

مركز محمد بن راشد
للابتكار الحكومي
MOHAMMED BIN RASHID CENTRE
FOR GOVERNMENT INNOVATION



ابتكر
IBTEKR



الطريق إلى الحكومة المبتكرة

رواية قصص الابتكارات الحكومية

02



الإمارات العربية المتحدة
وزارة شؤون مجلس الوزراء

© جميع الحقوق محفوظة لمكتب رئاسة مجلس الوزراء بوزارة شؤون مجلس الوزراء بموجب القانون الاتحادي رقم (7) لعام 2002 في شأن حقوق المؤلف والحقوق المجاورة وقوانين حماية الملكية الفكرية.

Info@pmo.gov.ae

المحتويات

الخطوة الثالثة
رواية القصص وعرض الفكرة 04

إعادة اكتشاف القصة 07

رواية القصة 12

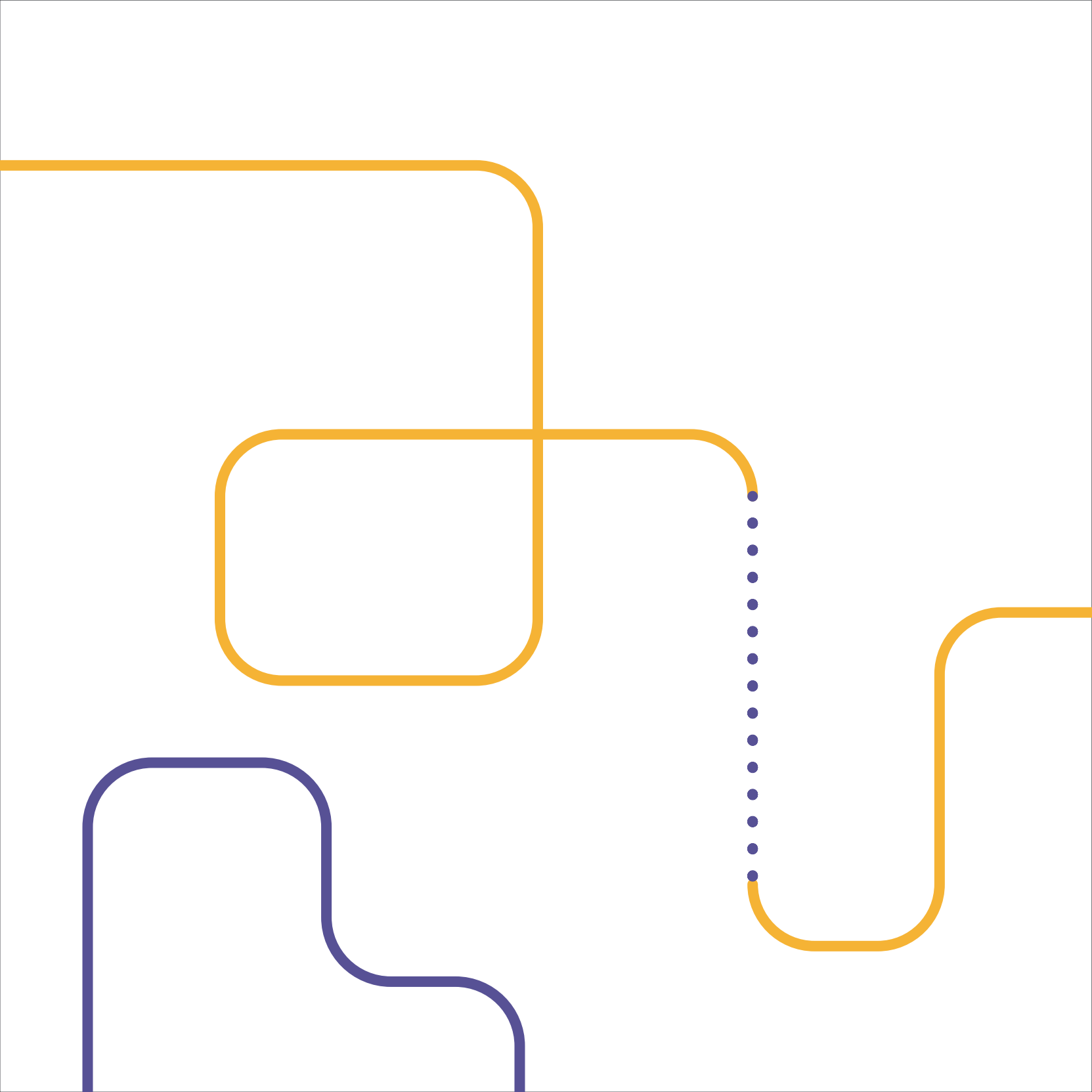
نصائح إضافية لسرد
قصة مقنعة 15

الخطوة الرابعة
نصائح للعروض التقديمية 18

خمس نصائح لرواية قصة قائمة
على البيانات في العرض التقديمي 24

بعض النصائح عند تقديم
عرضك التقديمي 30







الخطوة الثالثة
**رواية القصة وعرض
الفكرة**





يتميز المبتكرون بأنهم الأكثر مرونة، ولكن لماذا؟ لأننا كمبتكرين غالبًا ما نوجّه شففتنا نحو الأفكار غير التقليدية والخارجة عن المألوف لنسمع بالنهاية عبارات مثل "لا" أو "ليس الآن" أو "الفكرة جيدة...ولكنني لا أتوقع تنفيذها هذا العام، لنؤجلها في الوقت الحالي". بالتالي بات مهمًا أن تتقبل خاصية المرونة التي يجب أن تصاحب الابتكارات والاختراعات. ولكن... ماذا إن لم تكن الفكرة الأصلية السبب في رفض الفكرة المعروضة من قبل الأطراف المعنية أو إهمالها لتصبح في طيّ النسيان؟

ماذا لو كانت طريقة عرض الفكرة هي العقبة أمام حصولها على الدعم؟

للحصول على الدعم في أسرع وقت، علينا أن نشارك أفكارنا ونماذجنا الأولية والأبحاث التي أجريناها بأساليب مقنعة ومتناسقة حتى تحظى باهتمام الآخرين. علاوة على ذلك، يُنصح بإتاحة مساحة حرة للأشخاص لكي يكتشفوا الفكرة بأنفسهم وتصبح فكرتهم أيضًا. إن الطريقة الأمثل لإقناع الآخرين بالأفكار الجديدة هي من خلال منحهم شعورًا بأنها فكرتهم (أو قد تكون كذلك). كيف تحقق ذلك؟ عزّز لدى الجمهور شعورًا بالتعاطف مع الفكرة وذلك من خلال رواية قصة مؤثرة.

فيما يلي الخطوات التي يمكن اتباعها لإعداد عرض فكرة مؤثر:

3.1 إعادة اكتشاف القصة



التأمل

تذكّر لحظتين أو ثلاث لحظات في حياتك خرجت بها من منطقة الراحة وواجهت تحديًا ما لتترك أثرًا إيجابيًا في العالم. ماذا كان دافعك أو مصدر إلهامك في تلك اللحظة؟ ما هي المشاعر التي ساورتك بعد أن قمت بذلك وما تأثيرها على الآخرين؟ تذكر هذه اللحظات بكل دقة موظفًا جميع حواسك، ومن ثم اختر إحداها لتبني عليها قصتك. يمكنك الاستعانة بالكتابة للتعبير عن تلك اللحظات أو إنشاء تسجيلًا صوتيًا أو رسم خريطة.

تجميع أجزاء القصة- القوس السردى

لكل قصة بداية ومنتصف ونهاية. قدم وصفًا للتحدي الأساسي الذي تريد التصدي له لتمنح الأشخاص شعورًا بالأمل تجاه التوصل إلى حل. تساعدك الأسئلة التالية على بناء قصتك التي تتطرق إلى واحدة من اللحظات الأساسية التي حددتها أعلاه، وذلك لأن هدفك الأساسي هو إلهام الآخرين ليشاركوك رؤيتك. قد يكون بطل القصة مؤسس جهة ما أو أحد الموظفين أو الأشخاص الذين استفادوا من مشروعك المجتمعي. اطلب من صديق أو زميل أن يجري مقابلة معك أو طباعة الإجابات على الأسئلة المتعلقة بالقوس السردى.

يمكنك أيضًا أن تستعين بالأسئلة التالية لتروي القصة من وجهة نظر أخرى (موظف أو مستفيد أو داعم أو فرد في المجتمع...).

1. عامل الجذب- تجسيد المشهد

لنبدأ بالجملة الافتتاحية التي تجذب الجمهور إلى القصة وتستعرض مضمونها وتُعرف بالبطل.

أ. أرسم المشهد بكل تفاصيله موضحًا زمان القصة ومكانها.
ب. عرّف بالبطل، من أي وجهة نظر ترغب برواية قصتك؟ عادةً ما يكون للقصص التي تتم روايتها بصيغة المتكلم وبقًا قويًا على المتلقي؛ ولكن يمكنك النظر في رواية قصتك من وجهة نظر موظف أو مستفيد أو داعم أو فرد من المجتمع.

2. التعريف بالتحدي الرئيسي

يتطرق هذا الجزء من القصة إلى التحدي الرئيسي، أ. ما هي الحاجة أو التحدي الذي تحاول التعامل معه؟

ب. صف اللحظة التي شعرت فيها بالتعاطف. كيف أثرت على حياتك وحياة الآخرين من حولك؟

ج. ما الذي يبرز الحاجة إلى الحل المقترح؟ ما الأسباب الأكثر عمقًا للتحدي؟ قدم وصفًا للمناخ التنظيمي والاجتماعي والبيئي والسياسي والاقتصادي.

3. الفكرة الكبرى- لحظة الإلهام أو نقطة التحول

يقدم هذا القسم الحل المقترح.

أ. ما هو الحل؟ كيف وصلت إلى لحظة الإلهام؟

ب. ما الذي يميّز الحل المقترح؟ كيف تنظر إلى التحدي الأساسي من منظور جديد؟ كيف يختلف نهجك عن النهج التقليدي المتبع في حل تحديات مشابهة؟

4. الكيفية والاستراتيجية التي تقف وراء فكرتك

يستعرض هذا الجزء تفاصيل حول آلية عمل الحل.

أ. ما المرحلة التي وصلت إليها فكرتك؟

ب. كيف يتعامل الحل المقترح مع الحاجة التي حددتها وما سبب ذلك؟ ما المثال أو السيناريو المناسب لإثبات ذلك؟

ج. ما الأمور التي انطوت على مستويات أعلى من الصعوبة؟ لماذا؟ كيف تعاملت مع التحديات التي واجهتك؟

د. كيف تعمل على إشراك الأشخاص المتأثرين بالتحدي وأعضاء الفريق وأفراد المجتمع والجهات الخارجية في الحكومة أو القطاع الخاص؟

هـ. من هي الفئات التي لم توافق على فكرتك وكيف تعاملت مع النقاط التي تعرّضت للانتقاد؟

ليس بالضرورة أن تقدم القصة حلاً واضحاً للتحدي الأساسي وذلك حسب سياقها وغايتها؛ فمن الممكن أن تسهم النهاية الغامضة بتحفيز الإحساس بالتعاطف تجاه تحدٍ ما وترك الجمهور متعطشاً للمزيد.

5. نتائج مرحلة إعداد النماذج الأولية والاختبار

يستعرض هذا القسم تأثير الحل المقترح عندما اختبرته لأول مرة من خلال إعداد نموذج أولي.

أ. ما الأثر المتحقق خلال مرحلة إعداد النماذج الأولية؟ ما البيانات الكمية والوصفية التي يمكنك إضافتها؟

ب. كيف يمكن للأشخاص المتأثرين مباشرةً بالتحدي الاستجابة للحل المقترح؟ ما هو الأثر الإيجابي الذي تركته في حياة الآخرين؟ فكر في مثال إلى ثلاثة أمثلة.

6. الدعوة لاتخاذ إجراء- الدروس المستفادة والخطوات المستقبلية

يجب تحديد الدروس المستفادة والخطوات المستقبلية لاتخاذ إجراء محدد.

أ. كيف يمكن لجمهورك أن يصبح جزءاً من القصة التي تدور حول خدمة حكومية أو قضية اجتماعية ما؟ كيف يمكنهم مساعدتك؟

ب. ما هي خطتك ورؤيتك المستقبلية؟ كيف يمكنك أن تصف عالم ما بعد مواجهة التحدي الذي نجحت بابتكار حل له؟

ج. ما هي الأهمية الأوسع نطاقاً لابتكاراتك؟

د. ما هي الدعوة التي ستطلقها لاتخاذ إجراء؟





رواية القصة



3.2 اختر الجمهور المستهدف

من أنك تطرح فكرة جديدة وتقدم خطابًا يحظى باهتمامهم ويتماشى مع وجهات نظرهم. ارو قصة مخصصة لجمهورك بحيث تمثلهم وتمنحهم شعورًا بالتحدث عنهم.

ما الفئات المهمة والتي تحتاج إلى سماع قصتك؟ لكي تتمكن من رواية قصة مقنعة، عليك أن تفهم طبيعة جمهورك وتحديد الأمور التي تحفزهم على اتخاذ إجراء محدد تأكد أيضًا من أن قصتك تخاطب الجمهور المستهدف. ما الفئات التي ترغب بالوصول إليها؟

أ. غالبًا ما يرغب عامة الناس بالاستماع للقصص الدرامية والملهمة ذات الأحداث المفاجئة التي تحرك المشاعر.

ب. يميل المبتكرون إلى القصص التي تقدم لهم لمحة حول الآلية المتبعة في حل تحدٍ ما وتحويلها إلى ممارسة عملية.

ج. يهتم قادة الفكر بالدور الذي سيلعبه الحل الجديد في إحداث التغيير والاتجاهات المستجدة والسمات التي تجعل منه حلًا مبتكرًا وفريدًا من نوعه ومحفزًا على التحول.

د. تهتم الجهات الممولة بالقصص التي تصف الحلول الجديدة وتتضمن أدلة مقنعة على أثرها وعوائدها على الاستثمار. ويجب أن تقتنع هذه الجهات بأنك مدرك تمامًا للتحدي القائم وأنه ليس هناك حلول متوفرة كافية للتعامل معه.

يجب أن تكسب انتباه جمهورك بسرعة وتفاجئهم. تأكد

3.3 حدد رسالتك الأساسية

لماذا تروي هذه القصة (لتعزيز الوعي أو حشد التأييد لتبني موقف ما تجاه قضية من القضايا)؟ ما هي رسالتك الأساسية؟ ادمج الحل المقترح والرسالة في فكرة واحدة يسهل تذكرها.

3.4 حدد نوع القصة

اختر النوع الملائم لقصتك لتتمكن من الوصول إلى الجمهور المستهدف. نقدم فيما يلي أنواع القصص التي ثبت تأثيرها على الأشخاص ودورها في دفعهم لاتخاذ إجراء.

أ. قصة التحدي: تتمحور هذه القصة حول البطل الذي يتجاوز العقبات الصعبة ليحوّل فكرته إلى واقع. إنها فكرة درامية وملهمة يتقبلها الأشخاص بسهولة وتنجح في تحريك مشاعرهم.

الجمهور المقترح: عامة الناس

ب. القصة التوضيحية: تركز هذه القصة على شرح آلية التوصل إلى حل لتحدي مجتمعي وتنفيذه بأسلوب فريد من نوعه. كما أنها تزود المبتكرين المجتمعيين وقادة الفكر بمعلومات حول أفضل الممارسات المستجدة والفعالة وكيفية تطبيقها بأنفسهم. يحفز هذا النوع من القصص الإلهام والأمل من خلال سرد تفاصيل دقيقة تثبت أن التغيير ممكن.

الجمهور المقترح: المبتكرون وقادة الفكر

ج. قصة الفكرة الكبرى: تركز هذه القصة على وصف الحل الجديد والحديث عن دوره ضمن الصورة الأكبر المتمثلة في إحداث التغيير المجتمعي.

الجمهور المقترح: قادة الفكر، الجهات الممولة

د. قصة الأثر: تصف هذه القصة الأثر الذي يحدثه الحل من خلال تقديم أدلة مقنعة حول العوائد على الاستثمارات المحتملة. وتشمل القصة بعضًا من مقاييس الأثر وتؤكد للجهات الممولة الحالية والمستقبلية أن دعمها يحدث فرقًا حقيقيًا.

الجمهور المقترح: الجهات الممولة، قادة الفكر

3.5 صياغة الدعوة إلى اتخاذ إجراء

ما الإجراء التي ترغب من جمهورك اتخاذه عند سماع قصتك؟

أ. مشاركة قصتك مع شبكة معارفهم.

ب. أن يصبحوا الداعم الأول لفكرتك.

ج. تقديم التمويل للحل المقترح.

د. مساعدتك على تطوير الحل المقترح.

هـ. إقناع الموظفين الذين يشغلون مناصب أعلى بالموافقة على الحل المبتكر.

و. إطلاق برنامج خاص بهم بناءً على الحل المقترح.

فكر بالأسئلة التالية: كيف ستقيس مدى نجاح قصتك؟ هل هناك طلب واضح مرتبط بقصتك؟ هل تمنح جمهورك خطوات عملية يمكنهم فهمها وإتمامها؟ كن واضحًا حول حاجتك الملحة لاتخاذ إجراء من قبل جمهورك ولا تترك مجالاً للفموض عند الحديث عن الخطوات التي يجب عليهم اتخاذها.

3.6 حدد الوسيلة التي ستروي بها قصتك

بعد تحديد العناصر الأساسية للقصة، يمكنك روايتها عبر وسائل متعددة. كل ما عليك فعله هو اختبار أفضل وسيلة تسمح لك بإشراك الجمهور المستهدف سواء كانت قصة مكتوبة أم محكية أو رقمية باستخدام الصوت والرسوم المتحركة والصور. ستتطرق لتفاصيل أكبر حول هذه الخطوة في المرحلة الرابعة من الدليل.

نصائح إضافية لرواية قصة مقنعة

1. توفير أمثلة على خدمات أو آليات مشابهة

ركّز على تعزيز قدرتك على تقديم بعض الأدلة حول احتمالية نجاح الفكرة أثناء عرضها؛ فهذا من شأنه إحداث أثر إيجابي كبير. وبالرغم من أن نتائج مرحلة إعداد النماذج الأولية تتطوي على استعراض الأدلة؛ إلا أنه من المهم في هذا السياق الحديث عن ابتكارات مشابهة. يمكنك تضمين أمثلة محلية أو عالمية.

2. استعد للتعامل مع الانتقادات والأسئلة الشائكة

ليس بالضرورة أن تكون الاعتراضات والأسئلة الشائكة سلبية. بل على العكس، فهي تبرهن على أنك دفعت جمهورك للتفكير البناء حول ما تقوله وما تقدمه. ولكن لإقناعهم بالموافقة على الفكرة، يجب أن تكون قادرًا على تقبل الاعتراضات والتعامل بصدق. قبل أن تعقد جلسة عرض الفكرة، نفذ التمرين التالي المكون من خمس خطوات:

• اكتب 25 اعتراضًا قد يواجهك عند عرض الابتكار الخاص بك.

• اكتب أفضل إجابات لديك على كل اعتراض.

• اكتب إجابات تقتصر على ثلاث جمل كحد أقصى.

• اطلب من 10 أشخاص على الأقل مراجعة إجاباتك وطرح آراءهم.

• اختبر معرفتك لهذه الإجابات.

عندما تنتهي من الاعتراضات التي تظهر خلال عرض الفكرة، سيكون تعاملك الفوري معها أسهل ما يمكن.

3. التدريب

الثقة هي الصفة الأساسية التي يجب عليك التحلي بها عند عرض فكرتك. يتوجب عليك الإلمام بكل جوانب الفكرة والتدريب على عرضها.

تحدث بصوت مرتفع عند التدرّب في المنزل وسجّل صوتك لتستمع له أكثر من مرة. هل هناك أمر غريب فيما تسمعه؟ هل ارتكبت خطأ، أين؟ من السهل أن تغفل عن هذه الأخطاء عندما تقرأ بصمت، ولكن عندما تسمعها تصبح أكثر وضوحًا.





الخطوة الرابعة

نصائح للعروض التقديمية



بعد أن أصبحت قصتك جاهزة، حان الوقت
لتقديمها بطريقة مقنعة للجمهور. سنقدم
لك فيما يلي بعض النصائح لتتمكن من إعداد
عروض تقديمية تروي قصة ذات تأثير.

2. قلل كمية النصوص المعروضة



نأمل أن تكون قد صرفت النظر عن تحويل العرض التقديمي إلى ما يشبه شاشة التلقين. بعدها، لنأخذ خطوة إلى الأمام وتتخلص من الفقرات الطويلة والنقاط. إذ تؤدي الشرائح المليئة بالكلام إلى تشتيت انتباه الجمهور، فهم غير قادرين على الاستماع إليك وقراءة الفقرات في الوقت نفسه. بالتالي، ننصحك باحتواء بعض النقاط والحقائق الهامة واستخدام أقل عدد ممكن من الكلمات. لجذب انتباه الجمهور.

1. تصميم عرض تقديمي مختصر



احرص على تصميم عرضاً بصرياً جذاباً لتحظى باهتمام الجمهور وتجذب انتباههم من خلال عرض مختصر وليس مجرد نسخة عن ملاحظتك. وبدلاً من استخدام الشرائح التي تعرض نفس المحتوى، استخدمها لتقديم عرضاً بصرياً لما تقوله.

4. استخدم تصوير البيانات لتروي قصتك



غالبًا ما يُنصح المتحدثون برواية القصة لإقناع الآخرين بوجهة نظرهم، من المحتمل أن يتذكر الجمهور ما قلته إذا كان مرتبطًا بقصة ما. ويتميز برنامج PowerPoint بأنه يسمح لك ببناء قصتك وترسيخها لدى الجمهور وذلك من خلال سرد عناصرها مع كل شريحة متعاقبة.

ما هو تصوير البيانات؟

يُعرّف تصوير البيانات على أنه التمثيل البصري للمعلومات باستخدام الأشكال البيانية والجداول التي تحتوي على الأشكال والألوان والتصاميم الجرافيكية التي تمثل البيانات التي تم التوصل إليها.

3. احرص على استخدام الكلمات الجاذبة والمقروءة أيضًا



يمكنك أن تُجذب جمهورك عناء قراءة محتوى العرض التقديمي من خلال استخدام حجم الخط المناسب والتأكد من وجود التباين الكافي بين الألوان لتتاج رؤيته بسهولة. استخدم الألوان المتباينة لتسليط الضوء على بعض الكلمات أو العبارات، فمعظم الأشخاص يقرؤون بشكل سريع، كما يسهل التظليل عملية فهم النقطة التي تود إيصالها حتى إذا احتوت الشريحة على عبارة واحدة فقط. جرب قراءة شرائح العرض التقديمي من آخر الغرفة لتعرف ما إن كانت مقروءة أثناء العرض.

ساعات كثيرة في تصميم رسومات البيانات. بل يجب دراسة الجمهور المستهدف أولاً قبل القيام بإعداد أي تصاميم غرافيكية.

عند إعداد شكل بياني أو وسيلة لتصوير البيانات، اترح الأسئلة التالية:

- هل سيفهم جمهوري هذه الأشكال؟
- هل هي قادرة على تزويدهم بمعلومات جديدة؟



مميزات تصوير البيانات:

- تحديد السياق
 - تعزيز قدرتك على إقناع الآخرين بأفكارك
 - تقديم الرؤى بأسلوب يلفت الانتباه ويصعب نسيانه
 - تحريك حدس الجماهير
- ويتحقق الأثر الأكبر عند الدمج بين تصوير البيانات ورواية القصص المتقنة.

ما هي رواية القصص في العروض التقديمية؟

في الوقت الحالي، بات من المهم أن يتقن الموظفون على اختلاف مجالاتهم مهارة تطوير وإعداد عرض تقديمي قائم على البيانات. فعليك عرض الإحصائيات والأرقام والأدلة الكمية لدعم الفكرة. ولأن حياتنا مليئة بكم هائل من البيانات، يصبح تحديد الأنماط وحصرها بقائمة مطولة من الأرقام على جدول بيانات أمرًا صعبًا إن لم يكن مضيعة للوقت. لذلك نحتاج إلى الرسوم البيانية التي تشد الانتباه خلال اجتماعات موظفي الوحدة وتقارير البحث وعروض طرح الأفكار الجديدة. ينصح بعدم استخدام المزيد من الرسوم البيانية أو هدر

فعلى سبيل المثال، إذا أردت أن...

- تقدم المعلومات (إيصال بيانات سهلة الفهم والتي لا تتطلب شرحًا مطولاً لسياقها)، يمكنك استخدام رقم واحد كبير مع رموز أو أيقونات بسيطة للفت الانتباه حول النمو أو التراجع.

- تقارن بين أمرين (إظهار أوجه التشابه أو الاختلاف بين القيم)، استخدم شكلًا ممثلًا بالأعمدة أو الدوائر "bubble chart". أما إذا أردت مقارنة أجزاء محددة، تعد الأشكال البيانية الدائرية والتي تحتوي على أعمدة مرصوفة خيارًا أفضل.

- تستعرض التغيير (التمثيل البصري للتوجهات في زمان أو مكان ما)، استخدم الرسم البياني الخطي أو الإنفوغرافيك الذي يستعرض المراحل الزمنية أو المخطط التوضيحي. أما الخيار الأفضل لتصوير التوجهات في مكان ما فهي الخرائط الملونة "choropleth".

- تستعرض المجموعات أو الأنماط أو الدرجات أو الترتيب، استخدم القوائم المرقمة أو الخرائط الذهنية أو المخطط الانسيابي "فلوتشارت".

- تكشف عن العلاقات (إظهار الروابط بين المتغيرات أو القيم)، استخدم مخططات الانتشار أو المخطط النسيجي أو المصفوفات أو حتى المدرج التكراري.

يقوم العرض التقديمي الناجح على إيصال الرسالة إلى الجمهور بكل فعالية. لتجيب على هذه الأسئلة بالإيجاب، من المهم أن تطلع على ما يلي..

خمس نصائح لرواية قصة قائمة على البيانات في العرض التقديمي

النصيحة الأولى: استخدام الشكل البياني المناسب

يعد الشكل البياني الدائري والممثل بالأعمدة الأكثر استخدامًا في العروض التقديمية لأنها متعددة الاستخدامات وسهلة الفهم. ولكن ذلك لا يعني أنها الخيار الأنسب دائمًا. ففي بعض الأحيان، تميل هذه الأشكال للمبالغة بتبسيط البيانات المعقدة مما يشتت انتباه الجمهور ويحبط الجهود التي تبذلها للوصول إلى العرض التقديمي المثالي.

ما نوع الشكل البياني الأنسب بالنسبة لك؟ يعتمد ذلك على الهدف الذي تسعى لتحقيقه أو بالأحرى "هدف تصوير البيانات".

النصيحة الثانية: التأكد من أن عبارات العرض التقديمي مقروءة

قد يكون أمرًا بديهيًا، ولكن ما يبدو مقروءًا على شاشة جهازك قد يجبر شخصًا آخر على النظر بتمعن لا سيما وإن كانت الستائر في الغرفة غير فعالة في حجب أشعة الشمس.

لتجنب البحث عن زر تعديل السطوع في جهاز العرض، استخدم الخط الكبير والواضح والألوان المناسبة للجميع ليتمكنوا من قراءة الأشكال البيانية بسهولة حتى وإن كانوا يجلسون في نهاية الغرفة. وهذه الخطوة في غاية الأهمية عند استخدام الأشكال المنسوخة من المجلات أو الإنترنت لأن دقتها غالبًا ما تكون رديئة ويكون خطها غير مقروء عند عرضه على الشاشة الكبيرة.

لتجنب مثل هذه المواقف، تأكد من إيجاد شكل بياني قابل للمقارنة وسهل القراءة أو قم بإعداد شكل جديد يحتوي على البيانات نفسها.

النصيحة الثالثة: المحافظة على البساطة

كلما قلت التفاصيل، أصبح الأثر أكبر. وهذا ينطبق بشكل خاص على رواية القصص القائمة على البيانات. فالبساطة في تصميم الرسومات البيانية أمر أساسي في منحها طابعًا رفيع المستوى ووضعها في محور الانتباه.

تذكر أن إعداد الرسم البياني قد يستغرق أسابيع أو أشهر بينما سيراه الجمهور لثوانٍ معدودة فقط. لذلك، عليك بالتصميم الواضح والبسيط ليتمكن جمهورك من فهم البيانات المقدمة. يجب أن تقلص اهتمامك بالخطوط العريضة وألوان الخلفية والترتيبات الإضافية لتركز على النقاط والأعمدة والخطوط التي تمثل البيانات.

فيما يلي نصائح مفيدة بهذا الخصوص:

- إزالة أو تفتيح الخطوط العريضة
- تجنب استخدام الأطر والخطوط والخلفيات
- تخلص من الأشكال ثلاثية الأبعاد والظلال وغيرها من التأثيرات "الخاصة"
- استخدم الألوان لتحقيق هدف ما وليس لتحقيق نواجٍ جمالية ولا تستخدم أكثر من ستة ألوان

النصيحة الخامسة: لا تستخدم القوالب الجاهزة، بل صممها بنفسك

يمكن للكثير من الأشخاص التعرف على القوالب الجاهزة أو الألوان التلقائية في برامج PowerPoint أو Keynote أو Excel من النظرة الأولى. لكن، ما تأثير ذلك على العرض التقديمي؟ يشير الاعتماد الشديد على القوالب الجاهزة إلى أنك لم تخصص الوقت الكافي للنظر في البيانات التي تعرضها.

لتحافظ على احترافية العرض التقديمي، ابتعد عن الأشكال التلقائية وأعد تصميم الرسومات البيانية لتتناسق مع ألوان وطابع العرض التقديمي. فهذا لن يثبت أنك قد بذلت الكثير من الجهد فحسب، بل سيجذب الجمهور ويدفعهم للاستماع إليك.

النصيحة الرابعة: تسليط الضوء على التفاصيل الهامة

يحتوي كل رسم بياني على عدد أو نطاق من البيانات التي تكشف عن أمر هام، لذلك يجب توجيه انتباه جمهورك إلى هذه البيانات للتأكد من تفاعلهم مع فكرتك.

- اعتمد لونًا واحدًا عند التظليل: اختر لونين مختلفين يكملان بعضهما وضع البيانات الأكثر أهمية بلون التظليل
- استخدم الخطوط والأسهم أو الدوائر لتشير إلى البيانات الأساسية
- خفف التركيز على البيانات غير الهامة: اختر لونًا أساسيًا للتمييز بين القيم الأكثر أهمية واستخدم اللون الرمادي للبيانات التي لا تريد أن تحظى بنفس القدر من الاهتمام
- حرك بعض الأجزاء أو الأعمدة، قد يصبح تصوير البيانات رائعًا إذا أضفت إليه لمسات الرسوم المتحركة أو التفاعلية





5 استخدم وسائل الانتقال بين الشرائح



وليس المقصود هنا التأثيرات مثل النص المتحرك أو تأثيرات المسح والتلاشي التي قد تبدو ممتعة ولكنها تشتت الانتباه عن الرسالة الأساسية للعرض التقديمي. يجب أن تمنح الجمهور مؤشرًا بصريًا على تغيير الموضوع أو الانتقال من نقطة إلى أخرى. ويمكنك فعل ذلك من خلال شريحة انتقالية تحدد الموضوع الجديد وتتميز في شكلها عن بقية الشرائح.

وأخيرًا سيصبح لديك عرض تقديمي مثالي ومتناسق. ولكن كيف تتأكد من وصول فكرة العرض التقديمي للجمهور؟ قد يشكل الحديث أمام الجماهير تحديًا أمام الأشخاص الذين لا يمتلكون مهارة الفصاحة والطلاقة في الكلام. لذلك سنقدم بعض النصائح لتحويل هذا التوتر إلى تحفيز إيجابي.



بعض النصائح عند تقديم عرضك التقديمي:

1. التدريب

احرص على التدريب عدة مرات على العرض التقديمي، وهو أمر قد يكون صعبًا على بعض الأشخاص إلا أنه لا يلفي أهميته ليكون عرضك التقديمي استثنائيًا. إذا أردت أن تقدم عرضًا تقديميًا رائعًا، ننصحك بكتابة النص بدلاً من أن تعتمد على الارتجال لا سيما وإن كنت تتوتر عند التحدث أمام الجمهور.

حاول أن تتدرب في المكان الذي ستقدم فيه العرض التقديمي، لتصبح أكثر ارتياحًا أثناء تقديم العرض. يمكنك أيضًا أن تقدم عرضًا تجريبيًا أمام صديق أو زميل لك أو تسجيل العرض وإعادة تشغيله لتقييم المواضيع التي تحتاج إلى تحسين. فالاستماع إلى تسجيلات لعروض سبق وأن ألقيتها يكشف لك عن بعض الأخطاء التي قد لا تكون على علم بها.

2. حوّل توترك إلى حماس

أثبتت الدراسات أن الخطاب المليء بالحماس يتفوق على الخطاب الفصيح، بالتالي عليك التأكد أنك مفعم بالحماس والطاقة قبل أن تقدم العرض التقديمي.

3. احضر عروضًا تقديمية يقدمها الآخرون

إذا كنت ستلقي خطابًا ضمن فعاليات مؤتمر ما، ننصحك بحضور الخطابات التي سيلقيها مقدمون آخرون لتتعرف على مهاراتهم في التقديم وسياق الموضوعات المطروحة. يثبت ذلك أنك تحترم زملاءك من المقدمين الآخرين ويمنحك فرصة لتحديد طبيعة الجمهور. ما المزاج السائد بين الجمهور؟ هل لديهم قابلية للضحك أم أنهم أكثر جدية؟ هل تتميز العروض التقديمية الأخرى بطبيعة استراتيجية أم تكتيكية؟

4. احرص على الوصول مبكرًا

من الأفضل أن يتوفر لديك بعض الوقت لترتاح قبل بدء خطابك. كما أن خروجك من المنزل قبل الموعد بفترة يضمن عدم تأخرك ويمنحك وقتًا كافيًا للتعرف على مكان التقديم.

5. اعتد على المكان المحيط بك

كلما تأقلمت مع البيئة المحيطة بك، شعرت براحة أكبر. تأكد أيضًا من إمضاء بعض الوقت في الغرفة التي ستقدم فيها العرض التقديمي. وإذا أمكن، تدرب بوجود الميكروفون والإضاءة وتأكد من ترتيبات جلوس الجمهور.

6. تعرف على الآخرين وتحدث إليهم

ابدأ أقصى ما بوسعك للتحدث مع الحضور قبل بدء العرض التقديمي لأن ذلك يجعلك محبوبًا بينهم. اطرح أسئلة على الحضور وسجل إجاباتهم، فقد تمنحك بعض الإلهامات التي يمكنك إضافتها إلى خطابك.

7. استخدم التصور الإيجابي

أثبتت الكثير من الدراسات فعالية التصور الإيجابي، فعندما تتصور نتيجة إيجابية لسيناريو في عقلك فإنه من المحتمل أن تسير الأمور وفقًا لهذه الصورة. تذكر أن للأفكار الإيجابية أثر كبير لذا ننصحك بتجربتها.

8. تذكر أن معظم الجماهير تتسم بالتعاطف

تتمثل أكثر المخاوف التي يصعب التخلص منها عند التحدث أمام العامة في أن الجمهور يتحيز الفرص للاستهزاء بعثراتك أو أخطائك. لكن ذلك بعيد كل البعد عن الحقيقة، لحسن الحظ. فالجمهور يريد أن يشاهدك تنجح، وفي الحقيقة، ينتاب الكثير من الناس رهاب من التحدث أمام العامة. وحتى إن لم يُبد الجمهور اهتمامًا فمن المحتمل أن معظم الحاضرين يتفهمون صعوبة الموقف. إذا بدت عليك علامات التوتر، ذكر نفسك أن الجمهور يتفهم ذلك ومتعاطفًا معك.

9. خذ نفسًا عميقًا

تقوم هذه النصيحة الشائعة على أساس علمي، فعندما نشعر بالتوتر تنقبض عضلاتنا ونميل إلى حبس أنفاسنا. وما عليك إلا أن تتنفس بعمق ليصل الأكسجين إلى عقلك ويسترخي جسدك.

10. لا تقرأ محتوى شرائح العرض التقديمي

هل تعلم أن جمهورك يجيد القراءة؟ تقتصر وظيفة الشرائح على دعم وتعزيز ما تعرضه فقط. كما أن قراءتك للشرائح تعطي الانطباع بأنك غير مستعد أو لا مبالٍ وغير محترف. واتباعك لهذا الأسلوب كفيلاً بأن يدفع جمهورك إلى التوقف عن الاستماع إليك.

11. ابتسم

يزيد الابتسام من إفراز هرمونات الإندورفين، ويمنحك شعورًا بالهدوء ويقضي على القلق مما يجعلك تشعر بالرضا عن العرض التقديمي. كما أن الابتسام يظهر للجمهور أنك تتمتع بالثقة والحماس. يمكنك أيضًا اتباع هذه النصيحة حتى إذا كنت تقدم عرضًا أو ندوة عبر الإنترنت دون أن يراك أحد. المهم ألا تبالغ في الابتسام.

14. كُن ممتفًا

إذا لم يكن عرضك التقديمي ناجحًا وفعالًا، فإن جلستك محكومة بالفشل حتى لو كان محتوى كلامك مليئًا بالمعلومات المفيدة. يعد عرض بعض الشرائح البسيطة المرحلة أسلوبًا ممتازًا لمساعدة الجمهور على الشعور بالراحة، لا سيما عند تقديم قدر كبير من المعلومات لهم. إلا أنه من المهم الحفاظ على التوازن، فأنت لست بصدد تقديم عرض ترفيهي ولكن يفضل إدخال القليل من الفكاهة في حديثك.

15. حضّر بعض الأسئلة

إذا كنت ستخصص فقرة للأسئلة والأجوبة في نهاية العرض التقديمي، كن مستعدًا بتحضير سؤال أو اثنين لتبدأ الفقرة بنفسك.

12. استفد من فترات توقفك أثناء الكلام

من السهل أن تسرع في الكلام أثناء العرض التقديمي عندما تشعر بالتوتر، لكن ذلك يؤدي إلى شعورك بانقطاع النفس مما يزيد من توترك ويوصلك إلى مرحلة الذعر! لا تخف من الإبطاء في كلامك والتوقف لفترات وجيزة أثناء الحديث واستفد منها للتأكيد على نقاط معينة وليصبح حديثك أشبه بالحوار. توقف قليلًا عن الحديث وحافظ على هدوئك في حال شعرت أنك تفقد السيطرة على حركتك.

13. أشرك الجمهور

يحب الناس التحدث وإبداء آرائهم، لكن طبيعة العروض التقديمية لا تتيح ذلك في العادة، إلا أن ذلك ليس أمرًا مسلمًا به. رحب بالمشاركات من خلال طرح أسئلة على الجمهور أو دعوتهم إلى طرح الأسئلة، فمن شأن ذلك

16. اعترف بأنك لا تملك جميع الإجابات

من النادر أن نجد مقدمًا يعترف علنًا بعدم معرفته لإجابة سؤال ما ولكن الاعتراف بذلك خلال العرض التقديمي يمكنه أن يعزز مصداقيتك، فجميعنا نعلم أنه لا يمكن لأي شخص الإحاطة بجميع تفاصيل أي موضوع مهما كان بسيطًا. إذا طرح أحد الحضور سؤالًا لا تعلم إجابته فلا بأس أن تعترف بذلك. وهذا أيضًا يعزز من مصداقيتك أمام الجمهور، لأنه يؤكد على أنك كغيرك من الناس في عملية تعلم مستمرة بغض النظر عن مدى تعمقك في الموضوع الذي تناوله.

17. اعكس الثقة في حركات جسدك

يمكنك الاستفادة من لغة الجسد التي تظهر الثقة بالنفس للتغلب على التوتر قبل العرض التقديمي. عندما تبدو على جسدك الثقة، فإن عقلك سيستجيب حتمًا. كما أظهرت الدراسات أن إظهار وضعية القوة والثقة قبل بضع دقائق من إلقاء كلمة أو تقديم عرض (أو التوجه لمقابلة مهمة) يخلق إحساسًا دائمًا بالثقة والاطمئنان. لا ننصحك أبدًا بالجلوس لأنه يعكس صورة سلبية عنك، بينما يساعدك الوقوف أو المشي قليلًا على التخفيف من آثار التوتر التي تشعر بها.

18. لا تحارب إحساسك بالخوف

تقبّل خوفك بدلاً من محاولة مكافحته ولا ترهق نفسك بالتساؤل عما إذا كان الناس سيلاحظون توترك لأن ذلك يزيد من حدة قلقك ولن يساعدك على التخلص منه. تذكر أن التوتر ليس سيئًا في مجمله، وما عليك إلا استغلال هذه الطاقة وتحويلها إلى حماس إيجابي ليكون أداؤك مذهلاً.



