

أسس ومهارات الإقناع

MKT124

محاضرة 2

مبادئ الإقناع

إعداد:

د. دعاء راضي

موضوعات المحاضرة:

- ✓ مبادئ الإقناع
- ✓ قواعد الإقناع
- ✓ عوامل نجاح عملية الإقناع
- ✓ عملية التواصل
- ✓ خاتمة



مبادئ الإقناع

ندوة

التسويق عبر المحتوى والقصة
Content Marketing & Storytelling



أ. ثامر المشرفي

مدير عام التسويق والمعارض
بهيئة تنمية الصادرات السعودية

للتسجيل



السبت 28

يونيو 2025

09:00 مساءً

بتوقيت مكة المكرمة

ندوة

رابط التسجيل في الندوة
يوجد شهادات حضور

https://sis.midocean.ae/public-forms/create?public_hash=f3450bb7623810312986f54be281605dcff913d6

سمو الأميرة ريما بنت بندر آل سعود



نستعرض اليوم نموذج رائع جدًا في الظهور الإعلامي، المتزن والاحترافي، وهي سمو الأميرة ريما بنت بندر سفيرة المملكة العربية السعودية لدى الولايات المتحدة الأمريكية بمرتبة وزير، حيث حصلت على جائزة "بطلة المرأة العالمية" في مجال الدبلوماسية العالمية. جاءت هذه الجائزة خلال المنتدى الاقتصادي العالمي الذي انعقد في دافوس يناير 2024.



[الأميرة ريما بنت بندر: الشعب الفلسطيني في حاجة إلى دولة ذات سيادة \(youtube.com\)\)](https://www.youtube.com/watch?v=...)

Min 3:11

[\(44\) الأميرة ريما بنت بندر لـ CNN: الخلاف مع أمريكا ليس سياسياً ومراجعة العلاقة مع السعودية أمر إيجابي - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=...)

ما أبرز مهارات الأميرة ريما بنت بندر في ظهورها الإعلامي؟



1 الإيجابية



الاستخدام الدائم للأسلوب
التحفيزي المتناغم مع رؤية 2030.

3 الثقة



هدوء وإقناع عظيمين يعكس
الخبرة الطويلة.

5 الثقافة العالمية



ثقافة مبهرة في مواضيع متعددة
من السياسية إلى الاقتصاد مروراً
 بالتاريخ والرياضة وغيرها.

2 لغة الجسد الفعّالة



تعبير الوجه دائماً ما تخدم الفكرة
الرئيسية وحركة انسيابيه في
اليدين.

4 الإقناع



تدعيم الكلام بالحجج والأدلة
القوية، بطريقة مقنعة.

6 اللمسة الشخصية الخاصة



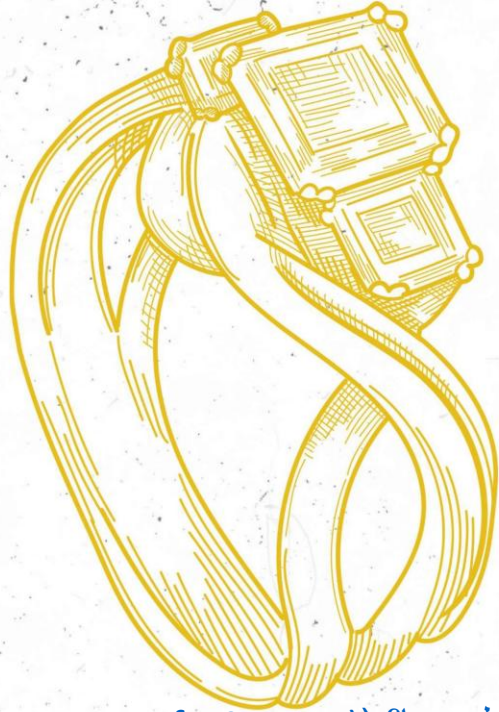
تمتلك الأميرة ريما أسلوباً خاصاً
وتشارك الجمهور قصص شخصية
ذات رسائل وأبعاد اتصالية ومميزة.

يوضح درجة ذكائك الإقناعي من خلال 60 سؤال



هل تمتلك مهارة الإقناع؟

ماهي مهارات الإقناع؟
وكيف يمكنك تطويرها؟



المصدر:

ماهي مهارات الإقناع والتأثير وكيف يمكنك تطويرها؟ (for9a.com)

الترهيب والتخويف أو الابتزاز كلّها أساليب غير فعّالة للإقناع. فالعديد من **الدراسات والأبحاث** العالمية تثبت أنّ الإنتاجية تكون دائماً أعلى عندما **ننجز المهام برغبتنا**. قد يفعل الآخرون ما تطلبه منهم في حال استخدمت القوّة معهم، لكنّ ثِق أن ذلك لن يكون إلّا لفترة قصيرة خلال وجودك حولهم. وفي اللحظة التي تبعد فيها، ستقلّ الإنتاجية ويتراجع كلّ شيء، نظراً لانعدام الحافز الشخصي.

لماذا نفشل في الإقناع؟

1- الترهيب

يعتقد البعض أن تذكير الآخرين باستمرار حول ضرورة القيام بأمر معين سيدفعهم في نهاية المطاف لفعل ذلك. لكن هذا الأسلوب خاطئ تمامًا، وهو أبعد ما يكون عن فن الإقناع. فحتى لو نفذ البعض ما تطلبه منهم بعد تذكير وإلحاح، سيفعلون ذلك بهدف التخلص منك ومن إلحاحك! في حين قد يغضب منك البعض الآخر ويصدّونك بقوة.

لماذا نفشل في الإقناع؟

2- الإلحاح

يُخَيَّل للبعض أنّ إظهار الحماس والشفغ هو السبيل الوحيد لإقناع الآخرين والتأثير فيهم. لا أحد ينكر بالطبع أهمية امتلاك الشغف والحماسة في تحقيق الأهداف، والتأثير على آراء الآخرين، لكن **المبالغة والإفراط فيهما سيأتي بنتائج عكسية حتمًا.**

يعتمد الأمر أيضًا على الثقافات والمجتمعات المختلفة، فكلّ منها معاييرها الخاصة فيما يتعلّق بالإتيكيت والأوساط المهنية، والحماس الذي يتمّ التشجيع عليه في شركة معيّنة قد لا يكون موضع ترحيب في شركة أخرى.

لماذا نفشل في الإقناع؟

3- الحماس المبالغ فيه

العثور على النقاط المشتركة هو أحد أقدم الوسائل المستخدمة في بناء التواصل الإنساني. قد تكون هذه النقاط أي شيء يخطر ببالك، كالانزعاج المشترك من الجو الماطر، أو الاهتمام المشترك بنوع معين من الفنون أو الموسيقى. مثل هذه الأمور ستجعل الطرف الآخر يشعر بأنه مرتبط بك على نحو ما، ويمكنك بعدها الاستفادة من هذه المشاعر في بناء الثقة المتبادلة التي تعدّ عنصرًا أساسيًا من عناصر الإقناع. فلن تتمكن من إقناع أحدهم بأمر ما إن لم يكن واثقًا بك.

كيف تطوّر مهاراتك في فن الإقناع؟

1- اعثر على
نقاط مشتركة



قبل أن تبدأ بإلقاء محاضرتك لإقناع أحدهم بوجهة نظرك، ففكر في الطريقة التي يمكن أن تساعدك بها. يمكنك فعل ذلك من خلال البحث المتعمق (في حال كان الإقناع جزءاً من وظيفتك)، أو من خلال سؤال هذا الشخص عن مشكلته، ومن ثمّ التفاوض معه وطرح وجهة نظرك بطريقة تقدّم له حلاً يخدمه. الأمر الذي سيزيد من نسبة اقتناعه بما تقول.

كيف تطوّر مهاراتك في فن الإقناع؟

2- بيّن للطرف الآخر كيف يمكنك أن تخدمه



هل لاحظت مدى سرعة مندوبي المبيعات في الحديث؟ وهل سبق لك أن تساءلت عن السبب وراء ذلك؟
في الواقع، هناك سبب مقنع، إذ تشير عدد من الدراسات إلى أن التحدّث بسرعة يزيد من نسبة اقتناع البعض بما تقوله، ولكن هذه ليست الحال على الدوام.
اتبع **القاعدة التالية** فيما يتعلّق بسرعة حديثك: عندما تشعر أنّ الطرف الآخر سيعارضك الرأي على الأرجح، اجعل حديثك أسرع. أمّا إذا يبدي اتفاقاً معك فأبطئ في الكلام.
يمكننا تفسير هذا الأمر كالتالي: عندما تتحدّث بسرعة فأنت لا تعطي للشخص الذي أمامك وقتاً كافياً للتفكير في كلامك، وتزيد بذلك من فرصك في إقناعه. أمّا في حال كان الطرف الآخر يملك استعداداً للاقتناع بما تقوله، فالتحدّث ببطء سيّتيح له مراجعة كلامك في رأسه وإقناع نفسه بنفسه.

كيف تطوّر مهاراتك في فن الإقناع؟

3- استخدم السرعة المناسبة في حديثك



إنه أمر بسيط للغاية، **عقلنا الباطن** يستجيب لا إرادياً حين سماع اسمنا، ويصبح أكثر **تجاوباً في الحوار**. احرص على مخاطبة الطرف الآخر مستخدماً اسمه **بطريقة ذكية تمنحه شعوراً كافياً بالرضا** ليقنع بما تقول، ولكن من دون أن تبالغ في ذلك.

كيف تطوّر مهاراتك في فن الإقناع؟

4- خاطب الآخرين بأسمائهم



فن آخر من فنون الإقناع، ألا وهو التواصل الذكي الفعال...
إن كنت رجلاً ترغب في إقناع رجل آخر لا تعرفه جيداً بأمر
ما، فالأفضل هنا أن تتواصل معه بشكل غير شخصي، كأن
ترسل له بريداً إلكترونياً مثلاً. ذلك أن الرجال وبشكل عام
يميلون للشعور بروح المنافسة خلال عملية التواصل
الشخصي، الأمر الذي يجعلهم يحولون حواراً طبيعياً إلى
مسابقة لابدّ لهم أن يفوزوا فيها.
والعكس صحيح فيما يتعلق بالنساء. فهنّ يركّزن أكثر على
بناء العلاقات المشتركة، لذا من الأفضل التحدّث معهنّ
شخصياً عند محاولة إقناعهن بوجهة نظر معيّنة.

كيف تطوّر مهاراتك في فن الإقناع؟

5- اختر طريقة التواصل المناسبة





مبادئ الإقناع

لما كان الإقناع يقوم على الاتصال الهادف إلى مخاطبة عقل الجماهير في محاولة لإقناعها بفائدة مضمون الاتصال وبالتالي كسب تأييدها كنتيجة للتقبل والرضا ، فإنه يمكننا إعادة صياغة مبادئ الإقناع التي يستهدي ويسترشد بها العاملون في كافة المجالات الاتصالية لإقناع جمهورهم الذي يتعاملون معه كما يلي :

1. وجود اقتراحٍ مقبول : بمعنى أن تتضمن الرسالة التي يحاول الشخص إيصالها إلى جمهوره بعض الجوانب التي تلقي قبولاً لديه مما يُشكل عاملاً مشتركاً وأرضية مشتركة يقفان عليها للانطلاق إلى الهدف نفسه .

2. أن يعكس الاقتراح رغبات الأفراد ومطالبهم : فكلما ارتبطت الرسالة مضمون الاتصال بأمر يمس مصالح الأفراد ويُعبر عن حاجاتهم أو رغباتهم وطموحاتهم كلما لاقت الاهتمام والقبول فالتقبل والتبني من الجمهور.

3. أن يشمل الاقتراح جوانب تُظهر نتائجه المتوقعة : فكلما اشتملت الرسالة على معلومات وحقائق مستمدة من **خبراتٍ سابقة** تُوحي بما ستُفضي إليه **مضامين الرسالة** وما **سيؤول إليه الاقتراح** من نتائج مفيدة ونافعة كلما لاقت القبول.

4. أن يصدر الاقتراح عن شخص موثوق به : فالرسالة إذا صدرت عن وجهة تحوز على ثقة الجمهور واحترامه كلما كنت أكثر تقبلاً منه .

5. أن يقدم الاقتراح بصفة شخصية ومباشرة : فالشخصية أو الجهة التي تحوز على رضا وقبول الجمهور يمكنها تقديم الاقتراح بشكل شخصي ومباشر مع ما يستلزم ذلك من شرح بالنسبة للاقتراح وأسلوب تطبيقه.



• يمكننا تلخيص هذه المبادئ في أربعة مبادئ أساسية على النحو التالي:

1. مبدأ المعرفة : أي التأثير على الجماهير وتطبيق ذلك على مصالحها .

2. مبدأ الحركة: حيث إن قبول الاقتراح مرهون بمعرفة الجماهير لكيفية تطبيقه.



- يمكننا تلخيص هذه المبادئ في أربعة مبادئ أساسية على النحو التالي:
- 3. مبدأ الثقة: أي أن يصدر الاقتراح عن شخص أو منظمة ذات سمعة طيبة .
- 4. مبدأ الوضوح : أن يُصاغ الاقتراح لا لبس فيها ولا غموض.

معادلة القيمة في التسويق وريادة الأعمال



كيف تستخدم هذه المعادلة؟

- ✓ لفهم أو زيادة القيمة التي تقدمها:
- ✓ ضاعف النتيجة الحلم: قدم نتائج أكبر، أو حقق رغبات أقوى.
- ✓ عزز الثقة في النجاح: عبر شهادات العملاء، نتائج مثبتة، ضمانات.
- ✗ قلل الوقت والجهد: عبر أدوات مساعدة، أتمتة، دعم مباشر.

معادلة القيمة:

$$\frac{\text{Dream Outcome} \times \text{Likelihood of Achievement}}{\text{Time} \times \text{Effort}} = \text{Value}$$

من وضع هذه المعادلة؟

هذه المعادلة تُنسب غالبًا إلى المسوّق والمستشار الشهير Alex Hormozi، الذي تحدث عنها في كتابه "M 100\$ Offers"، وهي تعتبر أداة لفهم القيمة من منظور العميل.



قواعد الإقناع

• هناك **بعض القواعد لفن الإقناع** إذا اتبعها الشخص باهتمام ودقة سوف يكون من أكثر الناس حباً وقبولاً من الآخرين .. ومن أهم هذه القواعد ما يلي :

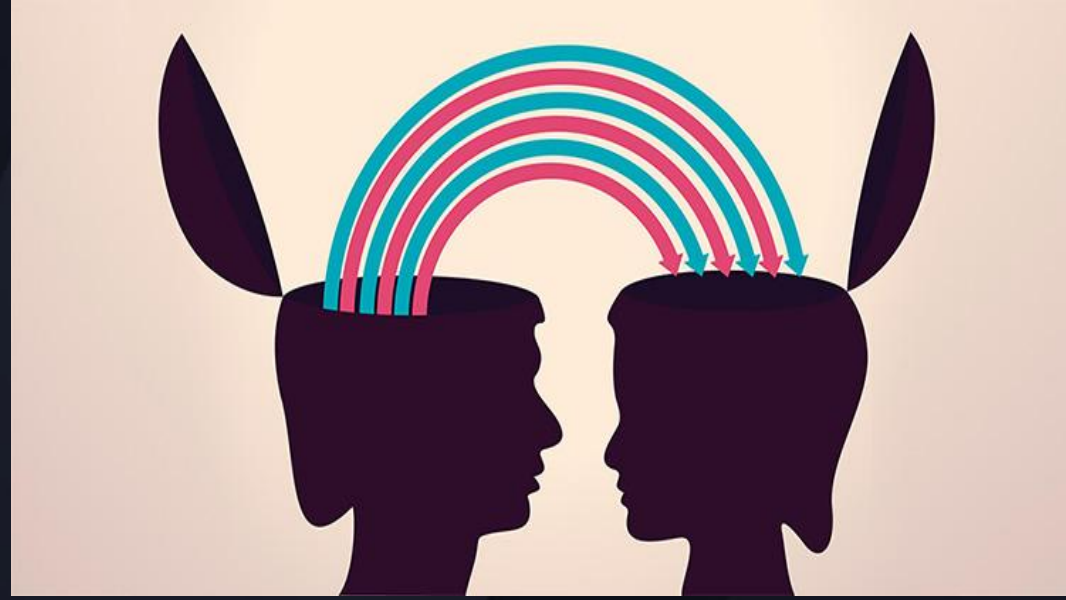
- أن يكون القيام بعملية الإقناع خالصاً.
- وضوح الحق والهدف الإيجابي .

- وجود متطلبات الإقناع الرئيسة وهي :
 - الاقتناع بالفكرة ووضوحها .
 - القدرة على إيضاها .
 - القوة في طرح الفكرة .
 - توافر الخصال الضرورية في مصدر الإقناع .

- وجود متطلبات الإقناع الرئيسة وهي :
- معرفة شخصية المتلقي وقيمة احتياجاته مع تحديد ترتيبها، وقد ينبغي عليك تقمص شخصيته للتعرف على دوافعه ووجهة نظره، كما يجب معرفة حيله وألأعييه حتى لا تقع في شراكها .
- حصر مميزات الفكرة التي تدعو إليها مع معرفة مأخذها الحقيقية أو المتوهمة وتحليل المعارضة السلبية المحتملة وإعداد الجواب الشافي عنها .
- العلم أن أسلم طريقة للتغلب على الاعتراض أن تجعله من ضمن حديثك .
- اختيار الأحوال المناسبة للإقناع: زمنية ومكانية ونفسية وجسدية؛ مع تعيين الفرصة المناسبة لتحقيق ذلك.

سحر التسويق





القواعد ينبغي مراعاتها عند
إقناع الآخرين

أولاً: لابد أن تكون مقتنعاً جداً من الفكرة التي تسعى لنشرها

ثانياً: استخدم الكلمات ذات المعاني المحصورة والمحددة مثل بما أن، إذا

ثالثاً: ترك الجدل العقيم الذي يقود إلى الخصام،

رابعاً: حل حوارك إلى عنصرين أساسيين هما: المقدمات المنطقية
والنتائج

خامساً:

اختيار العبارة اللينة الهينة، والابتعاد عن الشدة الإرهاب والضغط
وفرض الرأي

سادساً: احرص على ربط بداية حديثك بنهاية حديث المتلقي

سابعاً: أظهر فرحك الحقيقي - غير المصطنع- بكل حق يظهر على لسان
الطرف الآخر

المسوق العادي والمحترف





عوامل نجاح عملية الإقناع



من أجل سير عملية الإقناع بصورة سلسلة وحتى لا تضيع الجهود سدى لابد من مراعاة بعض العوامل في عملية الإقناع التي نريد إيصالها إلى الجمهور فيقبل مضمونها ويتبناها وهذه العوامل هي :

1. البساطة والوضوح : يجب أن تكون العملية بسيطة وواضحة
مضمونها وكذلك في لغتها ويجب أن تكون مترابطة متسلسلة ومنطقية
ولغتها تتناسب مع احتياجات الموقف نفسه وتكون كذلك كاملة مختصرة
صحيحة ومفهومة.

2. الإثارة والتشويق : لابد أن يكون في عملية الإقناع نوع من التشويق وإثارة الانتباه والاهتمام مما يحفز المتلقي على التعاون ، كما يجب ألا تتضمن أو تُشعر بأي طريقة تجريح أو لبس أو تعالي على المتلقي.

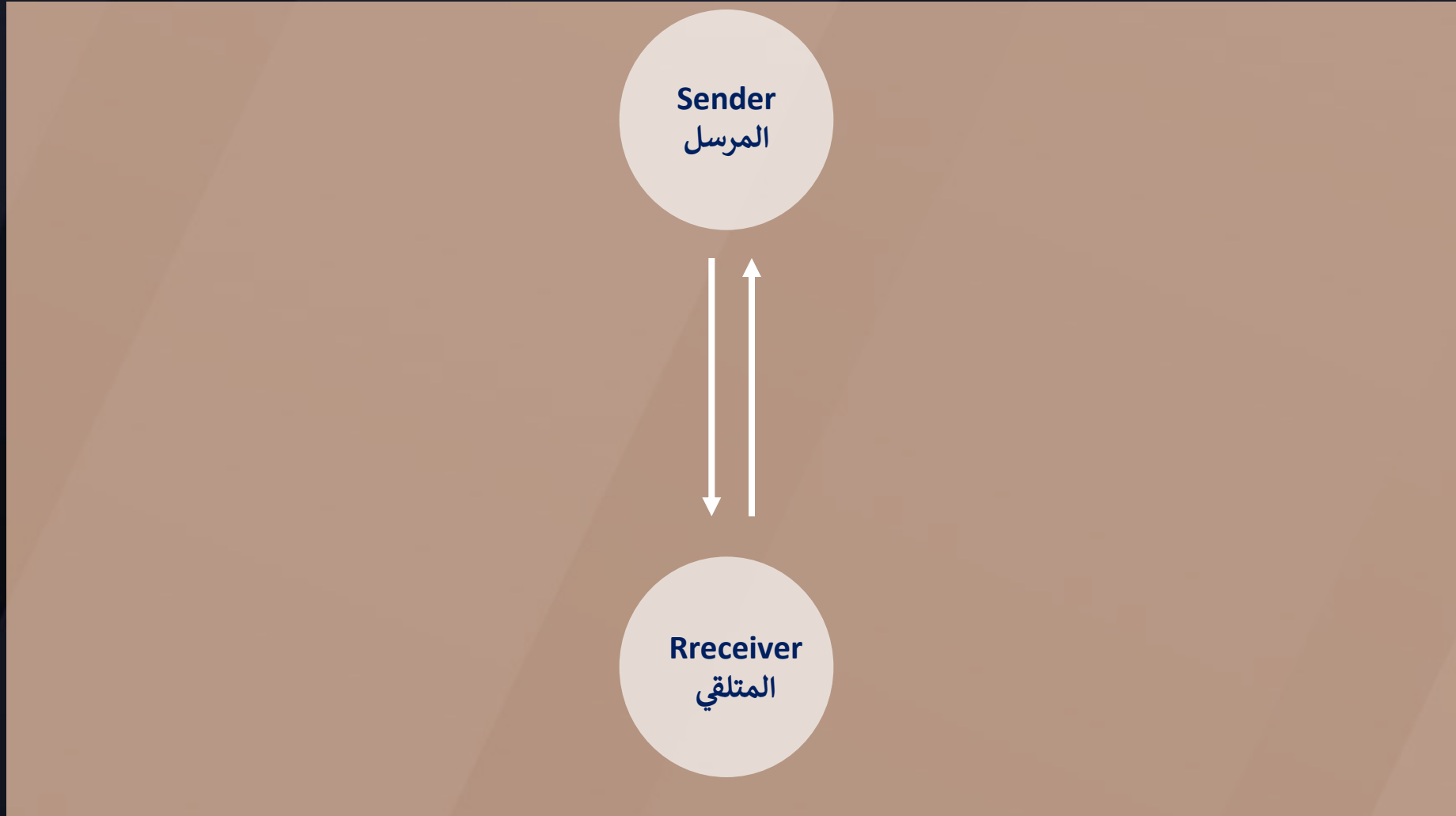
3. إشباع الرغبات والحاجات : لدى المتلقي حاجات كثيرة مما يجب معه معرفة تلك الرغبات والحاجات التي تنسجم مع مضمون الرسالة للعمل على إشباعها ما أمكن وغالباً ما تعتمد الرسائل إلى إثارة حاجة حب الاستطلاع وأحياناً الحاجة إلى الأمان وهكذا ..

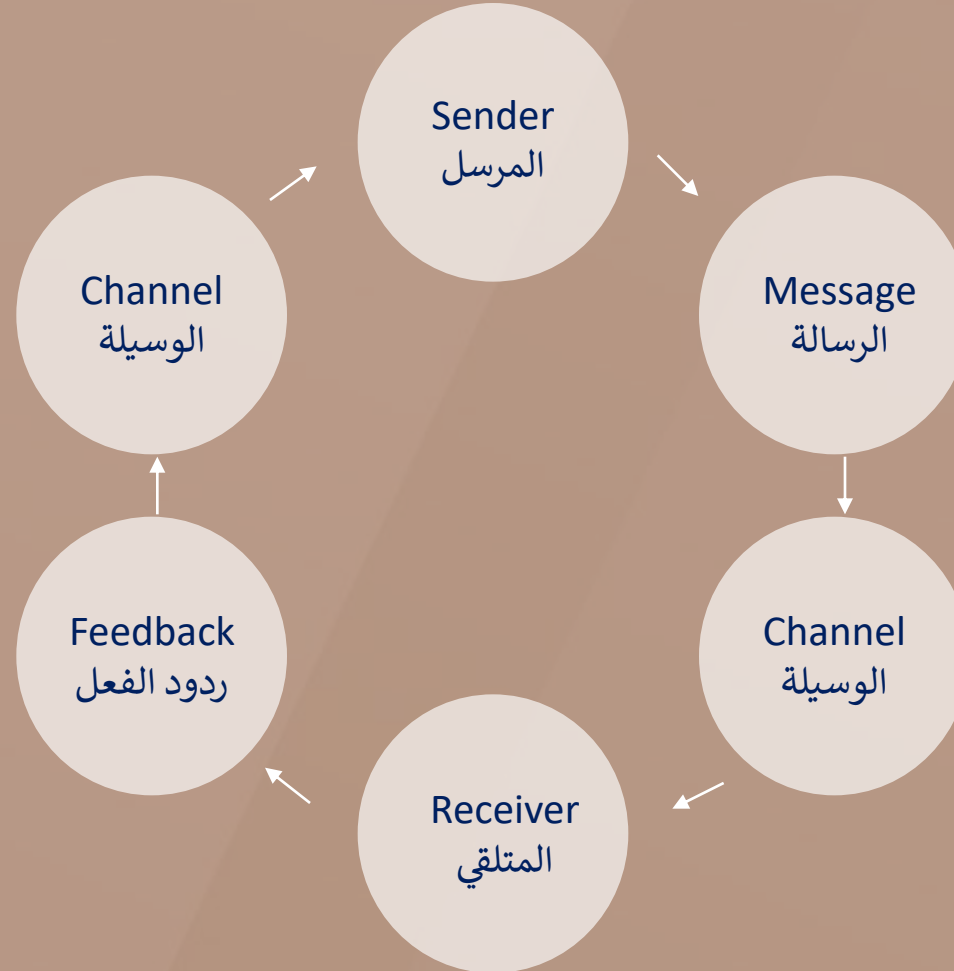
4. المصداقية في المضمون وفي المصدر نفسه : وهذا يتطلب منا توخي الصدق في المعلومات والدقة والوضوح . كما أن المصدر إذا كان يحظى بالقبول لدى المتلقي فإنه يكون باعثاً على الثقة ومن ثم الارتياح والاقتران بما يقوله أو يرسله.

5. الإثابة والتعزيز : ففي كافة أشكال الاتصال وعند البحث عن عنصر الإقناع لابد من ممارسة هذا المبدأ لنجاح الاتصال بشكل عام . ويكون ذلك أحياناً بمساعدة المتلقي على الرد على الرسالة وإشعاره بالاهتمام بها وغيرها من الأساليب المناسبة .



عملية التواصل





التواصل الفعال

الركيزة الأساسية لقيام المجتمع
العلاقات الإنسانية

التواصل يساعد على التطور وتنظيم العمل
التواصل يزيد من التحفيز ويؤثر إيجابياً على المواقف
وعلى فهم الأمور

التواصل الفعال

- تماسك التواصل الشفهي وغير الشفهي
- الاستماع والإصغاء
- إثارة الأسئلة
- التأكيد والإصرار

وظيفة التواصل

الإعلام : إعطاء معلومات وبيانات وحقائق للوصول إلى
نتيجة فعالة بعيداً عن العواطف

الإقناع : التأثير على قرارات ومواقف الآخرين عبر
استخدام أفضل الحجج لإقناع الآخر وكسب موافقته أو
دعمه

الجمهور

خصائصه وأنواعه

- لكل جمهور حاجات مختلفة فيما يخص التواصل
- إيجاد التوازن بين الرسائل ووسائل التواصل
- إيجاد الرسائل المناسبة

الفرص الضائعة

لعدم التواصل

السلامة العامة

رد فعل سلبي من المجتمع

خدمات مفقودة

ضعف الثقة

عدم بناء موقع مؤثر وخلق إرث ومنهج

فقد الدعم من المجتمع

- ✓ فهم الإنجازات المراد تحقيقها
- ✓ التأثير لإقامة علاقات على أساس إيجابي
- ✓ بناء الحوار للتوصل إلى أعلى درجات التفاهم
- ✓ أكبر تأثير لتحقيق النجاح
- ✓ بناء علاقات فعالة طويلة الأمد
- ✓ تأسيس الاحتراف
- ✓ خلق وتوطيد الثقة
- ✓ بناء روابط أفضل
- ✓ تخطي المصاعب
- ✓ مشاركة أفضل
- ✓ زيادة النجاح وتأمين الوضوح
- ✓ خلق الرضا الذاتي

الفوائد

الفوائد

- ✓ تبادل الأخبار والأحداث القادمة
- ✓ برامج جديدة ومبادرات مستدامة التحديثات الهامة
والنجاحات
- ✓ استعادة الثقة بين السكان
- ✓ إشراك الجمهور

نتعلم أن الناس سوف ينسوا ما قلته،
الناس سوف ينسوا ما فعلته،

لكن الناس لن ينسوا أبداً كيف جعلتهم يشعرون

موضوعات المحاضرة:

- ✓ مبادئ الإقناع
- ✓ قواعد الإقناع
- ✓ عوامل نجاح عملية الإقناع
- ✓ عملية التواصل



مبادئ الإقناع

- الشعار، محمد راتب. (2020). "مهارات الإقناع بالوسائل الإلكترونية". الجامعة الافتراضية السورية، سوريا. متاح على الرابط <https://pedia.svuonline.org/course/view.php?id=531&lang=ar>
- لاكاني، ديف؛ عاطف، زينب؛ عادل، سارة. (٢٠١٦). "الإقناع: فن الفوز بما تريد.". مؤسسة هنداوي، المملكة المتحدة. متاح على الرابط [/https://www.hindawi.org/books/80637930](https://www.hindawi.org/books/80637930)
- عبد الفتاح، أماني. (2028). "مهارات الاتصال والتفاعل والعلاقات الإنسانية." مكتبة الأنجلو المصرية، مصر.
- ب. سيالديني، روبرت؛ الأيوبي، سامر. (2020). "كتاب التأثير: علم نفس الإقناع." العبيكان – كلمة ، المملكة العربية السعودية. متاح على الرابط <https://books4arabs.com/B7/books4arab.com.BOOK0205.pdf>
- بورج، جيمس. (2009). "الإقناع: فن إقناع الآخرين." مكتبة جرير، المملكة العربية السعودية. متاح على الرابط <https://maktbah.net/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%B9-%D9%81%D9%86-%D8%A5%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%B1%D9%8A%D9%86-%D8%AC%D9%8A%D9%85%D8%B3-%D8%A8%D9%88%D8%B1>
- الشوا، سوزان. (2007). "فن الإقناع: فنون ومهارات جديدة تقنيات فعالة." الأجيال للنشر والتوزيع، مصر. متاح على الرابط <https://books-library.net/free-68512381-download>



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You

