

المحاضرة الثانية

مدخل إلى الاتصالات والمراسلات في منظمات الأعمال

عناصر المحاضرة:

- تعريف الاتصال
- عملية الاتصال وعناصرها
- أنواع الاتصالات
- الإصغاء
- اختيار وسيلة الاتصال المناسبة
- معوقات الاتصال وسبل تحسين فاعليته

تعريف الاتصال :

- الإتصال هو :

- إرسال معلومات من طرف لآخر في المنظمة بما يؤدي إلى نتيجة معينة ، هي تغيير للسلوك أو تغيير للممارسات
- تبادل الفهم المشترك من خلال استعمال الرموز
- الإتصاله وعملية نحاول من خلالها توصيل أفكارنا ، آرائنا ، رغباتنا ومشاعرنا للآخرين
- فن إرسال المعلومة من قبل المرسل بغرض إيصالها إلى عقل الطرف الآخر(المستقبل) وإحداث الإستجابة لديه .وقد تكون الإتصالات مكتوبة أو غير ذلك .

تعريف الاتصال في منظمة الأعمال

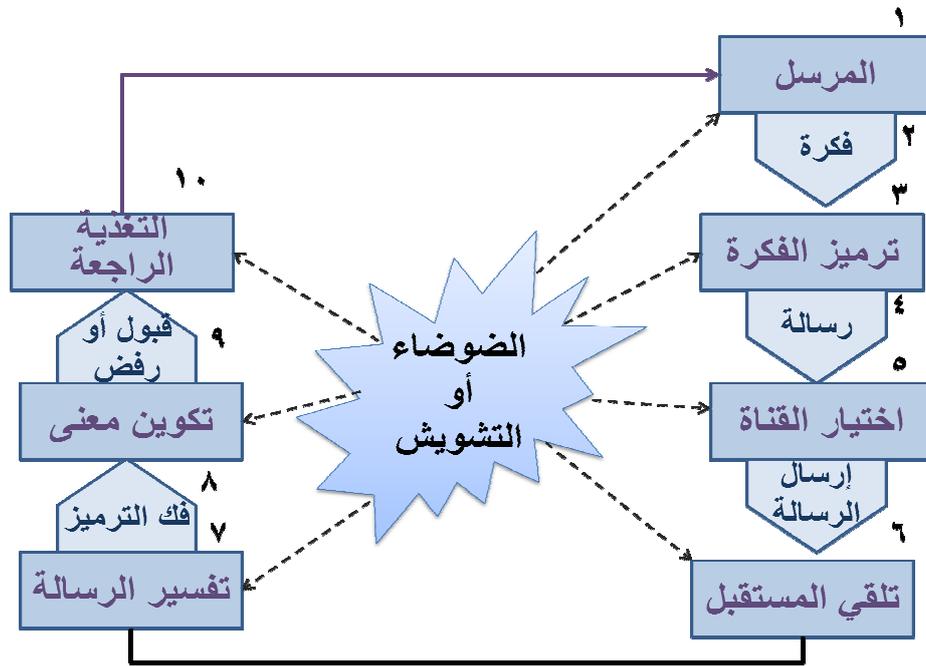
- الاتصال في منظمات الأعمال هو عملية اجتماعية تبادلية تتضمن تقاسم الفهم والإدراك بين طرفي الاتصال والتأثير في سلوك الأفراد بقصد تحقيق أهداف المنظمة.

عملية الإتصال :

- تبدأ عملية الإتصال عندما يرغب أحدهما "المرسل" ينقل فكرة أو أي معلومة إلى شخص أو أشخاص آخرين "المستقبل" وتتشكل على هذا الأساس عناصر عملية الإتصال من:

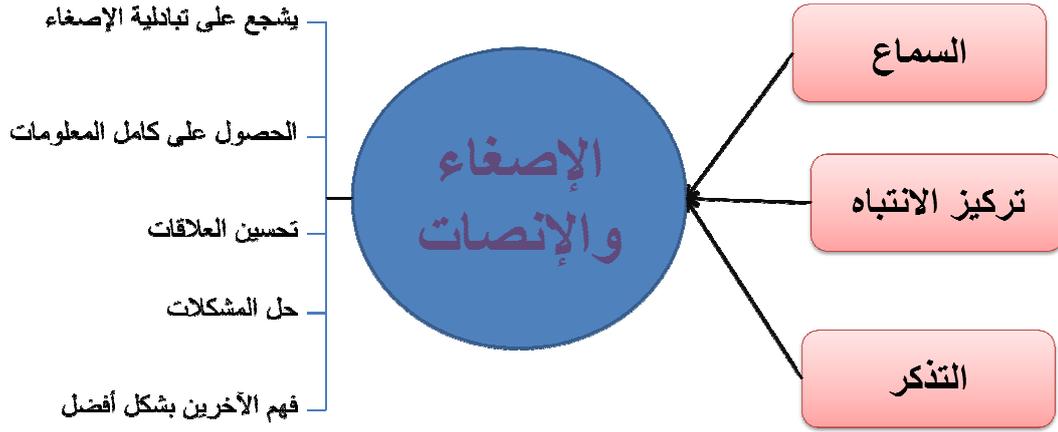
- **المرسل:** يتمثل في الجهة التي تستهدف إيصال فكرة أو معلومة أو منتج ما إلى جمهور مستهدف في السوق.
- **المستقبل:** هو المستلم أو المستهدف من عملية الإتصال.
- **الرسالة:** وهي جوهر عملية الإتصال لأنها تمثل المضمون أو المحتوى لعملية الإتصال، علماً أنها تتوافق مع قناة الإتصال وتتكامل معها "رسالة صوتية، رسالة مكتوبة، إشارات، ألخ....".
- **الترميز:** الرموز المستخدمة أساس مهم لتحقيق الإتصال الفعال وعدم الإنحراف بالمعنى ولوصول الأفكار للطرف الآخر بشكل صحيح.
- **قناة الإتصال:** هي الوسيلة التي يتم عبرها بث الرسالة علماً بتعددتها وتنوعها "تلفزيون، تليفون، جريدة، ألخ...."، والإتصال الفعال يتطلب اختيار الوسيلة الملائمة.

- **فك التشفير:** هو تعبير عن الرموز والعبارات والإشارات القابلة للفهم المشترك ما بين الطرفين المرسل والمستلم وأن تتوافق تلك الرموز مع قدرة المستلم على تفسيرها.
- **الضوضاء:** من الطبيعي ان تتعرض الرسالة مهما كان شكلها إلى درجة معينة من التشويش، أو التأثير السلبي على المسار المطلوب من عملية الإتصال المستهدف بفعل عوامل عديدة، كعدم وضوح الصوت في الوسيلة مثلاً، مثال: "عرض الإعلان مباشرة بعد عرض إعلان منافس".
- **التغذية الراجعة:** تسمى أيضاً بالتغذية العكسية أو المرتجعة، فهي توفر المعلومات التي تعبر عن مستوى التفاعل والفهم المتحقق من عملية الإتصال، كما أنها تمثل مقياس لمستوى الأداء.



أنواع الإتصالات : تقسم انواع الإتصالات وفقاً للتقسيم التالي :

- ١- حسب الموضوع : أ- عملياتية ب- شخصية
- ٢- حسب قناة الإتصال : أ- رسمية ب- غير رسمية
- ٣- حسب إتجاهات المسار : أ- نازلة ب- صاعدة ج- أفقية
- ٤- حسب الوسيلة : أ- لفظية ب- كتابية ج- شفاهية



إختيار وسيلة الإتصال المناسبة:

يتوقف إختيار وسيلة الإتصال على :

- ١- الغرض من الإتصال .
- ٢- موضوع الإتصال .
- ٣- طبيعة مستقبل الرسالة .
- ٤- الوقت المتاح لإستقبال الرسالة
- ٥- مدى انتشار مستقبلي الرسالة
- ٦- تكلفة الإتصال

معوقات الإتصال : توجد العديد من المعوقات التي يمكن أن تحد من عملية الإتصال وهي :

- ١- معوقات تعود الى المرسل والمستقبل
- ٢- معوقات تعود إلى وسيلة الإتصال
- ٣- معوقات تعود إلى مضمون الرسالة
- ٤- معوقات تعود إلى الوسيلة المستخدمة

تحسين فاعلية الإتصال:

• دور المرسل:

- ١- وضوح وشمولية الرسالة وترابط معلوماتها
- ٢- ترميز وترجمة الفكرة الذهنية الى رسالة واضحة سهلة الفهم والإستيعاب
- ٣- إختيار وسيلة الإتصال المناسبة
- ٤- إختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة
- ٥- الصدق والنزاهة دور المستقبل

• دور المستقبل:

١. الإنصات التام لمحتوى الرسالة.
٢. الإصغاء والانتباه لمشاعر مرسلها.
٣. الإستجابة لهذه المشاعر وإشعار المرسل بذلك.
٤. الإنتباه والحساسية تجاه الإشارات غير اللفظية التي تبدو من المرسل.
٥. الإمتناع عن إصدار حكم مسبق عن أي رسالة قبل قراءتها أو سماعها.

المحاضرة الثالثة اسس كتابة الرسائل الناجحة

عناصر المحاضرة :

- خصائص الرسائل الفعالة.
- اختيار الكلمات بحكمة ودقة.
- تسهيل وصول وقراءة الرسالة.
- الأسلوب سهل القراءة.
- **مقدمة :**
- يناقش هذا الفصل أسس ومبادئ كتابة رسائل الأعمال الناجحة، قصد تحقيق الأهداف المرجوة. وترتكز هذه المبادئ والأسس على ثلاثة مجالات رئيسية، هي:
 - مقومات/ خصائص الرسالة الناجحة؛
 - اختيار الكلمات بحكمة ودقة لجعل الرسالة سهلة الفهم؛
 - استخدام الأسلوب سهل القراءة.
- **مقومات/ خصائص الرسالة الفعالة**
- **1- الوضوح: ويمكن بلوغ ذلك عبر مراعاة الأمور التالية:**
 - استخدام كلمات بسيطة و مألوفة ودقيقة.
 - استخدام جمل وفقرات قصيرة.
- **٢- تماسك وترابط الرسالة: وذلك من خلال:**
 - البنية اللغوية المتوازنة
 - استخدام كلمات الوصل للربط بين الأفكار والجمل بصورة سليمة.
 - استخدام عناوين للأفكار الرئيسية.
 - إعداد خطوط عريضة بالأفكار الهامة.
- **3- الإيجاز:** الذي يشير إلى تحويل الفكرة الذهنية إلى رسالة بأقل عدد من الكلمات دون التناقض مع وجوب الكمال، **ولبلوغ ذلك ينبغي مراعاة الأمور التالية:**
 - ذكر الحقائق الهامة فقط.
 - المباشرة في الطرح.
 - تجنب التكرار غير الضروري.
- **4- الواقعية/ مخاطبة الحواس:** فالرسالة يجب أن تكون واقعية ومحسوسة على مستويين، هما:
 - على **مستوى المعلومات** التي تتضمنها الرسالة: (عرض المعلومات بشكل مباشر، ومحدد، وصريح، ولبق).
 - على **مستوى الأسلوب:** استخدام أسماء ملموسة، استخدام أفعال دالة على إجراءات، استخدام صيغة المبني للمعلوم، وإضافة النعوت/ الظروف المكملة...
- **٥- بناء السمعة الحسنة: من خلال الوسائل التالية:**
- **٥-١ الكتابة من وجهة نظر المرسل إليه (القارئ):**
 - **لتحقيق اللباقة والكياسة يجب مراعاة الإشارات التالية:**
 ١. أكتب بأسلوب ودي، واستخدم أسلوب المحادثة.
 ٢. استخدم عبارات المودة والمجاملة (من فضلك، لو سمحت، شكراً، ...)
 ٣. عبّر عن اهتمامك واحترامك للقارئ.

- ٤ . كتب بشكل مباشر للقارئ المعني بحسب كل حالة.
- ٥ . تجنب إظهار الغضب.
- ٦ . كن صادقاً. يجب أن تُفنع القارئ بأنك تعني ما تقول، وأن وراء هذه اللباقة والكياسة نوايا حسنة.

ولتحقيق خاصية الاعتبار/ التقدير في الرسالة يراعى الاسترشاد بالأمور التالية:

- ١ . قم بالرد على أي رسالة فوراً دون تأخير.
 - ٢ . اقنع القارئ بأنك حقاً مهتم به وبمصالحه.
 - ٣ . عامل الذكور والإناث سواسية، واستخدم ضمائر الجمع التي تشير إلى الجنسين.
 - ٤ . استخدم كلمات حيادية تنطبق على الرجال والنساء.
 - ٥ . اكتب اسم الشخص بصورة صحيحة كما يكتبه.
 - ٦ . استخدم الألقاب العلمية والوظيفية الصحيحة للمرسل إليهم.
- ٣-٥ التأكيد على الإيجابيات:** من خلال إظهار الثقة فيما تتضمنه الرسالة، وتوقع النجاح بدلاً من الإخفاق.

- **ومن الطرق المستخدمة في التأكيد على معلومة معينة:**
- التأكيد بواسطة موقع الكلمات في بداية ونهاية الرسالة.
- المساحة الأكبر للموضوع المرغوب التأكيد عليه.
- استخدام بنية قصيرة وبسيطة للجمل.
- استخدام الوسائل الفنية للتأكيد على معلومة معينة، مثل وضع خط تحتها، استخدام لون مغاير،

٦- **الدقة/ الصحة:** من خلال إيصال معلومات صحيحة، وتجنب المبالغة والمغالة والتعميم، ناهيك عن اللغة السليمة المناسبة للرسالة (الاتقان التام في كتابة الرسالة).

٧-الكمال/ الشمول: وذلك في حالة استيفاء المتطلبات التالية:

- أن تتضمن الرسالة جميع الحقائق والمعلومات التي يحتاجها القارئ.
- تقديم أي معلومات إضافية يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على القارئ.
- أن تتضمن الرسالة جميع الحقائق والمعلومات التي يحتاجها القارئ.
- تقديم أي معلومات إضافية يمكن أن يكون لها تأثير إيجابي على القارئ.
- تضمن الرسالة أجوبة لجميع التساؤلات التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ.
- أن تتضمن الرسالة أي معلومات تسهم في بناء السمعة الحسنة لدى القارئ.
- الرسالة الكاملة: (تحقق النتائج المرغوبة دون تحمل تكاليف إضافية لاستكمال النقص في رسائل لاحقة، بناء انطباع حسن لدى القارئ حول مصدر الرسالة، توفير نفقات كثيرة إذا ما قام المستلم بعمل خاطئ نتيجة النقص في المعلومة).
- الرسالة الكاملة: (تحقق النتائج المرغوبة دون تحمل تكاليف إضافية لاستكمال النقص في رسائل لاحقة، بناء انطباع حسن لدى القارئ حول مصدر الرسالة، توفير نفقات كثيرة إذا ما قام المستلم بعمل خاطئ نتيجة النقص في المعلومة، ...).

• اختيار الكلمات بحكمة ودقة:

إن المعنى الحقيقي لما نكتبه ليس في الكلمات نفسها، وإنما في عقل الكاتب، ولتحقيق الاتصال الناجح، يجب أن تمثل كلمات الرسالة نفس الشيء والمعنى في عقل كل من المرسل والمستقبل، وهي مهمة صعبة لتفاوت الإدراك بين الأفراد. اختيار الكلمات بحكمة ودقة

ولأجل تقليص احتمالات سوء الاتصال، فيما يتعلق بكتابة الرسائل، وجب الأخذ في الاعتبار جملة جوانب، من أهمها:

- مبدأ التكيف: أي اختيار الكلمات الملائمة للقارئ وفقاً لشخصيته وخلفيته العلمية ...؛
- مراعاة أهداف الرسالة: الهدف الرئيس للرسالة (إعلام، شرح، تغيير)، والهدف الثانوي المتعلق بالعلاقات العامة (السمعة الجيدة، والنية الحسنة)، بمعنى أن نبيرة الرسالة صادقة وواقعية ولبقة لتنال ثقة القارئ؛

اختيار الكلمات بحكمة ودقة:

- نوعية الكلمات المختارة: واقعية، محددة، بسيطة، مبنية للمعلوم، ايجابية، قصيرة، محادثة، مألوفة، مباشرة...)
- التوفيق بين صيغة المبني للمعلوم والمجهول.
- الميل نحو الإثبات أكثر من النفي: (إخبار القارئ ما نستطيع فعله، لا ما لا نستطيع فعله).
- الموازنة بين الإسهاب والإيجاز.
- تفضيل الكلمات المألوفة.

تسهيل وصول وقراءة الرسالة:

- موضوع الرسالة: صياغته بشكل واضح وذا معنى ومشوق.
- بداية الرسالة: واضحة وهادفة ومباشرة، تحدد الموضوع والغرض.
- وضع الاستنتاجات في بداية الرسالة أو نهايتها: حسب اهتمامات القارئ، وموقفه من مصداقية المرسل.
- نهاية الرسالة: وهي لا تقل أهمية عن بداية الرسالة. ومع إكمال الرسالة ينبغي أن تكون قد أكملت الموضوع الذي تناولته الرسالة، وأن تترك لدى القارئ انطباعاً إيجابياً قوياً عنك وعن منظمتك، ويمكنك إنهاء الرسالة بأي مما يأتي:
- تكرار النقاط الرئيسية في الرسالة.
- ذكر النتائج المرغوبة.
- اقتراح ما يجب فعله.
- اقتراح الخطوات التالية.

الاسلوب سهل القراءة :

- يشمل أسلوب الكتابة عدة عناصر: التنظيم والترتيب، وبنية الجملة وطولها، وبنية الفقرة وطولها، واختيار الكلمات؛
- يشير الأسلوب إلى الطريقة التي يعرض من خلالها الكاتب أفكاره؛
- الأسلوب سهل القراءة يساعد القارئ على فهم ما كتب من خلال قراءة الرسالة مرة واحدة بتمعن، ولكن بسرعة؛
- يجب مراعاة أن رسائل الأعمال تستهدف الحصول على رد فعل واستجابة القارئ وليس على إعجابه بأسلوب القراءة؛

الاسلوب سهل القراءة : وحتى تكون الرسالة فعالة وناجحة، يجب أن تتلائم مع:

- الهدف من الرسالة والعوامل الموقفية؛
- طبيعة المستقبل.

المحاضرة الرابعة عملية كتابة رسائل الاعمال

عناصر المحاضرة :

- تخطيط الرسالة
- جمع المعلومات
- تحليل وتنظيم المعلومات
- صياغة مسودة الرسالة
- المراجعة
- تقييم الاستجابة

تخطيط الرسالة :تتضمن هذه المرحلة :

- **تحديد الهدف من الرسالة :** (لماذا سنرسل الرسالة، ماذا نريد من القارئ، ماذا نامل تحقيقه؟...)
- **تحليل القارئ:** من هو بالتحديد؟ ما هي خلفيته؟ معرفته بموضوع الرسالة، توقع رد فعله، توقعاته.
- **تحليل الموقف:** الاعتبارات الموقفية التي تؤثر على رد فعل القارئ.
- **تحديد الأفكار التي تتضمنها الرسالة .**

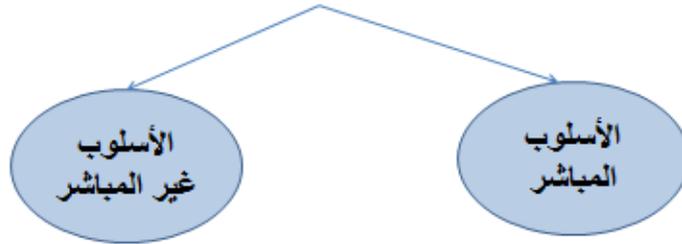
جمع المعلومات :

جمع ما يلزم من حقائق وارقام واثباتات وادلة بالاستعانة بالمصادر الاولية والثانوية :

- المراسلات السابقة.
- العقود والاتفاقيات.
- الكتيبات والنشرات.
- التقارير.
- الاستشارات.
- اجراء الاستبيانات او المقابلات ان لزم الامر.

تحليل وتنظيم المعلومات : يتطلب تنظيم المعلومات:

- دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها.
- معرفة الاثباتات والأدلة التي تطلبها.
- تحديد الأفكار المحورية والمساندة.
- تحديد ترتيبها المنطقي .



- الأسلوب المباشر: الهدف والموضوع الأساسي، التفاصيل... يستخدم في حالات :
- الاخبار السارة
- توقع رد فعل ايجابي
- كون الرسالة محايدة

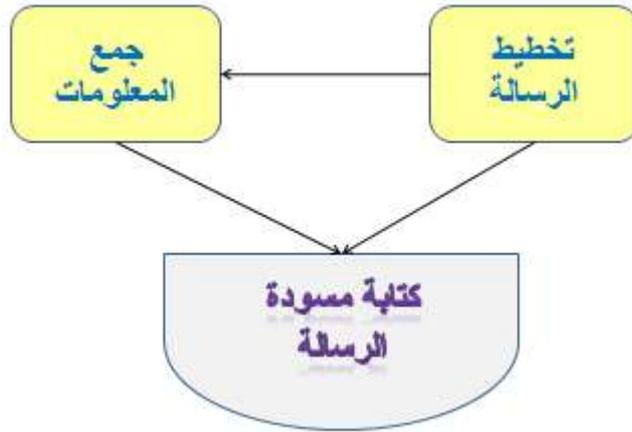
الأسلوب غير المباشر: يبدأ الرسالة بمقدمة ثم التوضيحات ... يستخدم في حالات:

- الأخبار السيئة
- توقع رد فعل سلبي من المستقبل
- الرسائل الإقناعية

الانطباع الأول دائم، نتذكر بشكل أفضل ما نقرأه او نسمعه اخيرا)

الفقرة الختامية: يجب ان تكون قوية، واضحة ومؤدبة، تترك انطباعا جيدا:

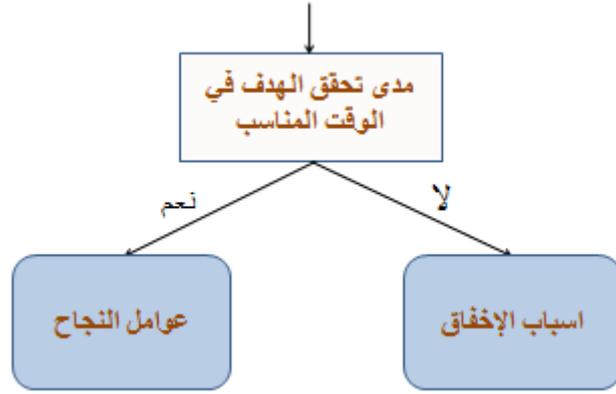
- ان يكون الاجراء المطلوب من القارئ واضحا وكاملا
- تضمين الفقرة الختامية فكرة ايجابية
- تكون موجزة وسليمة لغويا
- الاشارة الى ما يمكن تحقيقه من ايجابيات
- **صياغة الرسالة :**



مراجعة الرسالة:

المضمون والوضوح التام	التنظيم والتنسيق	الأسلوب ونبرة الكتابة
- هل الأهداف واضحة؟ - هل الرسالة شاملة لجميع المعلومات؟ - هل الجمل واضحة؟ - هل الكلمات مناسبة؟ - هل تم قول المقصود بالضبط؟ - ألا تحتل الرسالة تأويلات أخرى؟ - هل المقدمة مقنعة؟	- هل تم اختيار خطة فاعلة؟ - هل صممت الرسالة على نحو يسهل قراءتها؟ - هل التصميم ركز على النقاط الأساسية؟ - هل تم وضع النقاط الايجابية والسلبية في مكانها؟	- هل الرسالة سهلة القراءة؟ - هل الرسالة ودية لبقة ومؤدبة؟ - هل تم استخدام صيغة المخاطب بشكل فعال؟ - ما هو شعورك كقارئ للرسالة

تقييم الاستجابة :



المحاضرة الخامسة بنية الرسالة وتصميمها

عناصر المحاضرة :

مقدمة:

هيكل الرسالة

تصميم الرسالة

الغلاف

بنية الرسالة :

الأجزاء الرئيسية	الأجزاء الثانوية
- الترويسة	- العناية او
- العنوان	- الاهتمام
- عنوان المرسل اليه	- الحروف الأولى
- المرجع/الاشارة	- المرفقات
- التاريخ	- النسخ الكربونية
- التحية الافتتاحية	- حاشية الرسالة
- الموضوع	- ترويسة الصفحة
- المتن	- الثانية
- التحية الختامية	
- التوقيع	

١- الترويسة: (اعلى اليسار او وسط الصفحة)

اسم المرسل، عنوانه، هاتفه

شعار المنظمة

الشكل القانوني للمنظمة

مبلغ رأس المال

ارقام الهواتف والفاكس والعناوين الأخرى قد تكون في أسفل الصفحة

٢- المرسل اليه: (يمين الصفحة)

اسم المرسل اليه

الوظيفة (يكتب اللقب الوظيفي بشكل صحيح)

المنظمة

العنوان

٣- المرجع: رقم الرسالة

كل منظمة لها طريقة معينة للترقيم

الترقيم يساعد على الارشفة

٤- التاريخ: يكتب كاملا

٥- التحية الافتتاحية: عبارة ترحيبية رقيقة نحوي بها القارئ. نختار العبارة التي تناسب مكانة المرسل

٦- الموضوع: يطبع في وسط الصفحة

٧- المتن: يشمل المعلومات، البيانات، التحليل، المناقشة، الادلة...، يتفاوت الطول حسب الموضوع

- الفقرة الأولى: مقدمة

- الفقرة الثانية: صلب الموضوع

- الفقرة الثالثة: ملخص الرسالة والتوصيات والاقتراحات والخطوات المقبلة

٨- التحية الختامية: عبارة رقيقة نختم بها الرسالة.

العبارة يتم اختيارها حسب مكانة المرسل اليه والعلاقة بينه وبين المرسل حسب مستوى الرسمية.

٩- **التوقيع:** هو آخر جزء في الرسالة (الأجزاء الرئيسية)

• **الأجزاء الإضافية:**

١- **العناية:** في حالة كون الشخص الذي يقرأ الرسالة غير المرسل اليه المذكور

٢- **الحروف الأولى:** الحرف الأول من اسم الشخص والجرف الأول من اسم العائلة لكاتب او طابع الرسالة

٣- **المرفقات:** مثل الكتيبات، الكتالوجات، عرض الأسعار، تقارير...

٤- **النسخ الكربونية:** في حالة توجيه نسخ من الرسالة الى جهات غير المرسل اليه يذكر في اسفل الصفحة: صورة الى :

٥- **حاشية الرسالة:** يتضمن هذا الجزء في اسفل الصفحة معلومات اضافية

٦- **ترويسة الصفحة الثانية:** في حالة تعدد الصفحات يطبع في اعلى الصفحات ابتداء من الثانية: المرسل اليه، تاريخ الرسالة...

تصميم الرسالة: يقصد بالتصميم المظهر المادي للرسالة

الرسالة الناحجة تشمل الشكل والمحتوى

- الهوامش
- المسافات الفقرات
- الورق المستخدم
- تأكيد أجزاء الرسالة
- تصميم الترويسة

التصميم قد يكون:

-عمودي تماما - شبه عمودي - شبه عمودي ذي فقرات متدرجة

المغلفات: يراعي في استعمال المغلفات:

- استعمال مغلف جديد
- طباعة اسم المرسل وعنوانه كاملا
- لا نستعمل الصمغ والمواد اللاصقة لإغلاق المغلف

قد تكون المغلفات:

- المغلفات العادية
- المغلفات ذات الشبك الشفاف

المحاضرة السادسة الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية

عناصر المحاضرة:

- مقدمة
- الرسائل الايجابية
- الرسائل الجوابية
- الرسائل الحيادية

مقدمة :

- المراسلات الادارية متنوعة
- الفعالية الاتصالية تقتضي ان تكتب كل رسالة حسب موضوعها
- العرف الاداري اسس لتصنيفات عديدة من انواع الرسائل
- **الرسائل الايجابية هي:**
 - التي تحمل معلومات ايجابية او اخبارا سارة للقارئ.
 - يترتب عنها توقع رد فعل ايجابي من المقارئ.

- **خطة التنظيم:** تكتب الرسائل الايجابية بالاسلوب المباشر
- **البداية:** تتضمن موضوع الرسالة، هدف الرسالة، الفكرة الرئيسية او المعلومات المفضلة لدى القارئ
- **الوسط:** يشتمل على التوضيحات التي تناسب الحالة مثل: تفاصيل ضرورية، معلومات تعليمية ارشادية، معلومات تكرر البيع والترويج للرسالة. الجزء الوسط في الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية هو **الجزء الرئيس**
- **النهاية:** تكون ايجابية ودية متضمنة عبارة واضحة عن الاجراء المرغوب من المستقبل وتحفيزه على العمل
- **أنواع الرسائل الايجابية:**

رسائل الاستفسار: هي رسالة تطلب فيها معلومات ك:

- عرض الأسعار
- الكتالوجات
- العينات
- توفر السلعة
- موصفات السلعة
- الضمان والكفالة
- التامين
- الخصم
- قائمة الاسعار
- شروط الدفع

هيكل رسالة الاستفسار: الكتابة تتوقف على توقعك لرد فعل المرسل اليه، تكتب الرسالة باتباع:

١- **البداية مباشرة بصيغة السؤال المباشر.**

إذا كتبت الرسالة بصيغة الأسئلة يفضل :

- ترقيم الأسئلة
 - ان نفرد لكل سؤال سطر
 - استخدام صيغة السؤال المباشر
 - تجنب الأسئلة التي تكون اجابتها نعم او لا
- ٢- **ذكر المعلومات التوضيحية:** في حالة الكتابة لأول مرة نقدم نبذة عن المنظمة ونشاطاتها والسلع التي تتاجر بها،
- ٣- **توضيح مبررات طلب الاسئلة، اسباب اختيار المرسل اليه...**
- ٤- **الاشارة الى مدة توقع الرد**

٥- اختتام الرسالة بعبارة ودية . الرسائل الجوابية Reply Letters



عناصر رسالة الجواب:

- ١- اشكر مرسل الرسالة الاستفسارية
- ٢- أذكر بوضوح موضوع الرسالة، وأنك تستجيب للطلب
- ٣- أشر الى المراسلة/ رسالة الاستفسار التي تجيب عليها
- ٤- واصل تقديم اجاباتك عن الاسئلة الواردة في رسالة الاستفسار وحسب ترتيبها
- ٥- قلل من تركيزك على الانباء غير السارة، ركز على الاجابات الايجابية السارة
- ٦- قدم معلومات توضيحية و اضافية للمستفسر لتثير رغبته في السلعة/الخدمة
- ٧- يمكنك ان تحيل المستفسر الى جهة أخرى اذا لم يكن باستطاعتك تلبية طلبه
- ٨- اختم رسالتك بصورة لطيفة تناسب الموقف كالتعبير عن الاستعداد لتقديم مساعدة اخرى او التعبير عن الامل في علاقات عمل ودية ومثمرة ودائمة.

• رسائل طلب البضائع :

- هي اكثر الرسائل انتشارا
- يطلب فيها المرسل / الزبون من البائع تزويده بسلع / خدمات أو كليهما.
- كثيرا ما تطلب البضاعة من قبل مندوبي المبيعات أو باستخدام نماذج معينة.

• تنظيم رسالة الطلب:

- ابدأ فوراً بتفويض القارئ/ البائع، مثلا: "أرجو أن ترسلوا لنا..."
- أذكر بوضوح ودقة جميع التفاصيل الضرورية عن السلع المطلوبة
- أذكر أية معلومات ضرورية فيما يتعلق بالدفع، التسليم والكفالة والتأمين والشحن والتغليف وأية متطلبات أو شروط أخرى خاصة.
- اختم الرسالة بصورة ودية لبقة تناسب الموقف
- **الرسائل الحيادية:** هي تلك الرسالة التي تتضمن أنباء او معلومات لا تعتبر سارة ولا غير سارة بالنسبة للقارئ.

تكتب بمنهجية الرسائل الايجابية (الأسلوب المباشر).

تبدأ الرسالة بالفكرة الرئيسية أو الغرض أو الموضوع الأساسي، يلي ذلك توضيحات محددة ودقيقة حول الفكرة الرئيسية/ الغرض، واخيرا تختم الرسالة بصورة ايجابية ودية تناسب الموقف/ الحالة

• تستخدم الرسائل الحيادية لكتابة التعليمات للعاملين مثلا:

- أن تكون الجمل والعبارات واضحة جدا لجميع مستويات العاملين.
- تجنب نبرات/ لهجات التهديد والوعيد والكبرياء

المحاضرة السابعة الرسائل السلبية

عناصر المحاضرة:

- تعريف الرسالة السلبية
- تنظيم الرسائل السلبية
- نماذج عن الرسائل السلبية

تعريف الرسالة السلبية: الرسالة السلبية هي رسالة أو مذكرة داخلية تحمل أنباء سيئة وغير سارة للقارئ ويتوقع أن يكون رد فعله عنها سلبيا وأن يشعر بالحزن والأسى وعدم السرور صياغة وكتابة رسالة تحفظ العلاقة الجيدة/ وتحمل أنباء غير سارة، تتطلب قدرا كبيرا من الخيال والمواهب والمهارات.

وعليه يجب مراعاة:

- جعل القارئ محور الرسالة.
- تجنب الإشارة الى أنظمة وقوانين وسياسات الشركة بدون توضيح ذلك.
- افترض أن القارئ يرغب أن يقوم بعمل الشيء الصحيح.
- في حالة الثناء استخدم المفرد، وفي حالة النقد استعمل صيغة الجمع.

• تنظيم الرسالة السلبية:

الأسلوب غير المباشر:

- الحاجز
- توضيح الظروف وتحليلها
- القرار، صريح مباشر أو ضمني، متضمنا اقتراحات مفيدة
- خاتمة/ نهاية ايجابية لطيفة

• الحاجز:

- الموافقة: وافق على شيء ما طلبه القارئ
- التقدير: وجه الشكر للقارئ موضحا سبب ذلك
- التوكيد: أكد للقارئ اهتمامك الكبير في النظر بعناية في جميع الحقائق والمعلومات المتوافرة عن المشكلة.

- الثناء: امدح القارئ بسبب أشياء جيدة تتعلق بطلبه أو سجله الماضي

- التعاون: اظهر للقارئ رغبة صادقة في مساعدته

- سارة: تبدي موافقتك على منح القارئ جانبا من طلبه، إذا أمكن ذلك

- التفهم: بين للقارئ أنك تتفهم القارئ وتتحسس مشكلته

- لباقة حيادية: ابدأ الرسالة بعبارة لا تعطي معنى محدد ولا تتضمن التزاما منك

• التوضيح والتحليل : ذكر أسباب ومبررات صادقة ومقنعة عن كون النتيجة مختلفة بكل

وضوح يمكن تجنب التوضيح إذا كانت المسألة روتينية

هذا التوضيح يكون ما قبل القرار و يجب مراعاة :

- إقناع القارئ بالعمل على مصلحته
- الشرح بلطف ولباقة الحقائق المتعلقة بالموضوع
- التوضيح بأن الأمر عولج بالاهتمام البالغ

• **القرار الصريح او الضمني : نتبنى القرار الصريح او الضمني حسب الحالات:**

- في حالة وضوح المبررات وامكانية استنتاجها من قبل القارئ يذكر القرار ضمنا
- إذا كان القارئ قد يسيء فهم القرار الضمني يذكر القرار بوضوح في نهاية التوضيح
- تقديم اقتراح بديل او مخالف

• **خاتمة ودية ايجابية للرسالة:**

- اكد للقارئ بأنك تقدره مثل أي زبون آخر أو مستفسر يتوقع أن يكون زبونا في المستقبل.
- شجع القارئ أن يكون احد زبائن المنظمة في المستقبل.
- وضح للقارئ ما العمل الذي يطلب منه القيام به
- عبر بوضوح عن استمرار اهتمامك بمصلحة القارئ وخدمته

• **الأسلوب المباشر : يمكنك استعمال الاسلوب المباشر في الحالات الآتية:**

- إذا كانت الرسالة روتينية .
- إذا كنت تعرف جيدا أن القارئ يحب الأسلوب المباشر.
- إذا كانت الرسالة ملحة عاجلة.

• **نماذج الرسائل السلبية**

- رسائل الاعتراف بتسلم رسائل طلب بضاعة لا يمكن تنفيذها:
- عبر عن تقديرك، واشكر الزبون على اهتمامه بالبضاعة وطلبها.
- اذكر بوضوح وبطريقة يفهمها تجعل الزبون يقتنع بمبررات عدم تمكنك من تلبية طلب الزبون
- عبر عن اسفك واعتذارك عن عدم استطاعتك تلبية طلب الزبون
- اشرح للزبون بوضوح كيف يمكنه/يمكنها الحصول على البضاعة المطلوبة
- اختم رسالتك بان تتاح لك فرصة أخرى تستطيع فيها تقديم أفضل خدمة
- **الرسائل الجوابية السلبية:** مثل هذه الرسائل هي رد على استفسار عن شخص او جهة معينة، كان يطلب مرسل الاستفسار تزويده بمعلومات/توضيحية عن شخص
- **رسائل المطالبات/الشكاوى :** من أجل كتابة رسائل مطالبات ناجحة، تراعى التوجيهات الآتية:
- تحقق جيدا أن هناك حاجة حقيقة للرسالة قبل الابلاغ عن المطالبة.
- اكتب الرسالة او ارسلها حالا فور تأكّدك من الخطأ.
- افترض أن البائع يرغب في تصحيح الموقف- ومن مصلحته فعل ذلك.
- لا تفترض أنه يجب لوم البائع دائما.
- احصر المطالبة في سرد الحقائق، ولا تتطرق الى شرح كيف يمكن أن يكون قد حصل هذا الخطأ.

- استعمل صيغة المبني المجهول حتى لا يعتقد القارئ أنه سبب الخطأ وهو من يجب أن يلام.
- اكتب بلباقة وأدب، ولا تكن فظا.

• **خطة كتابة رسالة المطالبة:**

- عرف الحالة، ضمن الجزء "الموضوع" في الرسالة.
- ابدأ المطالبة بعبارة مباشرة توضح المشكلة، اشرح بوضوح ما هو الخطأ الذي حصل للبضاعة.
- يمكنك توضيح الضرر والخسارة التي سببها الخطأ لمنظمتك (الازعاج، فقدان زبائن وماشابه).
- قدم ما أمكنك من الحقائق التي تعزز وتدعم المطالبة، وتجنب استعمال كلمات غاضبة أو كلمات /عبارات تتضمن الاتهام أو عدم الثقة.
- يمكنك أن تهيب بنزاهة وسمعة البائع لتشجعه على ان يعالج الأمر فوراً.

- أذكر بوضوح ما الذي يجب عمله.
- أختتم رسالتك باتجاه لبق وودي، يمكنك أن تعبر عن تقديرك لما يجب أن يتم عمله.

.....
.....

السادة.....

تحية طيبة

الموضوع: رسالة طلب غسالات رقم.....

نشكركم جزيل الشكر على شحن (٢٥) غسالة نوع "سوبر" موديل ٨١٧، التي طلبناها بموجب رسالتنا طلب بضاعة بتاريخ ١٥ مارس ٢٠٠٨. نأسف لابلغكم بان خمس غسالات من بين ال(٢٥) غسالة، قد لحق بها أضرار بالغة وحين تسلمنا البضاعة كان واضحا أن الصناديق التي احتوت الغسالات بدت بحالة جيدة لذلك قمت بتسلم الغسالات شخصيا وبغاية فائقة، وأستطيع أن افترض أن الضرر قد حصل في مرحلة من التغليف. أرفق لكم قائمة بالغسالات المعطوبة، وسأكون سعيدا اذا ما استبدلتم الخمسة كاملة في أقرب وقت ممكن. وفي هذه الاثناء احتفظت بالغسالات جانبيا وسأخذ ترتيبات اعادة شحنها اليكم. وتفضلوا.....

.....

- **رسائل رفض منح تسوية لرسائل المطالبات:** نتبع الخطوات الآتية في كتابة رسالة الرفض:
- عرف الحالة/ الموضوع باستخدام عبارة حيادية للموضوع.
- مثال: الموضوع: رسالتكم حول أجهزة الحواسيب بتاريخ ١٥ حزيران
- يمكنك، أن تعبر عن شكرك/ تقديرك للزبون لأنه لفت انتباهك للموضوع
- ابدأ بملاحظة أو تعليق حيادي(لا يتضمن الموافقة أو الرفض) حول المسألة
- اعرض التوضيحات التي تدعم وتعزز رفض منح التسوية.
- أذكر الرفض بشكل منطقي، ومنظم وواضح، مستخدما كلمات/ عبارات ايجابية وصيغة المبني للمجهول، لا تؤكد كثيرا على الرفض
- قدم بديلا، اذا كان ذلك ممكنا.
- اختتم رسالتك بتعليق/ ملاحظة لبقة بعيدا عن موضوع الرفض

.....

.....

رسالة تسوية رفض

.....

.....

تحية طيبة وبعد

بصفتك متسوق ذكي، ياسيد.....، تعرف جيدا أن استغلال مواسم التنزيلات يعني الشئ الكثير، لقد وفرت ٥٠% من ثمن المعطف الذي اشتريته من معرضنا في دبي في تنزيلات نهاية الموسم الأخير. وتصميمك على السفر من أبو ظبي الى دبي للشراء من معرض "الزين وشركاه" يدل بوضوح على اهتمامك بالجودة والنوعية أيضا. ان الزمان أمثالك، يستفيدون من تنزيلاتنا في آخر الموسم من عدة جوانب: ليس فقط تحقق توفيرا كبيرا، وكذلك تتمتع بفرصة الاختيار من بين أحدث الموديلات. ان مبيعاتنا في تنزيلات نهاية الموسم تتيح لنا تغيير المخزون من البضاعة بصورة متكررة ومتابعة أحدث الموديلات.

كن متاكدا بان أي ملابس تشتريها من "الزين وشركاه" هي جديدة وأنتك أول من يستعملها. ونحن نشعر أننا مدينون بذلك لزيارتنا.

وبالرغم أن البضاعة المباعة لا ترد، فإنا نقوم بتعويض الزبون السعر الذي دفعه، اذا ما كان في السلعة عيب ما. نقدر لكم ولاءكم، ونأمل ان نستمر في كسب هذا الولاء.

وتفضلوا.....

.....

.....
.....
رسالة رفض منح انتمان

السيد:.....

.....
تحيةة طيبة:

تقدر عاليا طلب الشراء وطلب منح انتمان الموجه الينا، ويسعدنا دائما أن ننتهز كل فرصة لتقديم الخدمة الأفضل لكم

ان تقديم خدماتنا اليكم يعنى الشين الكثير لنا، ومن بين ذلك، أن ننظر الى مصلحتكم ومصحة جميع زبائننا بكل اهتمام وحرص، وان الاهتمام بمصالح عملائنا يدفعنا ويشجعنا الى منح الانتمان لأولئك الأشخاص الذين بوسعهم الاستفادة من ذلك (الانتمان). وبالتسبة لحالتك، وفي ضوء المعلومات التي تسلمناها من المعرفين الذين اقترحتم علينا، فانا نشعر وبكل صدق بأن قيامك بالشراء نقدا هو الأفضل لمصلحتك، في هذا الوقت.

ولأننا نعلم بأنك ترغب في الحصول على البضاعة وهي جاهزة للشحن لكم بمجرد اعلامنا بذلك. تجدون مغلفا بريديا معنونا الينا لارسال الشيك/ الحوالة لنا.

وسنعمل على شحن البضاعة اليكم فور تسلمنا طلب الشراء.

.....
.....

المحاضرة الثامنة الرسائل الإقناعية ورسائل البيع

• عناصر المحاضرة

- الرسائل الإقناعية
- رسالة طلب انتمان
- رسالة طلب انتمان
- رسائل التحصيل
- رسائل البيع

الرسائل الإقناعية : من المتوقع جدا أن تقوم أثناء عملك بكتابة رسائل ومذكرات داخلية عديدة تطلب فيها من القارئ القيام بعمل ما:

- اتخاذ اجراء ما.
- قبول وجهة نظر.
- أداء خدمة معينة.
- تحقيق رغبتك.
- التغيير وما شابه ذلك، (طلب تسوية، طلب بضاعة، طلب انتمان، طلب قرض، طلب تحصيل/ دفع دين مستحق، طلب ترقية، طلب عمل...الخ).

• اسلوب كتابة الرسائل الإقناعية:

- الاسلوب المباشر:

يستخدم في حالات: إذا كان الطلب بسيطا روتينيا وشخصيا تعتقد أن القارئ سوف يستجيب لطلبك دونما تردد،

يتكون الأسلوب المباشر من: الفكرة الرئيسية، الغرض من الرسالة، الموضوع- اذكر الطلب والسبب. التوضيح: الحجج والتفاصيل اللازمة حتى يستطيع القارئ أن يستجيب بدقة. نهاية لبقة مهذبة -أطلب بلباقة الاجراء الذي ترغبه.

- الأسلوب غير المباشر:

في المواقف والحالات :

- الصعوبة المعقدة والحساسية.
- وإذا كان الطلب غير روتيني.
- ومن المتوقع ان يرفضه القارئ أو يتردد في الاستجابة كما ترغب.
- او أن الاستجابة تتطلب منه تضحية شخصية.

تتكون خطة رسالة الإقناع من أربعة اجزاء:

- اجذب انتباه القارئ.
- اعرض الحقائق والحجج بشكل مقنع والكتابة من وجهة نظر القارئ.
- اذكر طلبك بوضوح وبدون ذكر أي سلبيات.
- اختم الرسالة بصورة ايجابية.

رسالة طلب انتمان :تخطط رسالة طلب انتمان على النحو الآتي:

- ابدأ مباشرة بالموضوع، حدد نوع الانتمان الذي تحتاجه، وكيف ومتى سوف تقوم بتسديده
- قدم توضيحا مبينا الهدف والاسباب وراء طلب هذا الانتمان
- اذكر علاقتك ومعاملاتك السابقة مع المورد/البائع وسمعتك
- اظهر استعداداتك لتقديم اي معلومات اضافية /أو تقديم اسماء معرفين

رسائل التحصيل : يجب ان تسعى رسالة التحصيل لتحقيق هدفين هما:

- اقناع المشتري/ الزبون بتسديد مبلغ استحق تسديده منذ حين.
- الإبقاء على العلاقة الحسنة والتعاون المثمر المتبادل مع الزبون.
- **تتضمن عادة حملات التحصيل ثلاث مراحل:**
- التذكير في المرحلة الأولى/المبكرة .
- الإقناع في المرحلة المتوسطة (طلب قوي).
- الإلحاح في المرحلة الأخيرة .

رسالة تحصيل تذكيرية

السيد -----

تحية طيبة وبعد،

الموضوع:

لقد مضى أكثر من شهر على موعد استحقاق قسط شهر نيسان ولم يصلنا هذا المبلغ حتى الآن. وفي ضوء سجلك الجيد معنا خلال السنوات الخمس الماضية، فإننا نثق جيدا بانك ترغب فعلا بتسوية حسابك بارسال شيك بالمبلغ حالا. ولأجل راحتكم نرفق لكم مغلفا يشتمل عنوان الرد او الطابع البريدي. نقدر لكم عاليا معاملاتكم الجيدة السابقة معنا، ونتطلع دوما لخدمتكم. وتفضلوا.-----

- **رسائل البيع:** رسالة البيع هي رسالة من البائع/المورد الى القارئ/الزبون بيدي (البائع) فيها استعداداه ورغبته في تزويد القارئ/ الزبون بسلعة او خدمة او كليهما
- قد تكون رسالة البيع بناء على طلب مسبق
- **أهمية رسالة البيع:**
- تعتبر رسائل البيع أقل تكلفة من الوسائل الأخرى.
- تعتبر رسائل البيع أكثر دقة لأنه يمكن اعدادها وتكييفها لتناسب فئة معينة بدلا من الجمهور عامة.
- الضوابط والتشريعات الحكومية التي تنظم وتضبط وتراقب رسائل البيع اقل بكثير عما هي عليه بالنسبة لوسائل الدعاية الأخرى.
- **عملية الاعداد لرسالة البيع:**
- **دراسة وتحليل السلعة**
- ما هي استعمالات السلعة واستخداماتها؟ كيف يمكن ان تفيد القارئ؟
- كيف تم تصنيعها وانتاجها؟ ما هي المواد التي تدخل في انتاجها؟
- ما هي المزايا والمنافع التي توفرها السلعة مقارنة بالمنتجات المماثلة؟
- ما هو سعر السلعة للزبون/ العميل؟
- كيف تعمل؟ وكيف تستعمل؟
- ما مدى سهولة/ صعوبة صيانتها وتصليحها؟
- ما هو الضمان/ الكفالة ومدتها المقدمة مع السلعة؟
- ما مقدار المال والجهد والوقت الذي يمكن أن توفره السلعة للزبون/ العميل؟
- **تقرير إستراتيجية وجاذبية البيع:**
- **إستشارة وتفعيل دوافع الشراء "الكامنة" داخل القارئ / المستفيد:**
- الاغراءات البيعية العاطفية

- الاغراءات البيعية العقلانية.
- **اعداد قائمة المستفيدين المستهدفين.**
- **تحديد السعر.**
- **تنظيم رسالة البيع:**
 - جذب انتباه القارئ (الانتباه).
 - استثارة الرغبة لدى القارئ بالسلعة.
 - ايجاد الرغبة لدى القارئ بشراء السلعة.
 - تشجيع القارئ على اتخاذ اجراء معين.
- **جذب انتباه القارئ/ المستفيد:**
 - جملة أو سؤال تستفز به القارئ: "ان أفضل ما تميز به ثلاثتنا "سوناتا" هو شئى لا يمكنك مشاهدته".
 - قدم عرضا: "اشتر زوجا من الأحذية واحصل على الثاني مجانا".
 - اعرض حقائق: "لا تزال مكيفات جنرال التي تمتلكها شركة الوفاء للتأمين تعطي أفضل تبريد صيفا وتدفئة شتاء ويهدوء تام كما كانت دائما بالرغم من مرور (١٥) سنة على استعمالها.
 - وجه سؤالاً يقود القارئ الى الاجابة بصورة معينة "ألا ترغب في كسب المزيد من مقابل دينار واحد أسبوعيا؟ ألا ترغب في شراء سيارة في المستقبل؟ ألا تخطط لقضاء الصيف الحار في ربوع - - - - - ؟"
 - استخدام الصور والرسومات والوسائل الفنية .
 - طباعة عبارة معينة أو توضيح معين على مغلف الرسالة.
 - توجيه الرسالة باسم القارئ/ المستفيد.
- **إثارة اهتمام القارئ:** استخدام الحجج والبراهين والأدلة الشائعة
 - نتائج فحوصات مختبرية تتعلق بالسلعة.
 - آراء مستفيدين (زبائن) مشهورين ممن استعملوا السلعة لفترة طويلة.
 - حقائق وأرقام من تقارير المستفيدين من السلعة.
 - معروفون (قائمة بالزبائن الذين عبروا عن رضاهم التام عن السلعة).
 - مقارنة السلعة بسلع منافسين آخرين.
 - وصف مكونات (المواد التي تصنع منها) السلعة.
 - تقديم عينات مجانية- أن يقوم القارئ بتجريب السلعة مجانا.
 - ضمان/ كفالة السلعة.
 - دعوة القارئ لزيارة المصنع للاطلاع مباشرة على عمليات التصنيع.
 - دعوة القارئ للمعرض لحضور عرض لاستعمال السلعة.
- **شجع/ادفع القارئ للقيام بعمل إيجابي:**
 - أخبر القارئ بشكل واضح ما الذي يجب أن يفعله بالتحديد.
 - أخبره كيف يستطيع القيام بذلك.
 - احرص أن يكون بوسعه القيام بالعمل بسهولة.
 - اجعل سعر السلعة يبدو مناسباً من وجهة نظر القارئ.
 - دفع القارئ وحته على انجاز ما هو مطلوب فوراً دون إبطاء (قبل أن ينسى الأمر أو يراوده التردد في الشراء)، وتحديد موعد لذلك.

المحاضرة التاسعة عملية طلب التوظيف

الجزء الأول:

عناصر المحاضرة:

مقدمة.

البحث عن الوظيفة.

طلب الوظيفة.

بيان السيرة الذاتية.

مقدمة:

الحرص على توفير جميع فرص النجاح
في الحصول على الوظيفة:
• كتابة الطلب بعناية
• إعداد بيان سيرة ذاتية مقنع
• الإعداد الجيد للمقابلة

- البحث عن الوظيفة عملية شاقة جداً.
- تكون أكثر صعوبة في الظروف الاقتصادية السيئة.
- الخريجون يتدفقون الى سوق العمل سنويا افواجا.
- نسبة البطالة عالية عالمياً.

أولاً: البحث عن الوظيفة:

- بناء شبكة واسعة من العلاقات
- المعرفة الجيدة للنفس
- اختيار المسار الوظيفي

(1) بناء شبكة واسعة من العلاقات:

- زملاء الدراسة سواء في الجامعة او ما قبلها.
- الأصدقاء من غير الطلبة.
- الزيارات واللقاءات العائلية.
- الحرص باستمرار على المشاركة مع الأهل في زياراتهم ولقاءاتهم العائلية والاجتماعية.
- أعضاء الهيئة التدريسية.
- المسؤولون الذين يشغلون وظائف/ مناصب عالية في الجهات المختلفة في القطاعين العام والخاص.
- حاول جادا ان تشارك في الاندية والجمعيات والمنظمات والهيئات المدنية العاملة في خدمة المجتمع.

(2) البحث عن فرص العمل/الوظائف الشاغرة:

- مكاتب التوظيف والعمل، بما في ذلك مكتب التوظيف والعمل في جامعتك .
- الاعلانات في الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع وغيرها.
- الانترنت من خلال الاطلاع على مواقع بعض المنظمات على الشبكة.
- الاتصال بالاصدقاء والاقارب وغيرهم ممن تعرفهم ويعرفونك.

- أن تقوم بأرسال رسائل طلب توظيف بالبريد للمؤسسات/ المنظمات التي قد ترى انها بحاجة الى خريجين من تخصصك.
- الاتصال بالمنظمات شخصيا والاستفسار عن وجود وظائف شاغرة.
- استطلاعات الرأي والدراسات المسحية التي يتم اجراؤها حول المنظمات المختلفة.

٣) تحليل الوظائف الشاغرة:

- نوع وطبيعة مهام ومسؤوليات وواجبات الوظيفية.
- المؤهلات العلمية والتدريب والخبرات التي تتطلبها الوظيفة.
- ظروف عمل الوظيفة وساعات العمل.
- طرق الالتحاق بالعمل.
- القدرات والمهارات والخصائص المطلوبة من ميول واتجاهات وقيم....الخ.
- مكان / موقع العمل.
- فرص التقدم والنمو والتطور

ثانيا: طلب التوظيف

- رسالة يكتب من قبل طالب الوظيفة
- ييدي فيه الرغبة في التوظيف
- كثيرا ما تطلبه المنظمات بخط اليد
- يعطي انطباع قويا عن المترشح خصوصا حينما يكتب فورا
- **يشتمل طلب التوظيف في الغالب على:**
- رسالة طلب وظيفة/عمل
- بيان السيرة الذاتية للمتقدم
- تفادي تكرار المعلومات بين رسالة الطلب وبيان السيرة الذاتية
- **تنظيم رسالة طلب وظيفة:**
- تعد رسالة طلب وظيفة بنفس مقومات رسالة البيع او الرسالة الاقناعية
- التقيد بالشروط الشكلية والشروط الموضوعية
- **رسالة طلب وظيفة هي في جوهرها رسالة إقناعية تتطلب:**
- جذب انتباه صاحب العمل.
- اثارة الاهتمام صاحب العمل.
- تشجيع صاحب العمل على اتخاذ قرار ايجابي.
- **جذب إنتباه صاحب العمل:**

- ومما يساعد على إثارة الاهتمام وتوليد الرغبة لدى صاحب العمل :
- الاظهار في الرسالة المعرفة الجيدة بمتطلبات الوظيفة.
- الذكر بوضوح للاهداف، و الطموحات و التطلعات .
- إعطاء الفرصة لصاحب العمل للتعرف عليك بشكل جيد.
- توضيح توافق المؤهلات العلمية والخبرات والقدرات والمهارات مع متطلبات وشروط شغل الوظيفة .
- ارفاق الطلب بشهادات الخبرة ورسائل التوصية.
- **اعتبارات هامة لكتابة رسالة طلب وظيفة:**
- الأفضل ان يكتب المعني رسالته.
- الغرض الفوري من الرسالة هو الحصول على فرصة للمقابلة.

- إرسال طلب الوظيفة تمثل المعيار الوحيد الذي يعتمد عليه صاحب العمل في تقييم المؤهلات والقدرات والمهارات، والتقييم بصورة عامة.
- توضيح مبررات واسباب اختيار المؤسسة الرغبة في العمل بها.
- الصدق والنزاهة ولتكن المعلومات والحقائق التي تتضمنها الرسالة مختصرة، واضحة، محددة وملموسة.
- تسليط الضوء بشكل بارز على مواطن القوة من قدرات ومهارات.
- التدعيم والتعزيز بالوثائق والمستندات وشهادات المعرفين.
- الاستعداد بتزويد صاحب العمل بمعلومات اضافية.

• أنواع رسائل طلب التوظيف:

- رسالة توظيف بناء على إعلان سابق
- رسالة توظيف بدون إعلان
- رسالة توظيف مع مقدمة :
- هناك وظيفة شاغرة
- تعرف جيدا ماهي متطلبات وشروط شغلها
- لا يحتمل ان يكون عدد المتقدمين لشغلها كبير

• تعبئة نموذج طلب وظيفة:

- أحضر ولديك جميع المعلومات التي تحتاجها .
- اقرأ واتبع تعليمات تعبئة الطلب .
- أكمل تعبئة الطلب بشكل انيق ومرتب.
- اجعل إجاباتك تتوافق مع الوظيفة التي تسعى للحصول عليها .
- لا تترك أي بند في الطلب بدون تعبئة .
- لا تعط معلومات سلبية.
- أجب على جميع الاسئلة/البند بصدق .
- لا تقترح راتبا محددًا .
- أذكر أسماء معرفين .
- احرص أن يتوافق الطلب مع بيان السيرة الذاتية .
- دقق الطلب قبل تقديمه .

ثالثا: بيان السيرة الذاتية (C.V) Curriculum Vitae:

- بيان السيرة الذاتية هو عرض موجز ومنظم لحقائق تتعلق بالشخص طالب الوظيفة، ويتميز بيان السيرة الذاتية بثلاث خصائص وهي:
- ان المعلومات التي تظهرها حقيقية يمكن التحقق من صحتها.
- إن الحقائق معروضة تحت عناوين مثل المؤهلات العلمية، الخبرات، المهارات .
- الحقائق تعرض تحت كل عنوان في شكل جدول او نقاط وليس في صيغة جمل.
- بيان السيرة وسيلة أداة ترويج وتسويق .
- بيان السيرة الذاتية اول ما يرسل الى صاحب العمل.

• متى وأين يعد ويكتب بيان السيرة الذاتية؟

ما هو الوقت الأفضل لكتابة بيان السيرة الذاتية؟

- يجب أن يكون بيان السيرة الذاتية معدا وجاهزا منذ التخرج.
- يحدث بيان السيرة الذاتية دوريا حسب الجديد.

- إعادة النظر في بيان السيرة الذاتية كلما تم التقدم لوظيفة.

هل يكتب بيان سيرة ذاتية واحدة ويعدل بالجديد فقط؟

- بيان السيرة الذاتية هو اداة ترويجية.
- لا يحدث فحسب بل يحدث حسب طبيعة الوظيفة.

• بيان السيرة الذاتية الناجح:

- بيان السيرة الذاتية الناجح يوفر الاجابة على التساؤلات التالية:
- هل يمتلك مقدم طلب التوظيف المتطلبات الأساسية اللازمة للوظيفة؟؟
- هل يمتلك مقدم طلب التوظيف مؤهلات أعلى من المتطلبات الأساسية؟؟
- هل يقوم مقدم طلب التوظيف بعمله الحالي بصورة ناجحة وجيدة؟؟

المحاضرة العاشرة عملية طلب التوظيف

الجزء الثاني....

عناصر المحاضرة:

- بيان السيرة الذاتية (تابع)
- مقابلات التوظيف
- رسائل أخرى تتعلق بالتوظيف
- **عناصر بيان السيرة الذاتية:**
 ١. المعلومات الشخصية. - ٢. تحديد هدف المسار المهني .
 ٣. التعليم . - ٤. الخبرة العلمية الانجازات.
 ٥. الانجازات. - ٦. مؤهلات/ مهارات خاصة.
 ٧. شهادات التقدير والجوائز. - ٨. عضوية الجمعيات المهنية.
 ٩. النشاطات. - ١٠. الاهتمامات . - ١١. الرخص والتسجيل. - ١٢. المعرفون.

• **توجيهات للكتابة الجيدة للسيرة الذاتية:**

- ان تكون جذابة للنظر،
- تكتب على ورق ابيض او رمادي فاتح يسهل قراءة معلوماتها
- تفادي استخدام نصف الصفحة أي اجعل الصفحة دانا مملوءة
- تجنب السيرة الطويلة (الأفضل ان تكون من صفحتين)
- اترك فواصل بين الفقرات والعناوين
- تجنب الزخرفة والاكثر من الألوان
- لا تستخدم الماسح في التصحيح بل اعد الطباعة
- العناوين الرئيسية تكون بارزة
- تجنب استخدام اختصارات اسماء المؤسسات
- **توجيهات:**
- استبعاد اية معلومات ليست ذات علاقة/صلة بالامر
- الابتعاد عن الاسهاب المطول-
- تجنب العبارات البراقة، الاناقة البلاغية، والحرص على اختيار كلمات توحى بالفعل/الإجراء والحسم
- تدقيق اللغة من حيث القواعد والاملاء...
- تذكر صاحب العمل/القارئ .
- ابراز الجوانب والأمور الرئيسية التي يبحث عنها صاحب العمل .

- **توجيهات:**
- رقم الصفحة في الأعلى.
- لا تستخدم أكثر من حجمين من الحروف.
- وازن بين الخط الداكن والفاتح.
- تجنب الخطوط تحت الكلمات.
- احرص على خلو السيرة من الأخطاء.
- استخدم عبارات قوية ومؤثرة .
- جملاً قصيرة و تنقيطاً واضحاً .
- اكتب على وجه واحد.
- **مقابلة التوظيف:**

المقابلة مرحلة حاسمة في التوظيف

هي الامتحان الذي يتقرر فيه اختيار المتقدم ام غيره

وفي استطلاع مع أصحاب الأعمال الذين أجروا مقابلات التوظيف أشار هؤلاء إلى الصفات الآتية مرتبة حسب أهميتها:

- (١) المظهر
- (٢) طريقة اللباس
- (٣) الشخصية
- (٤) الكلام، الصوت
- (٥) الاخلاق
- (٦) المهارات

• أنواع مقابلات التوظيف:

نصائح مفيدة	الوصف	نوع المقابلة
<ul style="list-style-type: none"> • تحدث ببطء ووضوح تحقيقاً للفهم. • تصور انك تجري مقابلة وجها لوجه. • توقع الاسئلة التي توجه إليك، وضع امامك رسالة التوظيف وبيان السيرة الذاتية تحقيقاً للتوافق 	تستخدم عادة بمثابة خطوة أولية لتصفية المتقدمين	مقابلة هاتفية أو بواسطة البريد الإلكتروني
<ul style="list-style-type: none"> • صافح من يقابلك بحرارة • حافظ على التقاء العينين • أظهر حماسك للمنظمة والعمل • كن ايجابيا اتجاه المنظمات السابقة 	سيكون حديث شخص - لشخص	واحد - لواحد
<ul style="list-style-type: none"> • نفس ما جاء في المقابلة السابقة • ابدأ بالتقاء العينين مع الشخص الذي يسألك، ثم حرك عينيك لتلتقي مع كل شخص في الغرفة. 	عدد ممن يقابلون المتقدم للوظيفة	جماعية

نصائح مفيدة	الوصف	نوع المقابلة
راجع قوائم اسئلة المقابلات بشكل عام، وتمرن مع صديق أو مرشد مهني (انظر قائمة الأسئلة لاحقاً).	قد تتضمن الاسئلة: حدثنا عن نفسك؟ ماهي اهم مواطن قوتك وضعفك؟ اين ترى نفسك بعد (٥) سنوات؟ كيف يمكن ان يصفك أفضل اصدقائك؟	تقليدية
<ul style="list-style-type: none"> ضع قائمة بأمثلة عن سلوكك. كن مستعداً لإعطاء أمثلة على حالات او مواقف كانت النتائج غير ما خططت له. 	استقراء السلوك المستقبلي للفرد قد يكون السؤال بشأن أمثلة محددة من خبرات وتجارب سابقة في العمل، ... الخ.	سلوكية
لا تكن دفاعياً، حافظ على هدوئك وأجب عن الاسئلة مهنيًا.	في هذه المقابلة يكون الشخص الذي يجري المقابلة، غير ودي، عدوانيا ومتحديا ليرى كيف يكون رد فعلك.	التوتر

● الاستعداد للمقابلة:

- ادرس وتعرف جيدا على المنظمة/ صاحب العمل ومجال عمله
- راجع مؤهلاتك وخبراتك
- توقع الاسئلة وأعد الاجابات عنها
- تمرن على الاسئلة والاجابات
- أعد الاسئلة التي يمكن ان توجهها لصاحب العمل إذا اتحت الفرصة.
- اعرف جيدا الى اين انت ذاهب .
- ماذا يجب ان تحضر معك.
- المظهر اللائق .

● أثناء المقابلة:

- المقابلة الناجحة تبدأ دائما بالحضور في الوقت المحدد
- صافح بحرارة وأنت تبتسم وتلتقي عينك بعيني محاورك، ثم تابع مصافحة باقي الاشخاص
- لا تجلس الا بعد ان ياذن لك بالجلوس.
- واجلس منتصبا دونما وضع رجل على رجل وذراعيك متقاطعتين.
- استرخ، وتحلى بالهدوء والثقة بالنفس، وتحدث بصوت واضح
- واحرص أن تضبط تعابير وجهك وحركات جسمك.
- حاول أن توجه من يقابلك إلى الأسئلة التي تظهر مؤهلاتك وقدراتك.
- امتنع عن توجيه أي إنتقادات للمنظمات التي عملت لديها سابقا .
- تذكر أن تطرح الأسئلة التي كنت قد اعدتها عن المنظمة.
- استخدم لغة لطيفة، رقيقة، ودية، ومهذبة .
- في ختام المقابلة، اشكر من قابلك على استقبالك ومناقشة فرص العمل لديه، وقم بمصافحته.

● بعد المقابلة:

اكتب رسالة شكر لكل من شارك في مقابلتك خلال ٢٤ ساعة -:

- تعبر عن تقديرك وشكرك للضيافة والتكريم الذي حظيت به.
- أن تعبر عن شعورك الإيجابي بشأن الوظيفة و المنظمة
- تقديم الوثائق والمعلومات الاضافية التي طلبت منك
- تؤكد على استمرار اهتمامك وحماسك للوظيفة.
- أن تعيد تسليط الضوء على أهم مواطن قوتك التي تؤهلك للوظيفة.
- **عينة أسئلة مقابلات التوظيف:**
- ما الذي يمكنك أن تقدمه (تسهم به) لنا (لنظمتنا)؟
- هل انت على استعداد للانتقال إلى مكان آخر؟ للسفر؟؟
- لماذا تعتقد بأنك ترغب العمل لدينا؟؟
- ما الذي تعرفه عن منظمتنا؟؟
- هل تفضل العمل مع الآخرين أم منفردا؟؟
- كيف ساعد اداؤك في غرفة الصف في إعدادك لهذه الوظيفة؟
- ماهي المواد التي كانت مفضلة لديك. الأقل تفضيلاً؟ لماذا؟؟
- لماذا اخترت تخصصك بالتحديد؟؟
- ماهي المؤهلات لديك التي تعتقد انها تجعلك تشعر بأنك ستكون ناجحاً في مجالك؟
- ماهي السمات الشخصية اللازمة لتنجح في المجال الذي اخترته؟؟
- لماذا تعتقد أنك تحب هذا النوع من العمل؟
- ما الذي يثير اهتمامك في منتجاتنا / خدماتنا؟
- ماذا سيكون بعد ١٠ سنوات؟ بعد ٢٠ سنة؟
- ماهي اهدافك بالنسبة لدخلك في تلك السنوات؟
- لماذا يجب أن أقيمك أفضل من الآخرين الذين سأقابلهم؟
- ماهي معلوماتك عن الراتب؟
- كيف تشعر حول قيامك بعمل اضافي، العمل ليلاً، العمل في نهاية الأسبوع؟
- ما نسبة العائدات التي حققتها تكاليف الدراسة؟ كيف حققت هذه العائدات؟؟
- ماهو نوع العمل الاكثر اهتماماً به؟
- كيف تقضي أوقات فراغك، ماهي هواياتك؟
- هل سجلك الدراسي مقياس جيد لما سيكون عليه اداؤك في عملك؟
- هل انجزت أفضل ماكنت قادراً على انجازه اثناء الدراسة؟
- ما هي النشاطات الجامعية التي شاركت فيها؟ لماذا؟ ماهي تلك التي استمتعت بها كثيراً؟

المحاضرة الحادية عشر

المذكرات الداخلية

• عناصر المحاضرة:

- المذكرات الداخلية .
- التقارير .

• المذكرات الداخلية:

تعتبر المذكرات:

- أحد أنواع الاتصال الكتابي الأكثر انتشارا في المنظمة
- يتم تبادلها بين العاملين في نفس المنظمة
- تسمى أحيانا مراسلات داخلية، مذكرات مكتب
- تستخدم أكثر كلما توسعت المنظمات وتزايد حجمها
- تظهر اهميتها أكثر مع تزايد المشكلات التنظيمية والادارية
- تحقق الاربط والتنسيق بين الوحدات والأقسام والنشاطات المختلفة
- خصائص المذكرات:

تندفق المذكرات بصورة دائمة في جميع الاتجاهات:

- من الأعلى للأسفل او من الرئيس إلى المرؤوسين،
- ومن الأسفل إلى الاعلى،
- أفقيا في نفس الوحدة أو بين وحدات مختلفة
- المذكرات تخدم أغراضا شتى:
- توصل معلومات واستفسارات
- تشرح السياسات والاجراءات والقرارات والتعليمات،
- تقدم النصح والمشورة والتوضيح والتوجيه، والدافعية والتدريب والمشورة،
- الابلاغ عن مشكلات العمل والصراعات وغيرها.
- إطلاع العاملين على أي تغييرات في السياسات والاجراءات وتفاصيل العمليات الداخلية في مختلف النشاطات والوظائف من إنتاج وتسويق

• مزايا المذكرات الداخلية:

- تمثل المذكرات وثائق و مستندات دائمة
- تشكل برهان أو إثباتا يمكنه المحافظة على مصالح وحقوق الشركة ويوضح التزاماتها
- أفضل طريقة لعرض معلومات معقدة مدعومة بالأرقام والرسوم
- تلائم وتريح المستقبل أكثر من الاتصالات الشفهية
- أقل تكلفة من الاتصال الهاتفي أو المباشر وجها لوجه
- تتيح للمرسل والمستقبل وقتا أطول لكتابة المذكرة وفهماها

• تصميم/ تنسيق المذكرة الداخلية:

معظم المنظمات الكبيرة تقوم بطباعة قرطاسية لاستخدامها مذكرات داخلية، وتوزع في الغالب على المديرين ورؤساء الأقسام الذين يكتبون مذكرات داخلية بشكل متكرر. في كل مرة يريد شخص أن يرسل رسالة مكتوبة داخلية ينزع ورقة من الرزمة ويكتب/ يطبع عليها الرسالة الداخلية.

التصميم الشائع للمذكرات هو:

- الترويسة - عبارة مذكرة داخلية -
- ٢ - عبارة "إلى" : تأتي بعد الترويسة، تطبع على يمين الصفحة.
- ٣ - عبارة "من" تلي "إلى" مباشرة وتطبع على يمين الصفحة.
- ٤ - التاريخ: يطبع مباشرة.
- ٥ - الموضوع: يطبع مباشرة تحت "التاريخ".
- أسلوب كتابة المذكرات الداخلية:

يتفاوت أسلوب المذكرات الداخلية من مذكرة إلى أخرى ويتوقف على:

- طبيعة الرسالة،
- ظروف كتابة الرسالة،
- مركز ومكانة المستقبل وشخصيته،
- العلاقة بين المرسل والمستقبل،
- التوجيهات والتعليمات الصادرة من الإدارة العليا والموجهة الى جميع العاملين غالباً ما تكتب بلغة رسمية وغير شخصية.
- المذكرات التي يتبادلها الزملاء تكتب بأسلوب المحادثة، ولغة شخصية.
- المذكرات من المرؤوسين الى رؤسائهم تكون أكثر حذراً

• المذكرات الداخلية والرسائل:

- هناك بعض الاختلافات بين الرسائل والمذكرات.
- إن معظم المذكرات تكتب بصورة مباشرة.
- إن كاتب المذكرة ليس مضطراً إلى الشعور بالقلق والحيرة أو استخدام "اتجاه- أنت".
- الأجزاء الثلاثة: التحية الافتتاحية، والتحية الختامية، والتوقيع، نستغني عنها في المذكرات، إذ أنه يفترض أن تسود علاقات المودة والصدقة بين العاملين.
- إن المذكرة تكون قصيرة قدر الامكان وتتناول موضوعاً محدداً.

• التقارير:

- التقرير يكتب في حالات عديدة: في الدراسة، أو في العمل
- "التقرير هو عرض حقائق ومعلومات بصورة منظمة وموضوعية من أجل غرض/ هدف معين يتعلق بالعمل".
- يعتمد التقرير بصفة رئيسة على الحقائق.
- يتم عرض الحقائق بتسلسل منطقي وطريقة منظمة.

- يجري عرض وتحليل الحقائق بصورة موضوعية، مجردة، وحيادية.
- التقرير هو وسيلة وليس غاية. فالوظيفة النهائية للتقرير هي توفير أساس سليم شامل من الحقائق والتحليل، يعتمد عليه صاحب القرار / من طلب التقرير في التوصل إلى قرارات وحلول وإجراءات ناجحة وسليمة.

• أنواع التقارير:

- تقارير الانتاج/ تقارير الموارد البشرية/ تقارير التسويق/ تقارير التمويل.
- تقارير رسمية / وغير رسمية.
- تقارير يومية /أسبوعية / شهرية/ أولية/ نهائية.
- تقارير روتينية / خاصة/ عاجلة.
- تقارير عادية/ سرية.
- تقارير وصفية/ إحصائية/ تحليلية.
- تقارير داخلية.

• استخدامات وأغراض التقارير:

- اطلاع المسؤولين على سير العمل والانجاز في المنظمة.
- تقييم مستويات أداء الأفراد والجماعات والادارات والنشاطات المختلفة.
- عرض نتائج دراسة/ بحث موضوع معين أو مشكلة معينة تتعلق بالمنظمة
- عرض مقترحات / توصيات / مشورة للمساعدة في التوصل إلى قرارات.
- تغيير اتجاهات وميول وسلوك الآخرين من خلال إقناعهم بتبني / تطبيق ممارسات معينة في العمل.
- توفير المعلومات والبيانات اللازمة عن الأوضاع الحالية والمستقبلية للمساعدة في إعداد الاستراتيجيات والخطط والسياسات.
- تقديم الاقتراحات والتوصيات والمشورة الهادفة إلى مواكبة التطورات العلمية.
- تحقيق درجة عالية من التعاون والتنسيق والتكامل فيما بين الوحدات.

• متطلبات التقرير الجيد:

- لا بد أن يكون التقرير أداة ووسيلة توفر عوناً ومساعدة هامة للإدارة
- أن يكون التقرير موحداً، أي أن يتناول موضوعاً واحداً فقط.
- الشمولية: أن يكون التقرير كاملاً يتناول الموضوع من مختلف جوانبه.
- أن يكون التقرير صحيحاً.
- أن يكون التحليل سليماً ومنطقياً
- أن يتم عرض الموضوع في التقرير وفق خطة مدروسة تعتمد التحليل المنطقي وتصنيف وتبويب المعلومات بشكل سليم
- الوضوح والابجاز، ولا سيما التوصيات والاقتراحات وتعزيزها بالبراهين
- استخدام لغة سهلة، بسيطة ودقيقة، والابتعاد عن المصطلحات المعقدة الغامضة أو المطولة.

• عملية كتابة التقارير:

1- التخطيط:

- تحديد الهدف/ الغرض من التقرير
- تحديد من هو / هم الذين سيرسل إليهم التقرير
- تحديد أبعاد / جوانب المشكلة ، متطلبات ومحددات الدراسة

- تحديد مصادر وأساليب جمع المعلومات
- ضع جدولاً زمنياً لاعداد وكتابة التقرير
- ٢- جمع المعلومات
- ٣-تنظيم المعلومات ووضع المخطط النهائي للتقرير
- ٤-كتابة مسودة التقرير
- ٥-المراجعة والتعديل
- ٦-التدقيق والتحرير
- ٧-إخراج التقرير

• **تبويب وتحليل المعلومات:**

- هل النتائج التي توصلت إليها الدراسة معقولة ومنطقية؟
- هل المعلومات والبيانات التي حصلت عليها موثوقة وتمثل مشكلة الدراسة.
- هل بالغت في تبسيط مشكلة البحث؟ وهل أغفلت بعض الجوانب الهامة.
- هل من الضروري أن تجري اختبارات إحصائية معينة؟
- هل قمت بدراسة الموضوع بشكل متعمق؟
- هل قمت بالاجابة عن سؤالاتالبحث التي تضمنتها خطة البحث؟
- هل قمت بنقل الحقائق كما هي؟
- هل التحليل والتفسير موضوعي؟

• **هيكلية التقرير:**

الأجزاء الأولية/ التمهيدية	المتن / جسم التقرير	الأجزاء المكملة/ التكميلية
<ul style="list-style-type: none"> • صفحة العنوان • رسالة التفويض • رسالة تسليم التقرير • قائمة المحتويات • قائمة الجداول • قائمة الأشكال • والرسوم البيانية • الملخص. 	<ul style="list-style-type: none"> • المقدمة. • جسم التقرير. • الخلاصة. 	<ul style="list-style-type: none"> • الهوامش • الملاحق • قائمة المراجع/ • المصادر • الفهرس.