

التحدث أمام مجموعات

كيف تجعل أفضل أوقاتك خلف مكبر الصوت «المايكروفون»

بقلم دينيس سومر

ها أنت قد أنجزت تماماً إستراتيجية المبيعات والتسويق اللازمة. وقد اكتسبت خبرة في عملك التجاري وأخذت أفكاراً تسويقية ثبت نجاحها من هذا الكتاب من أجل إيجاد إستراتيجية ترفعك إلى القمة في مجال صناعتك. وماذا بعد؟

إن حفاظك على إستراتيجيتك مغلقة في جهاز الكمبيوتر الخاص بك أو في خزانة الملفات لن يساعدك في عملك. خطوطك الآتية هي أن تقدم رسالتك.

ثمة مشكلة صغيرة. لقد أظهرت أعمال المسح البحثي أن معظم الاختصاصيين يخشون التحدث أمام الجماهير أكثر من خشيتهم من الموت. أنا لا أصدق أن معظم الاختصاصيين يموتون خوفاً حقاً من الحديث أمام مجموعة من الناس، ولكن هذا يوضح لماذا يتلعثم كثير من الاختصاصيين أمام الجمهور. استناداً إلى خبرتي الشخصية في التعامل مع آلاف المبيعات، والخدمات، والاختصاصيين المستشارين، أعتقد أن 15% منهم يتمتعون حقاً بالحديث إلى مجموعات من الناس. أما نحو 85% منهم لا يرتاحون للاتصال بشخص ما، وعندما يضطرون إلى ذلك فإنهم يفضلون قراءة أسئلة وخطب مُعلَّبة أو عروض تترك المستمعين يتفادون هذه التجربة.

عليك إقناع وإلهام الآخرين من أجل نجاح رسالتك. وعليك كذلك أن تقابل مباشرة المستخدمين والوسطاء والمستثمرين ووسائل الإعلام والزبائن فرداً فرداً، مُقدماً رسالة ملهمة تُحفِّز كل واحد منهم على اعتناق إستراتيجيتك وشراء منتجاتك أو خدماتك.

لنلقِ نظرة على تقنيتين مثبتتين للحديث سوف ترفعانك وترفعان عملك إلى القمة:

1- تحدث مع نفسك.

2- اقنع المستمعين بصوتك.

تحدث عن نفسك

الثقة، والسلطة، والإثارة مترابطة مع بعضها في لغة الجسد. لغة الجسد تعزز مصداقيتك وتؤكد وجهات نظرك الرئيسية وتوصياتك.

تخيل أنك التحقت باجتماع ترويجي حيث كان هدف المتكلم أن يلهم ويجذب المستمعين تجاه منتج جديد في السنة القادمة. يقف المتحدث بانضباط أمام المجموعة دون أن يتحرك أو يلتفت إلى المستمعين. كلماته تقول أنه مستمتع فيما يقدمه ولكن لغة جسده تقول العكس. ما هي النتيجة؟ أنت ستخرج بلا شك من الاجتماع دون أي حافز يدفعك لبيع ذلك المنتج الجديد. ولغة جسدك سيكون لها التأثير نفسه على مستمعك. الأهمهم بأفكارك وتوصياتك بشأن موضوعك. نلقي هنا نظرة على تعبيرات لغة الجسد الخمسة:

1- التحرك حول المكان: الحركة أثناء عرضك تجتذب انتباه مستمعك وتجعلهم مهتمين فيما أعينهم ورؤوسهم تتابعك من وضع إلى آخر. وهذا ما يشكل تنويعاً للجمهور.

فرصتك الأولى لعرض لغة الجسد هي عندما تغادر مقعدك وتسير إلى مقدمة الغرفة. ينبغي أن تظهر متلهفاً واثقاً. امش ورأسك مرفوع وكتفك إلى الخلف في خطوة سريعة هادفة. وعندما تنتهي من الكلام عد بالطريقة نفسها.

أثناء تقديمك لعرضك تكلم من بقعة واحدة ثم تحرك خطوتين أو ثلاث خطوات فيما أنت تنتقل إلى موضوع آخر. هذه الحركة تشكل انتقالاً كبيراً بين الموضوعات أو النقاط الرئيسية. ومن أجل التأكيد على النقاط الدقيقة اقترب من مستمعك. ومن أجل إعطاء تصعيد درامي لنقطة ما، مثل وصفك قبل أن تقدم وصفك الشفهي. على سبيل المثال، إذا كنت تصف موقفاً بارداً جداً يمكنك أن تظهر الشعور بالارتعاش قبل الوصف مباشرة.

فيما يلي قائمة بالحركات التي تصرف انتباه الحضور التي عليك أن تتجنبها:

- تسارع العرض.
- التمللم بعصبية.
- التأرجح أثناء الوقوف من جانب إلى آخر.
- الوثب إلى أعلى وأسفل.

2- الوقوف في المكان: لقد ناقشنا فقط التحرك أثناء إلقاء الحديث أو العرض ولكن هناك أوقات ينبغي أن تكون أثناءها واقفاً في المكان. عند الافتتاح والانتهاج من الحديث، يكون الموقف الذي تتخذه مهماً لأنه يشير إلى مستوى راحتك، وثقتك، وتوازنك. من أجل أن تكون أكثر فعالية، قف على قدميك وهما متباعدتان قليلاً ووزنك موزع بشكل متكافئ.

تجنب العادات والمواقف التي تدل على الخجل، أو الضعف، أو العصبية، أو على أنك غير مرتاح مثل:

- أن تثبت نظرك إلى السقف أو الأرض.
- أن تهز كتفيك.
- نقل ثقل جسمك من قدم إلى أخرى.

3- الاتصال بالعين: يلعب الاتصال بالعين دوراً مهماً في كيفية تلقي مستمعك لك. أثناء الكلام، ينبغي أن تعطي انتباهاً خاصاً لتفاعل عينيك مع المستمعين.

هل كنت في يوم من الأيام وسط جمهور تستمع لإحدى الاختصاصيات وهي تتحدث ولا تنظر إليك أو إلى الآخرين مباشرة وإنما كانت تنظر إلى الأرض أو السقف أو إلى الجدار الخلفي - دون أن تنظر إليك مباشرة أبداً؟ هل تشكل لديك انطباع أنها غير صادقة وأنها تفتقر إلى الثقة؟ هل ألهمتك أو أفتعتك بأفكارها؟ أشك في ذلك.

عندما تُقيم اتصالاً بصرياً مع المستمعين فإنهم يؤمنون أنك صادق وموثوق ومخلص. وسيكون المستمعون أكثر رغبة في قبول أفكارك ومساندتها. ثمة فائدة أخرى من التواصل البصري الجيد تتمثل في الرابط القوي الذي يوجد. عندما تتقابل عيونكم فأنت تجذب انتباه الحضور المباشر وستكون مغادرتك لهم وقتاً صعباً بالنسبة إليهم.

أثناء عرضك انظر مباشرة إلى مستمعك. انظر مباشرة في عيون أحدهم حتى تنهي فكرة ثم انتقل إلى آخر. اجعل تواصلك البصري مع الجمهور كيفما اتفق في أرجاء الغرفة بكاملها. وإذا كانت الغرفة صغيرة فستكون قادراً على الأغلب على إقامة اتصال بصري مباشر مع كل فرد في الغرفة. أما إذا كانت الغرفة واسعة ومحشورة فإنك بالطبع لن تكون قادراً على إجراء اتصال بصري مع كل واحد. في هذه الحالة أجر اتصالاً بصرياً مباشراً مع أحدهم في كل قسم من القاعة - المقدمة، الوسط، الخلف، الجانب الأيمن، الجانب الأيسر.

تجنب هذه العادات السيئة:

- الحملقة في أرجاء الغرفة دون الاتصال البصري المباشر مع الحضور.
 - إعادة رأسك إلى الوراء والأمام مثل مروحة، صارفاً النظر عن المستمعين.
 - التحديق في شخص واحد مدة طويلة، بحيث تجعله يشعر بالتوتر.
 - التحديق بسرعة متقللاً من شخص إلى آخر يجعلك تبدو غير جدير بالثقة.
- 4- تعبيرات الوجه: ينقل وجهك كيفية رد فعل مستمعك أو شعورهم إزاء المعلومات التي تقدمها لهم. ينبغي أن تكون تعبيرات وجهك متماسكة وتشير إلى تلك المشاعر. إذا كنت تتحدث عن تحقيق أرباح مدونة وأنت مقطب الجبين ورأسك منكمس إلى أسفل فسيكون مستمعك مرتبكاً، وغير سعيد أو راض عن النتائج.

أظهر السعادة والإثارة بالابتسام ابتسامة عريضة. وأظهر الحزن بالتقطيب وانحناء رأسك. أما توسيع عينيك ورفع حاجبيك فذلك دلالة على الدهشة. عندما تعرض هذه المشاعر فإن المستمع إليك سوف يحاكيها عندئذٍ.

5- إشارات اليد والذراع: إشارات اليدين هي لغة الجسد الأكثر تعبيراً ومشاعر على إظهار نقاط الموضوع الأساسية. وأكثر الإشارات فعالية هي تلك التي تظهر فوق الكوع وبعيداً عن جسدك. وتكرار الحركة نفسها يصرف الانتباه كثيراً، لذا نوع إيماءاتك. وفي الغرف الأكبر ينبغي لإشارتك أن تكون أكبر كي تضمن أن كل واحد في الخلف يستطيع أن يراها.

جرب بعض هذه الإيماءات في المرة القادمة التي تتحدث فيها إلى المستمعين:

- حركات الرأس المكررة إلى أعلى وأسفل تشير إلى الموافقة.
- القبضة المحكمة تشير إلى القوة أو الغضب.
- اضرب بقبضتك المحكمة على راحة يد مفتوحة للإشارة إلى نقطة مهمة تم اتخاذها.
- افتح راحتي يديك للإشارة إلى الكرم والرعاية.
- ذراعان مطوقان على صدرك للإشارة إلى القوة والعزم.
- تشبيك اليدين أمام صدرك للإشارة إلى الوحدة.
- تحريك اليدين بانسجام للإشارة إلى التشابه.
- تحريك اليدين باتجاهات مختلفة للإشارة إلى الخلافات.

يمكن للإيماءات أن تعني أشياء كثيرة وهي تختلف من ثقافة إلى أخرى، لذا كن حساساً تجاه موقعك ومستمعك.

اقنع مستمعيك بصوتك

أي نوع من الأصوات صوتك؟ ألا تحب أن تصغي إلى صوت مشير، وعميق، وغني؟

صوتك هو الأداة التي تنقل المعلومات إلى مستمعك وتكسب موافقتهم. إذا كان صوتك مزعجاً فإنهم سيتوقفون عن الانتباه إليك ولن يصغوا إلى أفكارك.

* مركب كيميائي يتشكل بالتبلمر - المترجمة.

- يتمتع كبار المستشارين بأربع ميزات صوتية تجذب انتباه المستمعين الكامل:
- مسموع بسهولة: إنهم يلفظون بوضوح الكلمات ويستخدمون جهازة صوت ملائمة.
 - لطيف: يعبر عن مودتهم.
 - طبيعي: يظهر إخلاصهم، ويعكس شخصيتهم.
 - معبر: يعرض معاني مختلفة، وهو لا يخلو من العاطفة، ولا يتسم بالرتابة.
- إن خلق توازن بين مضمون حديثك وصوتك من حيث النوعية والسرعة والنغمة ودرجة الارتفاع والسكوت عند اللزوم أمر هام جداً لإنجاح مهمتك في توصيل ما تقوله إلى المستمعين.
- 1- النوعية: ينبغي أن يكون صوتك سهل الاستماع إليه. كما ينبغي أن يكون ممتعاً وودياً وطبيعياً وواثقاً. إذا كان صوتك خشناً، أو حاداً، أو يخرج من الأنف، أو مصحوباً بالنفس فأنت بحاجة إلى أن تزيل علامات التوتر من صوتك.
 - 2- السرعة: إذا تحدثت بسرعة فإن مستمعك لن يكونوا قادرين على مواكبتك. وإذا تحدثت ببطء زائد فإنهم عندئذ سيفقدون الاهتمام. اجعل حديثك بحدود 125 إلى 160 كلمة في الدقيقة وبذا يكون سريعاً بما فيه الكفاية للمحافظة على انتباههم وبطيئاً كفاية لاستيعاب أفكارك. هذا فضلاً عن أنه ينبغي أن تتحدث بمعدل نظامي طوال الوقت. أبطئ للتأكيد على نقطة رئيسة. أسرع في المادة الأخرى الأقل أهمية.
 - 3- طبقة الصوت: إن درجة ارتفاع الصوت أو انخفاضه في الموسيقى هي طبقة. نوع طبقة صوتك أثناء الأداء. لا تحافظ أبداً على وتيرة الصوت ذاتها. فهذا ما سيدفع مستمعك سريعاً إلى النوم. من جهة ثانية، فإن الصوت ذا الطبقة العالية على الدوام سيجعلهم يصمّون آذانهم أو يغادرون الحجرة.
- كيف طبقة صوتك مع الموضوع. فمن أجل الحماسة والإثارة استخدم نبرة صوت عالية. ومن أجل التفكير العميق والحزن استخدم نبرة منخفضة الطبقة.

- 4- درجة ارتفاع الصوت: ضبط نعومة وارتفاع صوتك سيحافظ على شد انتباه مستمعك لموضوعك. نوع مستوى درجة صوتك كي تؤكد على النقاط الأساسية. ارفع الصوت عند الغضب أو اتخاذ قرار نهائي. اخفضه عندما تكون متكماً أو حزيناً. تذكر أيضاً أن درجة الصوت تعتمد على حجم الغرفة وتصرف وفق ذلك.
- 5- السكوت: السكوت مدداً مناسبة والتوقف القصير في عرضك سيكون لهما تأثير كبير على كلماتك والنقاط التي تتخذها. هذه أداة قوية جداً للكلام لا ينتبه إلى أهميتها عادة كثير من الخطباء.

يمكن السكوت مدة من أجل:

- التأكيد: الصمت، قبل وبعد، بيان دقيق يُخبر المستمع بأن هذه نقطة مهمة.
- الترقيم*: الصمت يخبر المستمعين أنك أنجزت الجملة أو الفكرة.
- شد الانتباه: عندما ينصرف انتباه المستمعين أو يبدو وكأنهم يفقدون الاهتمام توقف قليلاً. هذا الصمت سوف يجذب انتباههم ثانية إليك.

الآن قد أصبحت متمكناً من كيفية استخدام صوتك وجسدك أثناء العرض!

دينيس سومر: مرجع يحظى بالاحترام على نطاق واسع ومشهور عالمياً في المبيعات وتحسين القيادة. وهو مستشار أعمال بارز، ومؤلف، وخطيب يزود زبائنه بإستراتيجيات عملية لزيادة عائدات المبيعات والهوامش، وتحسين ولاء الزبون، وتحويل المديرين والإداريين التنفيذيين إلى زعماء. لدى سومر ما يزيد على 20 سنة من الخبرة في مجال الاستشارة الإدارية، وفي التكنولوجيا، وإدارة الأعمال. قدم ما يزيد على 250 طريقة ناجحة لكسب الزبائن لمجموعة شركات «فورتشن». تسلم مراكز قيادية عدة مع اكستشر Accenture، ومخازن جو - أن Jo-Ann، وشركة CA المتحدة. وسومر هو رئيس BTRC لمستشاري الأعمال التجارية، وهي شركة

عالمية تقع في أكرون - أوهايو. كما أنه يتطوع بوقته كمستشار أعمال لمؤسسة SCORE (www.score.org, www.akronscore.org) وهي مصدر رئيسي لتقديم الاستشارات المجانية والسرية للمقاولين من أصحاب الأعمال الصغيرة. يمكن الاتصال بسומר على الرقم 1876 - 676 - 330 أو: www.btrconline.com.

حقوق النشر ©2006، دينيس سומר

جميع الحقوق محفوظة

لا يمكن استخدام أي جزء من هذه المقالة وإعادة نشرها أو ترجمتها بأي شكل أو وسيلة بشكل إلكتروني أو آلي بما في ذلك التصوير أو النسخ أو التسجيل أو تخزين المعلومات دون إذن خطي من الكاتب باستثناء استخدام عبارات مقتضبة منها في أي بحث أو دراسة.