



الجمهورية العربية السورية  
وزارة التعليم العالي  
جامعة البعث – برنامج التعليم المفتوح  
برنامج التسويق والتجارة الالكترونية

# مقرر

## مهارات تواصل وتفاعل

أستاذ المقرر: ريعان الفيصل

السنة الأولى – الفصل الثاني

السنة: 2020-2021

# الفصل الأول

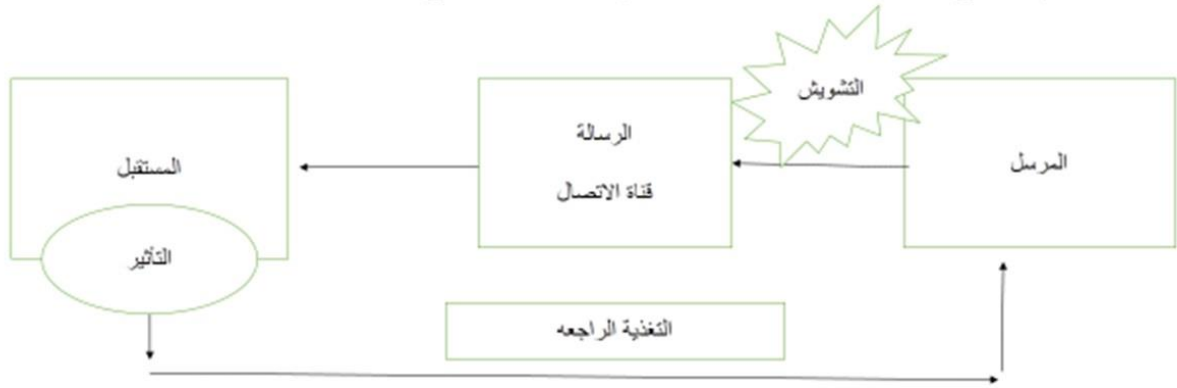
## مهارات الاتصال والتواصل الفعال

### أولاً: مفهوم الاتصال والتواصل الفعال

عبارة عن الإجراءات التي يتم اتخاذها بغرض التفاعل مع نظير آخر، سواء كان شخصياً أو اعتبارياً؛ بهدف الوصول إلى قاعدة اتفاق مشتركة بين جميع الأطراف؛ لغرض: تحقيق نتائج ترضي وتلبي رغبات بعض أو جميع الأطراف.

تعني مهارات الاتصال والتواصل الفعال التعامل مع القياديين والزملاء في العمل بلطف، وكذلك التعامل مع الجمهور بحسن ولباقة. وتتمثل في القدرة على التحدث بطلاقة والإصغاء والاستماع، والقدرة على توفير تغذية راجعة، تكوين علاقات اجتماعية ناجحة، والقدرة على تحفيز الآخرين. وهي نقل رسالة من شخص (المُرسل) إلى شخص (المُستقبل)، بحيث يتم فهمها بشكل صحيح من قبل المستقبل.

### ثانياً: مكونات عملية التواصل



A. **المُرسل:** هو الشخص الذي يُحدّد الهدف من الاتصال، ولديه حاجة للاتصال من أجل التأثير في الآخرين. وهناك مهارات يجب أن يتصف بها المرسل، هي: بساطة ووضوح اللغة، والتعبير عن الأهداف بدقة، واختيار أسلوب العرض المناسب، والتحضير الجيد، والإلمام بالموضوع، والانتباه إلى ردود الفعل، وملاحظة ما يطرأ على المستقبل من تغيرات، وإظهار الاهتمام بالمستقبل وتشجيعه وخلق الثقة بالنفس.

B. **المُستقبل:** هو الشخص الذي يستقبل الرسالة من المرسل.

C. **الرسالة:** هي الناتج المادي والفعلي للمرسل؛ أي ما يريد نقله إلى المستقبل. ولضمان وصول الرسالة بشكل جيد إلى المستقبل يفضل أن تتصف بالآتي: أن تكون الرسالة بسيطة وواضحة ومختصرة، ولا تحمل أكثر من معنى، ومرتببة ترتيباً منطقياً.

D. **قناة الاتصال:** هي حلقة الوصل بين المرسل والمستقبل؛ أي القناة التي تُرسل عبرها الرسالة؛ لذا يجب أن تكون قناة الاتصال خالية من التشويش ومناسبة لطرفي الاتصال.

E. **التغذية الراجعة:** هي المعلومات الراجعة من المستقبل والتي تسمح للمرسل بتكوين حكم نوعي حول فاعلية الاتصال.

F. **بيئة الاتصال:** هي الوسط الذي يتم فيه حدوث الاتصال بكل عناصره المختلفة.

### ثالثاً: أنواع قنوات الاتصال:



- A. **الاتصال اللفظي:** هو الاتصال الذي يتم عبر الكلمات والجمل، بحيث يتم نقل الرسالة الصوتية من فم المرسل إلى أذن المستقبل. ولهذا الاتصال مدى واسع من المدلولات، حيث تلعب اللغة المستخدمة ودرجة الصوت ومخارج الحروف دوراً كبيراً في إضافة معاني أخرى للرسالة. وللاتصال اللفظي أربعة مقومات أساسية، هي: وضوح الصوت، والتكرار، والمجاملة، والتشجيع، والتجاوب، والتغذية الراجعة.
- B. **الاتصال غير اللفظي:** هو الاتصال الذي لا تستخدم فيه الألفاظ أو الجمل، بحيث يتم نقل الرسالة من خلال نوعين هما:

- لغة الجسد، مثل: تعبيرات الوجه؛ وحركة العينين والحاجبين، واتجاه وطريقة النظر، وحركة ووضع الرأس، وحركة ووضع الأرجل، وحركة ووضع الشفاه والفم واللسان، وحركات الجسم... الخ.
- الاتصال الرمزي: لتوصيل القيم والأحاسيس للمتلقي يتم اللجوء إلى: الشعر، والعلامات، والجواهر والحلي، ونوع وألوان الملابس، و السيارة، والمنزل وموقعه، والمقتنيات (الهاتف المحمول، الحاسوب...)، أماكن الجلوس، المسافة بينك وبين الآخرين.

### رابعاً: مميزات ومعوقات الاتصال

- مميزاتة: تقوية العلاقات، وهو يساعد في بناء الثقة والتعاون، ويعمل على إزالة اللبس وسوء الفهم، ويقلل المشاكل والخلافات.
- معوقاته: الاضطراب والسرعة في العرض، وعدم الاهتمام بردود فعل الآخرين، والتعالي والفوقية، والتناقض بين الاتصاليين اللفظي وغير اللفظي، والتقديم الخاطيء، والشروط وعدم الانتباه.

### خامساً: مهارات التواصل المطلوب توافرها:

- المهارات اللفظية.
- مهارة الاستماع.
- مهارة ضبط النفس.
- مهارات التواصل عبر لغة الجسد.
- مهارة توجيه الأسئلة.

\*\*\*\*\*

# الفصل الثاني

## المهارات الإدارية

### أولاً: مفهوم المهارات الإدارية

تُعرّف المهارات الإدارية بحسب قاموس الأعمال بأنها القدرة على اتخاذ القرارات التجارية، والقدرة على توجيهه وقيادة المرؤوسين في الشركة. وتتضمن هذه المهارات المهارات البشرية على اختلافها، والمهارات التقنية، والمعرفة، والخبرة الكافية في أمور الشركة، والقدرة على تحفيز الموظفين، والتفاعل معهم بشكل إيجابي. وتتضمن أيضاً المهارات المفاهيمية، وهي القدرة على تطوير الأفكار، وتنفيذها على أرض الواقع.

### ثانياً: المهارات الإدارية

فيما يلي بعض المهارات الإدارية الواجب توافرها في الكادر الإداري لأي شركة، أو مؤسسة:

- المهارات التقنية (Technical skills): تتمثل هذه المهارة في القدرة على إنجاز المهام المحاسبية، والتسويقية، والهندسية، والبرمجية، حيث تُكتسب هذه المهارات من خلال التعليم الرسمي، والحصول على شهادة رسمية في ذلك، ومن خلال التدريب لتطوير المهارة، ومن خلال الخبرة في مجال الوظيفة المتعلقة بهذه المهارة.
- المهارات الإنسانيّة (Human skills): هي المهارات المتعلقة بالجانب الشخصي، وتتمثل هذه المهارة في القدرة على العمل ضمن الفريق، والتفاعل معهم بشكل إيجابي، والقدرة على التأثير في سلوكيات الآخرين، والتعاطف معهم، كما تتضمن الثقة بالنفس، وحبّ العمل، والحماس له.
- المهارات الفكرية (Intellectual skills): هي القدرة على تحقيق التناسق، والتكامل بين أنشطة المؤسسة على اختلافها، والقدرة على تتبع، وحلّ المشاكل، والقدرة على التخطيط، واتخاذ القرارات، وذلك من أجل تحقيق الأهداف الاستراتيجية، والعامّة للمؤسسة.
- المهارات التشخيصية (Diagnostic skills): هي قدرة الكادر الإداري على تشخيص المشاكل التي تواجه المؤسسة، والقدرة على معرفة الأسباب الكامنة وراءها، والقدرة على حلّها.
- المهارات التحليلية (Analytical skills): هي القدرة على تحديد المتغيرات الرئيسية في كلّ موقف على حدة، والقدرة على ربط المتغيرات مع بعضها بعضاً، وذلك من أجل التوصل إلى نتيجة صحيحة.

### ثالثاً: تنمية المهارات الإدارية

المراد بتنمية المهارات الإدارية تنمية المهارات التي يجب أن يحصل عليها المدير، ومن ثمّ يسعى إلى نقلها للموظفين، مثل مهارات الاتصال، والتخطيط والتنظيم، وغيرها من المهارات الضرورية الأخرى. ومن الممكن تعريف المهارات الإدارية بأنها قدرة المدير على فهم طبيعة عمله، وتنفيذ النشاطات الخاصة به والملائمة لعملية تحقيق الأهداف التنظيمية، والمتطلبات والحاجات الخاصة بالموظفين، وتُعرّف تنمية المهارات الإدارية بأنها صفات يجب أن يتميز بها المدير؛ من أجل تنفيذ الوظائف الإدارية كالتخطيط، والتحليل، واتخاذ القرارات، وغيرها من الوظائف المهمة.

أما عن طرق تنمية المهارات الإدارية؛ فتوجد مجموعة من الطرق المستخدمة في تنمية المهارات الإدارية، ومن أهمّها:

- **التعليم خلال العمل:** هو من أكثر الطرق شيوعاً، ويتميز بفاعليته لتقديم التدريب للإداريين؛ حيث تُساهم التجارب الميدانية بتعزيز المهارات الخاصة بهم.
- **مناصب الملاحظات:** هي الاهتمام بالتعليم من خلال الملاحظات، وتُعدّ هذه المناصب من الأمور الجيدة للتنمية الإدارية.

- **المهام الخاصة:** هي استخدام مجموعة من المهام كأساليب تدريبيّة؛ حيث تُقدم مهمة خاصة للمتدرب ويمنح حريّة كاملة في التعامل معها، ويحصل على فرصة لمعالجة الأمور الخاصة بها، وتحديد الأهداف التي من الممكن تحقيقها بالاعتماد على هذه المهمة.
- **المُحاضرات:** هي تقديم محاضرين إداريين من ذوي الخبرات مجموعة من المحاضرات للموظفين.
- **المشاركة في حلّ المشكلات:** هي طريقة تنتشر كثيراً، يهتمّ فيها المدرب بتوفير وصف مكتوب لحالة معينة تعتمد على تنفيذ عمل إداري، من واجب المتدرب (الموظف) فيها أن يُنفذ مجموعة من الأمور، مثل: تحديد طبيعة المشكلة، وتحليل الظروف الخاصة بها، وتحديد الطرق المستخدمة في حلّها، وتقديم توضيح حول الحل المُقترح لهذه المشكلة.
- **المواد الدراسية:** هي دراسة مادة مُقررة عند حاجة الإداريين للحصول على معرفة مُتخصصة مرتبطة بأعمالهم، ويجب أن تُصمم هذه المواد الدراسية بشكلٍ يوفر كافة المعلومات المطلوبة للإداريين.
- **حضور المؤتمرات:** هي طريقة شائعة الاستخدام، تُقدّم فرصاً للإداريين المشاركين لتفعيل النقاش بينهم؛ وخصوصاً حول مشكلة ما لتحليل الموقف المناسب لها؛ من أجل تحديد ما يجب عمله.

#### رابعاً: شروط وأنواع المهارات الإداريّة

يعتمد توافر المهارات الإداريّة المناسبة عند المديرين على تحقيق الشروط الآتية:

- تنفيذ التخطيط بكفاءة، والحرص على توزيع العمل بشكل عادل بين الموظفين.
- تحديد مقاييس ومُعدلات مناسبة لتقييم الأداء.
- اكتشاف القدرات الخاصة بالموظفين والمساهمة بتنميتها.
- توفير التنسيق بين الوحدات الإداريّة المتنوعة، والنشاطات في بيئة العمل.
- الحرص على اختيار الأساليب المناسبة لتحقيق أكبر كمية من الإنتاجيّة؛ عن طريق تبسيط إجراءات العمل، وتنفيذ الإشراف والمراقبة على الموظفين.

#### خامساً: أنواع المهارات الإداريّة

تُصنف المهارات الإداريّة إلى عدّة أنواع، هي:

- **صناعة القرارات:** هي من العمليات الإداريّة الجوهريّة، وتُعدّ المحور الأساسي للمهارات الإداريّة؛ إذ يتخذ المدير القرارات الخاصة بالتخطيط الذي يُحدّد الإجراءات، والسياسات، والأهداف. كما يتخذ القرارات الخاصة بالتنظيم التي تُحدّد التدريب، والتوظيف، والرقابة، والتوجيه. تعتمد هذه المهارة على استخدام المدير لها لتحليل المشكلات؛ من أجل توفير حلول لها، واختيار البدائل المناسبة منها؛ لذلك تُعدّ عملية صناعة القرارات من التحدّيات الأساسيّة التي يواجهها المديرين، ومن هنا اكتسبت أهميتها بين المهارات الإداريّة.
- **إدارة الوقت:** هي مهارة إداريّة مهمة للمديرين، وتظهر نتيجةً لضياع أو قلّة الوقت؛ إلا أنّه في الحقيقة يوجد الكثير من الوقت الذي يضيع نتيجةً لعدّة عوامل، مثل عدم تطوير أساليب العمل، أو ظهور تعقيدات في نُظم العمل؛ لذلك تُعدّ إدارة الوقت من الأمور التي تحتاج إلى مهارات غير عاديّة من المدير؛ من أجل التعامل مع عوامل ضياع الوقت؛ عن طريق حفظ المُدّة الزمنيّة المستغرقة في تنفيذ فعلٍ أو مهمة معينة، وتحديد الأفراد الذين سيشاركون بالعمل، وتبليغهم بمكانه وموعده.
- **إدارة اللجان والاجتماعات:** هي من الأمور التي تحتل مساحة كبيرة من طبيعة عمل المدير؛ لذلك تُعدّ مهارته بإدارة الاجتماعات -سواء أكانت صغيرةً مثل اللجان أو كبيرةً بوجود العديد من الأفراد- من المهارات الإداريّة الأساسيّة للمديرين. وتتنوّع آراء الباحثين حول أهمية هذه المهارة الإداريّة؛ إذ يرى بعضهم أنّ اللجان تُعدّ من الأساليب التي يستخدمها المدير لأداء مهامه بالتأثير في الآخرين. كما تظهر آراء أخرى تُشير إلى أنّ الاجتماعات واللجان تؤدي إلى ضياع الوقت وتعطيل العمل.

ومع تنوع هذه الآراء تبرز حاجة الأعمال الإداريّة إلى تنظيم اجتماعات بين المديرين والموظفين؛ لأنّ هذه الاجتماعات تساهم بتحقيق النشاطات، وتنسيق وجهات النظر، وطرح التوصيات المعتمدة على قواعد مدروسة يحتاج المدير إليها عند اتّخاذ القرارات النهائيّة.

- **إدارة التغيير:** هي من الصفات والأهداف القياديّة والإداريّة؛ حيث تظهر هذه المهارة الخاصة بالمدير عندما يُسيطر على مدى واتجاه وقت ظهور التغيير؛ عن طريق الاعتماد على التخطيط الاستراتيجي. كما تتطلب هذه المهارة متابعة التغيرات الظاهرة في بيئة العمل سواءً الخارجيّة أو الداخليّة، والاهتمام بإعادة النظر، ومتابعة الهيكل التنظيمي بشكل دوري، وتطبيق التفاعل الإيجابي ضمن تنظيم رسمي وغير رسمي مع العناصر البشريّة؛ بهدف تجنب حصول أيّ صراعات داخليّة في بيئة العمل. كما تعتمد هذه المهارة على وضع الخطط الخاصة بالتدريب والتأهيل؛ من أجل تنمية وتطوير الموارد البشريّة، وتعزيز العلاقات العامة مع العملاء؛ لذلك تُعدّ مرونة المدير وقدرته على قبول التغيير من العناصر المهمة لنجاح هذه الإدارة.

\*\*\*\*\*

# الفصل الثالث

## مهارات إدارة الاجتماعات

### أولاً: مفهوم إدارة الاجتماعات

- الاجتماع: عبارة عن تجمع شخصين أو أكثر في مكان معين للتداول والتشاور وتبادل الرأي في موضوع معين.
- الاجتماعات الفعّالة: هو الاجتماع الذي يحقق الأهداف المرجوة منه في أقل وقت ممكن، وبرضا غالبية الأعضاء.

### ثانياً: أهمية إدارة الاجتماعات

- التشاور والتفاعل الإيجابي المؤدي إلى التفاهم والتعاون والتوجيه.
- الوصول إلى القرارات بالاتفاق والإجماع وتقليل حجم القرارات الفردية.
- صورة من صور انتهاج الأسلوب العلمي في العمل.
- تبادل المهارات والخبرات؛ وتدريب أصحاب الكفاءات الناشئة والمبتدئين في العمل.
- ضمان حسن سير العاملين في المؤسسة نحو تحقيق أهدافها العامة، ولضمان عدم تشتت الميول والاتجاهات لدى العاملين في مختلف مستوياتهم الإدارية والعملية.
- مشاركة الأعضاء في صنع القرارات.

### ثالثاً: أنواع الاجتماعات: يمكننا تقسيم الاجتماعات في أي عمل إلى أقسام عديدة، يمكن حصرها في الآتي:

- اجتماعات تبادل المعلومات: بين العاملين بصورة جماعية، مما يوفر الوقت والجهد، وهذا أفضل مما لو تم العمل بصورة فردية.
- اجتماعات اتخاذ القرارات: تكون لأخذ القرارات في قضايا محددة.
- اجتماعات البحث والدراسات: التباحث والتدارس من خلال ما يسمى بالعصف الذهني والفكري. ويمكن في هذه الاجتماعات تكوين أكثر من مجموعة عمل، وكل مجموعة تُكفّف ببحث ودراسة موضوع ما، وجانب جزئي خاص بها ضمن الموضوع العام الذي يجري بحثه.
- اجتماعات طارئة: المراد بها الاجتماعات التي تدعو إليها حاجة طارئة غير متوقعة وغير متضمنة في خطط المؤسسة.
- اجتماعات روتينية دورية متضمنة في برنامج العمل في المؤسسة.
- الاجتماعات البروتوكولية: وهي اجتماعات مظهرية؛ شكلية؛ احتفالية؛ إعلامية. وهذا النوع يختلف عن سابقاته بأنه اجتماع غير منتج بعكس السابقات.
- اجتماعات علمية تعليمية: هي التي يتلقى فيها التلاميذ العلم على يد معلمهم وأستاذهم.

رابعاً: أصناف الاجتماعات: يشير كثير من الباحثين إلى وجود عدة أنواع للاجتماعات تبعاً لتعدد أسس تصنيفها، وفيما يلي أهم أنواع الاجتماعات وتصنيفاتها:

#### • من حيث المدة أو الزمن:

- اجتماعات دورية: هي التي تُعقد بصورة دورية قد تكون أسبوعية أو شهرية أو سنوية، ويغلب عليها الطابع الرسمي، ومن أمثلتها اللجان الدائمة، والمجالس في الإدارات الحكومية والشركات.
- اجتماعات غير دورية: هي التي تُعقد كلما دعت الحاجة إليها (ليس هناك وقت محدد لعقدها) لبحث مشاكل أو مواضيع طارئة.

#### • من حيث الشكل:

- اجتماعات رسمية: هي التي يتحكم في تكوينها وفي سير إجراءاتها قوانين وأنظمة محددة (أسلوب التصويت في الاجتماع، وحق الأغلبية في إصدار القرار، وعدد المرات التي يحق للعضو فيها الكلام، والفترة المحددة للعضو للكلام).
- اجتماعات غير رسمية: هي التي لا يحكم تكوينها قوانين أو أنظمة محددة، وتتسم بالمرونة والسهولة، ولا يوجد لها قواعد أو أصول للمناقشة أو كيفية اتخاذ القرار.

#### • من حيث المستوى:

- اجتماعات على المستوى العالمي أو الدولي: مثل اجتماعات الجامعة العربية وهيئة الأمم المتحدة.
  - اجتماعات على مستوى الدولة: مثل اجتماع مجلس الوزراء ومجلس الشعب.
  - اجتماعات على مستوى المنظمات في القطاع الخاص: مثل اجتماع مجالس الإدارات واللجان في الشركات.
- خامساً: المراحل الرئيسية لعملية إدارة الاجتماعات:** لكي تحقق الاجتماعات أهدافها المرجوة، لا بد من العمل على إدارتها بطريقة فعالة. ويشير أحد الباحثين، اسمه كينان، إلى أن عملية إدارة الاجتماعات تنقسم إلى ثلاث مراحل أساسية، هي:
- المرحلة الأولى (مرحلة ما قبل انعقاد الاجتماع):** يجب فيها الاهتمام بعدة أمور، من أهمها:

- تحديد الهدف من الاجتماع: (المسؤولية: المدير المسؤول عن أمر عقد الاجتماع)
- تحديد الأعضاء المشاركين ومن سيدعيهم: (المسؤولية: المدير المسؤول عن أمر عقد الاجتماع أو نائبه)
- إعداد جدول أعمال الاجتماع: (المسؤولية: رئيس الاجتماع والسكرتير)
- يجب أن يكون الجدول عبارة عن وثيقة عمل تبين الهدف من الاجتماع، وتاريخه، ومدته، ومكان حدوثه، وأسماء المشاركين فيه، ومواضيع المناقشة الروتينية، ومواضيع النقاش الصعبة أو القابلة للجدل، وأي أعمال أخرى تستجد.
- اختيار وتنظيم قاعة الاجتماع: (المسؤولية: سكرتير الاجتماع تحت إشراف الرئيس)
- يجب أن يكون حجم قاعة الاجتماعات مناسباً لعدد المشاركين، بالإضافة إلى ترتيب وتحديد مائدة ومقاعد الاجتماع، مع توافر كافة الأجهزة والأدوات اللازمة لعرض الموضوعات.
- إعداد وإرسال الدعوة والمعلومات اللازمة للاجتماع: (المسؤولية: سكرتير الاجتماع تحت إشراف الرئيس)؛ ويراعى أن يكون ذلك قبل موعد عقد الاجتماع بوقت كاف، وان يرفق بها جدول أعمال الاجتماع.

**المرحلة الثانية (مرحلة أثناء انعقاد الاجتماع):** تشمل كافة الفعاليات التي تتم خلال فترة عقد الاجتماع (الفترة المحددة لبدء ونهاية الجلسة)، ويتوقف نجاح إدارة الاجتماع في هذه المرحلة على مدى جودة الإعداد لها في المرحلة السابقة، كما يعتمد على مدى تفهم كل من رئيس وأعضاء الاجتماع للأدوار المطلوبة منهم وتنفيذها على الوجه المطلوب.

**المرحلة الثالثة (مرحلة ما بعد الانعقاد):** وهي المرحلة التي تلي انتهاء جلسة الاجتماع، ويتم فيها القيام بعدة خطوات أهمها ما يلي:

- أولاً: توثيق الاجتماع: يجب فور انتهاء الاجتماع إعداد محضر مطبوع بذلك، ويجب أن يتضمن المحضر النقاط التالية:
- موضوع الاجتماع وتاريخ ومكان انعقاده.
- قائمة بأسماء المشاركين والذين لم يحضروا.
- جدول الأعمال، وملخص عما تم القرار عليه في كل بند في جدول الأعمال.
- خلاصة توزيع المسؤوليات بالأسماء على الإجراءات التنفيذية.
- وبعد الانتهاء من إعداد المحضر وتأكد الرئيس من خلوه من الأخطاء فإنه يقوم وكافة الأعضاء الحاضرين بالتوقيع عليه، ومن ثم توزيع نسخة منه على كل عضو من الأعضاء المشاركين في الاجتماع.



ثانياً: تقييم الاجتماع: يعتبر تقييم الاجتماع من قبل رئيس كل اجتماع وكافة الأعضاء المشاركين خطوة هامة، وهي تهدف إلى التعرف على المشكلات التي تعرض لها الاجتماع، والعمل على تفاديها في الاجتماعات المقبلة.

ثالثاً: متابعة تنفيذ القرارات المتخذة.

\*\*\*\*\*

# الفصل الرابع

## مهارات التَّحَدُّث والاستماع

تعدّ اللغة وسيلة التواصل الأساسية بين البشر، وتكون إما محكية وإما مكتوبة، ولكل نوع من النوعين مهاراته الخاصة. فالتواصل الشفوي يُعد من أكثر أنواع التواصل انتشاراً واستخداماً بين الناس. ولتطوير هذا التواصل باللغة المنطوقة نحتاج لفنّي التحدث والاستماع. أما اللغة المكتوبة فتمثلها الكتابة. ولتمكّن الإنسان من مهارات التحدث والاستماع أهمية كبيرة في حياته، فهو يستطيع من خلالها التعبير عن احتياجاته وفهم الآخرين والتواصل البناء معهم. وتُعتبر مهارة التحدث فناً يتعامل مع العقل والعاطفة، ويركز على العاطفة بشكلٍ أكبر؛ لرغبة المتحدث في إقناع الطرف الآخر والتأثير فيه.

### أولاً: مهارة التحدث

يعد التحدث فناً ومهارة وموهبة، فهو يعتمد على شخصية الإنسان ومقدار حماسه وإبداعه؛ وهي مهارة تحتاج إلى تنمية وتدريب وتحسين؛ ومهارة التحدث موهبة لأن العوامل السابقة غير كافية لأن تجعل فرداً متحدثاً ناجحاً يؤثر في الآخرين.

#### 1- أهمية مهارة التحدث: إن استخدام مهارة التحدث لها أهمية كبيرة لدى الأفراد، ومن أبرزها:

- ممارسة جميع ألوان النشاط اللغوي.
- التعود على التفكير المنطقي والسرعة في التفكير والتعبير وترتيب الأفكار وربط بعضها ببعض.
- تنمية الثقة النفس، والقدرة على الطلاقة في التعبير، والاستقلال في الرأي.
- تهذيب الوجدان والشعور، وممارسة التخيل والابتكار، والتعبير عن الأحاسيس والمشاعر والأفكار بأسلوب واضح ومؤثر.

#### 2- متطلبات الحديث الفعال: تعتمد مهارة التحدث على الإعداد المسبق؛ ولذا فهي تحتاج إلى ما يأتي:

- مواصفات المستمع: من حيث الجنس، والعمر، والمستوى العملي، والاتجاهات والميول.
- الإلمام بالموضوع مع تحديده بدقة، وحيازته على اهتمام المستمع.
- الهدف من الحديث: الإخبار، وتقديم الأفكار، والحقائق والمعلومات... الخ.
- الإقناع والإمتاع.
- استخدام أسئلة متنوعة في التحدث: ترتبط مهارة التحدث بأنواع الأسئلة المستخدمة بين المرسل والمستقبل. يوضح الشكل الآتي أنواع الأسئلة:



السؤال	المفهوم	مثال تطبيقي
المفتوح	سؤال لا يحدد نمطاً للإجابة، ولكنه يفتح المجال للمناقشة.	ما رأيك باستخدام نظام الحضور والغياب في برنامج التعليم المفتوح؟.
المغلق	سؤال محدد تحتمل الإجابة عنه بـ نعم أو لا.	هل سبق أن سجلت مقرر مهارات التواصل والتفاعل؟.
المتعلق بالحقائق	سؤال يهدف للحصول على معلومات محددة تجاه موضوع معين.	ما نسبة طلاب الاقتصاد الذين حصلوا على معدل ممتاز في مقرر مهارات التواصل والتفاعل؟.
المتابعة	سؤال يتم تتبعه بسؤال أو أسئلة أخرى للحصول على معلومات أكثر.	هل ترى تلك النسبة جيدة؟ وما دليلك على ذلك؟.
التغذية الراجعة	سؤال يهدف إلى الحصول على نوع معين من المعلومات.	هل تعتقد أن برنامج التعليم المفتوح مفيد للطلاب؟.

3- مؤشر تفاعل الجمهور مع المتحدث: تعد مهارة التحدث من المهارات الضرورية في الاتصال اليومي، وتتأكد أهميتها من خلال المؤشرات التي يرسلها الجمهور للمتحدث، فتؤثر في عملية الاتصال إيجاباً أو سلباً. هذه المؤشرات هي:

مؤشرات إيجابية	مؤشرات سلبية
هز الرأس بالموافقة (تأييد).	التملل والإكثار من الحركة في المكان.
ميل الجسد للأمام (انتباه).	النظر إلى الساعة.
الإصبع على الخد أو جانب الرأس ( تفكير وتأمل).	النظر في أنحاء الغرفة، أو إلى الخلف.
النظر المستمر إلى المتحدث (تركيز).	وضع اليدين خلف الرقبة في أثناء الجلوس.
ترديد الكلمات (تفاعل) .... الكتابة وتسجيل النقاط (اهتمام).	التثاؤب .... كثرة التهامس الجانبي.
التفاعل مع الحديث من خلال تعبيرات الوجه (تفاعل).	العبوس في الوجه (عدم الارتياح لما يقوله المتحدث).

## ثانياً: مهارة الاستماع

الإصغاء أو الاستماع يتطلب من الفرد مزيداً من التفكير والاهتمام، فحاله كحال الكتابة والتحدث. وإذا لم يهتم الإنسان بمهارة الاستماع لديه، فإنه لن يتعلم الكثير، ولن يتذكر ما تعلمه. ويرى بعض الخبراء في هذا المجال، أنّ الإنسان يمكن أن يكتسب أرباحاً عظيمة من خلال هذه المهارة. وإذا أضافها إلى المهارات الأخرى التي يتميز بها كمهارة الحفظ والفهم، استطاع أن يصبح إنساناً فعّالاً في عصر المعلومات، والتقدم الذي نعيشه. يمثل الاستماع دوراً كبيراً ومكانة خاصة في حياة الفرد والمجتمع. وتتم مهارة الاستماع عن طريق استقبال الرسالة الكلامية وفهم معانيها من قبل المستقبل.

**كيفية إتقان مهارة الاستماع:** تتطلب مهارة الاستماع من الإنسان الحضور الكامل، فإذا أصغى بأذنيه فقط، فإنه بلا شك سيفقد جزءاً كبيراً من المعلومة. ذلك أنّ بعض عمليات التواصل تتم دون كلمات، فمن يتميز بقدرته على الاستماع الجيد يُبقي أعيونه مفتوحة في أثناء عملية الإصغاء إلى الآخرين، والتواصل معهم. أما الأشخاص الذين لا يُجيدون الإصغاء الجيد إلى الناس، فإنهم لا يجدون من يتحدث إليهم، أو يقدم لهم المعلومة إلا القليل من الناس. يقول الباحث جبروم: (لا يعبا أي شخص بالتحدث إلى مستمع ليس لديه نية السماع)، فالمستمع الجيد بأسلوبه الجميل في عملية الإصغاء يسهّل الأمر على المتحدث في إيصال المعلومة؛ لأنه يُظهر اهتمامه بما يتحدث، ويمكن تلخيص الوسائل المهمة لإتقان مهارة الاستماع بما يلي:

- وجود نية الاستماع لدى الشخص قبل إجراء عملية الحوار، واستحضارها، وإظهار ذلك للمتحدث، من خلال الاهتمام بما يقول.
- التخلص من كل شيء قد يُشغل الشخص عن الاستماع الجيد للمتحدث، أو يشتت انتباهه؛ كالاستماع إلى المذياع مثلاً أو التلفاز.
- مقابلة المتحدث بصدق ورحب، والاهتمام بلغة الجسد في أثناء الجلوس والاستماع. فمثلاً يجب الاهتمام بوضعية العين، ونظرتها الملائمة، وميل الجسد تجاه المتحدث، وعدم تشبيك اليدين.
- استخدام لغة الجسد بطريقة فعالة وذكية؛ فحركة واحدة تعني إرادة الشخص المحافظة على استمرارية الحوار، وحركتان تحفز المتحدث إلى التوضيح بشكل أكبر، أما ثلاث حركات فهي تجعل المتحدث يتردد في الحديث، أو يُغير الموضوع.

## نصائح لتنمية مهارة الاستماع

الاستماع إلى الآخرين نعمّة، وهي من الأمور المهمة في عملية التواصل مع الآخرين، ولذلك من المهم اتباع بعض من النصائح التي تُفيد الفرد في هذا الجانب، منها:

- ترك الآخرين ليتحدثوا ويعبروا عن أنفسهم، فالأصدقاء الذين يتميزون بمقدرتهم العالية على الاستماع هم من يجذب الناس إليهم، ويشعرون بقرّبهم، ويجدون الراحة والسعادة عند وجودهم معهم.
- مد يد العون والمساعدة إلى الآخرين؛ لتكوين شخصياتهم بالإصغاء إليهم، فعندما يستمع الفرد إلى كلام الناس بأهمية كبيرة، وعناية فائقة، ويُظهر الكثير من التفاعل معهم، فإن المتحدث معهم سيُخرج أفضل ما لديه، أما إن لم يجد المتحدث الحماس والتفاعل من الطرف الآخر، في الأمور التي يتحدث عنها، فقد يُصاب بخيبة أمل.
- معرفة المستمعين، والتمييز بينهم، فالإصغاء الجيد هو المفتاح الذهبي الذي يجعل الآخرين سعداء.
- المصغي الجيد يكون غالباً مُتحدثاً لامعاً؛ لأنّ الإنسان إذا أراد أن يُعبر عما يدور في خاطره من أحوال، أو مشاعر وأحاسيس، يذهب إلى أشخاص قد أتقنوا فن الإصغاء، فهم يتميزون بأنهم يستمعون أكثر مما يتحدثون، وإذا تحدثوا أفادوا الآخرين بحديثهم.
- الإصغاء والاستماع إلى الآخرين ينبغي أن يكونا أكثر من التحدث.

\*\*\*\*\*

# الفصل الخامس

## مهارات التفاوض

### أولاً: مفهوم التفاوض

هناك العديد من المفاهيم التي تناولت التفاوض؛ وفيما يلي عرض لتلك المفاهيم:

**من حيث الأسلوب:** هو نوع الحوار أو تبادل الاقتراحات بين طرفين أو أكثر بهدف التوصل إلى اتفاق يؤدي إلى حسم قضية أو قضايا خلافية بين طرفين أو عدة أطراف، وهو في الوقت نفسه تحقيق أو حفاظ على المصالح المشتركة فيما بينهم.

**من حيث التأثير:** هي عملية لتبادل الآراء وعرض وجهات النظر سعياً لحل مشكلة معلقة حلاً مقبولاً من جميع الأطراف المتفاوضة، غير الجوهرية وعدم تقديم تنازلات بشأنها.

وفي ضوء ما سبق يمكن استنتاج مفهوم للتفاوض يجمع ما ورد في المفهومين السابقين: (التفاوض: هو عملية مشتركة لتكييف المصالح المتعارضة، وذلك من أجل التوصل إلى حل يرضي جميع الأطراف. وتأتي أهميته من كونه السبيل الفعال الذي يساعد في الوصول إلى حل المشكلات المتنازع عليها).

ويحدث التفاوض عندما يجلس شخصان أو أكثر يحملون وجهات نظر مختلفة لمحاولة التوصل إلى اتفاق بالتراضي حول بعض الموضوعات التي يمكن أن تكون وقتية أو مستمرة. والتفاوض نوع من التواصل، بل هو تواصل إقناعي، يمكن وصفه بكلمة واحدة: المساومة. وإذا كان "التواصل الإقناعي" يعني الحصول على ما تريد فإن التفاوض هو الحصول على أحسن وضع يكمن تحقيقه، بمعنى أن تحصل على ما تريد بأحسن الوسائل الممكنة.

### ثانياً: القواعد الأساسية للتفاوض:

- اجعل هدفك تحقيق أكبر مكسب: صَيِّف الامتيازات وفق التالي: (الضروري - المثالي - ما يمكن التنازل عنه).
- اعرف ما يود الطرف الآخر الحصول عليه، واعتمد في ذلك على (التحضير - المعرفة السابقة - الخبرة - طرح الأسئلة).
- تذكر كل حزمة كل الوقت: تدخل كل العناصر وربطها في كل الأوقات يساعد في الوصول بالتفاوض لغايته؟.
- واصل البحث عن "المتغيرات" .
- كن مرناً ولا تتقيد بقوالب جاهزة سلفاً.
- تقبل المستجدات ولا تفاجأ بها.

### ثالثاً: خطوات التفاوض: تتكون مهارات التفاوض من مجموعة من الخطوات، هي:

1. تحديد وتشخيص القضية التفاوضية: يتعين معرفة وتحديد القضية المتفاوض بشأنها وكافة عناصرها؛ وتحديد كل طرف من أطراف التفاوض، والهدف من التفاوض.
2. قبول الخصم للتفاوض: خطوة أساسية من خطوات التفاوض لقبول الطرف الآخر وقبول الجلوس إلى مائدة المفاوضات؛ وتكون عملية التفاوض أكثر يسراً خاصة مع اقتناع لأطراف بأن التفاوض هو الطريق الوحيد والممكن لحل النزاع القائم أو للحصول على المنفعة المطلوبة أو لجنى المكاسب والمزايا التي يسعى إلى تحقيقها.
3. التمهيد لعملية التفاوض:

- اختيار أعضاء فريق التفاوض، وإعدادهم وتدريبهم على القيام بعملية التفاوض المطلوبة، وإعطاؤهم خطاب التفاوض الذي يحدد صلاحياتهم للتفاوض.

- وضع الاستراتيجيات التفاوضية، واختيار السياسات التفاوضية المناسبة لكل مرحلة من مراحل التفاوض.
- الاتفاق على أجندة المفاوضات وما تتضمنه من موضوعات أو نقاط أو عناصر سيتم التفاوض بشأنها، وأولويات تناول كل منها بالتفاوض.

4. بدء جلسات التفاوض الفعلية: تشمل العمليات الآتية:

- الاستعانة بالأدوات التفاوضية المناسبة، مثل: المستندات والبيانات والحجج المؤيدة لوجهات النظر.
  - ممارسة الضغوط التفاوضية على الطرف الآخر سواء داخل جلسة التفاوض أو خارجها.
  - تبادل الاقتراحات وعرض وجهات النظر في إطار الخطوط العريضة لعملية التفاوض، وفي الوقت نفسه دراسة الخيارات المعروضة والانتقاء التفضيلي منها.
5. الوصول إلى الاتفاق الختامي: لا قيمة لأي تفاوض مالم يتم التوصل إلى اتفاق. ومن الناحية القانونية يجب أن يتم توقيع الاتفاق في شكل اتفاقية موقعة، وتكون ملزمة لطرفي التفاوض، ويجب الاهتمام بأن تكون الاتفاقية شاملة وتفصيلية تحوي كل الجوانب.

\*\*\*\*\*

# الفصل السادس

## مهارات الإقناع

يمكن نجاح الفرد وتقدمه في حياته الشخصية والعملية بقدرته على إتقان مهارة إقناع الآخرين بما يريد، وهذا يحتاج منه إلى درجة عالية من الذكاء؛ فالإقناع فنٌ لا يُتقنه الكثيرون، الناجحون فقط هم من يُجيدون هذه المهارة، ويعرفون وسائلها، ويستخدمونها في تحقيق ما يريدون من أهدافٍ وطموحات، فما هو الإقناع؟ وما هي طرقه ووسائله في الحوار؟

### أولاً: مفهوم مهارات الإقناع

قد يختلف الأشخاص في رأيي ما، أو فكرٍ ما، فلكل واحد منهم رأيه الخاص الذي يتمسك به ويراه صواباً، ويرى رأي الطرف الآخر خاطئاً؛ ولذلك يلجأ الكثير منهم إلى إقناع الطرف الآخر بما يراه صواباً. أما استجابة الإنسان لرسائل الإقناع التي تصدر من الطرف الآخر، فهي تنقسم إلى قسمين؛ القسم الأول عندما ينصت الإنسان إلى كلمات الطرف الثاني بعناية كبيرة، ويرى ما فيها من ميزاتٍ ومساوئ، فقد يفتنح بها، وقد لا تروقه تلك الأفكار فيطرح العديد من الأسئلة حتى يحصل على المزيد من المعلومات. أما القسم الثاني من الناس، فتكون طريقة تلقيهم لعبارات ورسائل الطرف الآخر بلا وعي، فيكون العقل مغلقاً بصورة تمنع الشخص من أن يُفكر في ما يستمع إليه، فلا يستمع بحرص، أو لا يُحسن الإنصات؛ ولذلك بدلاً من أن يحكم على الموقف المُختلف فيه بناءً على ما لديه من حقائق ومنطق، يُحكّم الأهواء والغرائز في اتخاذ القرار والحكم على الموقف.

يُقصد بمهارات الإقناع تلك المقدرة التي يتمنّع بها البعض والتي تمكّنهم من تغيير سلوكيات وقناعات وتصرفات شخص آخر أو مجموعة أخرى تجاه فرد أو مجموعة أفراد أو أحداث أو فكرة معينة. وغالباً ما تتم عملية الإقناع من خلال إيصال رسالة، أو مشاعر معينة، أو معلومات، أو منطق، إلى الطرف الآخر أو مزيجاً من ذلك.

هناك العديد من المفاهيم التي تناولت مهارات الإقناع، ومن هذه المفاهيم ما يأتي:

- **من حيث النتيجة:** عملية إحداث تغيير، أو تعزيز لموقف، أو لمعتقد، أو لسلوك ما. فهو عبارة عن نتيجة تصل إليها من خلال تبني أسلوب اتصال تستخدم فيه أدوات التأثير.
- **من حيث التأثير:** الجهد المنظم المدروس الذي يستخدم وسائل مختلفة للتأثير في آراء الآخرين وأفكارهم، بحيث يجعلهم يقبلون ويوافقون على وجهة النظر في موضوع معين، وذلك من خلال المعرفة النفسية والاجتماعية لذلك الجمهور المستهدف.
- **من حيث الفكر:** عمليات فكرية وشكلية يحاول فيها أحد الطرفين التأثير في الآخر وإخضاعه لفكرة ما.

### ثانياً: أساليب الإقناع

تتكوّن عملية التأثير والإقناع من ثلاثة عناصر، هي: المصدر والرسالة والمستقبل، وبما أنّ المصدر هو الناقل للرسالة والمسؤول عن إقناع المستقبلين فيها، فإنّه يقع على عاتقه الوصول إلى أفكارهم والتأثير فيهم بما يتناسب مع بيئاتهم ومستوياتهم العمرية والتعليمية ومراعاة الفروقات بينهم. وعليه أن يتّصف بالثقة والمصداقية والقدرة على استخدام أساليب متعددة ومناسبة للتأثير والإقناع، وعليه أن يُشكّل رسالته بوضوح لا غموض فيه ولا تمويه؛ لتكون واضحة الهدف، مرتبة الأفكار، مناسبة العبارات، مدعمة بالأدلة والبراهين، بعيدة عن الخلل والجدل والاستعلاء. ومن أهمّ الطرق التي تحقّق الإقناع والتأثير ما يلي:

- يجب على الناقل أو المصدر أن يمتلك القناعة التامة بالفكرة التي يسعى لنشرها، وأن يكون عميق الإيمان بأهدافها ومبادئها؛ إذ إنّ التخبُّط والتوسُّط في قناعته بفكرته يعكس ضعف الفكرة وسطحيتها؛ ممّا يؤدي إلى عدم اقتناع المستقبلين لها، أو تشوّه الرسالة ذاتها.
- تجنّب التعميم والشمول، والمحافظة على نسبة المعاني، وحصص الألفاظ في كلمات واضحة ومحددة تستهدف تفسير الفكرة وإظهارها كهدف أساسي في الحوار دون التشبث بالعموميات.

- اجتنابُ الجدل والمناكفات والاستقواء المفجّر للخصومات، فصاحب الفكرة مسؤول عن نقلها بالوَدِّ والإحسانِ بعيداً عن التفرد والاحتفال بالقدرة على الإثبات، وعليه أن يُقيّم الحجّة بالدليل، والتيسير، وكسب القلوب، والتأييد بدلاً من استعدائها.
- اطلاع المستقبل المُقنع على النتيجة النهائيّة بصورة واضحة ومفهومة. كما يحتاج أيضاً إلى التعرّف على مبررات الأخذ بها وميزاتها والأسباب التي تستند إليها. وعليه فإنّ المصدر مسؤولٌ عن تحليل الحوار إلى مقدماتٍ منطقيّة تفسّر قوة البيانات والحقائق، وتعرض نتائج نهائيّة تصنع الفرق في إدراك المستقبل.
- على المحاور أن يختار ألفاظه وتعابيرَه وكلماته بعناية، وأن يحافظ على إرسال الجُمَل بصيغة التشويق والإثارة بعيداً عن التخويف والضغط وفرض السُلطة والرأي، والمحافظة على استمرار الاتصال الجيّد بالمُستقبل، وربط نهايات تعليقه ومدخلاته ببدايات حديث المحاور؛ ما يضمن تولّد الشّعور بالاحترام والاهتمام من قِبَل المستقبل، فيسهّل عمليّة استقبال المعلومات وتبني الأفكار والطروحات.
- إشعارُ المستقبل بجديّة البحث عن الحقيقة، والسُرور عند استقبال الحقائق من طرفه، فليس المهم أن يثبت المحاور أنّه على صواب، بل الأهم أن يصل الجميع إلى نتيجةٍ حقيقية ومنطقيّة خالية من الانتصارات الشخصيّة والاستقواء التنافسي.

### ثالثاً: أهميّة الإقناع والتأثير في الحياة اليومية

بلغت مهارات التأثير والإقناع منازلَ مهمّة في مختلف القطاعات، وانشغلت بها الحضارات والدراسات والكتب والمؤلفات، ومع اهتمام الكثيرين بهذه الفنون تنامت الحاجة لتعريف النَّاسِ بآليات اكتسابها وممارستها وتنميتها في السُّلوك اليومي. وعلى الرغم من ذلك فإنّ هذه المهارات ممارسةٌ بالفعل عند جميع النَّاسِ من مختلف القطاعات والأعمار والتوجّهات والدرجات العلميّة والاجتماعيّة؛ حيث يمتلك كل إنسانٍ مجتمعه وبيئته الخاصّة التي يتشارك معها رسائله وأفكاره ويؤثر في قراراتها وتوجّهاتها؛ كالأب مع أبنائه، والطالب مع زملائه، والتاجر مع زبائنه، وغير ذلك العديد من الأمثلة الحياتيّة المختلفة. ومن هذا الباب حازت فنون التأثير والإقناع أهميّةً بالغةً في أولويات الأمم السابقة حتّى العهد الحديث، وتظهر ممارسة هذه الفنون في مجالات مختلفة كالإدارة والدعوة والتعاملات اليوميّة وغيرها، ويتفاضل الناس في ما بينهم بمستوى القدرة على أداء هذه الفنون واستخدامها في معاملاتهم اليومية وسلوكياتهم الدائمة باختلاف معارفهم وخبراتهم ومستويات احتياجهم لهذه القدرات، فيما تتجلّى أهميّة التأثير والإقناع عند أولئك الذين يمتلكون هدفاً أو نشاطاتٍ تواصليةً ببناء تهنّ بتعميم فكرٍ، أو مشروعٍ، أو إرساء عقيدة ومنهج.

### رابعاً: معوقات التأثير والإقناع

- الاستبداد وفرض السُلطة؛ حيث إنّ التأثير أو الإقناع في هذه الحالة يكون شكلياً ومتوقفاً على زوال التسلُّط ويزول بزواله.
- طبيعة المستقبل، فقد يكون الشخص المُستقبل ذا سماتٍ لا تتناسب مع أنماط الإقناع وأشكاله، وقد يمتلك صفاتٍ ذاتيّة تحملها على رفض جميع المحاولات للحوار المُقنع.
- تزامن الأفكار المربكة لحوارٍ ولذهن المستقبل.
- ضعف المحاور في إدارة الحوار، أو توضيح مضمون الرسالة.
- ضعف الاعتقاد بإمكانية التغيير والاستسلام عند حدود التجارب الأولى.
- الكبرُ وحبُّ الذات المفرط وما يحمله من عجز التصديق والتسليم بحقيقة رأي الآخر.

\*\*\*\*\*



# الفصل السابع

## مهارات التسويق

### أولاً: مفهوم التسويق

التسويق هو مجموعة من الأنشطة يقوم بها الأفراد والمنظمات بغرض تسهيل وتسريع المعاملات والمبادلات في السوق في إطار البيئة وظروف السوق.

ويركز التسويق على احتياجات الزبائن عن طريق جهود تسويقية متكاملة، ينتج عنها حسن توقع احتياجات الزبائن، وحسن إرضاء هذه الاحتياجات، ويتم فيها تحقيق أهداف المؤسسة عن طريق رضاء الزبائن.

تعتبر عملية البيع جزءاً من الجهود التسويقية، إلا أنها تركز على المنتج من السلع أو الخدمات، من خلال جهود البيع والترويج، ويتم تحقيق أهداف المؤسسة فيها من خلال حجم المبيعات.

ومن التعريف والتوضيح السابق نجد أن التسويق يقوم على الجهود الآتية:

- التعرف على فئة الزبائن المستهدفين من خلال دراسة خصائصهم وسلوكياتهم وعاداتهم الحياتية والشرائية.
- التعرف على احتياجاتهم ورغباتهم وتطلعاتهم.
- توجيه جهود المؤسسة نحو إنتاج السلع والخدمات التي تشبع هذه الرغبات عند الزبائن بالوقت والجودة الملائمة للشريحة المستهدفة.
- توجيه جهود المسوقين نحو استخدام الأساليب الملائمة لكل من المنتج والزبائن.
- توجيه جهود المؤسسة نحو طرق قياس رضاء الزبائن.
- توجيه الجهود نحو التسعير الملائم.

### ثانياً: أهم مهارات التسويق

- مهارات الاتصال الشاملة قوية: تتطلب الاتصالات التسويقية الناجحة رسالة واضحة يتم توصيلها إلى الجمهور المستهدف، باستخدام النغمة المناسبة. ويشمل ذلك الاتصال في الكتابة، عبر الشبكة العنكبوتية (الانترنت)؛ وعبر القنوات الرقمية واللفظية. فالطلاقة في التواصل التكنولوجي والبصري تساعد المسوق على فهم جميع مراحل عملية التسويق بشكل أفضل، وسيكون من الجيد تطوير مهارات التحدث والعرض.
- القدرة على فهم احتياجات المشتري وعملية البيع: يحتاج التسويق إلى دفع الإجراءات، ومع ذلك، يجب على الشخص المسوق فهم طبيعية الزبون الذي يرغب في المنتج، ويحاول تقديم ما يريده الزبون، وتسويقه له بشكل مناسب يجعله هو من يرغب في شرائه، فمثلاً سيكون لسوق معينة مطالب مميزة ومعينة.
- مهارات جدول البيانات الأساسية: يستخدم المسوقون جداول البيانات (مثل Excel أو Google ) في تخطيط ودراسة الاتجاهات.
- القدرة على الكتابة ممتازة: يجب أن يكون المسوق القوي قادراً على نشر المحتوى، وكذلك إنشاء محتوى والمشاركة في عملية استراتيجية المحتوى. المحتوى هو وقود التسويق الداخلي.
- تجربة مع الأدوات الرقمية المعاصرة، والمنصات، والقنوات: ومن المهارات الأخرى التي يحتاج المسوقون إليها اليوم فهم كيفية الاستفادة من قنوات وسائل التواصل الاجتماعي، وكذلك التطبيقات، ومواقع الويب.
- التفكير الناقد ومهارات حل المشكلات: التسويق هو أكثر من مجرد مشاركة رسالة مع جمهور التسويق الناجح على الأقل؛ لذلك يجب أن يتوافر لدى المسوق الجيد مهارة التفكير السريع، وسرعة البديهة، والقدرة على حل المشكلة، خاصة مع العملاء وإقناعهم بالمنتج.

- التعلم المستمر: يجب على المسوقين اليوم الانخراط وإظهار التعلم المستمر. ويجب أن يبني المسوقون أيضاً مهارات ذات صلة بالمجال، مثل الكتابة والأبحاث وبعض التكنولوجيات، والخبرة بالموضوع (في الصناعات المتعلقة بعمالهم / وظائفهم) واستراتيجية المبيعات. كانت تلك أهم المهارات التي يجب على أي مسوق أن يتحلى بها لضمان نجاح عمله وخطته التسويقية لعميله أو لمنتجه.

### ثالثاً: عناصر العملية التسويقية

تُقسم العملية التسويقية إلى عدّة عناصر، من أهمها ما يأتي:

- المنتج: يُعرّف المنتج في العملية التسويقية بأنه ما يعرضه البائع في السوق، بما في ذلك جميع الفوائد والمزايا التي يحصل عليها المشتري عند شرائه للسلعة أو الخدمات.
- السعر: يجب على المنتج تحديد السعر الذي يرغب الزبائن في دفعه مقابل منتج معين، كما تكون طريقة التسعير تتناسب مع ما تمّ دفعه من تكاليف الإنتاج، ومع تحقيق الأرباح.
- المكان: يُعدّ اختيار المكان الصحيح جانباً مهماً من العملية التسويقية، ويُعرّف المكان في هذه العملية على أنه الموقع الذي يتم فيه عرض، وبيع، وتوزيع المنتجات والخدمات، كما يجب أن يتمكن المستهلكون من العثور على المكان، وسهولة وصولهم إليه.
- الترويج: يوجد هناك العديد من الأنشطة الترويجية المتاحة التي تساهم في عرض المنتجات، والخدمات للزبائن، بما في ذلك الإعلانات، واستراتيجيات البيع، والحملات الترويجية، والتسويق المباشر.
- الأفراد: تحتوي العملية التسويقية على مجموعة من الأفراد الفاعلين، مثل: الموظفين، و مندوبي المبيعات، فمن المهم توظيف وتدريب الأشخاص المناسبين لتقديم خدمة ممتازة للزبائن.
- العملية: تشمل العملية على مجموعة العمليات التي يتم فيها حصول المستهلك، أو الزبائن على المنتجات والخدمات.

\*\*\*\*\*