

خطاب المصعد: لماذا ومتى وأين وكيف؟

افرض أنه تصادف وجودك في المصعد مع شخص مهم مثل الرئيس الأفريقي نيلسون مانديلا أو صاحب شركة مايكروسوفت بيل جيتس وسالك "من أنت وماذا تفعل؟"، فهل تستطيع أن تجيب عن هذا التساؤل بإجابة واضحة ومختصرة قبل أن يصل المصعد إلى الطابق السابع؟ أم أن الإرتباك سيكون سيد الموقف، وسيخطر ببالك عشرات المعلومات ولن ينطق لسانك بأي جملة مفيدة ويخرج الرجل من المصعد وهو لا يعلم عما تحدثت.



خطاب المصعد (Elevator Speech) ويسمى أيضاً (Elevator Pitch) هو حديث موجز لا يتجاوز الدقيقة أو الدقيقتين (أو 30 ثانية أحياناً) وهي الفترة التي يستغرقها المصعد للانتقال بين الأدوار، الهدف من هذا الخطاب هو شد انتباه المستمع وإثارة اهتمامه مع تقديم فكرة واضحة عن الشيء الذي تقدمه له، وليس شرطاً أن يكون هذا الحديث داخل المصعد فقط، بل قد يكون أمام بوابة المبنى أو في حرم الجامعة أو من خلال الهاتف أو خلال استراحة قهوة في مؤتمر.

فإذن الفكرة هي أن تكون جاهزاً بامتلاك خطاب قصير محدد بهذه الفترة عن نفسك أو منطمتك أو مشروعك أو خدماتك بحيث تقولها لأي كان إن التقيت به صدفة أو في مصعد ما، حين تحين الفرصة لذلك، وهذا يفيد بكسب شركاء جدد ونشر أوسع لمنطمتك أو مشروعك أو أفكارك واكتساب علاقات جديدة وتسويق جديد لما تريد.

لماذا تحتاج لخطاب المصعد؟



قد تكون شغوف بما تعمله ولا تمنع إضفاء ساعات في الحديث عنه ولكن الآخرين ليسوا مثلك. فالأشخاص الذين تحتاجهم لتحقيق هدفك لا يعلمون عن منطمتك أو مشروعك أو يهتمون له مثلك، لذا فهم لا يهتمون بتفاصيله والأهم هو أن يفهموا الفكرة الأساسية منه أو حتى يبدون اهتمامهم بها فهم مشغولون ويجب عليهم اتخاذ قرارات سريعة بما هو جدير باهتمامهم أو لا.

يجب أن تصل إلى آداه أو وسيلة لشرح مشروعك أو خدمات منطمتك بشكل يلفت انتباه شخص آخر لديه العشرات من المواضيع الأخرى في ذهنه، فالهدف من خطاب المصعد ليس لإيصال الفكرة بل أن تثير اهتمامه وتجعله يرغب في معرفة المزيد.

أهم خصائص خطاب المصعد:

1. موجز: استخدم أقل عدد ممكن من الكلمات.
2. واضح: لا تستخدم الكلمات الصعبة أو المختصرة فخطاب المصعد الناجح يجب أن يكون سهل الفهم.
3. متكامل: أشرح المشكلة التي ستقوم بحلها من خلال منطمتك أو مشروعك أو أفكارك.
4. موثوق: لماذا أنت شخص مؤهل لإيجاد حل لهذه المشكلة؟
5. شرح المفهوم: لا تخض في التفاصيل وأشرح الفكرة الأساسية فقط.
6. اعرف جمهورك: وأعرف ما يثير اهتمامهم أو مخاوفهم.
7. مثير للفضول: بدلاً من جعل المستمع طرف مستقبل فقط اجعله يرغب في محادثتك ليعرف المزيد.

بعض النصائح لتجهيز خطاب المصعد:



- كن مستعداً ... جهز خطابك من الآن ولا تنتظر حتى تكون في موقف يتطلب منك أن تقدم خطاب موجز.
- احفظ خطابك الخاص ... قد يكون من المفيد أن تحفظ الخطاب الذي يعرف بنفسك وبعملك فالارتجال قد لا يكون فكرة سديدة في مثل هذه المواقف وحتى تتمكن من إلقائه بوضوح وسلاسة.
- استخدم جمل قصيرة وواضحة بدون الكثير من التفاصيل.
- لتكن لديك بطاقة عمل عليها وسائل الاتصال بك حتى يتمكن الشخص الآخر من التواصل معك فيما بعد.
- حاول أن تحدد موعد تلتقي فيه بالشخص الآخر قبل أن تتفارقا.
- نبرة الصوت والتقاء العين لها دور كبير في إقناع الشخص المقابل بما تقول، وهذان الاثنان بالذات لن يأتيان إلا بعد أن تثق أنت بما تقول.
- فكر بجميع الأسئلة التي ممكن ان تطرح عليك والإجابة المثلى لها.

تذكر دائماً:

- بأن هذه الجملة من سبيلها فتح آفاق مستقبلية وقنوات للكثير من الأعمال في الوقت الحالي وفي المستقبل القريب.
- بأنه إذا خطرت ببالك فكرة وعجزت عن شرحها ببساطة، فهذا دليل على استحالة تنفيذها، على الأقل من قبلك ولذا عليك أن توفر جملة تشرح فكرتك ببساطة.
- قيل إن لم يستطع طفل ذو (6) سنوات أو يزيد من فهم فكرتك فأعلم أنها أقرب إلى عدم الفهم من باقي الناس.

ملاحظة مهمة:

أحياناً قد يكون الشخص مستعجلاً جداً ولا يستطيع توفير خمس ثواني فلا تصر أو تفرض نفسك فقد يكون الشخص في الوقت الحالي غير مستعد لسماع أي شيء فحاول أن يكون لك خطاب آخر يكتفي بما تقدم وطريقة التواصل مباشرة دون التقييد بكامل الجملة إن استطعت أو ابحث عن شخص معه في ذلك الوقت ليكون هو الوسيط أو الوسيلة بالمستقبل.



كيف تجهز (خطابك) الخاص بحديث المصعد:

- أولاً حدد ما هي المنتجات أو الخدمات او المهارات التي سوف تقدمها أو تسوقها وقد تقوم ببناء أكثر من جملة بناء على الخدمات المتنوعة.
- ثانياً اتبع الخطوات التالية لتكوين خطابك:
- التحية وحاول البحث عن أقلها كلاماً مثلاً (مرحباً).

- من أنت، أبدأ دائماً بالتعريف بنفسك ويكفي اسمك الأول فعلى الغالب لا يهتم الناس معرفة اسمك الكامل ولن يتذكروه ولكن إن نفع خطاب المصعد بشد انتباههم فسوف تستطيع لاحقاً أن تحصل على المزيد من الوقت للتفصيل باسمك وتعريفهم أكثر بنفسك وإن لم تستطع فلا تضيع الوقت بزيادة كلمات لن تفيدك.
- في حال أردت أن يتذكر الشخص اسمك فيمكنك ربطه بشيء ما مباشرة في حال مثلاً كان الاسم غريباً أو هناك اسم مشابه أو غيره ولربما هذا التكنيك يساعد في جذب اهتمام المتلقي بعض الشيء.
- لا تحتاج لذكر منصبك (مهندس / طيار / دكتور .. الخ) في البداية غالباً لأنها ستكون الجملة التالية بطريقة أفضل.



- بعد الاسم اذكر ماذا تقدم أو ما هي خدمتك أو مهارتك التي تهتم ذلك الشخص فمثلاً أنا (مبرمج ومدون ومدرّب ورائد أعمال وكاتب) فماذا أختار لأخبر الشخص هذا بالذات عني؟ فبالتركيز ليس هدي في التباهي بما لدي بل هدي أن أشد انتباهه ولذا أختار الأفضل لهذه الحالة.
 - بتوضيح أفضل في حال أردت أن أقدم نفسي الآن لهذا الشخص فما هي مواضيع اهتماماته أو ماذا سيستفيد مني مثلاً (مرحباً أنا محمد مدرب إعلام اجتماعي).
 - وكما شاهدنا في المثال السابق لم أذكر بأني (مهندس أو دكتور) بل ركزت أكثر على القيمة التي سوف أقدمها لهذا الشخص وتهمة.
 - قد تضيف بعد ذلك مجال خبرتك التخصصي أو ماذا قدمت فمثلاً لو ذكرت (مرحباً أنا محمد مدون) فأضيف عليها (أكتب في مجال ريادة الأعمال والعمل الحر) مع أي أكتب في مجالات أخرى ولكني ركزت على هذا التخصص لأنني أعتقد أن هذا الشخص منجذب لهذا الموضوع أو هذا ما أود أن أوصله في رسالتي التسويقية أو مثلاً (مرحباً أنا محمد خبير في الشبكات الاجتماعية ولي كتب وأبحاث وأقدم استشارات ودورات فيها).
 - بعد ذلك وضح ماذا تريد من ذلك الشخص، مثلاً في الغالب قد لا ينجذب الشخص لما أنت عليه إلا في حال قدمت له طريقة أو عرض معين ليستفيد مما تقدم مثلاً (في حال احتجتم إلى توظيف الشبكات الاجتماعية في مؤسستكم فأستطيع مساعدتكم بذلك كخبير).
 - بعد ذلك وضح لماذا أنت أو لماذا يختار خدماتك أنت دون عن غيرك وهنا يمكن أن تستعرض نقاط القوة مثلاً (نحن أول جهة في الشرق الأوسط قدمنا منهجاً متكاملًا في التدريب مع ضمان أن يتخرج الطالب جاهزاً للعمل وبناء استراتيجيته الإعلامية ودرّبنا حوالي (100) شخص حتى الآن) وقس على ذلك قيمتك المضافة.
 - أحياناً تحتاج لربط ما تقدمه بشخص أو شركة ذو معرفة مشتركة لكي تزيد من مصداقية ما تقول مثلاً (قمنا ببناء تطبيق المؤسسة الدولية للتدريب).
 - الآن تحتاج لختم الجملة يفتح مجال بالمستقبل للتواصل أو لزيادة التعريف ولا تنسى أن تقدم مباشرة طرق الاتصال بك مثلاً (قدم كرتك الخاص التعريفي) وكذلك الحال اطلب طريقة للتواصل مع هذا الشخص (مثلاً اطلب كرتك الخاص) أو أي وسيلة تواصل.
 - بالنهاية حاول أن تحصل على فرصة للتواصل أو موعد في أقرب وقت مثلاً (هل يمكنني أن أرسل لك معلومات أكثر على بريدك) أو (هل تحب أن أتصل بك أو أزورك في الوقت والمكان الفلاني) وكن أنت المبادر.
- ثالثاً) اكتب جملتك التسويقية لكي تستطيع صياغتها بأفضل وأقصر جمل لتكون مفهومة.
- رابعاً) تدرب على خطابك أو خطاباتك لكي تصبح جزء منك وتستطيع إقائتها بعفوية واختيار الفرصة المناسبة لها.