



فن الاقناع

ما هو الإقناع؟

هو التحدث مع الآخرين و التواصل معهم بأي وسيلة سواء كانت بالكلام أو بلغة الجسد أو بالإشارة أو بالكتابة أو حتى بالصمت, بهدف توصيل فكرة أو شيء معين, و يعتبر فناً بما فيه من أساليب و طرق و دراسات و يمكن الإبداع فيه



أولاً الكلام

بما أن الكلام هو أهم و أكثر طريقة في التواصل في العالم لذا فهو اكثر الأمور التي علينا التركيز فيها لأجل اقناع الآخرين بفكرة معينة

و من اساليب الكلام الصحيحة



١- الحديث بصوت هادىء مسموع

٢- التحدث بكلام مفهوم و غير بطيء جداً و لا سريع جداً, و لو بالاستطاعة تحويل الكلام بحيث يكون قريب من لهجة الطرف الآخر فذلك أفضل

٣- الابتسامة و اختيار الكلمات الأخلاقية و الجميلة

٤- التركيز عن الفكرة الحميدة و المراد توصيلها بالحديث الايجابي, و عدم الدخول في الفكرة التي يجب تغييرها لأن الحديث السلبي في الغالب ينفر و يستفز الطرف الاخر و يسبب تأثير عكسي في الغالب

٥- دع في الحسبان ان الفكرة التي تريد توصيلها هي الحقيقة و الصواب و لا تجعل نقاشك هدفه الانتصار فقط.. فتوصيل الحقيقة هو بحد ذاته انتصار و لكن يبقى كل شخص له رأيه, فليس عليك الاصرار و العناد بوجهة نظرك لأن ذلك قد يؤدي إلى تأثير عكسي و قد يزداد الأمر سوءاً بعناد الطرف الآخر أيضاً, فالفكرة تصبح بغير قيمة عند التنازع عليها

٦- كما يقال: (القناعة كنز لا يفنى) فلا تحاول أن تقنع شخصاً بتغيير فكرته بشيء ما و التي هي أيضاً قد تكون صحيحة و هو راضٍ بها اشد الرضى

٧- إذا كان لا بد من إقناع شخصاً ما بفكرةٍ ما فلا بد أن تكون على علم و على اطلاع كامل بتفاصيل الفكرة التي تريد ايصالها للشخص و من الافضل أن تكون على علم بفكرته أيضاً لتناقشه فيها, فمن الغباء أن ترفض فكرة أنت تجهلها

● ثانياً لغة الجسد

لغة الجسد قد تكون في الملابس او في حركات الوجه او اليدين او حركة الجسد و طريقة المشي او الوقوف.. و ما إلى ذلك

ومن اساليبه التي على الشخص اتباعها فيه

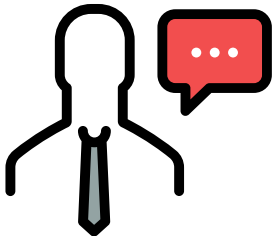
١- النظافة و ارتداء ملابس مناسبة حسب عمله, و اذا كانت تحسباً للفكرة فذلك أفضل.. كيف يمكن ان تكون ملابسي تحسباً للفكرة التي سأقدمها؟

و ذلك عن طريق دراسة الألوان **أولاً**, فالملابس بألونها المختلفة هي أفضل متحدث وأفضل وسيلة تقدمك لمن أمامك بطلاقة, فعلى سبيل المثال الأحمر ● لدى البعض له آثار فريدة من نوعها إلى حد ما, بحيث تؤكد أن من يختار هذا اللون من الشخصيات المثيرة والجريئة بحيث تجعل الرجال أكثر جاذبية للنساء, والنساء أكثر جاذبية للرجال

كما انه كشفت دراسة سبب وجود لوان فقط من رابطات العنق "الاحمر والازرق" ●●, في عالم السياسة والأعمال ذي المعايير العالية. مشيرة الى رؤساء اميركا لا يرتدون تقريبا سوى هذين اللونين, وان كان يمكن رؤية الأرجواني أو الأصفر من حين لآخر, ولكن هذه حالات واضحة من الانعزال

و يعتقد علماء النفس أيضا أن اللونين الأحمر والأزرق يحسنان أداء الدماغ وتقبله للدعاية, وقد أيدت الدراسة التي أجريت عام ٢٠٠٩ في مجلة Science هذه الفكرة

كما أنها تشير إلى الفوارق الدقيقة التي ربما قد يرغب قادة العالم والمرشحون الرئاسيون في معرفتها, ووجدت الدراسة أن الأحمر ● هو الأكثر فاعلية في تعزيز اهتمامنا بالتفاصيل, بينما الأزرق ● هو الأفضل في تعزيز قدرتنا على التفكير الخلاق



و يوحى الازرق ● للناظر بالسلام و الهدوء و الحكمة كما يوحى الاحمر ● بالقوة و العظمة و السلطة لذا فإن الرؤساء يرتدون لون ربطة العنق المناسبة حسب المناسبة أو الموضوع الذي سوف يتحدثون به أمام حاشيتهم و العالم

ثانياً شكل تصميم الملابس, حيث أكدت الدراسات أن ارتداء الملابس الشبابية يزيد من صحة ورونق من يرتديها، لتجعله أكثر شباباً وصحة وأقل عمراً، وكأنه شخص آخر أكثر جاذبية وتفتح، كما أن لكل مناسبة لباسها الخاص فمنها الرسمية و منها الممتعة و منها الجادة و لكل مكان ما يخصه من الملابس

٢- حركة اليدين و الجسد تكون خفيفة حيث لا تلهي تركيز المستمع

٣- الثقة و النظر إلى عيني المستمع عند التحدث أو عند السماع, فإذا اظهر الخوف و التوتر فإن كلامه سيبدو غير منطقي و تكون فكرته الذي يريد إيصالها ضعيفة و غير مقنعة

٤- الحماسة المعتدلة عند الكلام بحيث يمتع المستمع و يتحمس عند سماعه للفكرة, و لإظهار الحماسة فإن إظهارها في الغالب بحركات و تعابير الوجه و في تغيير الصوت و التلاعب به

● ثالثاً الكتابة

قد تدرج الكتابة ضمن لغة الصمت احياناً و ذلك كما يفعل بعض المتظاهرين برفع لوحات كتابية و لصق افواههم بجانب المنشآت الحكومي اعتراضاً عن فكرة ما بالتعبير الصامت لكن الكتابة اقوى من الصمت, فمن برع بفن الاقناع بالكلام و التعبير فإن الاقناع بالكتابة سهلاً بالنسبة له لكن العكس لا ينطبق, فمن برع بالكتابة ليس مؤكداً انه يبرع بالتعبير بالكلام ايضاً هذا بالنسبة للتعبير لكن تفاصيل الكتابة قد تكون اصعب من ناحية اللغة, فمن اراد ان يعبر بواسطة الكتابة فعليه اتقان اللغة الام لأن الكتابة تنتشر بشكل اكبر بحيث تصل إلى مختلف الناس و ليفهمه الجميع فعليه ان يكتب فكرته بلغة واضحة و يمكنها ان تترجم ايضاً

فالكثافة هي الوسيلة الأكثر قدرة على الانتشار لكن في هذا الزمن فقد طغت الفيديوهات و الموسيقى التي يمكن بها نشر الفكرة عبر شبكة الانترنت بسهولة أكبر و مدة اقصر, لكن لا تزال الكتابة هي الأكثر استخداماً في شبكات التواصل الإجتماعية و لكن للأسف قلت قدرتها عن كونها الأكثر اقناعاً لأنها أصبحت في فوضى حيث أصبحت أكثر الوسائل النشرة للإشاعة في يومنا هذا



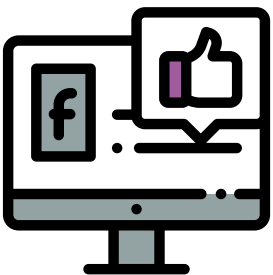
رابعاً الصمت

قد يستغرب البعض كون الصمت طريقة للتعبير أو الإقناع لكن كما يقال: (إذا كان الكلام من فضة فالسكوت من ذهب) و كما يكشف علماء النفس ان الصمت في الغالب حلاً للكثير من المشاكل النفسية و أيضاً علاجاً للاقتناع بالصواب و العودة اليه, فبالصمت يمكنك ان تجعل شخصاً ما يأنبه ضميره و يعذبه فيعود الى الحقيقة التي حدثت بها قبل الصمت الطويل, فالصمت يعتبر حلاً أخيراً, فكما قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (من رأى منكم منكراً فليغيره بيده , فإن لم يستطع فبلسانه , فإن لم يستطع فبقلبه , وذلك أضعف الإيمان) رواه مسلم , و القلب هنا بالحديث هو الصمت و قد تكون الدعاء الى الله بالسر

إضافة جميلة

في عصر الالوان و الصور و التصوير و الميديا أصبح اضافة الالوان و الرموز التعبيرية و الصور امراً مهماً للفت الانتباه في حالة التعبير او حتى عند اقناع الزبون او العميل بصور سواء كان في تقديم مشروع او اظهار جودة منتج ما او مكان ما

ولقد أصبحت هذه الرموز التعبيرية في وسائل التواصل الاجتماعية تعبر وحدها عن الإعجاب و الحزن او الغضب و ما إلى ذلك و بهذا أصبح التعبير اسهل و اسرع من كتابة الكلمات و قد يعبر بطريقة افضل احياناً



Like



Love



Haha



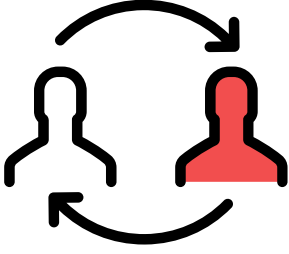
Wow



Sad



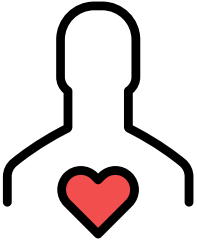
Angry



سأطرق في الإقناع بالنسبة لي كمصممة جرافكس و في مجال عملي و تجارته

هذه قصة قصيرة تبين مدى أهمية اقناع الزبون بلسان عذب

كان رجلان متجاورين في دكانين أحدهم يبيع العسل والآخر يبيع الخل وكان الناس يزدحمون على صاحب الخل فقال صاحب العسل: لعل غلاء سعر العسل هو من نفر الناس مني وجعل يخفض من قيمة العسل والناس لا يزالون يزدحمون على بائع الخل واستمر في تخفيض السعر حتى ساواه بسعر الخل ومع ذلك لم يأت أحد فذهب إلى جاره صاحب الخل وقال: لماذا يزدحم الناس عليك مع أنك تبيع الخل والخل طعمه حامض ورائحته كريهة وأنا أبيع العسل ولا يأتيني أحد فقال له: ذلك أني أبيع الخل بلسان من عسل، وأنت تبيع العسل بلسان من خل

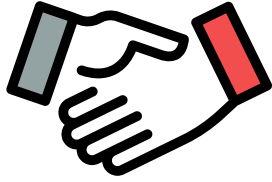


من يحتاج للإقناع؟

هناك البلايين من الناس و الملايين من الاعمال و كل شخص له طريقته بالتفكير و كل واحد منهم يمتلك فكرته و عمله الخاص و كل واحد منهم له هدفه، و الاقناع لا ينحصر على احد و لا على اي فئة و لا على اي عمل، و لكنه الطريقة الانسب للعمل في كثير من الاحيان و للعيش في احيانا أخرى و في الغالب هو السبب الرئيسي للتواصل، سواء في عمل او علم او معيشة او طعام او دين فالإقناع هو سبب من اسباب التواصل بكثرة بين الناس، و اهم ما يجب الاقناع فيه هو الصواب و الحقيقة، و هكذا يتضاب الناس بالنسبة للحقيقة حسب ما يؤمن كلاً منهم بها في عقله و قلبه و قد ذكر الله تعالى في كتابه الكريم ان هذه التضاربات بين الناس هي من سنن الحياة و انها سر من اسرار التوازن على الارض، فقال تعالى وَلَوْلَا دَفْعُ اللَّهِ النَّاسَ بَعْضَهُمْ بِبَعْضٍ لَفَسَدَتِ الْأَرْضُ وَلَكِنَّ اللَّهَ ذُو فَضْلٍ عَلَى الْعَالَمِينَ (البقرة: ٢٥١)

إقناع النفس

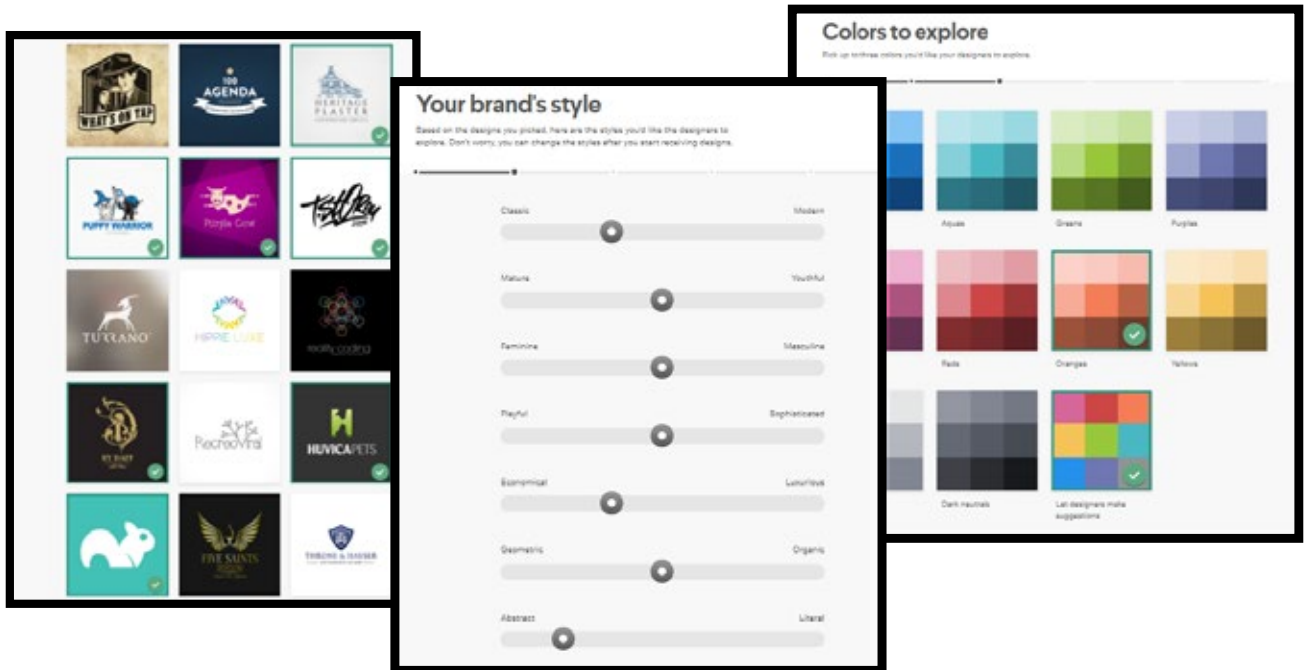
القناعة كنز لا يفنى» لا يمكنك اقناع شخص ما بشيء انت غير مقتنع فيه و لا راضي عنه, لذا لا يمكنك اقناع العميل بتصميمك و انت غير واثق بنفسك او غير مقتنع به, لذلك فإن من اولويات الاقناع هي اقناع الذات اولاً و حب ♥ ما انت راغب بإقناع الطرف الآخر به, و من المؤكد أن اقناع الذات ليس بالأمر السهل, فلن ينتج التصميم المبدع إلا بالعمل الدؤوب



إقناع العميل

بجانب كل ما تم ذكره عن اساليب الكلام سابقاً, سأذكر بعض النقاط المهمة
١- اولاً لاقناع العميل بأنك المصمم الانسب و ان اختياره لك كان صائباً, حدثه عن عملك و قلب اعمالك التي تفخر بها امامه بشكل سريع لان البطء هنا قد يأخذ من وقتك و وقته و يشعره بالملل, و ان استطعت ان تسأله من دله عليك فإن هذا جيد لأن هذا سيزيدك ثقةً بنفسك و يذكره بسبب اختياره لك

٢- ان تكون لك معرفة بالعميل شيء جيد فحاول ان تعرف شخصيته و طريقته من حديثك و مقابلتك له بشكل سريع, فإذا كان يرغب بشعاراً مثلاً فأنت على علم بهل هو من النوع المتساهل او من النوع الجاد فهذا سيفيدك في تحديد السعر و في تحديد شكل الشعار أيضاً أحياناً, ولكن الطريقة الامثل لمعرفة نوع الشعار الذي يرغب به العميل هو ما يسمى بال **interactive pdf** والذي يمكنك به ان تجمع كل انواع الشعارات و التفاصيل و البيانات التي ما على العميل إلا ان يختار ما يريد منها ان تكون في شعاره
فمثلاً عرض تدرجات الالوان التي يريدها العميل في شعاره بهذا الملف و هو يختار الانسب, او عرض انواع الشعارات الكتابية او الرمزية او المعقدة و المفصلة





ويمكن عمل هذا الملف ببرنامج بسهولة **Adobe In Design**

٣- بالنسبة للسعر فإن أي شخص يفضل أن يحصل على الأفضل بأقل التكاليف لذا دائماً من الذكاء أن يحدد المصمم ضعف سعر عمله لأن العميل أثناء المباشرة سيقنع أنه قد خفض الضعف لذا فإنه هو الكسبان بينما هذا هو السعر الصحيح للعمل

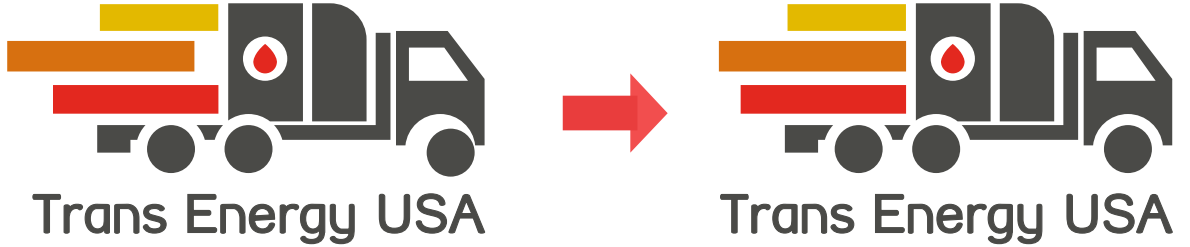
لكن أحياناً يكون ذلك خطأ لذا فإنه يجب معرفة العميل جيداً **فمثلاً** يكون العميل قد تحدث مع مصمم آخر مسبقاً و سألك ليقارن بين أسعارك و أسعار المصمم الآخر فإذا بالغت برفع السعر فإنه لن يفكر حتى بمباشرتك و بالأخص إذا كان لا يعرف أعمالك و ابداعاتك, لذا فالأفضل دائماً أن يكون السعر الذي تحدده معقول يوجد عملاء أذكى حيث يقرب موعد تسليم العمل بحيث يمكنه تعديل الشعار بعد ذلك كيف ما أراد و يمتلك وقتك كله و لكن يجب أن تكون أذكى و تجعله يتوقف عن التعديل **فمثلاً** تخبره أنه يمكن أن يعدل على العمل ٣ مرات و عند رغبته بالتعديل أكثر يرفع السعر

أحياناً تكون المشكلة في عدم دفع العميل للمبلغ بعد تعب المصمم و الأخذ من وقته و جهده, وعلى حسب كل مصمم و ما يشترط فهناك من يطلب المبلغ مقدم و هناك من يأخذ نصف المبلغ مقدم و البعض الآخر يتخذ عروض السعر و الفاتورة فقط كضمان و كلاً بطريقته و حسب خبرته و حسب المنطقة أو أسلوب الدفع الذي سيتم

٤- ذكاء العملاء و التجارة بشكل عام يتطلب منا دراسة الشخصيات و المطالعة أكثر و اكتساب الخبرة من كل شخص مر بهذه التجارب

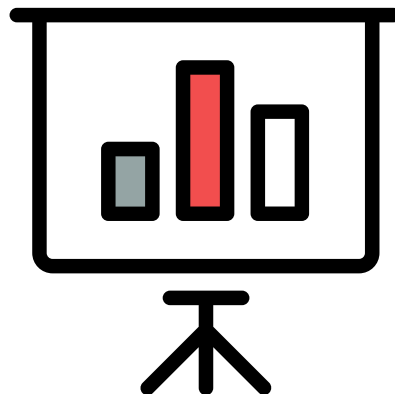
٥- هناك أشخاص يحبون ان يضعوا لمستهم في اي عمل يمر بهم او في الاعمال الخاصة بهم و البعض منهم يحب ان يجعل من نفسه خبيراً و يبدأ بإملاء ما يجب ان تفعله في التصميم و هذا النوع من العملاء كثيراً ما يمر بك و حينما يأتيك عميل من هذه النوعيات و يخبرك أن تصميمك خاطئ لتغير فيه حسب طلبه ليصبح سيء و خاطئ فعلاً، و لكن هناك **حركة ذكية** يمكنك فعلها قبل ان يحدث كل هذا **فمثلاً** بعد تصميمك للشعار و قبل ان تعرضه على العميل الشعار ضع خطأ بسيط واضح بحيث يراها العميل و يخبرك ان تعدله و يشعر حينها بلمسته، فإذا لم يعدلها فيمكنك تعديلها انت قبل ان تعطيه، و كثيراً ما تنجح هذه الطريقة

مثلاً



٦- بالنسبة لجعل العميل يقتنع بكون التصميم البسيط هو الافضل في الغالب لا يجدي، لكن هناك طرق كثيرة يمكنك اتباعها و على حسب العميل هل يقتنع ام لا و كل ما عليك فعله هو

عرض عليه الشعارات البسيطة للشركات العالمية و شرحها له و اخباره ان الشعارات البسيطة اكثر ما يمكنها الحفظ في الدماغ و التي يمكن ان يرى صورة اخرى فيتذكر شعاراً ما لبساطته.. حاول اقناعه بهذه الطريقة و إذا اصر على الشعار المعقد فلا بأس و على كل مصمم ان يعلم انه لا حدود لعالم التصميم و من حدد و اصدر القوانين في التصميم فقد يضطر لكسرها يوماً ما لأن الناس اذواق و لا يستطيع احد ان يغير ذوقية احد او رأيه بما يحب و يكره



اقناع مدير الشركة بتوظيفك

قد يكون هذا اصعب الامور و كأنك تحاول ان تقنع زرافة لا تراك بسبب طول رقبتها بأن تنزل لتراك

فكل مدير بطبعه فمّنهم من يرغب بموظفين يعملون بغير رواتب او ربما بفضلهم آلات و البعض الآخر الذي لا يهتم سوى بالعمل و لن يبخل عليك بشرط ان تظل تعمل ليل نهار و البعض منهم من ينظر إلى اصرارك و تفكيرك ليوظفك و يفخر بك و منهم من لا تستطيع الوصول إليه إلا برسالة ترسلها للسكرتير و البعض منهم من يكون معك و حولك كصديق و اخ و بهذه تتغير سياسة الشركة او المؤسسة او.. حسب تفكير و شخصية و نظام المدير او الإدارة

و عندما تقدم لأحد المنشآت كراغب بوظيفة فإن عالمياً عليك تقديم

1-CV or Resume 2-Cover Letter 3-Portfolio

أولاً هي عبارة عن ورقة او 3 اوراق على الاكثر فيها كل التفاصيل التي تسمح

للشخص ان يجد عملاً بها و تتضمن هذه الورقة او الاوراق

1-الاسم و جميع العناوين التي يمكن للمنشأة التواصل بها مع صاحب السيفي كرقم الهاتف و اذا وجدت صفحة انترنت خاصة بصاحب السيفي و الايميل و يجب ان يكون الايميل رسمي **مثلاً**

 lolomimi@gmail.com  amnalhebshi@gmail.com

2-المستوى الدراسي كالبيكلاريوس و الدبلوم او الماجستير او طالب و حتى الدورات التدريبية يجب كتابتها في السيفي مع تاريخ البدء و الإنتهاء

3-جميع الخبرات العملية حتى التطوعية منها و الفعاليات مع تواريخها

4-المهارات او المواهب التي تمتلكها و على حسب العمل الذي تقدم اليه فمّنهم من يمكنه ان يكون مدرب في الفنون القتالية او السباحة فيمكنه كتابة انه يهتم بالرياضات و بالاحص..او فتاة يمكنها ان تعمل كإخصائية اجتماعية فتكتب انها تهتم و لديها المعرفة بعلم النفس مثلاً..الخ

5-مهارات السوفت وير اذا كان مجاله يتطلب جهاز كمبيوتر كبرامج الادوبي و الاوفس او لغة البرمجة وhtml وغيرها من البرامج و ما مدى معرفته بها

6-المهارات او الصفات المعنوية كالصبر و الاخلاص بالعمل و العمل وقت الضغط و السرعة و الايجابية و الهدوء و التعلم بسرعة و غيرها من المهارات و الصفات التي تجعل من الشخص ذو قابلية اكبر

7-اذا كنت تبرع بأكثر من لغة فعليك كتابة اللغات التي تتحدث بها

الفرق بين الـ CV و الـ Resume

يعتبران من نفس الصنف ولنفس الغرض تقريباً لذا كثيراً ما يخلط الناس بينهما لكن الفرق في هذا الجدول

Resume

يستخدمها مصممون بشكل اكبر
بحيث يتلاعبون بها و يبدعون في
تصميمها و في الوانها لإظهار ابداعهم
وكما قلت سابقاً فإن الفن ليس له
حدود او قوانين فهذه الورقة تكسر
قانون الرسمية لكن لا يجب ان تكسر
قانون راحة العين ولفت النظر

ورقة يستخدمها الناس في الغالب
للتقديم في مجال تخصصهم
فمثلاً يستخدمها مصمموا الجرافكس
للتقديم في مجال عملهم لشركة
تحتاج مصمم جرافكس وليست لكافة
المهارات و الاعمال

يذكر فيها كل ما يخص عمله
بتفاصيله فمثلاً درجة استخدامه و
معرفته بالفوتوشوب و الالستريتور و ما
الذي يجعله يتميز كمصمم عن
المصممين الآخرين

CV

ورقة رسمية بترتيب رسمي و الوان
بسيطة جداً

تقدم لكافة الاعمال بكافة التفاصيل
و المهارات

يذكر بها تخصص الشخص و مالذي
يمكنه العمل به و تُقدم لأي منشأة
فمثلاً مصممة جرافكس ترغب في
العمل بمدرسة كمعلمة تربية فنية
هنا يمكنها تقديم الـ CV
وليس الـ Resume

Janine Patterson
12 Murphy Street
Ponsonby, Auckland 10671
Phone: (04) 909 000; Mobile: 029 567 2341
Email: janine.patterson@email.co.nz

Summary of Skills and Attributes

Management

- Two years' successful experience as an assistant manager at an electronics store

Interpersonal

- Confident and skilled in managing and leading a small sales team and getting the best from them
- Hiring and training staff
- Sales and customer service experience

Personal management

- Initiative and ability to take responsibility, make decisions and achieve good results shown in current work
- Planning, organising and time management demonstrated in project management and working while studying
- Paid attention to detail
- Experience in purchasing, implementing branding and advertising campaigns, and project management

Communication

- Strong level of verbal and written communication skills, demonstrated in employment and successful tertiary study

Electronics and technology

- Keeping up to date with the latest technologies and dedicated to working in the electronics retail industry

Practical

- Administrative skills and experience developed in employment
- Physically active, healthy and fit

Employment History

2011-2016 (current), Assistant Manager, Electric A's, Auckland

- Leading a team of five staff
- Involved in wider company decision making, including policy and purchasing decisions
- Planning and implementing advertising campaigns and branding strategies
- Hiring, training and supervising staff
- Created a social media presence, leading to 25% increase in visits to Electric A's website
- Successfully project managed the establishment of Electric A's Porirua branch, which opened in December 2012



ثانياً الـ Cover Letter وهي عبارة عن رسالة قصيرة لا تزيد عن صفحة واحدة يتحدث بها المرسل بطريقة رسمية عن خبرته و دراسته بشكل مختصر و ما يميزه و لماذا قدم للعمل بهذه المنشأة و ما يرغب بالعمل به في المنشأة و كيف استطاع ان يصل إليها أو من دله عليها

كثير من الشركات لا تهتم بهذه الرسالة لكنها مهمة في الدول المتقدمة

ثالثاً الـ Portfolio وهو عبارة عن ملف اعمال متكامل يستخدمه في الغالب المتخصصون في مجال الفنون و التصميم لعرض اعمالهم ومدى قدراتهم و مستواهم بالبرامج الخاصة بالتصميم او بالفنون

و على حسب الشخص فالبعض يفضل إنشاء موقع الكتروني خاص به لوضع اعماله به و البعض يفضل تحميل اعماله في الجوجل او الدروب بوكس او في البيهنس و البعض يحب ان تكون اعماله في ملف pdf لأرساله لمن يرغب برؤية اعماله ايميلياً و اخرين يفضلون طباعة اعمالهم لتكون كمجلة و لا يهم بأي طريقة تعرض الاعمال المهم ان تكون قابلة للنشر و مميزة و ملفتة و واضحة و من الجميل كتابة المعلومات الخاصة بالاعمال بشكل مبسط لتوضيحها

رابعاً المقابلة و ليس عليك ان تخاف من المقابلة بالأخص إذا كنت فناناً ففي الغالب يتحدث المقابل معك أكثر من كونك المتحدث فهو لا يحتاج منك إلا ان يرى اعمالك المميزة و مستواك المبدع, و بعدها يريد أن يرى أثناء مقابلتك ثقتك و هدوءك و سلاسة حديثك و الأهم من هذا يريد أن يتحدث عن شركته و أعمالها.. لذا فإن كل ما عليك فعله هو الانتصاب بالجلوس و رفع رأسك و النظر إلى عينيه و الابتسام والاستماع بهدوء و الاجابة على اسألتة بثقة و التحدث برسمية سلسة و من المهم التحكم بلغة الجسد و تعابير الوجه



Thank u

