وقت لتوضيح أو ترغيب نقطة لدى الحضور، فاحفظها لعرض آخر.

• إن الانتهاء مبكرا هو أفضل من عدم إكمال الحديث أو استعجاله في النهاية.

• خطط لما سوف تحذفه في حالة ضيق زمنك.

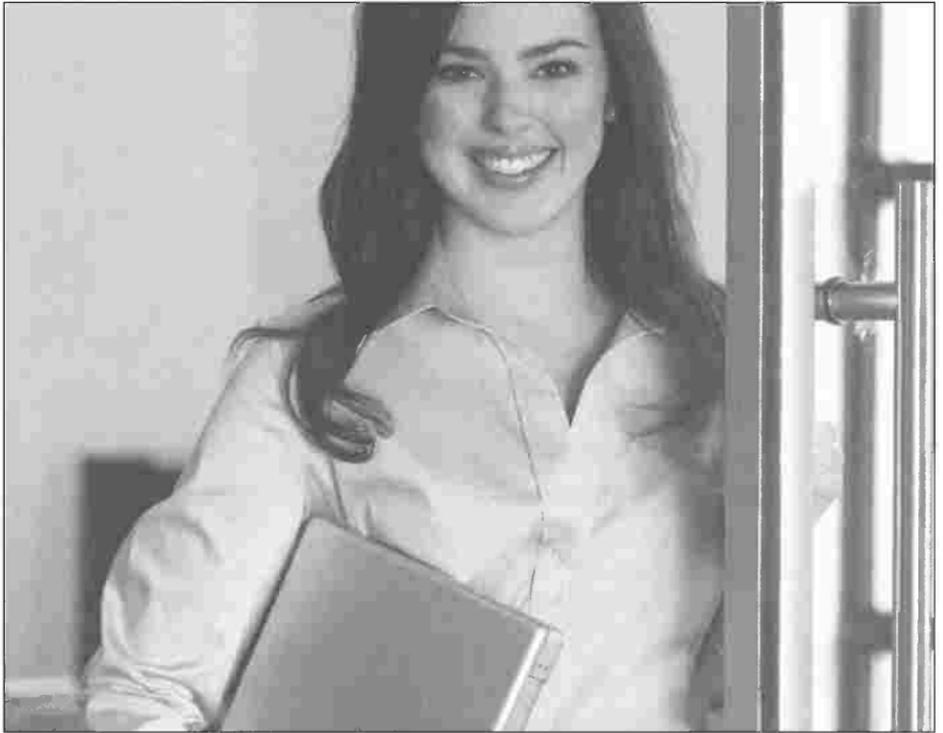
• اسمح لبعض الوقت في النهاية للأسئلة كمجاملة أساسية.

هل تحتاج إلى مساعدة للتخطيط لعرضك؟ اعتبر استخدام ورقة عمل "التخطيط الأولي".

<b>إلقاء العروض</b>
<b>التخطيط الأولي</b>
استخدم ورقة العمل هذه لمساعدتك في تخطيط محتوى عرضك.
الموضوع طُلب من قبل
الأهداف
إذا كان عرضك ناجحاً، فما النتائج الفورية له؟
الرسائل الأساسية
ماذا يجب للحضور أن يفهموا ويتذكروا من عرضك؟
1.
2.
3.
4.
5.
الحقائق الداعمة
ما الحقائق التي تدعم رسائلك الأساسية؟
الرسالة الأولى
الرسالة الثانية
الرسالة الثالثة
الرسالة الرابعة
الرسالة الخامسة



## التخطيط للوسائل المرئية





في أثناء تنظيمك، حدد الفرص لاستخدام الوسائل المرئية لتوصيل نقاطك وتثبيتها في أذهان المستمعين. ولكل شخص وسيلة تعلم مفضلة، ولكن يستجيب معظم الناس للوسائل المرئية بشكل أفضل مقارنة بالحديث لوحده. اعتبر اكتشافات الأبحاث الآتية:

- يكتسب الناس 75% مما يعرفونه بالرؤية، و 13% من خلال الاستماع، و 12% من خلال الشم.
- إن الصورة هي فاعلة في إيصال المعلومات أكثر بثلاث مرات من الكلمات لوحدها.
- إن الكلمات والصور معا هما أكثر فاعلة بست مرات مقارنة بالكلمات لوحدها.

استخدم وسائل الدعم المرئية لمساعدة الحضور على إبقاء انتباههم وتذكر الحقائق. واستخدمها أيضا لمساعدة الناس على فهم الأفكار، والعلاقات، أو التخطيطات الطبيعية. ويمكن استخدام الوسائل المرئية أيضا كتلميحات أنك ستنتقل إلى موضوع جديد.

ولكن تذكر أنه عندما ينظر الحضور إلى وسيلة مرئية، فهم لا ينظرون إليك، ولذا استخدم الوسائل المرئية بأقل درجة ممكنة. ولا

تستخدم شرائح عرض مليئة بالكلمات كي تقوم مقام وصف عام، وبدلاً من ذلك اعرف حديثك جيداً.

### قم باختيار وسائل الإعلام اللائقة

إن لديك خيارات عديدة للوسائل المرئية، بما في ذلك المسلاط (جهاز العرض الضوئي)، والشرائح المعتمدة على الحاسب الآلي، ولوحات الحائط المتحركة، والمنشورات. وعندما تختار من بين وسائل الإعلام هذه، تحتاج لاعتبار المرونة، والتكلفة، والملائمة لعرضك.

الحجج المؤيدة والمعارضة للإعلام		
الحجج المعارضة	الحجج المؤيدة	وسيلة الإعلام
<ul style="list-style-type: none"> <li>• قد يصعب وضع شرائح العرض وتغييرها</li> <li>• تقنية قديمة</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مرن</li> <li>• سهل الإنشاء</li> <li>• يمكن أن يسمح بضوء في الغرفة لنظر مستمر</li> <li>• جيد لكلا المناسبات الرسمية وغير الرسمية</li> </ul>	المسلاط

<ul style="list-style-type: none"> <li>• لا يعرض بوضوح دائماً</li> <li>• قد تتعطل التقنية، ولذا تحتاج إلى مجموعة بديلة أخرى من شرائح العرض</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• سهل الإنشاء، والتحديث، والنقل</li> </ul>	<p>الشرائح المعتمدة على الحاسب الآلي</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ليست فاعلة لمجموعات كبيرة يصعب نقلها</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مرنة</li> <li>• سهلة الإنشاء</li> <li>• تشجع التفاعل</li> </ul>	<p>لوحات الحائط المتحركة</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• قد تصبح نقطة تركيز الحضور، محولة إياهم عن الاستماع إليك</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• مفيدة لعروض قصيرة وغير رسمية</li> <li>• تزود مكانا لتدوين الملاحظات وأخذه معهم لمرجع لاحق</li> <li>• قد تحوي معلومات خلفية سهلة ذهنياً</li> </ul>	<p>المنشورات</p>

## ماذا سوف تفعل؟

### حقيبة ظهر الكلب

يقوم أوسكار وفريقه لإدارة المنتجات كل سنة بتقديم منتجات جديدة في مؤتمر قومي لشركة بست بت، المحدودة، وهي شركة مصنعة لمنتجات الحيوانات الأليفة. ويقوم مديرو خط الإنتاج لإعداد فريق مبيعات الشركة المكون من 150 عضوا لترويج منتجات جديدة للمشتريين بالجملة، بوصف عام لخصائص المنتج الجديد ومنافعه.

وسيعلم أوسكار وفريقه هذه السنة عن منتج جديد مثير: تريل هاوند، وهو "حقيبة ظهر للكلب" كي تحمل الكلاب طعامها وماءها خلال النزاهات الطويلة على الأقدام مع أصحابها. ولمنتج تريل هاوند نظام أقسام جديد إبداعي. ويحتاج أوسكار لشرح هذه الخاصية بوضوح حتى يمكن لممثلي المبيعات أن يقوموا بعرض ذلك على المستهلكين.

وقد تم الترتيب لأوسكار كي يلقي عرضه بعد الغداء مباشرة. ويبدأ خلال الأسابيع قبل المؤتمر بإعداد الوسائل المرئية التي يأمل أن تعمق من فهم ممثلي المبيعات للمنتج الجديد وتلهمهم لبيعه.

وإذا اخترت أن تستخدم المنشورات، فتجنب توزيعها في أثناء العرض. فإن ذلك يصرف الانتباه عن عرضك.

### الوسائل المرئية الفاعلة

لا تعزز جميع الوسائل المرئية العرض. وإذا كنت مثل معظم الموظفين الأنيقين فربما قد تكون بمعرفة بـ "الموت بشرائح برنامج الباور بوينت" - وهي العروض التي يستخدم فيها المتحدث كثيرا من الشرائح، ويستخدم الوسائل المرئية بمخططات بيانية مربكة من صناديق وأسهم وحلقات ارتجاع ونص، ويملاً الوسائل المرئية جنباً إلى جنب بالنص أو الصور، أو أسوأ من ذلك يقرأ النص ببساطة من الوسائل المرئية.

وكي تكون الوسائل المرئية فاعلة، يجب أن:

- تكون بسيطة.
- تستخدم الرسومات البيانية، والأيقونات، والرموز لتعزيز أو توصيا مبدأ.
- تستخدم كلمات أساسية، وليس جملاً كاملة.
- تستخدم المبدأ فحسب وليس أكثر من ستة سطور في الشريحة أو الصفحة.
- تستخدم ثلاث إلى ست أفكار في كل مخطط لوحة حائط متحركة.

- تستخدم اللون حيثما ما أمكن، ولكن دون إفراط.
- تستخدم الصور حيثما أمكن.
- تستخدم النقاط الغامقة قبل الجمل، وليس الأعداد للأمور غير المتعاقبة.
- تستخدم الحروف الكبار للعناوين ورموز أوائل الكلمات فحسب.
- ولتنظيم عناصر عرضك، استخدم ورقة عمل "الوصف العام للعرض".

---

#### نصائح لتكوين الوسائل المرئية

- استخدم فكرة واحدة دون أكثر من ستة سطور في الشريحة.
- انتق كلماتك.
- لا تستخدم ترتيب الأحرف بشكل عمودي.
- استخدم حجمين من النوع في صفحة على الأكثر.
- استخدم الحروف الكبيرة والصغيرة. استخدم الحروف الكبيرة كلياً في العناوين ورموز أوائل الكلمات فحسب.

## إلقاء العروض

### الوصف العام للعرض

استخدم ورقة العمل هذه لمساعدتك في تنظيم محتوى عرضك بأكثر فاعلة، وتحديد وسائل مرئية أو مساعدة قد تحسن عرضك، وتقدير الوقت الذي ستحتاجه. وقد تحتاج لمراجعة محتوى عرضك إذا بدا أنه يفوق حدود زمنك.

الزمن	وسائل مرئية / مساعدة	محتوى عرضك
		<b>الافتتاحية</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• اذكر غرضك.</li><li>• أعط نظرة عامة لنقاطك الأساسية.</li><li>• رغب الحضور للاستماع.</li></ul>
		<b>المتن</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• انقل النقاط الأساسية لعرضك.</li></ul>
		<b>النتيجة</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• لخص محتوى عرضك.</li><li>• تحدى الحضور للقيام بالأمر.</li></ul>

## ماذا يمكنك أن تفعل؟

أي نوع من الوسائل المرئية سيكون أسرا بأكبر درجة بالنسبة لغرض أوسكار؟ هالك بعض الاحتمالات:

• قائمة بصفحة واحدة لأهم عشر أسباب وراء حقيقة أن منتج تريل هاوند هو أفضل من أي حقيقة ظهر كلب منافسة. ويمكن لأوسكار أو يوزع القائمة في أثناء عرضه.

• لوحة حائط متحركة باثين أو ثلاث رسومات بيانية سهلة الرؤية تُظهر كيف تعمل خاصية الأقسام لمنتج تريل هاوند.

• شريحة معتمدة على الحاسب الآلي مع صورة تقارن نظام الأقسام الجديد لمنتج تريل هاوند مع أهم منافسيه، وشاملا قائمة بنقاط مبدوءة بنقاط غامقة لعدد من فوائد نظام منتج تريل هاوند.

وفي النهاية، يقرر أوسكار بإنشاء عرض معتمد على الحاسب الآلي مكون من شرائح بكلمات وصور. ويختار أيضا تزويد أعضاء الحضور بمنشورات تصف بالتفصيل مواصفات منتج تريل هاوند المهمة في أثناء دخولهم قاعة المؤتمر.

عندما يكون الأمر جهداً جماعياً





غالباً ما ترغب أن يشارك الناس الآخرون في عرضك. وقد تعرض نتائج جهد مجموعة، أو قد تشعر أن حضورهم وخبرتهم سيساعدك في تحقيق هدفك. اعتبر هذا المثال:

تخطط سمانثا، وهي قائدة فريق تطوير منتج جديد، لإلقاء عرض للإدارة العليا بشأن تقدم الفريق في تطوير خط إنتاج جديد لأطباق طعام مجمدة صحية للقلب. وتقرر سمانثا أن عرض الفريق سيكون أفضل لأنه سيسمح لأعضاء الفريق المتميزين بخبرات تقنية أن يشرحوا تفاصيل عملهم. وبتذكر ذلك، إنها تنظم العرض كي يضم الناس الآتين:

- هارولد، خبير التغذية في الفريق. وسيتناول قضايا التغذية والطب التي يواجهها الفريق.
- كونراد، ممثل المبيعات في الفريق. وسيشرح ماذا قد تُعلم بشأن المنتجات المنافسة واستجابات المستهلكين.
- كارليس، التي لها خلفية في الإدارة المالية. وستستخدم شرائح معتمدة على الكمبيوتر لمناقشة تكلفات المبيعات الرسمية المرتبطة مع خط الإنتاج الجديد.

ويجب أن تخصص المتحدثين اعتماداً على مجال خبرتهم، كما فعلت سمائنا، أو على نقاط قوتهم وضعفهم بالنسبة للعرض. فمثلاً، الناس الذين لديهم مهارات جيدة للعرض هم أفضل المرشحين لافتتاح أو اختتام الحديث عندما تكون درجة الإقناع هي الأهم. ويمكن أن يكونوا فاعلين جداً خلال أحقاب الزمن الصعبة، مثل قبل الغداء أو بعده وفي نهاية اليوم. وإذا ما أمكن فرتب لتمارين أداء المجموعة قبل العرض حتى يعرف كل شخص ما سيعرضه الآخرون.

### انسباب عرض الفريق

ما أفضل الطرق لدمج المشاركين المختلفين في عرض واحد؟ ليس ثمة طريقة مثلى واحدة. ولكن عرض الفريق التقليدي ينساب كالآتي:

- يقدم المتحدث الأول المتحدثين الآخرين بإيجاز ويقدم الموضوع.
- يزود كل متحدث لاحق مرحلة انتقال للشخص الآتي بجملة: "والآن جوون سوف تتناول..."
- يقوم المتحدث الأخير بتلخيص العرض كاملاً.
- يشرف مساعد على مراحل الانتقال.