

ملخص مهارات الاتصال
بديك د: معتصم حسين ابو زيد

اعداد الطالبة: ايو ووت

نسألکم خالص الدعاء

عناصر المحاضرة

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

مقدمة:

- تعريف الاتصال :
- الاتصال هو :

- إرسال معلومات من طرف إلى آخر في المنظمة بما يؤدي إلى نتيجة معينة ، هي تغيير للسلوك أو تغيير للممارسات .
- تبادل الفهم المشترك من خلال استعمال الرموز
- الاتصال هو عملية 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 الاتصالات مكتوبة أو غير ذلك .

تعريف الاتصال في منظمات الأعمال

الاتصال في منظمات الأعمال هو "عملية إجتماعية تبادلية تقاسم الفهم والإدراك بين طرفي الاتصال والتأثير في تتضمن سلوك الأفراد بقصد تحقيق أهداف المنظمة ،"

عملية الاتصال

عملية الاتصال في الأصل بين طرفين يطلق عليهما المرسل والمستقبل وهما العناصر الأساسية في عملية الاتصال، والغرض من العملية نقل فكرة أو معلومة ، ويمكن توضيح ماسبق ذكره على النحو التالي :

- أ- المرسل : ويتمثل في الجهة التي تستهدف إيصال فكرة أو معلومة أو منتج ما إلى جمهور مستهدف في السوق .
- ب- المستقبل : وهو المستلم أو المستهدف من عملية الاتصال
- ج- الرسالة : وتتمثل في محتوى عملية الاتصال .

1

العناصر الأخرى في عملية الاتصال

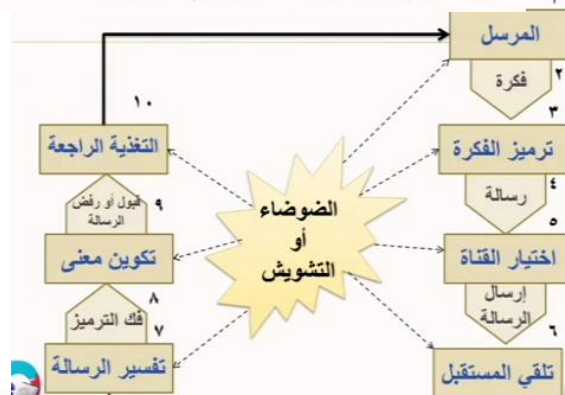
أ- الترميز : تضمن الرموز تحقيق الاتصال الفعال ، إضافة لعدم الإنحراف في المعنى ، ولوصول المعلومات للطرف الآخر بشكل صحيح

ب- قناة الاتصال : وهي الوسيلة التي يتم عبرها بث الرسالة ، مثل التلفاز والتليفون والجريدة

ج- فك الترميز : وهو تعبير عن الرموز والعبارات وإشارات القابلة للفهم المشترك بين طرفي العملية المرسل



- د- الضوضاء : من الطبيعي أن تتعرض الرسالة مهما كان شكلها الى درجة معينة من التشويش ، أو التأثير السلبي على المسار المطلوب من عملية الإتصال المستهدف
- هـ- التغذية الراجعة : وهي تمثل مقياس لمستوى أداء العملية الإتصالية ومدى تحقيق التفاعل والفهم المتبادل .



أنواع الاتصالات

تقسم انواع الاتصالات وفقاً للتقسيم التالي :

- 1- حسب الموضوع : أ- عمليانية ب- شخصية
- 2- حسب قناة الاتصال : أ- رسمية ب- غير رسمية
- 3- حسب اتجاهات المسار : أ- نازلة ب- صاعدة ج- أفقية
- 4- حسب الوسيلة : أ- لفظية ب- كتابية ج- شفاهية

2

الإصغاء

مبررات/ فوائد الإصغاء الجيد

- يشجع على تبادل الإصغاء
- الحصول على كامل المعلومات
- تحسين العلاقات
- حل المشكلات
- فهم الآخرين بشكل أفضل



اختيار وسيلة الاتصال المناسبة

يتوقف إختيار وسيلة الاتصال على :

- 1- الغرض من الاتصال .
- 2- موضوع الاتصال .
- 3- طبيعة مستقبل الرسالة .
- 4- الوقت المتاح لإستقبال الرسالة
- 5- مدى انتشار مستقبلي الرسالة
- 6- تكلفة الاتصال

تحسين فاعلية الاتصال

دور المرسل

- 1- وضوح وشمولية الرسالة وترابط معلوماتها
- 2- ترميز وترجمة الفكرة الذهنية الى رسالة واضحة سهلة الفهم والإستيعاب
- 3- إختيار وسيلة الاتصال المناسبة
- 4- إختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة
- 5- الصدق والنزاهة

دور المستقبل

- 1- الإنصات التام لمحتوى الرسالة
- 2- التفهم لمشاعر المرسل
- 3- تحليل وتفسير الرسالة بشكل صحيح وسليم
- 4- الإنتباه إتجاه الإشارات غير اللفظية التي تبدو من المرسل

3

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

- قم بالرد على أي رسالة فوراً دون تأخير.
- اقنع القارئ بأنك حقاً مهتم به وبمصالحه.
- عامل الذكور والإناث سواسية، واستخدم ضمائر الجمع التي تشير إلى الجنسين.
- استخدم كلمات حيادية تنطبق على الرجال والنساء.
- اكتب اسم الشخص بصورة صحيحة كما يكتبه.

استخدم الألقاب العلمية والوظيفية الصحيحة للمرسلين اليهم عن يد

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 والمغالاة 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.

مقومات/ خصائص الرسالة الفعالة

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، وصریح، ولبق.
- على مستوى الأسلوب: استخدام أسماء ملموسة، استخدام أفعال دالة على إجراءات، استخدام صيغة المبني للمعلوم، وإضافة النوع/ الظروف المكتملة...

٥- سواء السمعة الحسنة: من خلال الوسائل التالية:
لاسه الكتابة من وجهة نظر المرسل إليه (القارئ):

مقومات/ خصائص الرسالة الفعالة

لتحقيق اللباقة والكياسة يجب مراعاة الإشارات التالية:

- أكتب بأسلوب ودي، واستخدم أسلوب المحادثة.
- استخدم عبارات المودة والمجاملة (من فضلك، لو سمحت، شكرأ، ...)
- عبّر عن اهتمامك واحترامك للقارئ.
- أكتب بشكل مباشر للقارئ المعني بحسب كل حالة.
- تجنب إظهار الغضب.

٦- كن صادقاً: يجب أن تُقنع القارئ بأنك تعني ما تقول، وأن وراعي هذه اللباقة والكياسة نوايا حسنة.

المحاضرة الثانية

أسس كتابة الرسائل الناجحة

عناصر المحاضرة

- مقدمة.
- 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. وتركز 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 ومألوفة ودقيقة.
- استخدام جمل و فقرات قصيرة.

2- 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.

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.

✓ تتضمن 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، ...).

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 لنفاوت 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

1- **موضوع الرسالة:** صياغته بشكل واضح وذو معنى ومشوق.

2- **بداية الرسالة:** واضحة وهادفة ومباشرة، تحدد الموضوع والغرض.

3- **وضع الاستنتاجات في بداية الرسالة أو نهايتها:** حسب اهتمامات القارئ، وموقفه من مصداقية المرسل.

4- **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 منظمك، ويمكنك إنهاء الرسالة بأي مما يأتي:

تكرر النقاط الرئيسية في الرسالة.

تسهيل وصول وقراءة الرسالة

ويمكنك إنهاء الرسالة بأي مما يأتي:

- تكرر 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 إعجاب به بأسلوب القراءة؛

الاسلوب سهل القراءة

وحتى تكون الرسالة فعالة وناجحة، يجب أن تتلائم مع:

□ الهدف من الرسالة والعوامل الموقفية؛

□ طبيعة المستقبل.

- مقدمة
- تخطيط الرسالة
- جمع المعلومات
- تحليل وتنظيم المعلومات
- صياغة مسودة الرسالة
- مراجعة الرسالة وتقيحها
- تدقيق تحرير الرسالة
- تقييم الاستجابة/ التغذية الراجعة

مقدمة

تعد مراسلات الأعمال من أكثر الطرق شيوعاً للاحتكاك والاتصال بمنظمات الأعمال من قبل فئات مختلفة من الناس (عملاء، موردون، مساهمون، اتحادات نقابية، هيئات حكومية مختلفة...).

وكلما استجابت الرسالة للمعايير المطلوبة كلما أدت مهمتها بنجاح، وإلا كانت لها انعكاساتها السلبية على الجهد والوقت والتكلفة والسمة الطيبة.

ولمّا أن كتابة رسائل الأعمال الناجحة ليست بالشأن السهل، وإنما وجب الالتزام فيها بخطوات عملية محددة.

1- تخطيط الرسالة

تعتبر هذه المرحلة (أولى خطوات كتابة الرسالة) والتي تسمى أيضاً مرحلة ما قبل الكتابة، ويتحدد من خلالها جملة جوانب، هي:

- **تحديد الهدف من الرسالة:** (لماذا سنرسل الرسالة، ماذا نريد من القارئ، ما الذي نأمل تحقيقه؟)...

مثلاً إقناع القارئ بشراء سلعة ما، أو قبول سياسة ما، كهدف رئيس دون إهمال الهدف الثانوي المتمثل في بناء سمعة المنظمة؛

- **تحليل القارئ:** وفقاً لمبدأ التكيف، من خلال الأسئلة التالية:

من هو بالتحديد؟ ما هي خلفيته؟ معرفته بموضوع الرسالة، توقع رده فعله، توقعاته، ...؛

- **تحليل الموقف:** الاعتبارات الموقفية التي تؤثر على رد فعل القارئ (أي العوامل الظرفية كالظروف الاقتصادية في البلاد، توقيت الرسالة، ...؛

- **تحديد وتقرير الأفكار التي تتضمنها الرسالة** استناداً لذلك

2- جمع المعلومات

جمع ما يلزم من حقائق وأرقام وإثباتات وأدلة بالاستعانة إما:

□ **بالمصادر الثانوية** ممثلة مثلاً في:

- المراسلات السابقة،
- العقود والإتفاقيات،
- الكتيبات والنشرات،
- التقارير ...؛

الحوادث

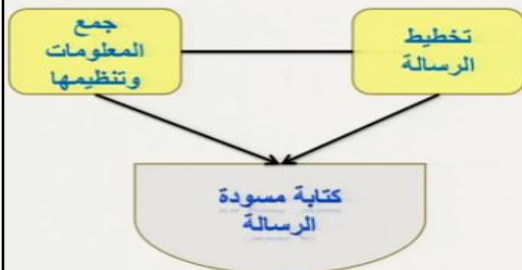
□ **أو بالمصادر الأولية:** إجراء الاستبيانات (استطلاع ميداني لاتجاهات السوق مثلاً)، أو المقابلات إن لزم الأمر.

3- تحليل وتنظيم المعلومات

يتطلب تنظم المعلومات :

- دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها (إيجابية، سلبية، حيادية)
- معرفة الإثباتات والأدلة التي تتضمنها
- تحديد الأفكار المحورية المساندة

4- الصياغة الأولية للرسالة/ المسودة



5- مراجعة الرسالة وتقيحها

ضماناً لفاعلية الرسالة وبلوغ أهدافها على النحو المرغوب، وجب مراجعتها والتأكد من مضمونها وجوانبها الشكلية المختلفة وفقاً للجوانب التالية:

- من حيث المضمون والوضوح؛
- من حيث التنظيم والتنسيق؛
- من حيث الأسلوب ونبرة الكتابة.

- 1- من حيث المضمون والوضوح:
- هل الأهداف واضحة؟
- هل الرسالة شاملة لجميع المعلومات؟
- هل الجمل واضحة؟
- هل الكلمات مناسبة؟
- هل تم قول المقصود بالضبط؟
- هل المقدمة مقنعة؟
- **أن لا تحتل الرسالة تأويلات أخرى؟**
- 2- من حيث التنظيم والتنسيق:

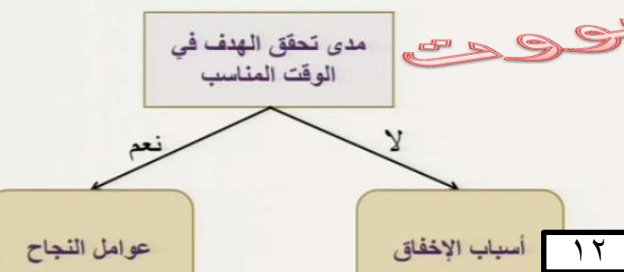
- هل تم اختيار خطة فاعلة؟
- هل صممت الرسالة على نحو يسهل قراءتها؟
- هل التصميم ركز على النقاط الأساسية؟
- هل تم وضع النقاط الإيجابية والسلبية في مكانها؟
- 3- من حيث الأسلوب ونبرة الكتابة:

- هل الرسالة سهلة القراءة؟
- هل تبدو الرسالة ودية لبقّة ومؤدبة؟
- هل تم استخدام صيغة المخاطب بشكل فعال؟
- اقرأ رسالتك كما لو كنت المستقبل. ما هو شعورك كقارئ للرسالة؟

6- تدقيق تحرير الرسالة

- بعد المراجعة والتعديل يجب إعادة الصياغة وكتابة الرسالة النهائية، ومن ثم القيام بتدقيق تحرير الرسالة لغوياً وكذا تدقيق الأسماء والعناوين والتواريخ والأرقام والصياغة والتنسيق ...
- وبصورة عامة يجب التأكد من أن الصياغة النهائية للرسالة ناجحة وفاعلة ومتكاملة من جميع الجوانب.

7- تقييم الإستجابة/ التغذية الراجعة





- 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 الافكار التي تتضمنها الرسالة

جمع المعلومات

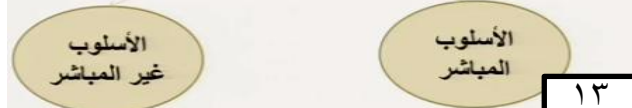
جمع ما يلزم من حقائق وارقام واثباتات وادلة بالاستعانة بالمصادر الاولية والثانوية:

- 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 والادلة التي تطلبها
- تحديد الافكار المحورية والمساعدة
- تحديد ترتيبها المنطقي



- الأسلوب المباشر: الهدف والموضوع الأساسي، التفاصيل... يستخدم في حالات:

- الاخبار السارة
- توقع رد فعل ايجابي
- كون الرسالة محلبة

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

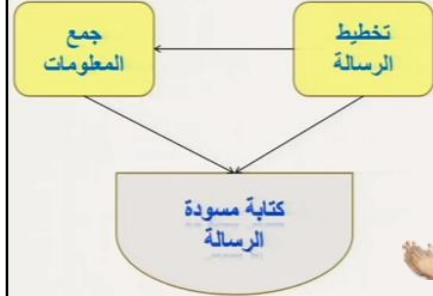
- الاخبار السيئة
- توقع رد فعل سلبي من المستقبل
- الرسائل الاتقاعية

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

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

- ان يكون الاجراء المطلوب من القارئ واضحا وكاملا
- تضمنين الفقرة الختامية فكرة ايجابية
- تكون موجزة وسليمة لغويا
- الاشارة الى ما يمكن تحقيقه من ايجابيات

صياغة الرسالة



مراجعة الرسالة

المضمون والوضوح:

- هل الاهداف واضحة؟
- هل الرسالة شاملة لجميع المعلومات؟
- هل الجمل واضحة؟
- هل الكلمات مناسبة؟
- هل تم قول المقصود بالضبط؟
- ألا تحتمل الرسالة تأويلات أخرى؟
- هل المقدمة مقنعة؟

التنظيم والتنسيق:

- 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؟

الأسلوب ونبرة الكتابة:

- هل الرسالة سهلة القراءة؟
- هل الرسالة ودية لبقة ومؤدبة؟
- هل تم استخدام صيغة المخاطب بشكل فعال؟
- ماهو شعورك كقارئ للرسالة

تقييم الاستجابة

مدى تحقق الهدف في الوقت المناسب

نعم لا

عوامل النجاح اسباب الإخفاق

المحاضرة الخامسة

بنية الرسالة وتصميمها

عناصر المحاضرة

- مقدمة
- هيكلتة الرسالة
- تصميم الرسالة
- الغلاف

بنية الرسالة

الأجزاء الرئيسية الأجزاء الثانوية

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

- 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

- المرسل اليه: (يمين الصفحة)

اسم الرسل اليه

الوظيفة (يكتب اللقب الوظيفي بشكل صحيح)

المنظمة

العنوان

- المرجع:

رقم الرسالة.

كل منظمة لها طريقة معينة للترقيم

الترقيم يساعد على الارشافة

- التاريخ: يكتب كاملا

التحية الافتتاحية: عبارة ترحيبية رقيقة نحى بها القارئ. نختار العبارة التي تناسب مكانة المرسل

- الموضوع: يطبع في وسط الصفحة

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

- الفقرة الأولى: مقدمة

- الفقرة الثانية: صلب الموضوع

- الفقرة الثالثة: ملخص الرسالة والتوصيات والاقتراحات والخطوات المقبلة

- التحية الختامية:

عبارة رقيقة نختم بها الرسالة.

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

- التوقيع:

هو آخر جزء في الرسالة (الأجزاء الرئيسية)

عنوان الأجزاء الإضافية الإجزاء الثانوية

هذه الأجزاء اختيارية:

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

- الحروف الأولى: الحرف الأول من اسم الشخص والجرف الأول من اسم العائلة لكتاب أو طابع الرسالة

- المرفقات: مثل الكتيبات، الكتلوجات، عرض الأسعار، تقارير...

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

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

- 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 الناجحة 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 تستعمل الصمغ والمواد اللاصقة لإغلاق المغلف

قد تكون المغلفات:

- المغلفات العادية

- المغلفات ذات الشيك الشفاف

في محاضره المسجله

موضوعات خاصة في الادارة

1- ادارة الازمات

2- الادارة بالازمات

3- مبادئ التعامل مع الازمة

4- استراتيجيات مواجهة الازمة

5- الخطط الادارية للتعامل مع الازمات

6- معوقات ادارة الازمات

7- ملامح استراتيجية ادارة الازمات في المنظور الإسلامي

1- ادارة الازمات (Crisis Management)

في مجموعة الاستعدادات والجهود الادارية التي تبذل لمواجهة او الحد من الدمار المترتب على الازمة.

تتطلب ادرة الازمة من المديرين ضرورة التفكير فيما يمكن التفكير فيه، وتوقع ما لا يمكن توقعه.

ادارة الازمة هي ادارة العمليات اثناء حدوث الازمة الحقيقية مثل عمليات الاخلاء من الحرائق واغلاق المحلات او سحب المنتجات من السوق.

• ادارة الازمة تعني الاعداد والتقدير المنظم للشركات الداخلية والخارجية التي تهدد بدرجة

خطيرة سعة المنظمة وربحياتها او بقائها في السوق.

• هي قدرة المنظمة على التعامل بسرعة وكفاءة وفاعلية مع العمليات الموقفة، هدفها تقليل المخاطر على صحة الإنسان وسلامته وأمنه، وعلى الملكيات العامة والملكيات الخاصة، او منعها وتقليل الأثر السلبية على عمليات وأعمال المنظمة.

✓ ادارة الازمة تعني القدرة على ادارة الشركة قبل اثناء وبعد الازمة ، مما يعني ضرورة وجود خطة وبرنامج ونظام مصمم مسبقا.

✓ ادارة الازمة نشاط هادف يقوم على البحث والحصول على المعلومات اللازمة التي تمكن الإدارة من التنبؤ بإمكان واتجاهات الأزمة المتوقعة، وتهيئة المناخ المناسب للتعامل معها، عن طريق اتخاذ التدابير للتحكم في الأزمة المتوقعة والقضاء عليها أو تغيير مسارها لصالح المنظمة.

2- الإدارة بالازمات (Management by Crisis)

✓ تقوم على اتعال الازمات وابدائها من عدم كوسيلة للتغطية والتموه على المشاكل القائمة التي تواجه الكيان الاداري، فسيان مشكلة ما يتم فقط عندما تحدث مشكلة اكبر واشد تأثيرا

✓ تعتمد الإدارة بالازمات على صناعة الازمة، بصورة حقيقية أو بصورة مقنعة ويمكن ذلك من خلال التخطيط لخلق الازمة، ثم استثمارها، أو استثمار الفرص، التي يمكن أن تنتج من أزمة حقيقية، لتحقيق بعض الأهداف، التي كان يصعب تحقيقها، في الظروف العادية.

✓ يطلق على الإدارة بالازمات علم صناعة الازمات للتحكم والسيطرة على الآخرين، وهو فن مستخدم يهدف الى السيطرة على الآخرين واخضاعهم وابتزازهم ومن اهم مواصفاتها:

• الاعداد المبكر.

• تهيئة المسرح الازموي.

• توزيع الادوار على قوى صنع الازمة.

• اختيار التوقيت المناسب لتفجيرها.

• ايجاد المبرر والذريعة لهذا التفجير.

3- مبادئ التعامل مع الازمة

1. توخي الهدف: على مدير الازمة توخي الهدف الذي كثيرا ما يكون غامضا
2. الاحتفاظ بحرية الحركة وعنصر المبادرة.
3. المباغثة: التي تؤمن السيطرة على الازمة وتشل حركة القوة الصانعة لها.
4. الحشد وجمع القوة اللازمة لمعالجة الازمة.
5. التعاون في معالجة الازمة.
6. الاقتصاد في استخدام القوة.
7. التفوق في السيطرة على الاحداث.

١. **استراتيجية العنف:** يتم استخدامها في حالة مواجهة أزمة مجهولة، مواجهة أزمة متعلقة بالقيم، وفي حالة الانتشار السريع.
٢. **استراتيجية وقف النمو:** تقوم على مبدأ قبول الامر الواقع وبذل الجهد لمنع التدهور وضمان عدم الوصول الى الانفجار، وتستخدم في حالة: المواجهة مع قوى كبيرة الحجم ومتشعبة، قضايا الرأي العام والجاهير، الاضرار بالعمالية.
٣. **استراتيجية التجزئة:** تقوم على التحليل الدقيق والشامل بهدف تجزئتها الى اجزاء من خلال ضرب الروابط المجمعمة للازمات، وتحويل العناصر المتحدة الى عناصر متعارضة.
٤. **استراتيجية اجهاض الفكر والقيم والاتجاهات** التي يقف وراء الازمة من خلال التشكيك فيها والتحالف مع بعض العناصر المرتبطة بها بشكل ضعيف.
٥. **استراتيجية تصعيد الازمة:** من خلال دفع القوى المشاركة في صناعة الازمة الى مرحلة متقدمة تظهر فيها الخلافات وتسرع بالصرع بينها.
٦. **استراتيجية تغيير مسار الازمة:** تصلح مع الازمات الجارفة التي يصعب الوقوف امامها.

٥- المتطلبات الادارية للتعامل مع الازمات

- ١- **تبسيط الإجراءات وتسهيلاها:** لا يجوز إخضاع الازمة للتعامل بنفس الإجراءات التقليدية، فالأزمة عادة ما تكون حادة وعنفية، فالامر يتطلب التدخل السريع والحسم من خلال تبسيط الإجراءات مما يساعد على التعامل مع الحدث الأزموي ومعالجته.
- ٢- **إخضاع التعامل مع الازمة للمنهجية العلمية:** لا يمكن التعامل مع الازمة في إطار من العشوائية الارتجالية أو سياسة الفعل ورد الفعل، بل يجب أن يخضع التعامل مع الازمة للمنهج الإداري السليم لتأكيد عوامل النجاح، وحماية الكيان الإداري من أي تطورات ويقوم المنهج الإداري على أربع وظائف أساسية هي: التخطيط، التنظيم، التوجيه، المتابعة.
- ٣- **تقدير الموقف الأزموي:** يشمل تحليلاً كاملاً لأسباب الازمة وتطورها، وتحديد دقيق وشامل للقوى الصانعة للازمة، والمساعدة لها، والمؤثرة فيها، ثم تقدير القدرات والإمكانات المتاحة لدى الجهة المسئولة عن إدارة الازمة، وذلك من خلال جمع المعلومات الدقيقة عن أبعاد الازمة، والتنبؤ باحتمالات تطور الأحداث وإمكانية السيطرة عليها.

- ٣- **تحديد الأولويات:** بناءً على تقدير الموقف الحالي والمستقبلي لأحداث الازمة، توضع الخطط والبدائل التي يتم ترتيبها في ضوء الأولويات التي تم تحديدها وفق معايير معينة.
- ٤- **تفويض السلطة:** يتطلب تفويض السلطات منح كل فرد من أفراد الفريق المناط به معالجة الازمة السلطة الضرورية لتحقيق عمله المحدود، وفي الوقت ذاته على الفرد أن يعرف المهام والأنشطة التي يتوقع منه إنجازها.
- ٥- **فتح قنوات الاتصال والإبقاء عليها مع الطرف الآخر:** تحتاج إدارة الازمة إلى كم مناسب من المعلومات، وإلى متابعة فورية لتداعيات أحداث الازمة، وسلوكيات أطرافها، ونتائج هذه السلوكيات، ومن ثم فإن فتح قنوات الاتصال مع الطرف الآخر يساعد على تحقيق هذا الهدف.
- ٦- **التواجد المستمر في مواقع الأحداث:** لا يمكن معالجة أزمة وهناك تعييب للمعلومات الخاصة بها لدى متخذ القرار، لذا فإن التواجد في مواقع الأحداث يأخذ أحد أسلوبين هما:

- هناك عوامل عديدة تواجه فكر إدارة الازمة ذاته منها:**
- ✓ إدارة الازمات مرفوضة وعامل شوم في نظر بعض القيادات التي تبدأ العمل بتقاؤل زائد.
 - ✓ إدارة الازمات لا ضرورة لها في الوقت الحاضر.
 - ✓ نحن في بدء النشاط ولا نتوقع حدوث أزمات بالمعنى الذي يستدعي وجود إدارة للازمات.
 - ✓ حجم منشأتنا كليل بحمايتنا من الازمات.
 - ✓ قيادات المنشأة من الكفاءات المشهود لها ولا نتوقع أزمات.
 - ✓ لا يلد أن نتفاعل بالمستقبل.
 - ✓ النشاط نجح فيه عديد من المنشآت قبلنا.
 - ✓ نحن نمشي على خطا مؤسسات ناجحة عديدة.
 - ✓ هناك من سيقفنا عند وقوع الازمة، الحكومة مثلاً.
 - ✓ موقعنا المختار سوف يحميننا من الأخطار.

- ✓ حتى الآن لم نتعرض لما يشكل أزمة فلماذا نتوقع الأسوأ؟
- ✓ وماذا تفعل إدارات الأمن والإنقاذ والمطافي وغيرها من الإدارات الحكومية.
- ✓ لا توجد أزمة طالما لم يقع أي نوع من أنواع الضرر.
- ✓ ما هي الازمة التي يجب أن نستعد لها الآن؟ ربما يقع غيرها.
- ✓ الازمة قدر من الله لا يمكن رده.
- ✓ إذا كانت الازمة أكبر مما قدرنا واستعدنا... ماذا نفعل؟
- ✓ سوف تقع يعني سوف تقع.. إذا قدر لها ذلك - وحتى إذا استعدنا لها.
- ✓ الازمات التي وقعت لمنشآت أخرى سابقاً وقعت لظروف خاصة بهذه المنشآت، فلماذا نتوقع حدوثها لنا؟
- ✓ هل يكفي القيام بالتأمين لتغطية كل أزمة متوقعة؟
- ✓ أهم شيء حماية سمعة المنشأة ومنتجاتها، وما يأتي بعد ذلك لا أهمية له.

٧- ملامح استراتيجية ادارة الازمات في المنظور الإسلامي

- ١- **تجنب الازمة:** بالعمل الصالح، ومنه الصلاة والصبر، يقول تعالى: " يا أيها الذين آمنوا استعينوا بالصبر والصلاة إلا أن الله مع الصابرين".
- ٢- **الأعداد لإدارة الازمة:** "وأعدوا لها ما استطعتم من قوة ومن رباط الخيل ترهبون به عدو الله وعدوكم وأخرين من دونهم لا تعلمونهم الله يعلمهم" (الأنفال: 60).
- ٣- **الاعتراف بوجود أزمة:** "وأن سبب الازمة يعود الى الفرد ذاته أو الكيان الاجتماعي" ذلك بأن الله لم يك مغيراً نعمته أنعمها على قوم حتى يغيروا ما بأنفسهم" وأن الله سميعٌ عليمٌ".
- ٤- **الاستفادة من الازمة:** (لا يلدغ المؤمن من جرح مرتين) الحديث.

- كما يشترط في إدارة الازمة من وجهه إسلامية**
١. أن يكون مرجع إدارة الازمة نابع من كتاب الله وسنة رسوله (ص).
 ٢. الاستعانة والتوكل على الله سبحانه وتعالى والثقة به والثقة بالنفس.
 ٣. الابتكار والإبداع بما يثير الحماس والدافعية.
 ٤. اختيار بديل حل الازمة بما يحقق مصلحة البلد والفريق.
 ٥. الصبر والثبات والتقاؤل.
 ٦. التمسك بالقيم والمثل والأخلاق والسلوكيات الحسنة.
 ٧. الشجاعة لأعضاء وقائد فريق إدارة الازمة.
 ٨. التجانس والتعاون بين الأفراد داخل فريق الازمة.

حالة الاختراق الالكتروني لشبكة شركة ارامكو السعودية

- ❖ تعرضت شركة ارامكو في رمضان ١٤٢٣ لهجوم الكتروني استهدف شبكتها الالكترونية.
- ❖ تعرضت ارامكو للآلاف من المحاولات الفاشلة ونجحت في التصدي لها بحكم أنظمتها المتطورة.
- ❖ استهدف الهجوم على أرامكو إيقاف إنتاج الزيت والغاز للتأثير على اقتصاد المملكة واقتصادات العالم وهو الأمر الذي لم يحدث.
- ❖ تعد شبكة الشركة من الشبكات الأكثر تطوراً في العالم وأن الهجوم استغرق شهراً كاملاً من المحاولات قبل وقوعه.
- ❖ تمكنت الشركة من عزله في الحواسيب المكتبية بناءً على خططها المسبقة لمواجهة الطوارئ ولأن لديها أنظمة متعددة تحمي عملياتها الرئيسية.

المراجع

١. ماجد عبد الهادي المساعدة، ادارة الازمات، المداخل، المفاهيم، العمليات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن ٢٠١٢.
٢. الخضري، محسن أحمد: " إدارة الازمات : منهج اقتصادي اداري لحل الازمات على مستوى الاقتصاد القومي والوحدة الاقتصادية"، القاهرة، مكتبة مدبولي، ٢٠٠٣.
٣. عيسى، صلاح: " إدارة الازمات في المنشآت التجارية"، الإسكندرية، مؤسسة شباب الجامعة، ٢٠٠٤.
٤. ربحي عبد القادر الجنبلي، واقع استخدام أساليب إدارة الازمات في المستشفيات الحكومية، الجامعة الإسلامية عزة، ٢٠١٢.
٥. أ.د. إيثار عبد الهادي محمد، إستراتيجية إدارة الازمات: تطهير مفاهيمي وفق المنظور الإسلامي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية / كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة بغداد، المجلد (17)، العدد (64)، كانون الأول (2011): 63-47.

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 تكرار البيع والترويج للرسالة.

الجزء الوسطي في الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية هو الجزء الرئيس النهائية: تكون ايجابية ودية متضمنة عبارة واضحة عن الاجراء المرغوب من المستقبل وتحفيزه على العمل

انواع الرسائل الايجابية

رسائل الاستفسار: هي رسالة تطلب فيها معلومات كـ:

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

هيكلية رسالة الاستفسار

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

1- البداية مباشرة بصيغة السؤال المباشر.

إذا كتبت الرسالة بصيغة الأسئلة يفضل:

- ترقيم الأسئلة
- ان نفرّد لكل سؤال سطر
- استخدام صيغة السؤال المباشر
- تجنب الأسئلة التي تكون اجابتها نعم او لا

2- ذكر المعلومات التوضيحية:

في حالة الكتابة لأول مرة نقدم نبذة عن المنظمة ونشاطاتها والسلع التي تتاجر بها،

3- توضيح مبررات طلب الاسئلة، اسباب اختيار المرسل اليه...

4- الاشارة الى مدة توقع الرد

5- اختتام الرسالة بعبارة ودية

الرسائل الجوابية Reply Letters

اجابة على استفسار معين

فرصة سانحة للبائع للترويج للشركة

التعامل مع المستفسر كزبون

رسالة الجواب

الاستفسار

عناصر رسالة الجواب

1- اشكر مرسل الرسالة الاستفسارية

2- أذكر بوضوح موضوع الرسالة، وأنك تستجيب للطلب

3- أشّر الى المراسلة/ رسالة الاستفسار التي تجيب عليها

4- واصل تقديم اجابتك عن الاسئلة الواردة في رسالة الاستفسار وحسب ترتيبها

5- قلل من تركيزك على الانباء غير السارة، ركز على الاجابات الايجابية السارة

6- قدم معلومات توضيحية و اضافية للمستفسر لتثير رغبته في السلعة/الخدمة

7- يمكنك ان تحيل المستفسر الى جهة أخرى اذا لم يكن باستطاعتك تلبية طلبه

8- اختتم 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.

- اختتم 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 (الاسلوب 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

من الأجزاء الرئيسية للرسالة

- التريسة
- القارئ
- المرسل
- كل ما ذكر

من لجوانب الواجب مراعاتها عند تصميم الرسالة

- الهوامش
- المسافات
- الفقرات
- كل ما ذكر

تعرف الرسائل الايجابية بانها

- تحمل أخبار سارة
- تؤكد على الشفافية
- تطلب اتخاذ إجراءات
- تحدث تغير في الواقع

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 إلى أنظمة وقوانين وسياسات الشركة بدون توضيح ذلك.

• افترض أن القارئ يرغب أن يقوم بعمل الشئ الصحيح.

• في حالة التئام استخدم المفرد، وفي حالة النقد استعمل صيغة الجمع.

تنظيم الرسالة السلبية

الأسلوب غير المباشر:

• الحاجز

• توضيح الظروف وتحليلها

• القرار، صريح مباشر او ضمني، متضمنا اقتراحات مفيدة

• خاتمة/ نهاية ايجابية لطيفة

الحاجز

• الموافقة: وافق على شيء ما طلبه القارئ

• التقدير: وجه الشكر للقارئ موضحا سبب ذلك

• التوكيد: اكد للقارئ اهتمامك الكبير في النظر بعناية في جميع الحقائق والمعلومات المتوافرة عن المشكلة.

• التثناء: امدح القارئ بسبب اشياء جيدة تتعلق بطلبه او سجله الماضي

• التعاون: اظهر للقارئ رغبة صادقة في مساعدته

• انباء سارة: تبدي موافقتك على منح القارئ جانبا من طلبه، اذا امكن ذلك

• التفهم: بين للقارئ انك تتفهم القارئ وتتحمس مشكلته

• لياقة حيادية: ابدأ الرسالة بعبارة لا تعطي معنى محددا ولا تتضمن التزاما منك

التوضيح والتحليل

ذكر اسباب 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 اي زبون اخر او مستفسر يتوقع ان يكون زبوننا في المستقبل.

• شجع القارئ ان يكون احد زبائن المنظمة في المستقبل.

• وضع للقارئ ما العمل الذي يطلب منه القابم به

• عبر بوضوح عن استمرار اهتمامك بمصلحة القارئ وخدمته

الأسلوب المباشر

يمكنك استعمال الاسلوب المباشر في الحالات الآتية:

• اذا كانت الرسالة روتينية

• اذا كنت تعرف جيدا ان القارئ يحب الاسلوب المباشر

• اذا كانت الرسالة ملحة عاجلة

• اذا كانت الرسالة ملحة عاجلة

نماذج الرسائل السلبية

رسائل الاعتراف بتسليم رسائل طلب بضاعة لا يمكن تنفيذها:

• عبر عن تقديرك، واشكر الزبون على اهتمامه بالسلعة 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

• اختتم رسالتك بان تتاح لك فرصة اخرى تستطيع فيها تقديم افضل 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 حقيقية للرسالة قبل الإبلاغ عن المطالبة.

• اكتب الرسالة او ارسلها حالا فور تأكدك 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 فورا.

• أذكر بوضوح ما الذي يجب عمله.

• اختتم رسالتك بتاجه ليق وودي، يمكنك أن تعبر عن تقديرك لما يجب أن يتم

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 للإزعاج 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 قمنا بتسليم الغسالات شخصيا وبناية فائقة، واستطيع أن افترض أن الضرر قد حصل في مرحلة من التعليف.

أرفق لكم قائمة بالغسالات المعطوبة، وسأكون سعيدا اذا ما استبدلتم الخمسة كاملة في أقرب وقت ممكن. وفي هذه الاثناء احتفظت بالغسالات جانبا وسأخذ ترتيبات إعادة 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 ليقة بعيدا عن موضوع الرفض

المحاضرة الثامنة

الرسائل الإقناعية ورسائل البيع

عناصر المحاضرة

- الرسائل الإقناعية

- رسالة طلب امتنان

- رسالة طلب امتنان

- رسائل التحصيل

- رسائل البيع

من المتوقع جدا أن تقوم أثناء عمك 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:

- اذا كان الطلب بسيطا روتينيا وشخصيا
- تعتقد أن القارئ سوف يستجيب لطبيعتك دونما تردد،
- يتكون الاسلوب المباشر من:
- الفكرة الرئيسية، الغرض من الرسالة، الموضوع- اذكر الطلب والسبب
- التوضيح: الحجج والتفاصيل اللازمة حتى يستطيع القارئ أن يستجيب بدقة.
- نهاية لبقة مهذبة -اطلب بلباقة الاجراء الذي ترغبه.

الاسلوب غير المباشر

في المواقف والحالات:

- الصعبة المعقدة والحساسة
- واذا كان الطلب غير روتيني
- ومن المتوقع ان يرفضه القارئ أو يتردد في الاستجابة كما ترغب
- او أن الاستجابة تتطلب منه تصحية شخصية
- تتكون خطة رسالة الإقناع من أربعة اجزاء:
- اجنب انتباه القارئ.
- اعرض الحقائق والحجج بشكل مقنع والكتابة من وجهة نظر القارئ
- اذكر طلبك بوضوح وبدون ذكر أي سلبيات.
- اختتم الرسالة بصورة ايجابية

رسالة طلب انتمان

تخطط رسالة طلب انتمان على النحو الآتي:

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

يجب ان تسعى رسالة التحصيل لتحقيق هدفين هما:

- اقناع المشتري/ الزبون بتسديد مبلغ استحق تسديده منذ حين
 - الابقاء على العلاقة الحسنة والتعاون المثمر المتبادل مع الزبون
- تتضمن عادة حملات التحصيل ثلاث مراحل:
- التذكير في المرحلة الاولى/المبكرة
 - الاقناع في المرحلة المتوسطة (طلب قوي).
 - اللاحاح في المرحلة الاخيرة

رسالة تحصيل تذكيرية

السيد

تحية طيبة وبعد،

الموضوع:

لقد مضى أكثر من شهر على موعده 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. ولاجل راحتكم نرفق لكم مغلفا يشتمل عنوان الرد او الطابع البريدي. نقدر لكم عاليا معاملتكم الجيدة السابقة معنا، ونطلع دوما لخدمتكم. وتفضلوا.

رسائل البيع

- رسالة البيع هي رسالة من البائع/المورد الى القارئ/الزبون يبدي (البائع) فيها استعداده ورغبته في تزويد القارئ/ الزبون بسلعة او خدمة او كليهما
- قد تكون رسالة البيع بناءا 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؟

- إستثارة وتفعيل دوافع الشراء (الكامنة) داخل القارئ/ المستفيد
- الاعراض البيعية العاطفية
- الاعراض 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 ثلاجتنا "سوناتا" هو شيبى 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 وهدونه تام كما كانت دائما بالرغم من مرور (١٥) سنة على استعمالها.
- وجه سوألا 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 ان يكون يوسع القيام بالعمل بسهولة.
- اجعل سعر السلعة يبدو مناسباً من وجهة نظر القارئ.
- دفع القارئ وحثه على انجاز ما هو مطلوب فوراً دون ابطاء (قبل أن ينسى الأمر أو يراوده التردد في الشراء)، وتحديد موعد لذلك.

بينما كنت وأحد الزبائن نناقش التطورات والاكتشافات والاختراعات العلمية التي أسهمت في تقدم البشرية، قال لي: "إن الاكتشافات والاختراعات العلمية الحديثة هي لعة ونقمة للبشرية، وسوف تدمرها يوما ما..." طبعاً لا تتفق مع هذا الرأي، إنها حملة حقاً...وغير صحيحة أبداً، لأن هناك كثير من الاختراعات والاكتشافات العلمية لا تضر البشرية أبداً، وذات فوائد ومنافع عديدة للاستفادة.

إن جهاز التكيف "الثرثار" الذي تنتجه هو أحد الاختراعات العلمية المفيدة جداً والتي ليس لها أي ضرر. إنه يوفر لك الهواء المنعش والتطيف طيلة أيام الصيف الحارة جداً، ويمنحك النعش اللازم في أيام البرد الشديد طيلة أيام الشتاء وإليفيه الطويلة. إنه يضمن على حياتك السعادة والسرور والانتعاش والحيوية مما يجدد طفتك ونشاطك باستمرار وفي غاية الهدوء ولا تكاد تسمع صوت الجهاز وهو يعمل. علاوة على ذلك سوف تسر كثيراً حينما تتسلم فتاورة الكهرباء وتجد قيمتها منخفضة جداً رغم تشغيل المكيف ساعات طويلة.

نرجو أن تتفضل بزيارة معرضنا لمشاهدة عرض وتجربة الجهاز، ولا يستغرق الأمر سوى دقائق من وقتك، ولكن سوف يساعدك ذلك على التخلص من صعوبات ومعاداة الحر صيفا والبرد شتاء، ويجعل حياتك أكثر بهجة وحيوية ومرحة جداً.

سوف ينقذك بص المؤسسة من...الساعة.....وكذلك العودة إلى نفس المكان.
نأمل أن نتقبل دعوتنا لإتاحة الفرصة لنا لتريك ماذا توفر لك أحدث أجهزة توفير الراحة والبهجة والحيوية.

المحاضرة التاسعة

عملية طلب التوظيف

الجزء الأول

- مقدمة
- البحث عن وظيفة
- طلب وظيفة
- بيان السيرة الذاتية

- البحث عن الوظيفة صلية شاقة جداً
- تكون أكثر صعوبة في الظروف الاقتصادية السيئة
- الخريجون يتدفقون إلى سوق العمل سنوياً فوجاً
- نسبة البطالة عالية عالمياً

أولاً: البحث عن وظيفة

- البحث الناجح عن الوظيفة يقتضي من الشخص:

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

بناء شبكة واسعة من العلاقات

- زملاء الدراسة سواء في الجامعة أو ما قبلها
- الأصدقاء من غير الطلبة
- الزيارات واللقاءات العائلية
- الحرص باستمرار على المشاركة مع الأهل في زيارتهم ولقاءاتهم العائلية والاجتماعية
- أعضاء الهيئة التدريسية
- المسؤولون الذين يشغلون وظائف/ مناصب عالية في الجهات المختلفة في القطاعين العام والخاص
- حاول جداً أن تشارك في الإندية والجمعيات والمنظمات والهيئات المدنية

البحث عن فرص العمل/الوظائف الشاغرة

- الاتصال بالأصدقاء والأقارب وغيرهم ممن تعرفهم ويعرفونك
- مكاتب التوظيف والعمل، بما في ذلك مكتب التوظيف والعمل في جامعتك
- الإعلانات في الصحف والمجلات والتلفاز والمذياع وغيرها
- الإنترنت من خلال الإطلاع على مواقع بعض المنظمات على الشبكة
- أن تقوم بإرسال رسائل طلب توظيف بالبريد للمؤسسات/ المنظمات التي قد ترى أنها بحاجة إلى خريجين من تخصصك
- الاتصال بالمنظمات شخصياً والاستفسار عن وجود وظائف شاغرة
- استطلاعات الرأي والدراسات المسحية التي يتم إجراؤها حول المنظمات المختلفة

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 من ميول واتجاهات وقيم... الخ
- مكان/موقع العمل
- فرص التقدم والنمو والتطور

ثانياً: طلب التوظيف

- رسالة يكتب من قبل طالب الوظيفة يبيد فيه الرغبة في التوظيف
- كثيراً ما تطلبه المنظمات بخط اليد
- يعطى انطباع قويا عن المترشح خصوصاً حينما يكتب فوراً
- يشتمل طلب التوظيف في الغالب على:
 - رسالة طلب وظيفة/عمل
 - بيان السيرة الذاتية للمتقدم
- تقادي تكرر المعلومات بين رسالة الطلب وبيان السيرة الذاتية

تنظيم رسالة طلب وظيفة

- تعد رسالة طلب وظيفة بنفس مقومات رسالة البيع أو الرسالة الإقناعية
- التقيد بالشروط الشكلية والشروط الموضوعية
- رسالة طلب وظيفة هي في جوهرها رسالة إقناعية تتطلب:
 - جذب انتباه صاحب العمل
 - إثارة 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، والطموحات والتطلعات
- 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.
- إرساله 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 ولكن المعلومات والحقائق التي تتضمنها الرسالة مختصرة، واضحة، محددة وملموسة.
- تسليط الضوء بشكل بارز على مواطن القوة من قدرات ومهارات.
- التذعيم 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 جيداً 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 اتيق 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/البندود بصدق
- لا تقترح راتباً محدداً
- أذكر أسماء معرفين
- احرص أن يتوافق الطلب مع بيان السيرة الذاتية
- دقق الطلب قبل تقديمه

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

- بيان السيرة الذاتية هو عرض موجز ومنظم لحقائق تتعلق بالشخص طالب الوظيفة، ويتميز ببيان 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 ويعمل بالجديد فقط؟
- بيان السيرة الذاتية هو أداة ترويجية
- لا يحدث فحسب بل يحدث حسب طبيعة الوظيفة

بيان السيرة الذاتية الناجح

بيان السيرة الذاتية الناجح يوفر الإجابة على التساؤلات التالية:

- هل يمكنك مقدم طلب التوظيف المتطلبات الأساسية اللازمة للوظيفة؟
- هل يمكنك مقدم طلب التوظيف مؤهلات أعلى من المتطلبات الأساسية؟
- هل يقوم مقدم طلب التوظيف بعمله الحالي بصورة ناجحة وجيدة؟

المحاضرة العاشرة عناصر المحاضرة

- عملية طلب التوظيف
- مقابلات التوظيف
- الجزء الثاني
- رسائل أخرى تتعلق بالتوظيف
- بيان السيرة الذاتية (تابع)

عناصر بيان السيرة الذاتية

- المعلومات الشخصية
- تحديد هدف المسار المهني
- التعليم
- الخبرة العلمية
- الإنجازات
- مؤهلات/ مهارات خاصة

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 دائما مملوءة
- تجنب السيرة الطويلة (الأفضل ان تكون من صفحتين)
- اترك فواصل بين الفقرات والعناوين
- تجنب الزخرفة والاكثار من الألوان
- لا تستخدم المساح 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 توحي بالفعل/ الإجراء والحسم
- تدقيق اللغة من حيث القواعد والاملاء...
- تذكر صاحب العمل/ القارئ
- ايراز 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

نوع المقابلة	الوصف	نصائح مفيدة
مقابلة هاتفية أو بواسطة البريد الإلكتروني	تستخدم عادة بمثابة خطوة أولية لتصفية المتقدمين	تحدث ببطء ووضوح. *تصور أنك تجري مقابلة وجه لوجه، توقع الأسئلة التي توجه إليك، وضع امامك رسالة التوظيف وبيان السيرة الذاتية
واحد - لواحد	سيكون حديث شخص - لشخص	*صافح من يقابلك بحرارة *حافظ على التقاء العينين *أظهر حماسك للمنظمة والعمل *كن ايجابيا اتجاه المنظمات السابقة
جماعية	عدد من يقابلون المتقدم للوظيفة	*نفس ما جاء في المقابلة السابقة *ابدا بالتقاء العينين مع الشخص الذي يسألك، ثم حرك عينيك لتلتقي مع كل شخص في الغرفة.

نوع المقابلة	الوصف	نصائح مفيدة
تقليدية	قد تتضمن الاسئلة: حدثنا عن نفسك؟ ما هي اهم مواظن قوتك وضعفك؟ اين ترى نفسك بعد (٥) سنوات؟كيف يمكن ان يصفك أفضل اصدقائك؟؟	راجع قوائم اسئلة المقابلات بشكل عام، وتمرن مع صديق أو مرشد مهني (انظر قائمة الاسئلة لاحقا)
سلوكية	*استقراء السلوك المستقبلي للفرد قد يكون السؤال بشأن أمثلة محددة من خبرات وتجارب سابقة في العمل،... الخ	• ضع قائمة بأمثلة عن سلوكك • كن مستعدا لإعطاء أمثلة على حالات او مواقف كانت النتائج غير ما خطت له
التوتر	في هذه المقابلة يكون الشخص الذي يجري المقابلة، غير ودي، عدوانيا ومتحديا ليرى كيف يكون رد فعلك	• لا تكن دفاعيا، حافظ على هدونك وأجب عن الاسئلة مهنيا

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 اتاحت 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 تبسم 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 الاسئلة التي تظهر مؤهلاتك وقدراتك.
- امتنع عن توجيه أي انتقادات للمنظمات التي عملت لديها سابقا
- تذكر أن تطرح الاسئلة التي كنت قد اعددتها عن المنظمة
- استخدم لغة لطيفة، رقيقة، ودية، ومهذبة
- في ختام المقابلة، اشكر من يقابلك 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 الإضافية التي طلبت منك
- تؤكد على استمرار اهتمامك وحماسك للوظيفة.
- أن تعيد تسليط الضوء على أهم مواظن قوتك التي تؤهلك للوظيفة

- وهي رسالة قصيرة تكتب بالأسلوب المباشر، وقد تتضمن:
- عبر عن شكرك وتقديرك لصاحب العمل على العرض.
- أكد على تفاصيل هذا العرض كما وردت فيه، بما في ذلك نوع العمل، والراتب، والمزايا، وتاريخ بدء العمل..
- تستطيع أن تضيف تعليقا إيجابيا عن المنظمة والمقابلة.
- اختتم رسالتك بأنك سوف تبذل كل جهد مستطاع لأداء العمل بأفضل صورة ممكنة.

رسالة رفض عرض وظيفة

- ابدأ بالتعبير عن تقديرك وشكرك لصاحب العمل على العرض
- امدح من قابلك على هذا العرض
- اشرح ووضح الأساليب والمبررات التي تدعوك للرفض
- قدم مبررات وأسباب تفتح صاحب العمل.
- اعتذر عن قبول الوظيفة بلهجة إيجابية لبقية.
- اختتم الرسالة بعبارة مهذبة، ولطيفة ثم كرر تقديرك للعرض مع التطلع في المستقبل لفرصة أخرى

عينة أسئلة مقابلات التوظيف

- ما الذي يمكنك أن تقدمه (تسهم به) لنا (لمنظمتنا)؟
- هل انت على استعداد للانتقال إلى مكان آخر؟ للسفر؟؟
- لماذا تعتقد بأنك ترغب بالعمل لدينا؟؟
- ما الذي تعرفه عن منظمتنا؟؟
- هل تفضل العمل مع الآخرين أم منفردا؟؟
- كيف ساعد اداوك في غرفة الصف في إعدادك لهذه الوظيفة؟
- ماهي المواد التي كانت مفضلة لديك الأقل تفضيلا؟؟ لماذا؟؟
- لماذا اخترت تخصصك بالتحديد؟؟
- ماهي الموهلات لديك التي تعتقد انها تجعلك تشعر بأنك ستكون ناجحا في مجالك؟
- ماهي السمات الشخصية اللازمة لتتجح في المجال الذي اخترته؟؟
- لماذا تعتقد أنك تحب هذا النوع من العمل؟

ما الذي يثير اهتمامك في منتجنا/خدماتنا؟

ماذا سيكون بعد ١٠ سنوات؟ بعد ٢٠ سنة؟

ماهي اهدافك بالنسبة لذلك في تلك السنوات؟

لماذا يجب أن أقيمك أفضل من الآخرين الذين سأقبلهم؟

ماهي معلوماتك عن الراتب؟

كيف تشعر حول قيامك بعمل اضافي، العمل ليلا، العمل في نهاية الأسبوع؟

ما نسبة العائدات التي حققتها تكاليف الدراسة؟ كيف حققت هذه العائدات؟؟

ما هو نوع العمل الأكثر اهتماما به

كيف تقضي أوقات فراغك، ماهي هواياتك؟؟

هل سجلك الدراسي مقياس جيد لما سيكون عليه اداوك في عملك؟؟

هل انجزت أفضل ماكنت قادرا على انجازه أثناء الدراسة؟؟

ما هي النشاطات الجامعية التي شاركت فيها؟ لماذا؟ ماهي تلك التي استمتعت بها كثيرا؟

- رسائل الرد
- رسائل التوبيخ
- رسائل الإقناع
- رسائل الشكاوى

الواجب

من جوانب التخطيط لرسائل الأعمال

- تحليل القارئ
- لإستفسار
- تحليل القارئ
- إستدراج القارئ

في مرحلة جمع المعلومات لكتابة الرسائل، فاته يتم الإستعانة ب:

- المصادر المتعددة
- المصادر الثانوية
- المصادر العظمية
- المصادر الجانبية

المحاضرة الحادية عشر

المذكرات الداخلية

عناصر المحاضرة

- المذكرات الداخلية
- التقارير

١ - 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 والإدارية
- تحقق الاربط والتنسيق بين الوحدات والأقسام والنشاطات المختلفة

خصائص المذكرات

تتدفق المذكرات بصورة دائمة في جميع الاتجاهات:

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

- ١ - تتمثل المذكرات وثائق و مستندات دائمة
- ٢ - تشكل براهان أو إثباتا يمكنه المحافظة على مصالح وحقوق الشركة ويوضح التزاماتها
- ٣ - أفضل طريقة لعرض معلومات معدة مدعومة بالأرقام والرسوم
- ٤ - تلائم وتريح المستقبل أكثر من الاتصالات الشفهية
- ٥ - أقل تكلفة من الاتصال الهاتفي أو المباشر وجها لوجه
- ٦ - تتيح للمرسل والمستقبل وقتا أطول لكتابة المذكرة وفهمها

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 بنزع ورقة من الرزمة ويكتب/ يطبع عليها الرسالة الداخلية.

التصميم الشائع للمذكرات هو:

- ١- 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:

يختلف 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 غالبا ما تكتب بلغة رسمية وغير شخصية.
- المذكرات التي يتبادلها الزملاء تكتب بأسلوب المحادثة، ولغة شخصية.
- المذكرات من المرؤوسين الى رؤسائهم تكون أكثر حذرا

المذكرات الداخلية والرسائل

هناك بعض الاختلافات بين الرسائل والمذكرات

- ١- إن معظم المذكرات تكتب بصورة مباشرة.
- ٢- إن كاتب المذكرة ليس مضطرا إلى الشعور بالقلق والحيرة أو استخدام "اتجاه- أنت".
- ٣- الأجزاء الثلاثة: التحية الافتتاحية، والتحية الختامية، والتوقيع، نستغني عنها في المذكرات، إذ أنه يفترض أن تسود علاقات المودة والصداقة بين العاملين.

٤- إن المذكرة تكون قصيرة قدر الامكان وتتناول موضوعا محددا.

- 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".
- 1- يعتمد التقرير بصفة رئيسة على الحقائق.
 - 2- يتم عرض الحقائق بتسلسل منطقي وطريقة منظمة.
 - 3- يجري عرض وتحليل الحقائق بصورة موضوعية، مجردة، وحيادية.
 - 4- 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

- 1- تقارير الإنتاج/ تقارير الموارد البشرية/ تقارير التسويق/ تقارير التمويل.
- 2- تقارير رسمية / وغير رسمية.
- 3- تقارير يومية /أسبوعية / شهرية/ أولية/ نهائية.
- 4- تقارير روتينية / خاصة/ عاجلة.
- 5- تقارير عادية/ سرية.
- 6- تقارير وصفية/ إحصائية/ تحليلية.
- 7- 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.

متطلبات التقرير الجيد

- لا بد أن يكون التقرير أداة ووسيلة توفر عوناً ومساعدة هامة للادارة
- أن يكون التقرير موحدًا، 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 والإيجاز، ولا سيما التوصيات والاقتراحات وتعزيزها بالبراهين
- استخدام لغة سهلة، بسيطة ودقيقة، والابتعاد عن المصطلحات المعقدة الغامضة أو المطولة.

١. التخطيط

٢. جمع المعلومات
 ٣. تنظيم المعلومات ووضع المخطط النهائي للتقرير
 ٤. كتابة مسودة التقرير
 ٥. المراجعة والتعديل
 ٦. التدقيق والتحرير
 ٧. إخراج التقرير
1. تحديد الهدف/ الغرض من التقرير
 2. تحديد من هو / هم الذين سيرسل إليهم التقرير
 3. تحديد أبعاد / جوانب المشكلة ، متطلبات ومحددات الدراسة
 4. تحديد مصادر وأساليب جمع المعلومات
 5. وضع جدولاً زمنياً لإعداد وكتابة التقرير

تبويب وتحليل المعلومات

- هل النتائج التي توصلت إليها الدراسة معقولة ومنطقية؟
- هل المعلومات والبيانات التي حصلت عليها موثوقة وتمثل مشكلة الدراسة.
- هل بلغت 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 سؤالات البحث التي تضمنتها خطة البحث؟
- هل قمت بنقل الحقائق كما هي؟
- هل التحليل والتفسير موضوعي؟

هيكلية التقرير

الأجزاء الأولية/ التمهيدية	المتن/ جسم التقرير	الأجزاء المكتملة/
• صفحة العنوان:	• المقدمة	• التكميلية
• رسالة التفويض	• جسم التقرير	• الهوامش
• رسالة تسليم التقرير	• الخلاصة	• الملاحق
• قائمة المحتويات.	• قائمة المراجع/	• قائمة المصادر
• قائمة الأشكال والرسوم البيانية	• الملخص	• الفهرس

المحاضرة الثانية عشر

- الاتصالات الشفهية الفعالة
- (الاتصال غير اللفظي / لغة الجسد)

عناصر المحاضرة

- مقدمة
- مفهوم الاتصال غير اللفظي
- أنواع الاتصال غير اللفظي
- خصائص الاتصال غير اللفظي
- فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي
- تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي

يتمثل الاتصال غير اللفظي في أية رسالة ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة، وتتضمن عوامل أخرى مثل المظهر، المسافة، المواقع، المكان...

يسمح الاتصال غير اللفظي ب:

- نعرف متى نهي المحادثة
- نعرف ما إذا كان الشخص الآخر قد وصله المعنى الذي نتكلم عنه أم لا
- نحدد مستوى الموافقة التي حصلنا عليها
- نلاحظ الدرجة التي لمسنا بها الدافع الحقيقي للشخص الذي نتحدث إليه
- نعرف اللحظة التي حققنا فيها الاتصال، والبداية الحقيقية لعلاقتنا.
- تحديد الوقت الذي نجحنا فيه في تحقيق التقارب مع شخص ما
- نعرف التغيير الذي حدث في طريقة تفكير شخص ما
- معرفة نوعية النظام التعبيري الأنسب لكي نوصل فكرة معينة إلى الآخرين.
- نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الآخر الذي نتعامل معه.

خصائص الاتصال غير اللفظي

- الاتصال اللفظي يلعب دوراً كبيراً في تحقيق الأهداف الاتصالية
- عدم الانسجام بين اللفظي وغير اللفظي يؤدي إلى تناقض المعاني
- ترجمة الاتصال غير اللفظي أحياناً ليست سهلة لاختلاف الثقافات
- لغة الجسم يهتم بها علم يسمى بـ *Kinesics*
- الاتصال غير اللفظي قديم قدم الإنسان، الاهتمام به في الكتابات بدأ من النصف الثاني للقرن السابق
- اللغة العالمية رقم ١ هي لغة الجسم

فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي:

- مستوى ونغمة الصوت. تعبيرات الوجه
- الإيماءات والإشارات. حركات الأيدي والأصابع
- وضعية وحركات الجسم. الدلالات الرمزية للوقت
- المسافات. الاتصال باللمس
- المظهر. الاتصال البصري
- الابتسامة والضحك. حركات الرجلين
- التهنيدات والتأوهات

أنواع أشكال الاتصالات غير اللفظية:

الاتصال غير اللفظي



لغة الوجه:

الوجه عبارة عن نظام متكامل يتفاعل فيه: الجبهة، الحاجبين، العينين، الأنف، الأذنين، الشفتين، الذقن، وتوجد بينهما تفاعلات. يعبر الوجه عن ستة انفعالات هي: السرور، الحزن، الغضب، الخوف، الدهشة، الاشمئزاز. من لغة الوجه:

- تعبيرات الوجه والجبهة والحاجبين
- الاتصال البصري
- التعبير بالأنف
- حركة الشفاه والشفة
- التقبيل
- الابتسامة
- الضحك

لغة الصوت

الصوت هو عبارة عن ذبذبات مسموعة يطلقها الإنسان والكنائنات الحية الأخرى، وحتى الأشياء تحدث أصواتا عندما تكون في حالة حركة والصوت ينقل حالات:

- الغضب
- الإحباط
- التوتر
- الحزن
- عدم الرغبة في الحديث مع الآخرين
- عدم الاستعداد للإبصتات للآخرين

لغة اليدين

- نستخدم اليدين لأغراض اتصالية كثيرة:
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر إضافية
- للمساعدة على الكلام
- اكمال المعاني
- الإشارة الى الاتجاهات
- وضع اليدين مقاطعين على الصدر يدل على الوضع الدفاعي
- تعبير موقف: سلام، رضا، رفض
- المصافحة والتحية
- تغطية الوجه تعبيراً على الخوف
- وضع اليد على الخصر او في الجيب عند الحديث يعبر عن الغرور والتكبر

لغة اللمس

- لغة اللمس تبدأ قبل ولادة الإنسان أي لما يكون جنينا في بطن امه
- الملامسة لها دلالات رمزية عند الشعوب
- عند اللمس يستقبل الإنسان المشاعر
- اللمس جزء من مهام العلاج الطبيعي والتمريض
- اللمس يسمح لنا بتلقي المعلومات الأولية المتعلقة بالعالم المحيط بنا
- اللمس يكون من مختلف مناطق الجسم

مفردات رديئة في لغة الجسد

- العينان التي تتجنبان النظر للمتحدث
- النقر بالأصابع
- مصافحة الأخرين بكف لينة
- العب بالخاتم في الإصبع
- الحركات العصبية
- اللعب بالفلم أوفتحه
- الجلسة المسترخية
- اللعب بالمفاتيح
- الجلسة المتكاسلة
- اللعب بالنفود المعدنية
- الوقوف السلبي
- طقطقة مفاصل اليد
- عض الشفاه
- استخدام المستمر لبعض الأصوات
- مثل النحنة والهمهمة
- قضم الأضافر

تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي

- احرص على استمرار التقاء العينين مع من تتحدث إليه أو تصغي إليه، وواصل تحريك العينين.
- هز رأسك من حين لآخر لإعطاء الموافقة.
- ابتسم وحافظ على حيويتك وتأهيك.
- الميل إلى الأمام نحو المتحدث.
- لكن تجنب الآتي:
- النظر بعيدا، أو تحريك العينين بعيدا عن المتحدث.
- إغماض العينين.
- استخدام نبرة صوت غير سارة.
- التناوب باستمرار.

المحاضرة الثالثة عشر الاتصالات الشفهية الفعالة (الاتصال غير اللفظي / لغة الجسد)

عناصر المحاضرة

- مقدمة
- مفهوم الاتصال غير اللفظي
- أنواع الاتصال غير اللفظي
- خصائص الاتصال غير اللفظي
- فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي
- تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي

مقدمة:

- ٥٥% من الاتصال يتكون من لغة الجسد.
- ٣٨% يتم التعبير عنه بواسطة نبرة/ لهجة الصوت فقط.
- ٧% يتم التعبير عنه بالكلمات.
- إذا ٩٣% من مشاعرنا وعواطفنا هي غير لفظية.

مفهوم الاتصال غير اللفظي:

يتمثل الاتصال غير اللفظي في أية رسالة ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمة المنطوقة أو المكتوبة، وتتضمن عوامل أخرى مثل المظهر، المسافة، المواقف، المكان...

يسمح الاتصال غير اللفظي ب:

- تعرف متى نهي المحادثة
- تعرف ما إذا كان الشخص الآخر قد وصله المعنى الذي نتكلم عنه أم لا
- تحدد مستوى الموافقة التي حصلنا عليها
- نلاحظ الدرجة التي لمسنا بها الدافع الحقيقي للشخص الذي نتحدث إليه.
- نعرف اللحظة التي حققنا فيها الاتصال، والداية الحقيقية لعلاقتنا.
- تحديد الوقت الذي نجحنا فيه في تحقيق التفارب مع شخص ما.
- نعرف التغيير الذي حدث في طريقة تفكير شخص ما
- معرفة نوعية النظام التعبيري الأنسب لكي نوصل فكرة معينة إلى الآخرين.
- نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الآخر الذي نتعامل معه.

خصائص الاتصال غير اللفظي

- الاتصال اللفظي يلعب دورا كبيرا في تحقيق الاهداف الاتصالية
- عدم الانسجام بين اللفظي وغير اللفظي يؤدي الى تناقض المعاني
- ترجمة الاتصال غير اللفظي احيانا ليست سهلة لاختلاف الثقافات
- لغة الجسم يهتم بها علم يسمى ب Kinescis
- الاتصال غير اللفظي قديم قدم الإنسان، الاهتمام به في الكتابات بدأ من النصف الثاني للقرن السابق
- اللغة العالمية رقم ١ هي لغة الجسم
- النساء اكثر ادراك لمعاني لغة الجسم من الرجال

أنواع / أشكال الاتصالات غير اللفظية:

الاتصال غير اللفظي



فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي:

- مستوى ونغمة الصوت.
- تعبيرات الوجه
- حركات الأيدي والأصابع
- الإيماءات والإشارات.
- وضعية وحركات الجسم
- المسافات
- المظهر
- الاتصال البصري
- حركات الرجلين
- الابتسامة والضحك-التنهيدات والتأوهات

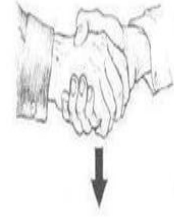


في حالة الشغف والأثارة تجد ان حدقة العين مفتوحة



استعمال وسيلة الإيضاح تشد انتباه الطرف الآخر او استعمال القلم والاشارة به أثناء الشرح القلم لتشير به على الكلام المكتوب ثم رفعه بين عينيك و عينيه مع ابراز كف اليد الأخرى بذلك تحظى بتركيزه كلياً

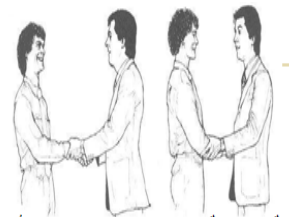
البروت



عندما تقابل شخص وتسلم عليه وكفك إلي أسفل يدل ذلك أنك أنت المسيطر علي الأحداث القادمة.

بسط اليد بهذة الطريقة يدل على ان المتكلم يتكلم بوضوح وصدق وبأمانة

الك بأصبع تحت العين يستلهمها الشخص المتحدث بالكذب حتى لاينظر في عين الشخص الذي أمامه



المصافحة المزودة بملئنا اليدين الهدف منها هو الاعلان عن ما في داخل الأسمان من حب وصدق و تقرب و طمأنينة. وفي ذلك عاملين أساسيين الأول: استخدام المصافح لليد اليسرى للتعبير عن شعوره وحسب عمق هذا الشعور يكون مكان وضع اليد اليسرى .
الإمساك بالكوع اعني في التعبير من الإمساك بالمعصم ، والإمساك بالكف اعني من الإمساك بالساعد. التقرب من منطفة الطرف الآخر له معنى آخر.



عند وضع الأصابع في لعم يدل ذلك على أن هذا الشخص تحت ضغط نفسي كبير ويحتاج الي المساندة فهو بهذا التصرف يبرع لحالة الطفولة ويضع أيهاهه في فمه كالطفل الذي يحتاج أن يشعر بوجود أمه بجواره

لغة الوجه:

- الوجه عبارة عن نظام متكامل يتفاعل فيه: الجبهة، الحاجبين، العينين، الأنف، الأذنين، الشفتين، الذقن، وتوجد بينهما تفاعلات. يعبر الوجه عن ستة انفعالات هي: السرور، الحزن، الغضب، الخوف، الدهشة، الاشمزاز. من لغة الوجه:
- تعبيرات الوجه والجبهة والحاجبين
- الاتصال البصري
- التعبير بالأنف
- حركة الشفاة والقم
- التقبيل
- الابتسامة
- الضحك.



لغة الصوت

الصوت هو عبارة عن ذبذبات مسموعة يطلقها الإنسان والكائنات الحية الأخرى، وحتى الأشياء تحدث أصواتا عندما تكون في حالة حركة والصوت ينقل حالات:

- الغضب
- الإحباط
- التوتر
- الحزن
- عدم الرغبة في الحديث مع الآخرين
- عدم الاستعداد للإنصات للآخرين



لغة اليدين

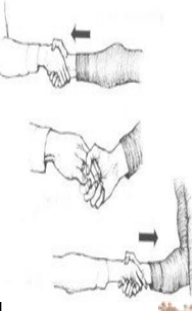
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر اضافية
- تحريك اليد على الرأس: تخفيف حدة ما يعانیه الشخص من توتر
- وضع اليدين متقاطعين على الصدر يدل على الوضع الدفاعي
- تغطية الوجه تعبيراً على الخوف
- وضع اليد على الخصر او في الجيب عند الحديث يعبر عن الغرور والتكبر
- تستخدم اليدين لأغراض اتصالية كثيرة:
- للمساعدة على الكلام
- اكمال المعاني
- الاشارة الي الاتجاهات
- تعبير موقف: سلام، رضا، رفض
- المصافحة والتحية
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر اضافية
- تحريك اليد على الرأس: تخفيف حدة ما يعانیه الشخص من توتر
- وضع اليدين متقاطعين على الصدر يدل على الوضع الدفاعي
- تغطية الوجه تعبيراً على الخوف
- وضع اليد على الخصر او في الجيب عند الحديث يعبر عن الغرور والتكبر

لغة اللمس

لغة اللمس تبدأ قبل ولادة الانسان أي لما يكون جنينا في بطن امه الملامسة لها دلالات رمزية عند الشعوب عند اللمس يستقبل الانسان المشاعر اللمس جزء من مهام العلاج الطبيعي والتمريض اللمس يسمح لنا بتلقي المعلومات الأولية المتعلقة بالعالم المحيط بنا اللمس يكون من مختلف مناطق الجسم

اللمس والمشاعر

مثلا: الشخص العدوانى بصافح ويده وذراعه متخشبة والهدف هو ابقاء مسافة كافية تجعله خارج نطاق الشخص الآخر. مصافحة شخص و الإمساك بأصابعه يعانى من صغر النفس و الهدف من السلام بهذة الطريقة هو ترك مسافة كافية للأطمئنان . و عندما يجذب الشخص المصافح الذى نيصافحه الى نطاقه فهذا يدل على أنه يطمئن له



مفردات رديئة في لغة الجسد

النقر بالأصابع	العينان التي تتجنبان النظر للمتحدث
العقب بالخاتم في الإصبع	مصافحة الآخرين بكف لينة
اللعب بالقلم وفتح	الحركات العصبية
اللعب بالمفاتيح	الجلسة المسترخية
اللعب بالنقود المعدنية	الجلسة المتكاسلة
طققة مفاصل اليد	الوقوف السلبي
الاستخدام المستمر لبعض الأصوات	عض الشفاة
مثل النحنحة والهمهمة	قضم الأضفار.

تحسين مهارات الاتصال غير اللفظي

- احرص على استمرار التقاء العينين مع من تتحدث إليه أو تصغي إليه، وواصل تحريك العينين.
- هز رأسك من حين لآخر لإعطاء الموافقة.
- ابتسم وحافظ على حيويتك وتأهيك.
- الميل إلى الأمام نحو المتحدث.
- لكن تجنب الآتي:
- النظر بعيدا، أو تحريك العينين بعيدا عن المتحدث.
- إغماض العينين.
- استخدام نبرة صوت غير سارة.
- التناوب باستمرار.

المحاضرة الرابعة عشر

الاتصالات الشفهية الفعالة: الاتصالات الهاتفية والقاء الخطاب

عناصر المحاضرة

- مقدمة-القاء الخطب-الاتصالات الهاتفية

- مقدمة:
- يعتبر إلقاء خطاب أمام عدد كبير من الناس
- من أكثر أنواع الاتصال الشفهي صعوبة،
- وأقلها انتشارا،
- معظمنا يتخوف من القاء خطاب عام،
- لا نشعر بالارتياح للتحدث أمام الآخرين،
- مثل هذا التردد والتخوف يمكن التغلب عليهما،
- تحسين مهارتنا الخطابية بواسطة تعلم وتطبيق نهج منظم في عملية الخطابات العامة.

هو الموقف الذي يتحدث فيه الشخص مع مجموعة من الأفراد:

- في مؤتمر عام أو في ورشة، أو
- في مناسبات اجتماعية مختلفة، أو
- في محاضرة أو درس أو خطبة أو
- في خطاب سياسي، في كلمات مجاملة
- تتكلم أمام أناس: تعرفهم أو لا تعرفهم، أقل منك في الدرجة العلمية أو أعلى من نفس جنسك أو يختلفون...

المهم في ذلك أن الحضور سيكون هو من يقيّم في نهاية الأمر

أسباب رفض الحديث امام الجمهور

سوف أصبح أضحوكة	أرتجف ولا أستطيع الكلام
لم أحضر لهذا الموضوع	سوف أنسى ما أريد ان أقول
أنا حجول ولا أستطيع الكلام	ضاعت مني الورقة
لدي لهجة غريبة ولا يمكنني التحدث أمام الناس	أخاف من تقييم الناس لي
الجمهور مثقف ولا يمكنني الوقوف متحدثا أمامهم	أخاف أن فشل



التخطيط والإعداد

- اختيار الموضوع
- حدد الغرض/ الهدف من الخطاب/ العرض
- تحليل جمهور المستمعين
- البحث حول الموضوع

تنظيم العرض/ العرض

قرر طريقة العرض/ التقديم:

- الارتجال
- الاستظهار
- القراءة

- الاستعانة بالوسائل المرئية: أثناء التمرين/ التدريب اسأل نفسك ما يأتي:
- هل يستطيع الناس سماع ما أقول؟ (جهازة الصوت).
- هل أقوم بتعديل/ تغيير مستوى صوتي وأنا أتحدث؟ (نغمة/ طبقة الصوت)
- هل أنطق/ أقول الكلمات بشكل صحيح؟ (طريقة التلفظ).
- هل يستطيع المستمعون فهم كلماتي؟ (النطق)
- هل استخدم القواعد الصحيحة؟
- هل استعمل عادات خطابية مزعجة؟

أخطاء الإلقاء

عدم وضوح الهدف	السكون
الاسهاب	غياب المشوقات
الموضوع غير مناسب	الزى المقرز
انعدام التنظيم	اغماض العينين أو تسكينهم
الفطور في الإلقاء	

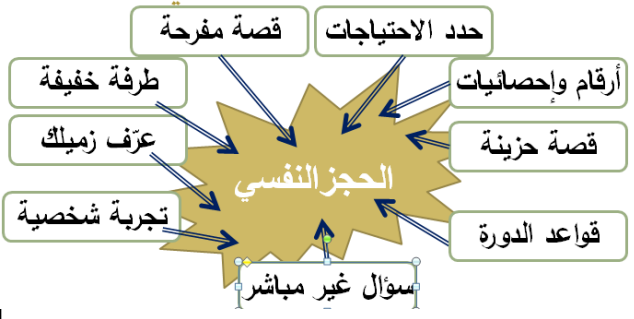
إرشادات إلقاء الخطاب:

- أظهر الصدق فيما تقول والحماس واحفظ بحيويتك.
- كن واثقا بنفسك، كما تثق في جمهور المستمعين.
- نظم الخطاب بما يقدد أفكار المستمعين بشكل منطقي نحو الخاتمة.
- ركز أفكارك على الرسالة والاستجابة التي ترغب ها بدلا من التركيز على نفسك.
- استخدم لغة تتناسب وتتوافق مع الجمهور المستمع.
- تحدث بشكل صحيح، وواضح ولسل مستخدما الأصول والمعايير القواعدية والترقيم
- أعرض فكرة واحدة في الوقت الواحد أحصل على تغذية راجعة بشأن كل فكرة.
- استخدم لغة الجسم لتحقيق أفضل المنافع.
- كن هادئا وطبيعيا.

إرشادات إلقاء الخطاب (تابع)

- نوع في نبرات/ طبقات الصوت، وسرعة الإلقاء، وبدل في جهازة صوتك
- انظر إلى المستمعين (النقاء العينين) وتحدث مباشرة إليهم.
- التزم الثبات، وتجنب المغالاة في الحركة ومؤشرات العصبية.
- أعرض الوسائل المرئية باعتبارها جزءا من الخطاب.
- حافظ على مزاجك وهذونك، حتى لو واجهت أسئلة أو ملاحظات عدائية.
- حافظ على وقفة/ جلسة مناسبة.
- حلل ردود أفعال المستمعين أثناء الخطاب
- استمع: تقديم الأفكار للآخرين يمكن أن يكون متعة وتجربة دينام

كسر الحاجز النفسي



الاتصالات الهاتفية

- إن استعمال الهاتف وإتقان فنون الاتصال الهاتفي أصبحت ضرورية لرجال الأعمال لسببين رئيسيين وهما:
- الوقت الذي يهدر ويضيع في المكالمات الهاتفية هو غال جدا،
- أن الهاتف يمكن أن يحمل، ويوصل انطبعا وصورة ذهنية سلبية عن المنظمة.

مشكلات الهاتف

- محاولة الحصول على خط.
- إبقاؤك / تركك على الخط.
- الشخص الذي تريده غير موجود.
- تحويلك من شخص لآخر أو من دائرة لآخرى
- الرقم خطأ أو الرقم مشغول.
- الشخص الذي طلبك لديه وقت للردشة بينما أنت مشغول
- فقدان بعض الكلمات
- سماع خاطئ للكلمات
- عدم فهم الرسالة، فهم الرسالة بصورة خاطئة.

نوعية سارة من الصوت / الفاظ منتقاة

- تحدث وكأنك تحدث الشخص الآخر وجهها لوجه.
- أظهر النفاذ، المودة والسرور، اجعل صوتك مبنسما.
- اصقل نبرة ولهجة طبيعية من خلال الابتسامة والإيماء.
- بين أنك متأهب وبقظ ومهتم.
- اجعل صوتك معتدلا وعاديا وتجنب التحدث بصوت خافت جدا، أو بصوت عال جدا.
- غير/ عدل في طبقات الصوت بشكل جيد.
- الفظ الكلمة جيدا.
- انطق الكلمات بصورة واضحة تماما. لا تتمم: اجعل كلماتك وعبارتك واضحة تماما.
- اجعل سرعة التحدث مناسبة جدا، وتجنب الكلام بسرعة.
- استخدم الكلمات والعبارات المناسبة، وتجنب الكلمات والعبارات العامية، والفنية المعقدة،

تطوير فنون اللباقة والكياسة

- حينما تتصل هاتفياً، عرف عن نفسك وحدد الشخص المطلوب و اشرح هدفك
- حينما تستقبل مكالمه هاتفية، عرف عن منظمتك، ومن ثم أعرض المساعدة.
- اعتبر كل مكالمه هاتفية مكالمه هامة و أجب فوراً.
- أظهر الاهتمام واللباقة: كن ودوداً، مبهجاً، وتحترم الشخص المتحدث
- أكمل المكالمه فوراً ومن غير اللاتق أن تبقى المتحدث ينتظر على الهاتف.
- إنه/ أختم المكالمه بإيجابية وبشكل مناسب: "شكرك على مكالمتك" " أرجو الاتصال مرة أخرى إن احتجت لمعلومات إضافية عن منتجاتنا/ خدماتنا".
- إذا وجدت من الضروري إبقاء المتحدث المتحدث ينتظر على الهاتف لبعض الوقت، اسأله تلك إن كان لا يمانع
- دع الشخص الذي طلبك هاتفياً أن يغلق الهاتف أولاً.

إجراء مكالمه هاتفية

- حدد الغرض من المكالمه الهاتفية بشكل واضح.
- دون مسبقاً الملاحظات حول الحقائق، والنقاط والسؤال الرئيسة التي تود الاستيضاح عنها
- ضع الملاحظات بتتابع منطقي سليم
- جهز وأعد أي ملفات ومراسلات وعقود... الخ يمكن أن تحتاجها أثناء الحديث الهاتفي.
- كن واعياً للتكاليف – لا تضع وقتك وقتك المستقبل.
- اختر الوقت المناسب والأقل تكلفة لإجراء مكالمتك الهاتفية.
- ليكن لديك رقم الهاتف، واسم ووظيفة الشخص الذي ترغب التحدث معه.
- جهز ملاحظتك، وليكن بجانبك دفتر ملاحظتك لتدوين الضروري منها أثناء المكالمه.
- تذكر النقاط الآتية أثناء إجراء المكالمه.
- تأكد أنك قد طلبت الرقم الصحيح، أو أعط الرقم الصحيح لعامل المقسم / السكرتيرة.

استقبال مكالمه هاتفية

- احتفظ دائماً بدفتر ملاحظات وقلم بجانب الهاتف و بدليل هواتف داخلي بجانب الهاتف.
- إن كنت تعمل في مكان مفتوح، اطلب من الآخرين التزام الهدوء.
- عرف عن نفسك ووظيفتك ودائرتك و رحب بالمتحدث.
- أصغ جيداً ودفق أي حقائق وأرقام والإملاء حيثما كان ضروريا
- سجل الملاحظات.
- استخدم من العبارات ما يؤكد للمتحدث أنك على الخط، مثل "نعم" "صحيح" ...
- لاتسمح لنفسك بالشرود.

كن واعياً للتكاليف – لا تترك المتحدث معلقاً ينتظر لوقت طويل.

دائماً دقق الأرقام، الأفكار، والتواريخ وأكد على أي إجراء تم الاتفاق عليه
و بعد الانتهاء من المكالمه من الضروري أن تراجع وتسجل وتتخذ أي إجراء ضروري.

تسجيل المكالمات الهاتفية

- اسم الشخص الذي وجهت إليه الرسالة.
- تاريخ المكالمه ووقتها بمنتهى الدقة.
- اسم الشخص/ الجهة المرسله (التي اتصلت هاتفياً).
- اسم الشركة، المنظمه او الجماعه التي ينسب إليها المرسل.
- رقم هاتف الشخص المرسل ورقمه الفرعي.
- طلب المرسل الاتصال معه.
- الرسالة التي أبلغها المرسل.
- اسم (الأحرف الأولى من إسم) الشخص الذي استلم الرسالة

يتطلب تنظيم المعلومات- من الأدوات التي تساعد الإدارة على إختيار الإستراتيجيات

- دراسة الرسالة بشكل جيد
- معرفة الإيحاءات والإدلة
- تحديد الأفكار المحورية
- كل ما ذكر

لهيكله الرسالة يجب تصني اجزائها الى :

- أجزاء معيارية وأجزاء ثانوية
- أجزاء أولية وأجزاء أساسية
- أجزاء كلية وأجزاء جزئية
- أجزاء عملية وأجزاء نظرية

تهدف رسائل الإقناع الى :

- جذب الإهتمام
- الموضوعية والحياد
- الرد الإيجابي
- الأخبار السارة

من أمثلة رسائل الإقناع

- رسائل التوقيف
- رسائل طلب الإهتمام
- المراجعة الإستراتيجية
- رسائل طلب التوظيف

تم الانتهاء من

الملخص جهد شخصي
لأفاده الجميع مع
تمنياتي لكم بالتوفيق

ولاتنسوني من الدعاء
لي ولوالدي

١٤٣٥ هـ -دكتور
معتصم ابو زيد

تحياتي ايوت

