

# أساسيات العرض والتقديم الفعال (مدخل تطبيقي)

الدكتور بشير العلاق

## توطئة

تفتقر المكتبة العربية إلى كتاب علمي رصين في أساسيات العرض والتقديم، يعطي لهذه العملية الجوهرية حقها في الشرح والتحليل والتخطيط والاستقراء. ولهذا السبب بالذات راودتني فكرة تأليف كتاب مبني على أسس علمية وممارسات الأعمال الفضلى يتناول عملية العرض والتقديم من حيث أساسياتها ومهاراتها وأهميتها في عالم الأعمال اليوم، وبالذات في مجال التسويق، وهو المجال الوحيد الذي يولد الموارد لمنظمات الأعمال، بينما الوظائف والمجالات الأخرى تشكل تكلفة.

فعملية العرض والتقديم تعدّ بمثابة استراتيجية فاعلة، تدعم بشكل كبير نشاطات التسويق ووظائفه بالإضافة إلى نشاطات كثيرة أخرى إذا ما أحسن استخدامها والتدريب عليها بشكل نظميّ. وتبرز أهمية عملية العرض والتقديم في أنها تمثل أحد أبرز مدخلات العملية البيعية والترويجية وذلك لأنها ببساطة أداة إبلاغ، وتذكير وإقناع، تعتمد المواجهة المباشرة والتفاعل الإنساني الرفيع. فهي من أبرز الأدوات التي يستخدمها كبار المفاوضين ومندوبي البيع، ومسؤولي العلاقات العامة لتسويق شتى أنواع السلع والخدمات والأفكار، والأماكن وغيرها. كما تعمل عملية العرض والتقديم بمثابة عنصر أو مدخل داعم الجهود العلاقات العامة التي ترمي إلى تعزيز صورة المنظمة في أذهان جماهيرها.

وتأسيساً على ذلك، يأتي هذا الكتاب، العميق في طروحاته، البسيط في أسلوب طرحه، ليكون معيناً وسنداً للدارسين والممارسين على حد

## المحتويات

الموضوع	الصفحة
توطئة.....	5
المحتويات .....	7
الفصل الأول: مدخل إلى العرض والتقديم .....	13
تقديم .....	15
نبذة تاريخية عن العرض والتقديم: .....	16
أول أمر إداري يصدر حول العرض والتقديم .....	18
مفهوم العرض والتقديم .....	20
جوهر العرض والتقديم .....	22
فلسفة العرض والتقديم .....	22
— (من وجهة نظر الشركة) .....	22
— (من وجهة نظر البائع).....	23
— (من وجهة نظر المشتري) .....	23
العرض والتقديم اللفظي .....	23
العرض والتقديم التحريري .....	25
عرض وتقديم الآلة (البيئة الافتراضية) .....	26
عرض وتقديم الواجهة البيئية للإنسان / الآلة .....	27
مهارات العرض والتقديم .....	28
— مهارات الاتصال: .....	28
— مهارات الإقناع .....	30

32	— مهارات الإصغاء .....
33	— مهارات المداخلة .....
33	— مهارات الحجّة والبيّنة (مهارات عرض الحقائق والبراهين) .....
34	— مهارات التّواصل: .....
34	العرض والتّقديم والعملية البيعية .....
38	العرض والتّقديم وعملية التّسويق .....
38	العرض والتّقديم وعملية التّرويج .....
39	مهارات البيع والعرض والتّقديم .....
44	عوامل تعزيز العلامة التجارية: .....
46	حقائق عن خدمة العملاء .....
47	<b>أسئلة للمناقشة</b> .....
85	<b>الفصل الثّاني: دور الاتّصال في تفعيل عملية العرض والتّقديم .</b>
87	تقديم .....
87	أولاً: العلاقة القائمة بين كفاءة الاتّصال ونتائج عملية العرض والتّقديم ..
91	ثانياً: الاتّصال وفق نوع الرسالة الاتّصالية .....
92	— الاتّصالات الشفوية .....
95	— الاتّصالات المكتوبة (التحريرية) .....
97	— الاتّصالات الإلكترونيّة .....
99	— الاتّصالات غير اللفظية (لغة الجسد) .....
101	— الاتّصالات البصرية .....
103	ثالثاً: الاتّصال وفق اتجاهاته .....

103.....	الاتصالات الصاعدة -
105.....	الاتصالات النازلة:-
106.....	الاتصالات الأفقية -
108.....	رابعاً: الاتصالات غير الرسمية -
108.....	الاتصالات العنقودية -
110.....	الإدارة بالتجوال -
110.....	الاتصالات غير اللفظية -
110.....	السلسلة الاجتماعية -
111.....	خامساً: شبكات اتصال الفريق -
111.....	شبكة الاتصال المركزية -
112.....	شبكة الاتصال اللامركزية -
114.....	سادساً: الاتصالات الخارجية -
116.....	<b>أسئلة للمناقشة</b>
<b>الفصل الثالث: أساليب التعامل مع الأنماط المختلفة للزبائن</b>	
143.....	<b>(العملاء)</b>
145.....	تقديم
145.....	أولاً: أساسيات لا بد منها للتمكّن من التعامل مع العملاء.
146.....	15 طريقة فنية للتعامل مع العملاء.
147.....	التعامل مع أسئلة الزبائن واستفساراتهم
147.....	التعامل مع المواقف العدائية
147.....	الثقة بالنفس

148	تحليل المظهر الخارجي
148	التركيز على لغة الإشارة
148	تحسين الصوت
149	مطالب الزبائن
150	زبائن الدرجة الأولى
150	زبائن الدرجة الثانية
150	العوامل المؤثرة على توقعات العملاء (الزبائن)
151	خصائص البائع المتميز
152	سمات التميز في جودة تقديم الخدمة / السلعة
152	ما المقصود بالتسويق بالعلاقة مع الزبون؟
152	كيف نستطيع أن نميز شركتنا؟
153	أهمية النجاح في جودة خدمة الزبون
153	كيف نعكس صورة مشرفة للشركة؟
153	لماذا هذا الاهتمام بالزبائن؟
154	أهداف عملية العرض والتقديم البيعي
155	أساليب معالجة الاعتراضات
155	المهارات السبع للإقناع
160	ثانياً: أنواع الزبائن (العملاء) وكيفية التعامل معهم
167	أسئلة للمناقشة
195	الفصل الرابع: متطلبات ومراحل العرض والتقديم الفعال
197	تقديم

197	أولاً: إطار عملية العرض والتقديم .....
198	— مرحلة ما قبل العرض والتقديم .....
200	— مرحلة أثناء العرض والتقديم .....
203	— مرحلة موضوع العرض والتقديم .....
206	— مرحلة ما بعد العرض والتقديم .....
207	ثانياً: إرشادات عامة حول العرض والتقديم الفعّال .....
212	أسئلة للمناقشة .....
231	المراجع .....
231	أولاً: المراجع العربية .....
231	ثانياً: المراجع الأجنبية .....