

اجعل رسالتك لا تنسى باستخدام بصريات عالي

التأثير وكسب القوة الشرائية

بقلم دينيس سومر

في كتاب «الحديث أمام مجموعات - استغلال الوقت وراء مكبر الصوت «الميكرفون» على أفضل وجه»، بحثنا تقنيتين قويتين لتسليم رسالتك. في هذا الفصل سنبحث في تقنيتين إضافيتين سوف تدفعانك وتدفع عملك إلى القمة: (1) التأثير البصري، (2) إقناع مستمعك بالانخراط.

التأثير البصري:

يتذكر المشاهدون ما يرونه ويسمعونه معا بشكل أفضل. استخدم المساعدات البصرية لإنجاز وتسريع عرضك، وليس لاستبدال عرضك أو لتكون ركيزة للتغطية على نقص الاستعداد. اللوحات والصور والرسوم البيانية والأدوات المشجعة الأخرى سوف تزيد من فرصة احتفاظ مستمعك بأفكارك وتوصياتك.

فوائد وسائل الإيضاح البصرية:

- 1- تعزيز نقاط الموضوع: المساعدات البصرية تظهر لمستمعك أن ما قيل، أو على وشك أن يقال، شيء مهم جداً ينبغي أن يتذكره.
- 2- زيادة الفهم: معظم ما يتعلمه المستمعون يتم عبر عيونهم، وليس آذانهم. المساعدات البصرية تساعد المستمعين على فهم أشياء مثل الأبعاد، والعلاقات، والإحصاءات، والمعلومات العددية الأخرى.
- 3- تحسين التذكر: سوف يتذكر المستمعون 10% فقط مما تقول، ولكن عندما تدخل المساعدات البصرية فسوف يتذكرون 66% مما سمعوه ورأوه معاً.

- 4- تحسين الانتباه: تميل عقول المستمعين إلى الشرود أثناء العروض لأنهم يفكرون بأسرع مما تتحدث. عوامل المساعدة البصرية تجعل أذهانهم مركزة عليك.
- 5- الاتصال بشكل أسرع: الأفكار المعروضة بطريقة بصرية ترتبط بطريقة أسرع وأفضل عند استعمال المساعدات البصرية أكثر من الكلام المسموع.

وسائل الإيضاح الشائعة:

تتضمن وسائل الإيضاح المرئية العامة المستخدمة اليوم: المنتج، الكمبيوتر، المسودات، والألواح البيضاء. الخيار الأفضل لمستمعك يعتمد على عدة عوامل:

- لمحة عن خلفية الحضور.
- نقاط الموضوع تريد أن تؤكد عليها.
- نمط من المعلومات ترغب في عرضه.
- التجهيزات المتوافرة.

دعنا نلقي نظرة على هذه المساعدات البصرية بتفصيل أكبر. هذه الأدلة ستساعدك على اختيار الأداة البصرية المساعدة الصحيحة من أجل أغراضك.

1- المنتج: المنتج يمكن أن يكون منتجاً حقيقياً تنصح به. ويمكن أن يكون أيضاً شيئاً يساعدك على توضيح نقطة معينة أو يساعد المستمعين على أن يفهموا ويتذكروا أفكارك على نحو أفضل. عليك أن تأخذ بعين الاعتبار حجم هذا الشيء والفراغ المتوافر في الغرفة. قد تحتاج إلى طاولة لوضع المنتج عليها وقطعة قماش لتغطية المنتج إلى أن تحتاج إليه.

2- كمبيوتر - مُولد: أصبح استخدام الحاسوب «الكمبيوتر» وسيلة إيضاح قياسياً بالنسبة لمعظم العروض. باستخدام كمبيوتر، وبعض البرمجيات وشاشة كمبيوتر تستطيع أن تنتج وتشر بصريات مؤثرة، وبحركة من فأرة الكمبيوتر، تستطيع أن تشر معلومات بسيطة أو معلومات معقدة جداً. خياراتك البصرية

تتضمن تقديم سلايدات وصور وبرامج وفيديو. تستطيع أن تتحرك في الغرفة بحرية وأنت تتحدث وأن تغير في الوقت نفسه ما تعرضه علة الكمبيوتر مستخدماً جهاز التحكم عن بعد. وهذا يسمح لك بحرية أكبر في القيام بالإشارات والحركات الضرورية أثناء الكلام. عليك الانتباه إلى هذه النقاط عن استخدام الكمبيوتر كوسيلة إيضاح:

- هل تملك المعدات أم أنك ستستأجرها؟
- هل لديك المهارات لتطوير البصريات؟
- خصص وقتاً كافياً لإيجاد الوسائل البصرية اللازمة مقدماً.
- تأكد من أن عمل جميع العناصر معاً. تمرّن على الأداء قبل موعد عرضك المقرر.
- ليكن لديك خطة احتياطية في حالة مصادفتك صعوبات تقنية قبل أو أثناء عرضك (نعم فهذا غالباً ما يحدث!).

3- كتابة نقاط العرض والأفكار على أوراق: هذه الوسيلة عظيمة بالنسبة إلى الغرف الصغيرة التي يتم فيها عقد جلسات، أو إجراء تدريب فيها، أو ما شابه ذلك. إنها تستخدم لعرض نقاط الموضوع الأساسية أو لتسجيل إجابات المستمعين. تستطيع أن تحضر صفحات مقدماً ويكون لديك المرونة لإضافة بنود عليها أثناء حديثك. تدوين معلومات أثناء حديثك سوف يساعد على تعزيز النقاط وتحسين ذاكرة المستمعين. كما تستطيع أن تشق صفحات وتعلقها على الحيطان من أجل رؤيتها بسهولة. والفائدة الإضافية لهذه الأوراق المنفصلة هي التسجيل الفعلي لنقاط الموضوع الأساسية، والأسئلة، والقضايا التي تطرح حوله... الخ، التي يمكن مراجعتها في وقت لاحق.

4- الألواح البيضاء: الألواح البيضاء شائعة جداً في غرف الاجتماعات. وهي مفيدة عندما تحتاج إلى عرض نقاط موضوعك الرئيسة أو كتابة لوائح صغيرة. ولكن هناك بعض العوائق القليلة. إذا كان اللوح الأبيض غير نظيف بشكل جيد فسيكون

من الصعب قراءة ما يكتب عليه. أقلام التعليم تجف بسرعة لهذا عليك أن تجربها مسبقاً كي تتأكد أنها مقروءة. وأخيراً، لا توجد طريقة للمحافظة على المعلومات المكتوبة على اللوح الأبيض. إذا كنت تريد أن توثق هذه المعلومات عليك أن تسجلها في جهاز الكمبيوتر أو تكتبها على ورقة.

أفكار لتصميم المرئيات:

المساعدات البصرية الفعالة تسر النظر، ويسهل فهمها، كما تسهل قراءتها. خذ هذه الأفكار بعين الاعتبار عندما تطور مساعداتك البصرية:

1- أن تكون مرئية للجميع: المساعدات البصرية الفعالة ينبغي أن تكون سهلة الرؤية من قبل كل فرد في الغرفة. استخدم أكبر الحروف الممكنة. استخدم فراغاً فسيحاً لجعل الكلمات بارزة. تأكد أن تلوين النص، أو الرسم البياني، أو الصورة، ليس مشابهاً للون الخلفي - أنت تريد لموادك أن تكون بارزة. على سبيل المثال الأحرف الصفراء على خلفية سوداء تضيف راحة للرائي.

2- مادة موضوع واحد: حدد كل وسيلة مرئية بنقطة أو فكرة رئيسية عن الموضوع. فالجمهور سيحتار عندما ينظر إلى أكثر من وسيلة.

3- أسلوب 6x6: ينبغي ألا يكون هناك أكثر من 6 كلمات و 6 أسطر في كل وسيلة إيضاح. وهذا ما سيتيح لك المجال لاستعمال أحرف كبيرة، مما يجعل القراءة سهلة وسريعة، وعندئذ سيكون مستمعك قادراً على التركيز عليك أنت.. المتحدث.

4- أضف تنوعاً: التنوع في مرئياتك سيحافظ على اهتمام المشاهدين. إذا كنت تستخدم الكمبيوتر للعرض، لا تظهر النص على جميع الشرائح المنزقة (الاسلايد) أو فقط على الرسوم البيانية. امزجها قليلاً. على سبيل المثال أتبع شريط النص برسم بياني أو خريطة.

5- حلاوة النظر: استخدم أسلوب صيغة ثابتة من أجل الأحرف الطباعية والألوان والعمل الفني. الثبات في المرئيات سيكون ألطف وأحلى في عيون المشاهدين.

6- البساطة: ينبغي أن يكون مستمعوك قادرين على تحديد الفكرة المطلوبة بسرعة. تجنب استخدام صور خيالية أو رسوم بيانية متعددة متشابكة معاً.

أفكار لعرض المرئيات:

ثمة أشياء كثيرة يمكن أن تجري خطأ عند عرض تصوراتك. كل واحد من هذه الأخطاء سوف يقلص من تأثير رسالتك ويخفض من مصداقيتك. دعنا نلق نظرة على قليل من الأفكار المفيدة التي يقدمها أحد كبارالمستشارين لك لتساعدك على تقديم عرض لا ينسى:

1- اعرض قبل أن تتكلم: اعرض وسيلة المساعدة المرئية قبل أن تبدأ بالكلام عنها. في لحظة عرضها سيبدأ المستمعون بالتقاط المحتوى. اعرض ما لديك، اصمت في الوقت الذي يمتص فيه الجمهور المحتوى، ثم ابدأ بالكلام.

2- حافظ على اتصال بصري مع جمهورك: (لا تُدرّ ظهرك لهم) فيما أنت تعرض وسيلة الإيضاح البصرية. لا تقف في وجه الوسيلة المعروضة لتقرأ منها. هذا يُبين لجمهورك أنك غير مستعد وبالتالي فإنك ستخسر المصداقية.

3- الانتقال في الوقت المناسب: اعرض الوسيلة التي لديك بقدر ما يلزم لمناقشة نقطة الموضوع الذي تسأله، وعندما يتم ذلك، أبعدها عن النظر. عند استخدام جداول أو رسوم ورقية استخدم صفحة سوداء بين المرئيات، وعندما تنتهي صفحة واحدة انتقل إلى الصفحة الآتية (الفارغة). إذا كنت تستخدم كومبيوتر وشرائح باور بوينت Power Point ضع سلايد فارغ بين السلايدات، أو شغل المفتاح «B» كي تحول الشاشة إلى اللون الأسود. ومن أجل إعادة تشغيل الشريحة اضرب مفتاح «B» ثانية.

4- لا تحجب الرؤية: كل فرد في الغرفة ينبغي أن يكون قادراً على رؤية أدواتك المساعدة البصرية. قف إلى جانب الأداة وإذا أردت أن تشير إلى شيء ما استخدم مؤشراً أو يدك. إذا كنت تعرض منتجاً تستطيع أن تحمله ولكن انتبه لرفعه إلى يسار أو يمين جسدك على مستوى ارتفاع الكتف.

5- لا تتكلم وتكتب: عند استخدام لوح أبيض أو جداول وأوراق لا تتحدث وأنت تكتب. عندما تنجز الكتابة التفت إلى المستمعين وابدأ بالكلام.

6- كن مستعداً: قبل تقديم عرضك، ضع جميع وسائل المساعدة البصرية في موقعها المناسب. تفحص موقعها وتأكد أن كل واحد موجود سيتمكن من الرؤية بوضوح. تفحص الأجهزة الإلكترونية كي تتأكد من أنها تعمل بشكل مناسب. لا تنس أن تحضر بطاريات إضافية.

7- الممارسة: الثقة ورباطة الجأش ستكونان مفتاحك إلى الحديث الفعال. وكلما تمرنت أكثر تعرفت بشكل أفضل إلى صوتك ومادتك، وبذا ستكون مرتاحاً أكثر أمام جمهورك.

إذا كنت تستطيع الحصول على مسجلة شرائط أو مسجلة رقمية استخدمها لتسجيل جلسات الممارسة. راجع النتائج وأحدث تغييرات تحسن فعاليتك. ينبغي أن يكون صوتك طبيعياً ومنسجماً مع معنى المادة. استمع إلى صوتك، وإلى السرعة، وطبقة الصوت، والجودة، والوقفات المناسبة. اكتب ملاحظات حول أين وكيف يمكن لهذه أن تتحسن.

مارس التمرين أمام مرآة لتحسين لغة الجسد لديك. هل تظهر لغة الجسد لديك ثقة، وقوة، وجذب للمتلقي؟ هل تعزز قناعاتك وتؤكد على نقاطك الرئيسية وتوصياتك؟ راقب حركات رأسك، وذراعيك ويديك. وتأكد من كونك تتحرك كما ينبغي حول المكان.

إقناع جمهورك بالانخراط (باتخاذ قرار بالشراء):

أكثر من 70% من العروض التي شاهدها تفتقد إلى مقوم أساسي لتحقيق جمهور مشترك. هذا العنصر هو انخراط المستمعين. أن تجعل مستمعيك مهتمين هو واحد من أقوى الطرق لمتابعة جمهورك وجعله في النهاية يقول «نعم» لطلبك أو «أنا موافق» على وجهة نظرك.

لماذا لا ينخرط العارضون مع الجمهور ويتفاعلون معه؟ إليك هنا بعض الأسباب والأعذار (هل استخدمت الأعذار نفسها في وقت من الأوقات؟):

- أنا لا أرتاح للاختلاط بالجمهور.
 - لم يكن عندي وقت كاف للاستعداد.
 - لا أعرف الطريقة المثلى للانخراط مع الحضور.
 - أنا متوتر بما فيه الكفاية، فلم أضيف عناصر غير منتظرة؟
- إذا كنت تريد أن تزيد نجاحك بصورة كبيرة عن طريق إقناع مستمعيك، حاول أن تدخل قليلاً من هذه الإستراتيجيات التي تعزز «الارتباط» مع الحضور في عرضك الآتي:
- 1- اسأل سؤالاً مثيراً للتفكير: اسأل المستمعين سؤالاً مفتوح النهاية يجعلهم يستخدمون مخيلتهم أو ينعكس على وضع حاضر. لا يوجد جواب صحيح أو خاطئ لمثل هذا النمط من الأسئلة. على سبيل المثال «ماذا تستطيع أن تنجز إذا كانت لديك ساعتان إضافيتان متواصلتان من الوقت في اليوم؟»
 - 2- اطلب من الحضور رفع أيديهم: تقنية الانخراط هذه سوف تجعل مستمعك مرتبطتين وتقدم أيضاً دعماً بصرياً لتجاوب المستمعين. تستطيع أن تقول «ارفع يدك إذا ما فشلت في تحقيق هدف فصلي»، ثم قل «كما ترون أثناء إجاباتكم فإن 9 من 10 منكم قد مروا بهذه التجربة العيسة».
 - 3- اسأل سؤالاً متعدد الخيارات: اسأل سؤالاً عن موضوعك وقدم للمستمعين لائحة بأجوبة محتملة. هذه التقنية تجعل الإجابة أسهل كما تجعل المستمعين يضعون فكرة ما في إجاباتهم. على سبيل المثال «أية نسبة مئوية من المشروعات التقنية تعد ناجحة؟» (آ- 23% ، ب- 37% ، ج- 62% ، د- 99%) سوف يتذكر مستمعوك هذه المعلومة مدة أطول بوضع فكرة ما في جوابهم وسيكونون أكثر راحة في الإجابة نظراً لأن لديهم فرصة من أربع فرص لأن يكونوا على صواب.
 - 4- املاء الإجابة: تبين الدراسات أنه من الأكثر احتمالاً أن تتذكر وقائع مهمة إذا ما سجلتها. الطريقة المثلى كي تتأكد أن جمهورك يسجل الوقائع الأساسية التي تريده

أن يتذكرها أن تقدم أوراقاً تحتوي على جمل من موضوع العرض فيها فراغات تطلب من الحضور ملأها. على سبيل المثال يمكن أن يكون أمامك نص كالتالي: «تنفيذ هذه المقاربة الفريدة في البيع يمكن أن يحسّن عائدات المبيعات بنسبة د تعادل د دولار زيادة في مبيعات هذا العام». هذه تقنية عظيمة تنشط مستمعك وتساعدهم على تذكر الحقائق الدقيقة التي تعرضها.

5- اطرح سؤالاً سهلاً: لا أحد يريد أن يبدو أحمق أمام جمهور من الناس. بطرحك أسئلة سهلة تركز على خبرات المستمعين، ستزيد من فرصة مشاركتهم. عندما ينخرط كل واحد في المناقشة، سيصبح أكثر حماسة كما سيحصل على فرصة ليتعلم من أئداده. يمكنك أن تطرح سؤالاً مثل «ما الذي يقع على رأس أولوياتك في هذا العام؟» أو «ما هي المهارة القيادية التي تعتقد أنها أكثر أهمية؟».

6- قدم للحضور أوراق استبيان: إن كتابة أجوبة أشد قوة من مجرد التفكير فيها. زود مستمعك باستبيان صغير يتضمن من 3 - 5 أسئلة تتناسب مع مناقشتك وتزود مستمعك باستبصار شخصي ثمين يسترجعونه ويعملون بمضمونه. على سبيل المثال إذا كنت تقدم عرضاً حول البدء بمشروع صغير يمكن أن تطرح أسئلة مثل: 1- ما هو منتجك؟ 2- من منافسك؟ 3- من سيكون جمهورك المطلوب؟

7- انته بخطة عمل: ينبغي أن ينتهي كل عرض بالنسبة إلى المستمعين بطريقة يستخدمون بها المعلومات التي عرضتها. إحدى أفضل الأدوات هي «خطة العمل». في نهاية عرضك اسأل المستمعين أن يخرجوا ورقة وقلماً. في قمة صفحة جديدة اكتب عبارة «خطة العمل». وتحت هذه ضع الأرقام 1,2,3، حيث تشمل الأفعال بعد عرضك. على سبيل المثال، إذا كنت تقدم ورشة عمل حول «خفض كلفة التقنيات» اطلب من المستمعين أن يكتبوا ثلاثة إجراءات سيتخذونها غداً لتخفيض كلفة التقنيات.

لا حاجة لأن تُدرج كل الأساليب السبعة السابقة في عروضك. إذ إن ذلك يمكن أن يُربك المستمعين. من أجل عروض أقصر يمكنك إدراج اثنين أو ثلاثة من هذه الأساليب. جرب، وستجد زيادة ملحوظة في التجاوب الإيجابي مع موضوعك.

الخطوات الآتية:

أنت جاهز الآن لاكتساب مبيعات مربحة وإستراتيجية تسويق وتشجيع مستخدميك، وحملة الأسهم، والمستثمرين، والزبائن فرداً فرداً، وتقديم رسالة مُلهمة تُحفّز كل فرد على اعتناق إستراتيجيتك وشراء منتجاتك أو طلب خدماتك.

عندما تُحضّر عرضك خذ في اعتبارك أربع تقنيات للحديث مُجربة ترفعك وترفع عملك التجاري إلى القمة في مجالك:

1. التحدث مع نفسك.
2. إقناع المستمعين بصوتك.
3. القيام بتأثير بصري.
4. إقناع مستمعيك بالارتباط.

كل ما عليك الآن أن تفعله أن تستخدم هذه التقنيات لتبيع وتُسوق عملك بنجاح!

دينيس سومر: مرجع يحظى باحترام كبير وشهرة عالمية في مجال المبيعات وتحسين أداء الإدارة. هو مستشار بارز في الأعمال التجارية، ومؤلف، ومتحدث يزود زبائنه بإستراتيجيات عملية لزيادة عائدات وهوامش المبيعات، وتحسين ولاء الزبون، وتحويل المديرين والمنفذين إلى قادة. ولدى سومر خبرة 20 عاماً من الإدارة الاستشارية والمبيعات والتكنولوجيا وقيادة العمل التجاري. قدم ما يزيد على 250 ارتباطاً زبائنياً ناجحاً لشركات «فورتشن». شغل عدة مواقع قيادية في أكسينتشر، مخازن جو - آن، وCA Inc.. وسومر رئيس مستشاري العمل في BTRC، وهي شركة عالمية مقرها في أكرون، أوهايو. وهو يتطوع أيضاً بوقته مستشاراً تجاري لمؤسسة سكور SCORE

(www.scorg, www.akronscore.org) التي تعتبر مرجعاً أساسياً لتقديم المشورة المجانية والسرية لصغار المقاولين. يمكن الاتصال به على الرقم 1876 - 676 - 330 أو ..www.btrconline.com

حقوق النشر ©2006، دينيس سومر.

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.