محاضرة في مهارات الحوار و الاقناع

تعريف الحوار :

يعرف الحوار بأنه محادثة لفظية تتم بين شخصين أو أكثر، ويتم خلالها تبادل الأفكار والآراء، وإجراء المناقشات أو المشاورات أو غيرها، ولا يشترط في الحوار أن يكون الأطراف متشابهين في الآراء فقد يختلفون فيه، ولكن بإمكانهم أن يتناقشوا ويستمعوا لبعضهم البعض حتى يصلوا إلى نقطة مشتركة.

أن عدم وصولهم إلى رأي مشترك لا يعني تخليهم عن احترامهم لبعضهم البعض، وقد يشتمل الحوار على التوترات والمفارقات، وفي الحوار الصحيح يبعد الأطراف مخاوفهم وأفكارهم المسبقة ورغبتهم بالفوز؛ ويأخذون وقتًا لسماع أصواتٍ وإمكانياتٍ أخرى، ويحاولون تقبلها أو رفضها بأسلوبٍ جيد لتعم النتيجة الاايجابية في التفاوض التجاري .  
  
اهمية الحوار : لهدف الأساسي للحوار هو إنشاء نقطة تواصل جيدة بين طرفي التنفاوض التجاري ، وإدارة الاختلاف وتوجيهه بطريقةٍ جيدة، وبالتالي فهو وسيلة للوصول إلى الذكاء والقوة المنسقة، عوضًا عن تفرق الافكار ، وهو وسيلة جيدة لإنشاء الأفكار، والآراء، والمشاعر، والاستماع إليها، وتحسين العلاقات والصلات بين اطراف التفاوض على اختلافهم، وتسهيل تعرفهم على بعضهم البعض واستفادتهم من بعضهم البعض أيضًا، فبدون الحوار سيواجه الاطراف صعوبة في بناء أعمالهم التجارية، أو تطوير حياتهم المهنية.

اداب الحوار : فيما يأتي مجموعة من أبرز آداب الحوار التي يجب اتباعها والتحلي بها للوصول إلى حوارٍ ناجح وبناء بين الأفراد:

التفكير أولًا قبل الحديث التفكير جيدًا قبل الحديث، فالتفكير يعمل على ترتيب الأفكار وتمحيصها والتأكد من صحتها قبل قولها، وهو يساعد على اختيار الكلمات الصحيحة وأسلوب الطرح الأفضل، وذلك لضمان عدم الوقوع في الأخطاء أثناء الحوار قدر الإمكان.

الاستماع الجيد للمتحدث من آداب الحوار حسن الاستماع إلى الشخص الآخر عند كلامه وعدم مقاطعته، والإنصات إليه بكافة الحواس، مع التفكير بكلامه، فحسن الاستماع يعني أن يفهم البائع وجهة نظر محاوره المشتري مما يؤدي إلى الوصول إلى حوارٍ ناجحٍ وفعال، كما أن هذا ينعكس على الآخر أيضًا فيحسن الاستماع إلى الشخص نفسه عندما يتكلم، وهكذا يأخذ كل واحدٍ فرصته الكافية في طرح وجهة نظره دون مقاطعة وتشتيت من الآخرين.

التواضع والاحترام أثناء الحديث يجب التواضع أثناء الحوار والحديث وتجنب الكبر الغرور، وعدم اشعار الشخص الآخر بالدونية، أو أن المتحدث أفهم وأعرف منه، فكل شخصٍ لديه نوعٍ من المعرفة في مجالٍ ما، والتي يمكن الاستفادة منها أثناء الحوار، ويحب احترام الشخص المقابل واحترام رأيه، وتجنب الإهانة والسخرية أثناء الحوار، لما لها من آثارٍ سلبيةٍ بالغة

. الانتباه للغة الجسد ونبرة الصوت أثناء الحوار من آداب الحوار الانتباه للغة الجسد ونبرة الصوت أثناء الحوار، فمثلًا يمكن الانتباه للغة جسد المستمع فتثاوب الشخص أو تململه في الجلسة أو رجوع ظهره للخلف قد يعني أن يشعر بالملل من الحديث؛

وعندها يجب على المتحدث الاختيار قدر الإمكان لعبارات تقلل من الشعور بالملل ، كما يمكن مراقبة نبرة الصوت إذا كانت تشير إلى الغضب أو الحزن مثلًا، وبناءً على جميع العلامات يمكن للمحاور اتخاذ الأسلوب المباشر لتجنب إزعاج من يحاورهم.

الاقناع التجاري

مفهوم الاقناع التجاري : القدرة على الإقناع هي إحدى أهم المهارات في التسويق، حيث لا يقتصر الأمر على تقديم منتج جيد فحسب، بل يتطلب استخدام عبارات تسويقية تحفز العملاء على اتخاذ قرار الشراء. العبارات الفعالة تبني الثقة، تخلق إحساسًا بالعجلة، وتؤثر على مشاعر العملاء، مما يزيد من احتمالية التحويلات والمبيعات. الإقناع هو التأثير في المواقف، والمعتقدات، والنيات، والدوافع أو السلوكيات

 الإقناع هو عملية تهدف إلى تغيير موقف أو سلوك شخص (أو مجموعة) تجاه حدث معين، فكرة، شيء، أو أي شخص أو أشخاص آخرين، تُستخدم كلمات مكتوبة أو منطوقة لنقل المعلومات، والمشاعر، أو للاستدلال، أو مزيج منها. الإقناع هو أيضا أداة تستخدم في كثير من الأحيان في السعي لتحقيق مكاسب شخصية، مثل الدعاية الانتخابية أو المفاوضات التجارية أو غيرها.

الإقناع تُدرس في العديد من التخصصات. يدرس [علم البلاغة](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%84%D8%A7%D8%BA%D8%A9" \o "بلاغة) أساليب الإقناع في الكلام والكتابة وغالبًا ما تُدرس كموضوع [كلاسيكي](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%AF%D8%A8_%D9%83%D9%84%D8%A7%D8%B3%D9%8A%D9%83%D9%8A" \o "أدب كلاسيكي). يدرس علم النفس الإقناع من خلال عدسة السلوك الفردي ويدرس [علم الأعصاب](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85_%D8%B9%D8%B5%D8%A8%D9%8A%D8%A9" \o "علوم عصبية) نشاط الدماغ المرتبط بهذا السلوك. يهتم التاريخ والعلوم السياسية بدور الدعاية في تشكيل الأحداث التاريخية.

أشكال الإقناع

[الدعاية](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AF%D8%B9%D8%A7%D9%8A%D8%A9_(%D9%85%D8%B5%D8%B7%D9%84%D8%AD)" \o "دعاية (مصطلح)): هي شكل من أشكال الإقناع تُستخدم لتلقين أفكار معينة أو ولاء لشخص أو قضية بعينها لدى مجموعة من الناس

[الإكراه](https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A5%D9%83%D8%B1%D8%A7%D9%87" \o "إكراه): هو شكل من أشكال الإقناع يعتمد على التهديدات العدوانية وإثارة الخوف و/أو الخجل للتأثير على سلوك الشخص

الإقناع المنظم: هي العملية التي من خلالها تُستغل المواقف أو المعتقدات من خلال مناشدة المنطق والعقل.

الإقناع الإرشادي: من ناحية أخرى، فهو العملية التي من خلالها تُستغل المواقف أو المعتقدات من خلال مناشدة العادات أو العواطف.

ما هو فن الإقناع في التسويق؟

فن الإقناع هو القدرة على توجيه الرسائل التسويقية بطريقة تجعل العميل يشعر بحاجة ملحة لشراء منتج أو خدمة. يتم ذلك عبر تقديم المنتج كحل مفيد له، مما يجعله يرى أن القرار الأمثل هو الشراء.

أهمية فن الإقناع في التسويق:

**تحفيز الشراء:** يساعد على اتخاذ القرار بسرعة.

**بناء الثقة:** العبارات الصحيحة تبني علاقة قوية بين العلامة التجارية والعملاء.

**زيادة المبيعات:** التحفيز الصحيح يؤدي إلى نتائج ملموسة في الأرباح.

**تحقيق الولاء:** العملاء المقتنعون يعودون مجددًا للشراء.

**تميّز العلامة التجارية:** يساعد على إبراز المنتج مقارنة بالمنافسين.

أكثر العبارات التسويقية فاعلية في تحفيز العملاء على الشراء

1. خلق الإحساس بالعجلة والإلحاح

“العرض ساري لفترة محدودة!”

“لا تفوّت الفرصة، المخزون محدود!”

“الطلب مرتفع، احجز نسختك قبل نفاد الكمية!”

2. تقديم قيمة إضافية للعملاء

“احصل على المنتج الآن وتمتع بخصم حصري!”

“اشترِ اليوم واستفد من شحن مجاني!”

“عروض خاصة للعملاء الجدد – لا تفوتها!”

3. إثارة الفضول وتحفيز الاستكشاف

“منتجنا الجديد في السوق – اكتشفه أولاً!”

“هل أنت مستعد لتجربة شيء مختلف تمامًا؟”

“ما السر وراء هذا المنتج؟ جربه الآن لتعرف!”

4. بناء الثقة والمصداقية

“100% ضمان استرداد الأموال إذا لم تكن راضيًا!”

“موثوق من قبل آلاف العملاء حول العالم!”

“آراء العملاء تقول كل شيء: أكثر من 1,000 شخص جربوا هذا المنتج وأحبوه!”

5. التفاعل مع مشاعر العميل

“تخيل كيف ستوفر وقتك وجهدك بفضل هذه الأداة الذكية.”

“جربه الآن وستشعر بالفرق من اليوم الأول!”

“الراحة والرفاهية تبدأ من هنا!”

أساليب فعالة في كتابة العبارات التسويقية

1. أسلوب القصص الشخصية: ربط المنتج بتجربة شخصية أو قصة مؤثرة.

**مثال:** “لقد حولت هذه الحقيبة رحلاتي إلى مغامرات لا تُنسى، جربها الآن وابدأ رحلتك الخاصة.”

2. أسلوب التجربة المجانية مع ضمان: تشجيع العميل على التجربة دون مخاطر.

**مثال:** “جرب الخدمة لمدة أسبوع، وإذا لم تكن راضيًا، سنعيد لك كامل المبلغ!”

3. أسلوب التخصيص والتوصية الشخصية:تقديم توصيات بناءً على اهتمامات العميل.

**مثال:** “بناءً على ما اخترته سابقًا، نعتقد أن هذه القطعة ستناسب ذوقك تمامًا!”

4. أسلوب التفاعل الاجتماعي:تشجيع العميل على مراجعة آراء الآخرين قبل اتخاذ القرار.

**مثال:** “انضم إلى أكثر من 10,000 عميل مثلك اليوم وابدأ في الاستمتاع بالمزايا!”

5. أسلوب التأكيد على التميز والتفرد:إبراز الميزة الفريدة التي لا توجد في المنافسين.

**مثال:** “المنتج الوحيد في السوق الذي يمكنك تخصيصه بالكامل وفقًا لاحتياجاتك!”

كيفية صياغة العبارات التسويقية الجذابة؟

1. فهم الجمهور المستهدف:تحديد الفئة العمرية، الاهتمامات، والاحتياجات.

معرفة التحديات التي يواجهها العميل واقتراح الحلول المناسبة.

2. استخدام كلمات مؤثرة أو “كلمات القوة”:كلمات تحفّز القرار السريع: “مجاني، حصري، الآن، جديد، مميز”.

كلمات تعزز الثقة: “مضمون، مُجرَّب، موثوق، آمن”.

3. استخدام الدعوة لاجراء او عملية او اخد قرار :“اطلب الآن واستمتع بأفضل تجربة!”

“احصل على نسختك المجانية اليوم!”

“سجّل الآن وابدأ رحلتك نحو النجاح!”

4. التركيز على الفوائد بدلًا من الميزات

بدلًا من: “هاتف بكاميرا 50 ميجابيكسل”.

استخدم: “التقط أجمل اللحظات بجودة مذهلة بفضل الكاميرا الاحترافية!”

5. اختبار وتحليل العبارات التسويقية

إجراء اختبارات لمعرفة العبارات الأكثر تأثيرًا.

تحليل تفاعل العملاء وتحسين العبارات بناءً على النتائج.

أمثلة على عبارات تسويقية ناجحة

“لوقت محدود فقط! احصل على خصم 50%!”

“انضم إلى الآلاف ممن اختاروا الجودة!”

“تجربة لن تنساها، احجز الآن!”

“خصم خاص اليوم، لا تفوّته!”

“اشتر الآن وادفع لاحقًا!”

“كل ما تحتاجه بين يديك، اطلب الآن!”

“حصريًا لك، استفد من هذه الفرصة!”

“عروض الصيف بانتظارك!”

“تسوّق بسهولة، تواصل معنا!”

“لا وقت للتردد، الفرصة متاحة الآن!”

“كل جديد بانتظارك، لا تدعه يفوتك!”

“اشترِ بأقل سعر، واستمتع بالجودة!”

“خصم خاص لأعضاء النادي!”

“أكثر من مجرد منتج، إنها تجربة!”

“خدمة مميزة من أجل راحتك!”

“المزيد من الفوائد، بأقل التكاليف!”

“أثبت وجودك بمنتجنا الفريد!”

“وقت محدود، لا تفوّت العرض!”

“السعادة تبدأ هنا، جرّب بنفسك!”

“العرض ينتهي قريبًا، لا تتردد!”

“المنتج الذي كنت تبحث عنه!”

“راحة البال مع كل طلب!”

“التوصيل مجاني لفترة محدودة!”

“اختر الجودة، اختر التميز!”

“اشترِ الآن، وكن مميزًا!”

“العروض مستمرة، استفد الآن!”

“جربه، ولن تندم أبدًا!”

“احصل على المزيد بتكلفة أقل!”

“كن الأول واستفد من العرض!”

“تسوّق بسهولة، جودة مضمونة!”