

الوحدة الثانية

المهارات الفنية للتقديم والعرض

أولاً: التخطيط للتقديم والعرض

هل يمكنك أن تتخيل بناء بيت بدون وضع خطط للبناء؟ فهناك حاجة. قبل بناء مثل هذا البيت، التي خطط توضح المواد اللازم شراؤها ثم كيفية استخدام هذه المواد وبنفس الطريقة، فإن وضع خطة لما تقوم بعرضه وتقديمه يجعل منه أكثر كفاءة ويحقق له النجاح المنشود. ويساعد في ذلك اتباع الخطوات التاليتين وهما:

- وضع الأهداف.
- وتحليل جمهور المستمعين.

الخطوة الأولى: وضع الأهداف:

تتمثل الخطوة الأولى في أي تدون جملة بسيطة تتضمن هدفك (أو أهدافك) مثلاً: (هدفي إخبار المستمعين بمدى ما حققته من تقدم في بحثي) أو (هدفي إقناع الإدارة الأعلى بمنح إدارتي 20٪ زيادة في الميزانية).

هذا وتهدف عمليات التقديم والعرض الفنية في مجال الأعمال إما التي الإعلام أو الإقناع. ونوضح فيما يلي الفرق بينهما:

👉 في التقديم الإعلامي: لا تهدف عادة التي محاولة تغيير سلوك أو اتجاه أو معتقدات أحد، بل تقوم فقط بإرسال مجموعة من الحقائق، ومثال ذلك أن تعرض تقريراً تخبر فيه الآخرين ببساطة بمدى ما حققته من تقدم في مشروع معين.

👉 أما في التقديم الإقناعي: فإنك تحاول فيه تغيير بعض أوجه سلوكيات أو اتجاهات أو معتقدات مستمعك. مثلاً أن تطلب منهم الاشتراك في خططك أو أن يقدموا لك مالا أو ما التي ذلك. وهذا النوع هو السائد في عمليات التقديم المهنية.

الخطوة الثانية: تحليل جمهور المستمعين:

ضع نفسك مكان من سيستمع إليك! عندما تقوم بتحليل مستمعك، ضع في اعتبارك العناصر الثلاثة الآتية:

1- ما هي قيم واحتياجات وقيود مستمعك؟

يمكنك أن تقوم بتحليل أكثر عمقا مع الجماعات الأصغر وذلك لأنك تعرف أشياء أكثر عن أفراد المجموعة، أما مع الجماعات الأكبر فقد لا يطلب منك أكثر من التركيز على بعض المفاهيم العامة.

2- ما هو المستوى المعرفي لجمهور المستمعين؟

هل حدث واستمعت التي البعض وهو يقدم أثناء عرضه الكثير من الاختصارات أو المصطلحات الفنية غير الشائعة وغير المعروفة لجمهور الحاضرين؟ على كل فإننا نقترح عليك أن تعتبر الجمهور جاهلا ولا يفهم أي مصطلحات متخصصة قد تستخدمها. فإذا ما استدعت الضرورة استخدام بعضها فما عليك إلا أن تشرحها بكلمات سهلة ومفهومة مقدما.

3- ما الذي يمكن أن يؤدي التي أطيب النتائج؟

يجب أن تسأل نفسك أولا: أي طرق العرض والكلام والإقناع والإثبات يمكن أن يتحاور معها الجمهور بأفضل شكل ممكن وأيها يمكن أن يؤدي التي رد فعل غير مناسب، وخطط ملاحظتك طبقا لذلك.

ثانيا: تنظيم الأفكار

من قبيل الأفكار الجيدة أن تبدأ بتنظيم صلب موضوع الحديث غير عابئ بالمقدمة مبدئيا ذلك أن المقدمة يمكن أن نبغ تلقائيا من صلب الموضوع وهو ما يعرفه جيدا المتحدثون المتمرسون ونقدم لك فيما يلي بعض الاقتراحات المفيدة في هذا الصدد:

الخطوة الأولى: تدوين الأفكار الرئيسية:

ومن كل ما يعد لك من أفكار رئيسية ممكنة في وريقات صغيرة، كل فكرة في وريقة مستقلة، دع الأفكار تتدفق وتتناسب كما تشاء دون مراجعة

لها أو تمحيص (فهذا سيأتي فيما بعد) تهدف هذه الاستراتيجية التي توليد أكبر قدر ممكن من الأفكار.

وبمجرد توافر عدد كبير من الأفكار ابدأ في فحصها والتخلص من بعضها محاولا الاقتصار على عدد محدود من الأفكار (ما بين فكرتين وخمس أفكار فقط). فإذا كانت الأفكار أكثر من خمس حاول التخلص من الزيادة بجعلها نقاطا فرعية.

مثال:

افترض أنه قد طلب منك أن تقوم بعملية عرض للإدارة الأعلى للدفاع عن حاجة إدارتك لزيادة في الميزانية قدرها 20% في العالم القادم.

وبالطبع فأنت تعلم أن ذلك من قبيل التقديم الإقناعي وأنت قد قمت فعلا بتحليل جمهور مستمعيك وقد قمت بوضع عدد من الأفكار الأصلية يتراوح بين 10 و1 فكرة ليك تركز عليها أثناء عرضك ثم قمت بعد ذلك بتقليل هذه الأفكار التي الأفكار الثالثة التالية، فهذه هي الأفكار الثلاث الرئيسية التي تخطط لتوصيلها لمستمعيك أما الأدلة والبراهين والمزايا وبعض التفسيرات المحددة فسوف تصبح نقاطا فرعية.

الخطوة الثانية: حدد النقاط الفرعية:

بمجرد وضع الأفكار الرئيسية يكون من الضروري وضع الأفكار المساعدة والتي قد تشمل بعض التفسيرات أو البيانات أو غير ذلك من الأدلة التي تدعم أفكارك الرئيسية.

ويمكن أن تكون الأفكار الفرعية أكثر أو أقل من ذلك، ويلاحظ أنه بمجرد قيامك بذلك سيتعين عليك إعادة ترتيب أفكارك بالشكل الأكثر مناسبة لك. فقط ضع أمام ناظريك دائماً أهدافك ومستمعيك.

الخطوة الثالثة: حدد الفوائد والمزايا:

في التقديم الإقناعي. من المهم أن تذكر لمستمعك وبشكل محدد ما يمكن أن يعود عليهم من فوائد نظير إتباع ما تطلبه منهم هذا ويمكن ذك هذه الفوائد قبل الدخول في صلب الموضوع أو في نهايته أو قبل وبعد عرض صلب الموضوع. ويمكن ذكر الفوائد التالية والمشتقة من مثالنا السابق (سبب حاجة الإدارة لزيادة في الميزانية قدرها 2%).

- 1- سوف تساعد الأموال الأكثر في الإدارة باستخدام حاسب آلي جديد وبالتالي المحافظة على مركزنا التنافسي في الصناعة.
- 2- زيادة الأرباح بسبب زيادة الكفاءة.
- 3- استخدام النظام الجديد سيرتفع بمستوى منتجاتنا الحالية وتطوير منتجات جديدة.

الخطوة الرابعة: وضع اللمسات الأخيرة:

- الآن يمكن وضع اللمسات الأخيرة والتي سوف تضيف لقيمة ما تقوم بعرضه، وفيما يلي أهم استخدامات هذه اللمسات:
- 1- تدعيم المعلومات الهامة.

- 2- تلخيص البنود العلمية لمتابعها المستمعون بشكل أفضل.
- 3- تقديم بيانات مساعدة لا ترغب في تقديمها باستخدام المساعدات البصرية.

وبعد وضع هذه اللمسات الأخيرة يمكن الاستفادة منها أما قبل التقديم والعرض أو أثناءه في نهايته.

الخطوة الخامسة: تحديد المساعدات البصرية:

بمجرد الانتهاء من النمط التنظيمي يجب أن تقرر ما إذا كنت ستستعين باستخدام المساعدات البصرية؟ وأين يمكنك ذلك؟ وكل المطلوب هنا هو أن تأخذ ذلك في الحسبان عند وضع خطتك.

فعلى سبيل المثال:

بالنسبة للفكرة الفرعية الثالثة التابعة للفكرة الأساسية الأولى: (نظام الحاسب القديم يكلف الشركة الكثير من الأموال) فإنه يمكن توضيحها باستخدام رسم بياني أو أية وسيلة أخرى لتوضيح تكلفة الحاسب في السنوات الثلاث السابقة في مقابل الوفورات التي يمكن أن يحققها النظام الجديد خلال نفس الفترة.

الأفكار
الرئيسية

يجب تمويل
التطوير

نحن في حاجة
لمبرمجين أكثر
لتطوير نظامنا

نحن في حاجة
لتحديث نظام
الحاسب الآلي لدينا

الأفكار
الفرعية

الحاجة التي نظام
اتصالات وبيانات
جديدة

إيجاد وخلق البرامج التي
نملكها سوف يوفر
الكثير من الأموال

نظامنا القديم هو
نظام عتيق

تؤدي التكنولوجيا
الجديدة التي جودة
أفضل بنفس
التكلفة

سيظل الاعتماد
على البائعين
الخارجين

لا يمكن استخدام
أحدث البرامج

مساهمة أفراد جدد
بأفكار جديدة

ستكن البرامج
ملائمة تماما
لاحتياجات الشركة

زيادة تكاليف
النظام القديم لأنه
غير كفء

الحاجة التي برامج
جديدة

المحافظة على
مركزنا التنافسي

حدوث العديد من
الاختناقات
والتوقفات مؤخرا

ستساعد وحدات الطباعة
الحديثة السرعة في
تطوير المنتجات الجديدة

إمكانية تطوير
وتقديم منتجات
جديدة

صعوبة
إحلال الأجزاء

الخطوة السادسة: مراجعة وإعادة النظر في الفكرة الأساسية:

والمقصود من ذلك، أنه يجب عليك إعادة ومراجعة النقاط الثلاث الرئيسية في عرضك.

مثال: يمكن أن تكون الفكرة الأساسية في الجملة التالية: (نحن في حاجة لتحديث نظام الحاسب لدينا وتعيين عددا أكبر من المبرمجين وتمويل عملية التطوير للعديد من الأسباب التي سوف نعرضها معا الآن).

وهذه الجملة يستحسن البدء بها. أما في النهاية فيمكن تغيير الجملة لتصبح: (الآن يتضح لكم جميعا أن نظام الحاسب الحديث والمبرمجين المطلوبين والميزانية المطلوبة للتطوير هي فكرة جيدة ينبغي مساندةها).

الخطوة السابعة: وضع المقدمة:

الآن أصبح في إمكانك أن تضع مقدمتك والمقدمة عادة يمكن أن تحقق عددا من الأغراض الهامة منها:

- 1- جذب انتباه المستمعين وشدهم للتركيز عليك كمتحدث.
- 2- عرض المعلومات الأساسية المتعلقة بالموضوع.
- 3- تقديم نفسك: من أنت وما هي مؤهلاتك التي تتيح لك التحدث في هذا الموضوع.

وبغض النظر عن الأغراض السابقة، فإن التقديم الجيد ضرورة حيوية.

المعلومات الأساسية الفنية:

وهي المعلومات التي يعرضها المتحدثون في البداية تمهيدا لما سوف يرد في صلب الموضوع مثلا (قبل الدخول في تفصيلا الموضوع قد يكون من المناسب أن أعرض عليكم أولا عرضا مختصرا وسريعا لبحثنا السابق).

الحكايات والنوادر:

وهي قصة قصيرة تساعد في توضيح نقطة معينة وقد تكون مسلية إلا أن ذلك ليس قاعدة مثلا "جاءني ابني أمس وأخبرني أنه إذا أعطيته 2 جنيه زيادة فسوف ينظف وينظم حديقة المنزل مرتين أسبوعيا بدلا من مرة واحدة وإذا أعطيته 10٪ أخرى فسوف تكون لدينا أجمل حديقة في الحي كله وبنفس الطريقة إذا زدنا مرتبات عمال الإنتاج 10٪ فلا بد أن نتوقع زيادة في الإنتاجية".

الضحك والمرح والنكتة البريئة:

وهي أعظم وسيلة لكسر الجمود. ويجب أن يكون وثيق الصلة بالمتحدث أو الموضوع أو المستمعين أو المناسبة. علما بأنه ليس هناك أسوأ من نكتة ليس لها علاقة بالموضوع من قريب أو من بعيد.

الخطوة الثامنة: وضع الخاتمة والنتائج:

ويجب أن تكون الخاتمة وثيقة الصلة بالمادة السابقة تقديمها وما اشتملت عليه من قصص ونوادر وبيانات.

وغالبا ما يتطلب الأمر في التقديم الإقناعي أن تحتّم الحديث بعبارة داعية للعمل والتصرف أي أن تخبر مستمعك بما تريد منهم أن يفعلوه بالتحديد. وكيفية ذلك ومتى.

خطط للتقديم والعرض:

يجب على عند التقدم والعرض أن:

- أحدد الأهداف.
- أحلل جمهور المستمعين.

المقدمة والخاتمة هما رأس وذنّب صلب موضوعك وبدونهما لا يكون هناك عرض جيد وهو ما سيتضح بجلاء لمستمعك.		
الرأس	الجسم	الذنّب
المقدمة	صلب الموضوع	الخاتمة

نظم عملية التقديم والعرض:

يجب على عند التقديم والعرض أن:

- أولد أكبر قدر ممكن من الأفكار الرئيسية.
- أولد أكبر قدر ممكن من الأفكار الفرعية.
- أضع اللمسات الأخيرة.
- أحدد المساعدات البصرية.

- أحدد المزايا والفوائد (في التقديم الإقناعي).
- أحدد جملةتي بدء وختام التقديم والعرض.
- أضع الشكل العام للمقدمة.
- أحدد الخاتمة والنتائج.

ثالثا: الاستعداد للتقديم والعرض:

كيفية تطبيق وممارسة عملية التقديم والعرض:

نقدم فيما يلي عددا من الخطوات التي تساعدك على الهدوء وتمنحك الثقة والحماس عند التقديم والعرض:

- 1- تأكد من أن ما دونته من مذكرات عبارة عن "كلمات أساسية" فقط مكتوبة بخط كبير وواضح مما يساعدك على الوقوع على مفاتيح الكلام الأساسية دون حاجة "للقراءة" أمام المستمعين.
- 2- قم بعملية مراجعة ذهنية سريعة للأفكار وفقا لترتيبها المنطقي.
- 3- كرر عملية المراجعة الذهنية حتى تتعود تلقائيا على تدفق الأفكار بسياقها المنطقي والمواضع التي ستستعيد فيها باستخدام المساعدات البصرية.
- 4- قم "بروفة" لعملية التقديم والعرض في حجرة شبيهة بتلك التي ستم فيها العملية فعلا.
- 5- عند استعمالك للأجهزة البصرية حاول التركيز أكثر على الجمهور من التركيز على المذكرات.

- 6- جهز إجابات لكافة الأسئلة المتوقعة وتدرّب علي الإجابة عليها.
- 7- قم بتصوير "البروفة" إن أمكن بجهاز فيديو أو ادع أحد أصدقائك لمشاهدة البروفة وانتقادها لتقف علي رد الفعل المتوقع.
- 8- أعد مشاهدة شريط الفيديو أو استمع لرد فعل الصديق ثم قم بعلم التعديلات الضرورية والمناسبة.
- 9- قم "بروفة" أخيرة لعملية التقديم والعرض في شكلها النهائي.

