

مهارات الاتصال
د. يمنية سملاوي
إدارة أعمال
١٤٣٧ هـ

ضمير رفع

شعاع النور

=====

المحاضرة الأولى

مدخل الى الاتصالات والمراسلات

في منظمات الأعمال

محاور المحاضرة الاولى

١. تعريف الاتصال.
٢. عملية الاتصال وعناصرها.
٣. أنواع الاتصالات.
٤. مميزات الاتصالات الشفهية والكتابية.
٥. اختيار وسيلة/ قناة الاتصال المناسبة.
٦. الإصغاء.
٧. الاتصالات غير اللفظية.
٨. معوقات الاتصال.
٩. تحسين فاعلية الاتصالات.

=====

1- تعريف الاتصال

اهتم الكثير من العلماء و الباحثين في العلوم السلوكية بموضوع الاتصال وتعددت التعاريف المقدمة له، ومن اهم تلك التعاريف ما يلي:

١. الاتصال هو إرسال معلومات من طرف لآخر في المنظمة بما يؤدي إلى نتيجة معينة، تغيير السلوك أو تغيير الممارسات.
٢. الاتصال هو تبادل الفهم المشترك من خلال استعمال الرموز.
٣. الاتصال هو عملية نحاول من خلالها ارسال / توصيل أفكارنا، آرائنا، رغباتنا ومشاعرنا للآخرين.

٤. الاتصال هو فن استخدام المعلومة من قبل المرسل بغرض إيصالها إلى عقل الطرف الآخر (المستقبل) وإحداث الاستجابة لديه. وقد تكون الاتصالات مكتوبة أو لفظية أو غير ذلك.

من هنا نستنتج ما يلي:

- ✓ الاتصالات نشاط اجتماعي وإنساني تفاعلي؛
- ✓ الاتصالات موضوع تتقاطع فيه الكثير من العلوم؛
- ✓ وجوب وضوح الطرف المستهدف والفكرة المستهدف إيصالها لدى المرسل؛
- ✓ لا يجب أن يكتفي المرسل بوصول رسالته، وإنما عليه معرفة ما إذا كانت مفهومة وبالمعنى المقصود؛
- ✓ يجب أن تكون الرسالة مصاغة باللغة والرموز المفهومة لدى المستلم؛
- ✓ يتم الاتصال عبر قناة مخصصة.

تعريف الاتصال في منظمة الأعمال:

يعرف الاتصال في منظمات الأعمال بأنه: "عملية اجتماعية تبادلية تتضمن تقاسم الفهم والإدراك بين طرفي الاتصال والتأثير في سلوك الأفراد بقصد تحقيق أهداف المنظمة".

يهدف الاتصال في المنظمة إلى:

١. قبول المستقبل للرسالة الموجهة من المرسل.
٢. قيام المستقبل بالتصرف وفق هذه الرسالة.

2- عناصر عملية الاتصال

تبدأ عملية الاتصال عندما يرغب شخص ما (المرسل) بنقل فكرة أو أية معلومة إلى شخص أو أشخاص آخرين (المستقبل)؛ وتتشكل على هذا الأساس عناصر عملية الاتصال من:

1- **المرسل**: ويتمثل في الجهة التي تستهدف إيصال فكرة أو معلومة أو منتج ما إلى جمهور مستهدف في السوق.

2- **المستقبل**: وهو المستلم أو المستهدف من عملية الاتصال.

3- **الرسالة:** وهي جوهر عملية الاتصال لأنها تمثل المضمون أو المحتوى لعملية الاتصال، علماً أنها تتوافق مع قناة الاتصال وتتكامل معها وقد تكون الرسالة صوتية، او مكتوبة، او إشارات... الخ.

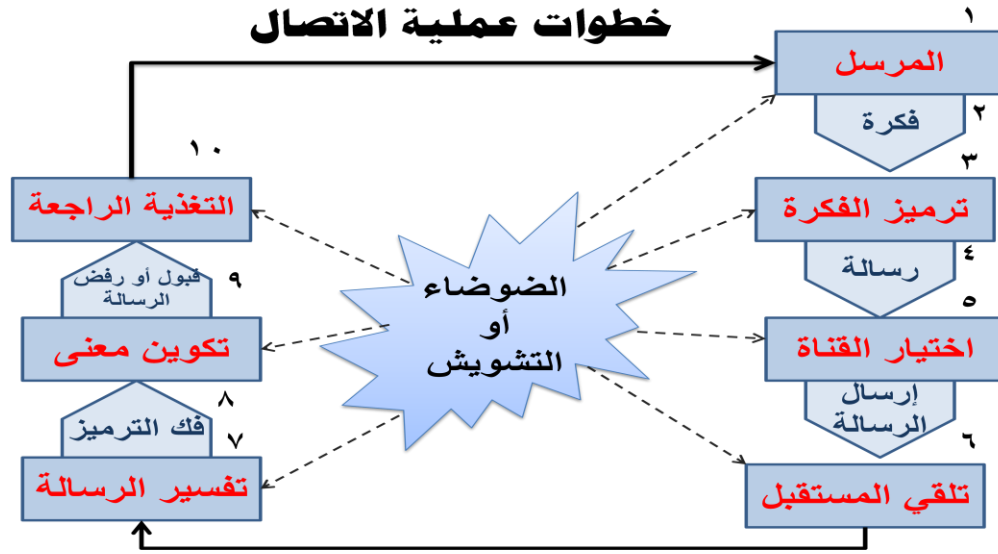
4- **الترميز:** الرموز المستخدمة أساس مهم لتحقيق الاتصال الفعال، وعدم الانحراف بالمعنى، ولوصول الأفكار للطرف الآخر بشكل صحيح.

5- **قناة الاتصال:** هي الوسيلة التي يتم عبرها بث الرسالة، علماً بتعددتها وتنوعها (تلفاز، تليفون، جريدة... الخ). والاتصال الفعال يتطلب اختيار الوسيلة الملائمة.

6- **فك الترميز:** وهو تعبير عن الرموز والعبارات والإشارات القابلة للفهم المشترك ما بين الطرفين المرسل والمستلم، ولا بد أن تتوافق تلك الرموز مع قدرة المستلم على تفسيرها.

7- **الضوضاء:** من الطبيعي أن تتعرض الرسالة مهما كان شكلها إلى درجة معينة من التشويش، أو التأثير السلبي على المسار المطلوب من عملية الاتصال المستهدف، وذلك بفعل عوامل عديدة كعدم وضوح الصوت في الوسيلة مثلاً (عرض الإعلان مباشرة بعد عرض إعلان منافس).

8- **التغذية الراجعة:** وتسمى أيضاً بالتغذية العكسية فهي توفر المعلومات التي تعبر عن مستوى التفاعل والفهم المتحقق من عملية الاتصال، كما أنها تمثل مقياس لمستوى الأداء.



3- أنواع الاتصالات

أولاً: التصنيف حسب الموضوع: وتنقسم الى :

1- اتصالات عملياتية: تتعلق بنشاط المنظمة ومؤثرة على نموها وتطورها وتنقسم الى :

- **الاتصالات العملياتية الداخلية:** تتم بين العمال في المنظمة من اجل انجاز اعمال المنظمة الداخلية.
- **الاتصالات العملياتية الخارجية :** بين المنظمة واطراف البيئة الخارجية من عملاء وموردين ومنافسين ومؤسسات مالية، وجهات حكومية وغيرها بهدف إنجاز الاعمال الخارجية للمنظمة.

2- اتصالات شخصية: تتعلق بتبادل المعلومات والاتجاهات والعواطف بين الأفراد، ولا تتعلق بأعمال ونشاطات المنظمة، ولكنها تؤثر في اتجاهات العاملين نحو رؤوسهم وزملائهم وسياسات المنظمة وفلسفتها وخطها وغيرها، ويعتمد هذا التأثير على كثافة الاتصالات الشخصية، كما يمكن ان تؤثر إيجابيا او سلبيا على أداء المنظمة ، لذا يجب على المدراء عدم منع الاتصالات الشخصية بشكل نهائي، وفي نفس الوقت عدم السماح لها بالهيمنة والسيطرة على الاتصالات العملياتية.

ثانياً: التصنيف حسب قناة الاتصال: وتنقسم إلى:

1- الاتصالات الرسمية: تتمثل في مختلف الاتصالات العملياتية الداخلية والخارجية التي تتم في جميع الاتجاهات والمستويات، وتشمل شبكة الاتصالات الرسمية على خطوط ومسارات الاتصال التي تحدها وتوضحها سياسات المنظمة وخططها وإجراءاتها وهيكلها التنظيمي، وهي تمثل شريان الاتصال في المنظمة، هي التي تتم وفق قنوات الاتصال الرسمية.

2- الاتصالات غير الرسمية: هي الاتصالات التي تتم خارج الاطار الرسمي للمنظمة وتستخدم لأغراض الاتصالات الشخصية، بحيث تتم عبر القنوات الشخصية.

ثالثاً: التصنيف حسب اتجاهات / مسار الاتصالات : وتنقسم إلى:

١. **اتصالات نازلة:** من الرئيس للمرؤوسين.
٢. **اتصالات صاعدة:** من المرؤوسين للرئيس.
٣. **اتصالات أفقية:** بين القيادات والأفراد من نفس المستوى.
٤. **اتصالات قطرية أو مائلة:** بين شخصين في مستوى تنظيمي مختلف لا تربطهما علاقة رئيس ومرؤوس.

رابعاً: الاتصالات حسب القناة أو نوع الوسيلة:

1- اتصالات كتابية: ومن أنواعها الرسائل والمذكرات الداخلية والتقارير والنشرات والكتيبات والمطويات والملصقات وغيرها.

2- الاتصالات الشفهية: تشمل الاتصالات المباشرة وجهاً لوجه أو بالهاتف أو النقاشات الجماعية أو المؤتمرات.

==

4- مميزات الاتصالات الكتابية والاتصالات الشفهية:

الاتصالات الشفهية	الاتصالات الكتابية
<ul style="list-style-type: none">• تتيح التعبير عن المشاعر أكثر.• تسمح باستخدام الاتصال غير اللفظي كتعبير الوجه.• تسمح بالاستفسار الفوري.• تتيح التعرف على رد الفعل فوراً.• هي الأفضل في حالات ضرورة التفاعل.• الوسيلة الوحيدة التي يمكن استخدامها مع الأميين.• تكون الأفضل في حالة المعلومات السرية.	<ul style="list-style-type: none">• تمثل مستندات دائمة تتضمن قرارات وحلول وإجراءات.• يمكن الرجوع إليها حين الحاجة.• تحفظ حقوق ومصالح المنظمة والافراد.• توثيق الأوامر والتعليمات والتوجيهات تحدد المسؤولية والمساءلة.• تقلل من احتمال نشوء النزاعات والخلافات التنظيمية.• أقل تكلفة من الاتصالات الشفهية.• تتضمن كم غزير من المعلومات.• تسمح بالقراءة في الوقت المناسب.• تمنح الوقت لتخطيط الرسالة وتنظيمها جيداً.

5- اختيار وسيلة/ قناة الاتصال المناسبة:

يعد سوء اختيار أو استخدام الوسيلة المناسبة للاتصال أحد أهم معوقات الاتصال الناجح في المنظمات، ويتوقف إختيار وسيلة الاتصال المناسبة على تفاعل عدة عوامل أهمها:

١. الغرض من الاتصال.

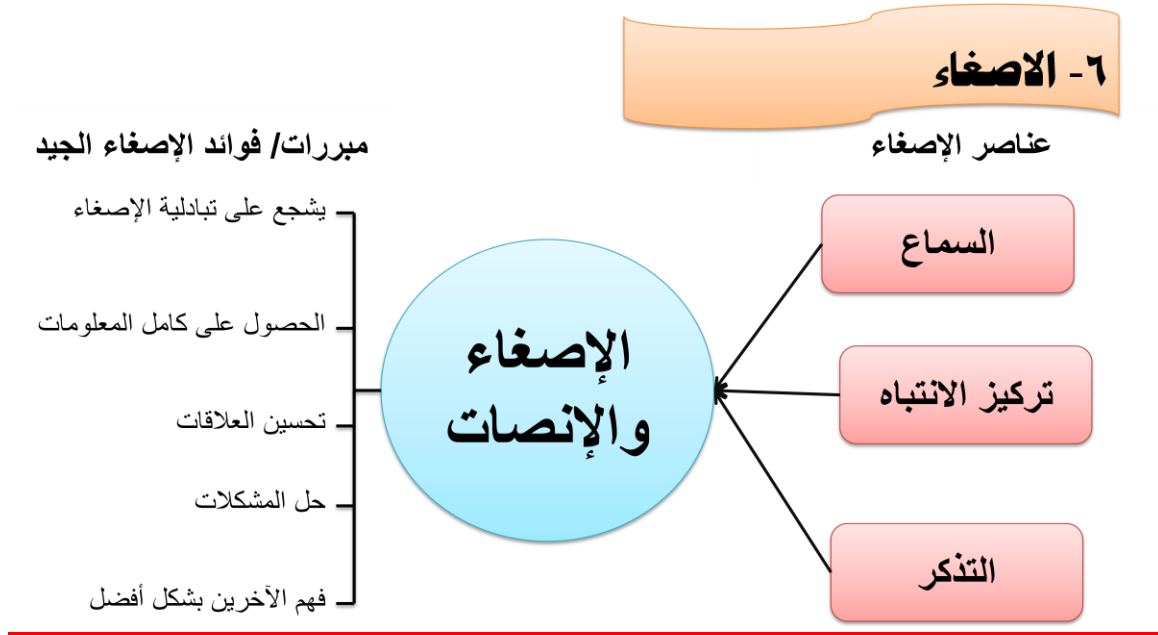
٢. موضوع الاتصال.

٣. طبيعة مستقبل الرسالة.

٤. الوقت المناسب لاستقبال الرسالة وفهمها والتصرف في ضوءها.
٥. مدى انتشار مستقبلي الرسالة في مواقع متعددة ومتباعدة.
٦. تكلفة الاتصال.

مما يفيد في اختيار الوسيلة محاولة الإجابة على التساؤلات التالية:

- هل هناك حاجة إلى تغذية راجعة فورية من المستقبل؟ أو هل من المهم معرفة رد فعل المستقبل للرسالة؟
- هل هنالك مشكلة بالنسبة لقبول الرسالة من المستقبل؟
- هل هنالك حاجة لتوثيق الاتصال؟
- هل هنالك حاجة لتفاصيل دقيقة؟



بعض الاقتراحات لتحسين الإصغاء:

١. توقف عن الحديث مع الآخرين أثناء الإصغاء.
٢. ضع المتحدث في موقف مريح وشجعه على الحديث.
٣. اظهر رغبتك في الإصغاء.
٤. تعاطف مع المتحدث.

٥. اضبط اعصابك ومزاجك والتزم الهدوء اثناء المناقشة والجدال.
٦. تحلى بالصبر ولا تقاطع المتحدث باستمرار.
٧. وجه بعض الأسئلة للمتحدث.
٨. ركز انتباهك ودون ملاحظاتك.
٩. اصدر حكيمك على المضمون لا على طريقة الحديث.

7- الاتصالات غير اللفظية:

- هي استجابات إنسانية غير كلامية مثل (حركات الجسم وملامح الوجه ونبرة الصوت) في ظل خصائص البيئة المدركة التي يتم فيها إرسال الرسائل اللفظية وغير اللفظية.
- تسمى لغة الجسد أو اللغة الشارحة.
- تؤثر على المستقبل في حالات التفاعل وجهاً لوجه.
- تؤدي الكثير من المعاني بشكل أفضل من الاتصالات الكتابية.
- تتخذ الاتصالات غير اللفظية أشكالاً عديدة، من أهمها:
 - اللغة المساعدة: مثل نبرة الصوت وسرعته.
 - حركات وإيماءات جسمانية: كتعبير الوجه وحركات الأصابع.
 - المسافة بين المتحدث والمستمع.
 - الملامح المادية: مثل بنية الجسم، الالتزام بالوقت...

إقتراحات لتحسين مهارات الاتصالات غير اللفظية:

١. حافظ على التقاء العينين اثناء الاتصال والاستمرار في تحريكهم.
٢. ابتسم وحافظ على يقظتك.

تجنب التالي:

١. النظر بعيداً أو تحريك عينيك بعيداً عن المتحدث.
٢. اغماض العينين اثناء الاتصال.

٣. استخدام نبرات صور غير سارة.

٤. التناؤب المستمر.

8- معوقات الاتصال:

لا تتعلق هذه المعوقات فقط بالمرسل أو المستقبل وإنما تتعدى كذلك إلى وسيلة الاتصال ومضمون الرسالة والوسائل المستخدمة، ناهيك عن كون تلك المعوقات لغوية، أو مادية، أو تقنية، أو تنظيمية.

❖ المعوقات التي تعود للمرسل :

١. عدم وضوح الهدف المراد تحقيقه من الاتصال.

٢. الاختيار غير الموفق لقناة الاتصال.

٣. عدم تمكن المرسل من الترميز المناسب.

٤. التعبير (مكتوب أو شفوي) الضعيف وغير المؤثر.

٥. إرسال الرسالة في وقت غير مناسب للمستقبل.

❖ المعوقات التي تعود للمستقبل :

١. عدم الاصغاء الجيد.

٢. ميل المستقبل الى اصدار الاحكام الأولية قبل سماع او قراءة او فهم الرسالة.

٣. عدم تمكن المستقبل من فك الترميز.

٤. الفشل في فهم وإدراك الإشارات غير اللفظية للرسالة.

٥. كثافة المعلومات التي تصل للمستقبل.

معوقات مادية: الإرباكات المادية أثناء عملية الاتصال (المقاطعة مثلا)؛ والازدحام في قنوات الاتصال بشكل لا تتحقق معه الفاعلية المطلوبة.

معوقات تقنية: عدم توافر او صلاحية أجهزة الاتصال.

معوقات تنظيمية: بسبب سياسات المنظمة وهيكلها التنظيمي والثقافة التنظيمية السائدة والمناخ التنظيمي.

9- تحسين فاعلية الاتصال:

1- دور المرسل:

- وضوح وشمولية الرسالة وترابط وصحة معلوماتها.
- ترميز وترجمة الفكرة الذهنية إلى رسالة واضحة سهلة القراءة والفهم والاستيعاب.
- اختيار وسيلة الاتصال المناسبة.
- اختيار الوقت المناسب لإرسال الرسالة.
- الصدق والنزاهة.
- ضبط وتنظيم تدفق وتحويل المراسلات إلى المستقبل بصورة معقولة.

2- دور المستقبل:

- الإنصات التام لمحتوى الرسالة.
- الإصغاء والتفهم لموقف ومشاعر المرسل، وإشعاره بذلك.
- تحليل وتفسير الرسالة بشكل صحيح وسليم.
- الانتباه والحساسية تجاه الإشارات غير اللفظية التي تبدو من المرسل.
- الامتناع عن إصدار الحكم المسبق عن أية رسالة قبل قراءتها أو سماعها.

3- دور الإدارة:

- تهيئة جميع السبل والإمكانات والتسهيلات المادية التي تسهل عملية الاتصال.
- إجراء الصيانة المستمرة لأجهزة ومعدات وتقنيات الاتصال.
- تنمية مهارات الاتصال لدى المنسوبين وبخاصة المديرين.
- تحسين العلاقات بين العاملين.
- تشجيع حل المشكلات فور ظهورها.
- إعادة النظر في سياسات وإجراءات الاتصال في المنظمة لتيسير عملية الاتصال.
- إعادة النظر في الهيكل التنظيمي وثقافة المنظمة بما يناسب الاتصالات الفاعلة.
- تطوير مناخ تنظيمي صحي وسليم يسوده الثقة والصراحة والانفتاح.

المحاضرة الثانية

أهمية الاتصالات والمعلومات

محاور المحاضرة الثانية

مقدمة

١. أهمية وأغراض الاتصالات
٢. تقنية المعلومات والاتصالات
٣. دور المدير في تحسين فعالية الاتصال

تقديم:

- ❖ المنظمة كيان اجتماعي مفتوح.
- ❖ الأفراد يتبادلون المعلومات والأفكار والآراء والمشاعر.
- ❖ الاتصال الفعال هو مفتاح نجاح المنظمات.
- ❖ الاتصالات الخارجية الفعالة تسمح للمنظمة بمواكبة التطورات البيئية.
- ❖ العولمة زادت من أهمية الاتصالات مع انفتاح الأسواق.
- ❖ اقتصاد المعرفة يقوم بالكامل على الاتصالات.
- ❖ الاتصالات وسيلة فعالة لفهم ثقافات الآخرين وتشكيل ثقافة المنظمة الداعمة لاستراتيجياتها.
- ❖ انتاج وتحليل المعلومات جزء رئيس من نشاط المنظمة.
- ❖ شفافية الاتصالات تدعم التوجه الاخلاقي للمنظمة.



1- أهمية وأغراض الاتصالات حسب اتجاهاتها:

1- أهمية وأغراض الاتصالات النازلة:

- ❖ توضيح وشرح الرسالة.
- ❖ اطلاع العاملين على العمليات اليومية.
- ❖ حل مشكلات المرؤوسين.
- ❖ توضيح مبررات القرارات الادارية.
- ❖ اصدار التوجيهات والارشادات.
- ❖ الاطلاع على نشاط المنظمة وتطورها.

2- أهمية وأغراض الاتصالات الصاعدة:

- ❖ التعبير عن آراء المرؤوسين.
- ❖ تقديم الاقتراحات لتحسين العمل.
- ❖ تأكيد قبول اهداف المنظمة.
- ❖ تبليغ حاجات المرؤوسين واسئلتهم.
- ❖ المشاركة في صنع القرارات.
- ❖ طلب التوجيه والنصح والارشاد.

3- أهمية وأغراض الاتصالات الأفقية:

- ❖ توثيق التعاون بين الوحدات.
- ❖ تحسين نوعية وفاعلية القرارات.
- ❖ تنسيق الأعمال والنشاطات.
- ❖ حل المشكلات المشتركة بين الوحدات.

4- أهمية وأغراض الاتصالات الخارجية:

- ❖ الاقتناع .
- ❖ زيادة المبيعات.
- ❖ بناء صور ذهنية ايجابية.
- ❖ الالتزام بالقوانين والتشريعات.
- ❖ نيل ثقة الجمهور وقبوله.
- ❖ مواكبة التطورات والتغيرات.

2- تقنية المعلومات والاتصالات

- أسهمت تقنية المعلومات والاتصالات في جعل العالم بأجمعه قرية كونية رقمية صغيرة.
- انعكست التطورات التقنية على التوجهات الإدارية، فالإدارة الناجحة هي التي تستطيع تطوير تقنية المعلومات والاتصالات وزيادة فعالية أدائها من خلال توفير المرونة الكافية والتأمين المناسب لتقنيات معلوماتها واتصالاتها بما يمكنها من الاستثمار الكفاء لموارد المنظمة وتحقيق مستويات مرتفعة من الإنتاجية.

1- مفهوم تقنية المعلومات والاتصالات

- « نظم تشغيل وتقنيات اتصال وبرمجيات متطورة تعتمد على العلم والخبرة والمعرفة في تشغيل التطبيقات البرمجية لتحويل، وتخزين، وحماية، ومعالجة، وإرسال، واسترجاع الأمن للمعلومات في أقصر وقت وبأقل جهد وتكلفة».
- «أوعية اتصال تقوم بنقل وتبادل المعلومات والأفكار والمعاني، وتسهم في توحيد الفهم واتفاف المفاهيم من خلال التبادل المباشر للرسائل والمشاعر والأفكار بدقة تساعد على توفير الوقت والجهد».

2- خصائص تقنية المعلومات:

تمتاز تقنية المعلومات بجملة من الخصائص، من بينها:

١. وسائل لنقل المعلومات والأفكار والرسائل عبر قنوات تبادل المعلومات.
٢. وسائل هادفة.
٣. هدفها الرئيس هو تحقيق التفاهم بين الأطراف.
٤. عملية ديناميكية متواصلة.

3- دور المدير في تحسين فعالية الاتصال بالمنظمة

١. النظرة الشاملة الى المنظمة كنظام مفتوح.
٢. تفعيل المعلومات والإفادة من تقنية المعلومات.
٣. حسن النظرة الى الآخرين.
٤. عدم الحرص على المعنى الجاف للسلطة.
٥. التمسك بالمعنى الأفضل لمفهوم الاتصال.
٦. عدم اغفال دور التنظيم غير الرسمي في الاتصال.
٧. القدرة على الاصغاء واتباع قواعد الاستماع الجيد.
٨. تجنب المناقشات الحادة والانفعال العاطفي مع المرؤوسين.
٩. حسن استخدام الالفاظ والمصطلحات في مجال العمل.

=====

محاو؁ المحاضرة الثالثة

• مقدمة

١. خصائص الرسالة الفعالة
٢. اختيار الكلمات بحكمة ودقة
٣. تسهيل وصول وقراءة الرسالة

- يناقش هذا الفصل أسس ومبادئ كتابة رسائل الأعمال الناجحة، قصد تحقيق الأهداف المسطرة، وتركز هذه المبادئ على ثلاثة مجالات رئيسية، هي:
١. مقومات وخصائص الرسالة الناجحة.
 ٢. اختيار الكلمات بحكمة ودقة.
 ٣. استخدام الأسلوب سهل القراءة.

١- خصائص الرسالة الفعالة

١- الوضوح:

- ❖ استخدام الكلمات البسيطة والمألوفة والدقيقة.
- ❖ استخدام الجمل والفقرات القصيرة.

٢- ترابط وتماسك الرسالة : من خلال:

- ❖ البنية اللغوية المتوازنة.
- ❖ استخدام كلمات الوصل.
- ❖ استخدام العناوين للأفكار الرئيسية.
- ❖ إعداد الخطوط العريضة للأفكار الهامة.

٣- الأيجاز:

- ❖ ذكر الحقائق الهامة فقط.
- ❖ المباشرة في الطرح.
- ❖ عدم التكرار.

٤- الواقعية ومخاطبة الحواس

- ❖ على مستوى المعلومات التي تتضمنها الرسالة (عرض بشكل مباشر ومحدد وصريح ولبق).
- ❖ على مستوى الأسلوب: استخدام الأسماء الملموسة، استخدام الأفعال الدالة على الأجراء، استخدام صيغة المبني للمعلوم، إضافة النعوت المكملة...

٥- بناء السمعة الحسنة من خلال:

- ❖ الكتابة من وجهة نظر المرسل.
- ❖ اللباقة والاعتبار.
- ❖ التأكيد على الايجابيات.
- ❖ الفائدة للقارئ .

٦- الدقة والمصداقية

٧-الكمال والشمول: ان تتضمن الرسالة:

- ❖ جميع الحقائق التي يحتاجها القارئ لكي يفهم الرسالة.
- ❖ تقديم اية معلومات إضافية ذات اثر ايجابي على القارئ.
- ❖ ان تتضمن اجوبة عن جميع تساؤلات القارئ.
- ❖ استخدام الجمل كاملة

نقول اجمعت اللجنة في وقت مبكر
ولا نقول اجتماع اللجنة في وقت مبكر.

ثانياً: 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.
- ❖ ولأجل تقليص احتمالات سوء الاتصال، فيما يتعلق بكتابة الرسائل، يجب الأخذ في الاعتبار لجملة جوانب من أهمها:

١. **مبدأ التكييف:** اي اختيار الكلمات الملائمة للقارئ وشخصيته وخلفيته العلمية..؛
٢. **مراعاة اهداف الرسالة:** الهدف الرئيس للرسلة (اعلام، شرح، تغيير)، والهدف الثانوي المتعلق بهدف العلاقات العامة (السمعة الجيدة والنية الحسنة)، بنبرة يجب أن تنال ثقة القارئ.
٣. **نوعية الكلمات المختارة:** واقعية، محددة، بسيطة، مبنية للمعلوم، ايجابية، قصيرة، محادثة، مألوفة، مباشرة...
٤. **التوفيق بين المبني للمعلوم والمجهول.**
٥. **الميل نحو الاثبات اكثر من النفي** (إخبار القارئ ما نستطيع فعله لا ما لا نستطيع فعله)
- ❖ **مثلا نقول بسرنا ان نجمع هذه المعلومات لك، وسوف تكون جاهزة خلال اسبوع.**
ولا نقول نأسف لعدم استطاعتنا جمع هذه المعلومات لك في اقل من اسبوع.
١. **الموازنة بين الاسهاب والايجاز :** نقول ارجوا الاتصال
ولا نقول ارجوا ان لا تتردد في الاتصال.
١. **تفضيل الكلمات المألوفة.**

٣- تسهيل توصيل و قراءة الرسالة

١. **الموضوع:** صياغته بشكل واضح ومشوق.
٢. **بداية الرسالة:** واضحة ومباشرة تحدد الموضوع والغرض.
٣. **وضع الاستنتاجات** في البداية او النهاية حسب اهتمامات القارئ، وموقفه من مصداقية المرسل.
٤. **نهاية الرسالة:** يجب ان تكون ذات اثر قوي، ويمكن إنهاؤها بالتالي:
 - ❖ تكرار النقاط الرئيسية.
 - ❖ ذكر النتائج المرغوبة.
 - ❖ اقتراح ما يجب فعله.
 - ❖ اقتراح الخطوات التالية:

٥- العناوين: خاصة في الرسائل الطويلة قد تحتوي على رئيسية وفرعية وثانوية وهي ذات دلالة واضحة على محتوى الرسالة وبالتالي يجب أن تراعي:

❖ توضح العلاقة بين الأفكار؛

❖ المعنى والدلالة الواضحة للعناوين؛

❖ توازي العناوين وتناسب حجمها وترقيمها.

٦- الوسائل الفنية: من ألوان وسطور ومسافات بيضاء وتعميق للخط وغيرها مما يلفت انتباه القارئ وينبهه ، ولكن دون مغالاة تفقد الرسالة أهميتها وتربك القارئ بكثرتها.

٤- الأسلوب 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؛
- ❖ لأجل أسلوب سهل القراءة يتميز بالوضوح والفعالية، وجب الأخذ في الاعتبار لما يلي:

- ❖ **تكييف الرسالة لتتلاءم مع القارئ؛**
- ❖ **استخدام المسافات البيضاء؛**
- ❖ **جعل الجمل والفقرات قصيرة وواضحة وبسيطة؛**
- ❖ **تجنب الحشو والتفاصيل غير الضرورية؛**
- ❖ **كل جملة أو فقرة تتضمن فكرة واحدة؛**
- ❖ **الحرص على ترابط الافكار؛**
- ❖ **استخدام النبرة والهجاء غير الرسمية وغير الجافة؛**
- ❖ **تنوع الكلمات لتشويق القارئ وإثارة اهتمامه؛**
- ❖ **اللغة السليمة (احترام قواعد اللغة).**



المحاضرة الرابعة

عملية كتابة رسائل الاعمال



محاور المحاضرة الرابعة :

- مقدمة
١. تخطيط الرسالة
٢. جمع المعلومات
٣. تحليل وتنظيم المعلومات
٤. صياغة مسودة الرسالة
٥. المراجعة
٦. تدقيق / تحرير الرسالة
٧. تقييم الاستجابة



تقديم:

- ❖ تعد مراسلات الأعمال من أكثر الطرق شيوعا 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 والسمعة الطيبة.
- ❖ علما أن كتابة رسائل الأعمال الناجحة ليست بالشأن السهل وإنما وجب الالتزام فيها بجملة من المعايير موضوع هذه المحاضرة.

١ - تخطيط الرسالة :

❖ تتضمن هذه المرحلة (أولى خطوات كتابة الرسالة) والتي تسمى أيضا مرحلة ما قبل الكتابة، تحديد جملة جوانب هي:

١. **تحديد الهدف من الرسالة:** (لماذا سنرسل الرسالة، ماذا نريد من القارئ، ماذا نامل تحقيقه؟... مثلا إقناع القارئ بشراء سلعة ما أو قبول سياسة ما كهدف رئيس دون إهمال الهدف الثانوي المتمثل في بناء سمعة المنظمة؛
٢. **تحليل القارئ:** وفقا لمبدأ التكيف، من خلال الأسئلة التالية: من هو بالتحديد؟ ما هي خلفيته؟ معرفته بموضوع الرسالة، توقع رد فعله، توقعاته،...؛
٣. **تحليل الموقف:** الاعتبارات الموقفية التي تؤثر على رد فعل القارئ (أي العوامل الظرفية كالظروف الاقتصادية في البلاد، توقيت الرسالة، ...؛
٤. **تحديد وتقرير الأفكار:** التي تتضمنها الرسالة استنادا لذلك.

٢ - جمع المعلومات :

جمع ما يلزم من حقائق وارقام واثباتات وادلة بالاستعانة إما بالتالي:

❖ **المصادر الثانوية:** ممثلة مثلا في:

- المراسلات السابقة.
- العقود والاتفاقيات.
- الكتيبات والنشرات.
- التقارير...؛

❖ **المصادر الأولية:** اجراء الاستبيانات (استطلاع ميداني لاتجاهات السوق مثلا) او المقابلات ان لزم الامر.

٣ - تحليل وتنظيم المعلومات:

يتطلب تنظيم المعلومات:

١. دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها (إيجابية، سلبية، حيادية)
٢. معرفة الاثباتات والأدلة التي تتضمنها
٣. تحديد الأفكار المحورية والمساندة
٤. تحديد ترتيبها المنطقي ، علما أن هناك أسلوبان لذلك (الأسلوب المباشر والأسلوب غير المباشر).

أ- الأسلوب المباشر: بموجبه تنظم المعلومات بشكل مباشر حيث تبدأ الرسالة بذكر الهدف والموضوع الأساسي، ومن ثم تتناول التفاصيل (أي الدخول في الموضوع رأساً من البداية)، ويستخدم في حالات:

- الأخبار السارة .

- توقع ردة فعل إيجابي.

- كون الرسالة محايدة.

من أمثلة استخدام هذا الأسلوب: رسائل الاستفسار، أوامر الشراء، الموافقة على طلب من المستقبل.

ب- الأسلوب غير المباشر/الاستقرائي: يبدأ الرسالة بمقدمة تمهيدية أو تعليق محايد أو عبارة تتضمن فائدة للمستقبل ثم تعرض التوضيحات والتفصيلات ليلى ذلك ذكر هدف الرسالة.

يستخدم هذا الأسلوب في حالات:

• الأخبار السيئة.

• توقع رد فعل سلبي من المستقبل.

• الرسائل الإقناعية التي تود إقناع المستقبل مثلاً بشراء سلعة أو قبول سياسة معينة.

❖ **ملاحظة:** في كلا الأسلوبين لا بد من إعطاء أهمية خاصة لبداية ونهاية الرسالة، حيث أنه كما يقال: «الانطباع الأول دائم»، «نتذكر بشكل أفضل ما نقرأه أو نسمعه أخيراً»

الفقرة الختامية: يجب ان تكون قوية، واضحة ومؤدبة، تترك انطباعاً جيداً:

- ان يكون الاجراء المطلوب من القارئ واضحاً وكاملاً؛

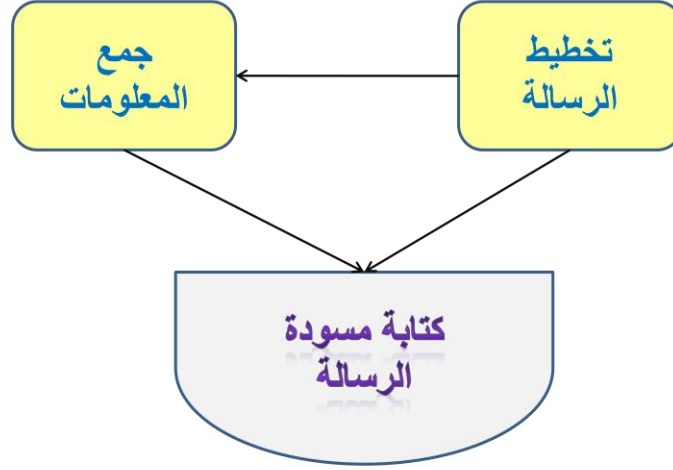
- تضمين الفقرة الختامية فكرة ايجابية؛

- تكون موجزة وسليمة لغوياً؛

- الاشارة الى ما يمكن تحقيقه من ايجابيات.

□ **الرسالة الجيدة** تبدأ بفقرة **افتتاحية** أو **مقدمة** ثم **الفقرة** أو الفقرات الوسطى المتضمنة للتفاصيل والتوضيحات والاثباتات وغيرها وأخير الفقرة الختامية أو الخلاصة، على أن تنساب الأفكار بسلاسة وترتيب وترابط .

٤- الصياغة الأولية للرسالة



5-مراجعة الرسالة :

ضمانا لفاعلية الرسالة وبلوغ أهدافها على النحو المرغوب وجب مراجعتها والتأكد من مضمونها وجوانبها الشكلية المختلفة وفقا للجوانب التالية:

1-من حيث المضمون والوضوح:

- هل الأهداف 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؟

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 الايجابية والسلبية في مكانها؟

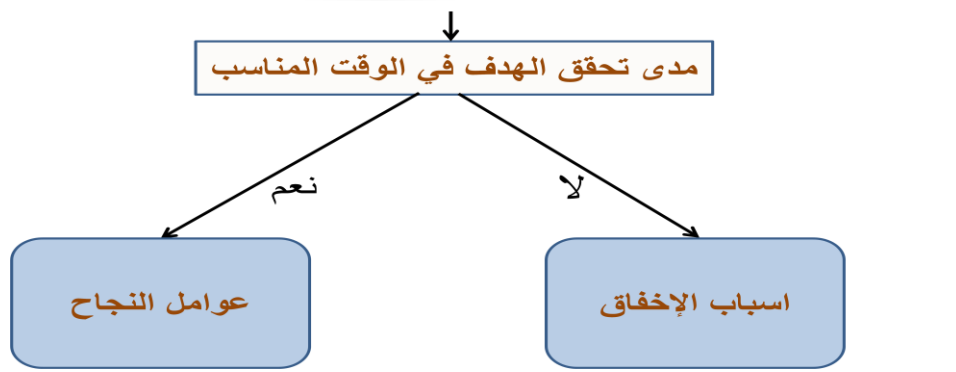
3- من حيث الأسلوب ونبرة الكتابة:

- هل الرسالة سهلة القراءة؟
- هل الرسالة ودية لبقة 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 لغويا وكذا تدقيق الأسماء والعناوين والتواريخ والأرقام...
- ❖ وبصورة عامة يجب التأكد من أن الصياغة النهائية للرسالة ناجحة وفاعلة ومتكاملة من جميع الجوانب.

٧- تقييم الاستجابة بعد التسليم



المحاضرة الخامسة

بنية الرسالة وتصميمها

=====

محاور المحاضرة الخامسة

• مقدمة

١. هيكلية الرسالة

٢. تصميم الرسالة

٣. المغلفات

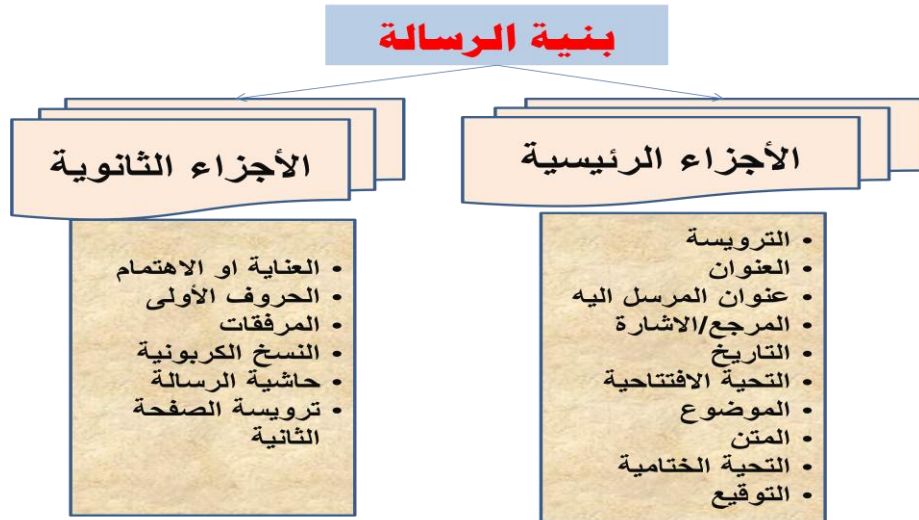
=====

1- بنية الرسالة :

يقصد ببنية الرسالة أو هيكلتها، مكونات أو أجزاء الرسالة التي تشتمل على جميع المعلومات التي تحتويها الرسالة، وتصنف هذه الأجزاء عموماً إلى مجموعتين:

١. **الأجزاء الرئيسية أو المعيارية:** وهي التي يعتبر كل جزء من أجزائها العشرة رئيسياً يجب أن تتضمنه كل رسالة.

٢. **الأجزاء الإضافية أو الثانوية:** وهي التي لا تشكل جزءاً أساسياً من الرسالة بحيث يمكن الاستغناء عن بعضها أو حتى عن كلها في بعض الرسائل، وتلعب دوراً مسانداً.



الأجزاء الرئيسية:

1- الترويسة (Heading): هي أول جزء في الرسالة، يستهدف تعريف القارئ بمصدرها وعنوانه وكذا إضفاء الصفة الرسمية على الرسالة، ويكون عادة مطبوعا في منتصف أعلى الصفحة ويشتمل على:

❖ اسم المرسل، عنوانه، هاتفه.

❖ قد يتضمن شعار المنظمة أو رمزها يمين الترويسة أو يسارها.

❖ البعض القليل يضمنها الشكل القانوني للمنظمة ورقم السجل التجاري.

❖ هناك أيضا من يضع مبلغ رأس المال.

2- المرسل إليه: (يمين الصفحة)، يجب أن يتضمن جميع المعلومات التي تضمن تسليم الرسالة للجهة المعنية، أي:

❖ اسم المرسل إليه.

❖ الوظيفة (يكتب اللقب الوظيفي بشكل صحيح).

❖ المنظمة.

❖ العنوان.

3- المرجع (Reference): يأتي هذا الجزء مباشرة بعد عنوان المرسل إليه بمسافتين مشيرا إلى رقم الرسالة المرجعية.

❖ كل منظمة لها طريقة معينة للترقيم والفهرسة والتصنيف

❖ الترقيم يساعد على الارشفة وسهولة الرجوع للمصادر.

4- التاريخ (Date): يكتب كاملا (اليوم والشهر والسنة)، ويفيد في الحفظ حسب الترتيب الزمني، وفي التذكير بالمواقف وهو مهم جدا من حيث ارتباطه بالالتزامات المادية والأدبية.

5- التحية الافتتاحية (Salutation): عبارة ترحيبية رقيقة نحوي بها القارئ، نختار العبارة التي تناسب مكانة المرسل إليه ومدى معرفة المرسل به، فكلما كانت المعرفة به وثيقة كلما كانت العبارة أقل رسمية.

6- الموضوع: يطبع عادة في وسط الصفحة ويتضمن مغزى الرسالة.

يفيد في سرعة المضمون، ويسهل حفظ الرسالة بما يتناسب ومضمونها.

7- المتن: يشمل المعلومات، البيانات، التحليل، المناقشة، الأدلة...، يتفاوت الطول حسب الموضوع. وتشتمل الرسالة في مجال الأعمال عموماً، وليس دائماً، على:

❖ **الفقرة الأولى:** مقدمة تمثل خلفية الرسالة وتقدم غرضها وموضوعها بشكل مناسب.

❖ **الفقرة الثانية:** صلب الموضوع (الحقائق والمعلومات والحجج...).

❖ **الفقرة الثالثة:** ملخص الرسالة والتوصيات والاقتراحات والخطوات المقبلة مع الحرص على ترك الانطباع الجيد لدى القارئ.

8- التحية الختامية: عبارة رقيقة نختم بها الرسالة، تكون بعد آخر سطر من المتن بمسافتين، العبارة يتم اختيارها حسب مكانة المرسل اليه والعلاقة بينه وبين المرسل حسب مستوى الرسمية.

9- التوقيع: هو آخر جزء من الأجزاء الرئيسية في الرسالة، يأتي بعد التحية الختامية، ويشمل توقيع المرسل الاسم والمسمى الوظيفي، وإذا لزم شخص آخر بالتوقيع نضع كلمة «عن» قبل اسم المعني متبوعة بخط مائل (/)

عن/ عميد التعليم الالكتروني

د. محمد أحمد محمود

***الأجزاء الإضافية:**

١. **العناية:** يأتي هذا الجزء مباشرة بعد عنوان المرسل إليه في حالة كون الشخص الذي يقرأ الرسالة غير المرسل اليه المذكور، بوضع مثلاً:
عناية: السيد أحمد محمود أو عناية: رئيس قسم التأمينات الاجتماعية.

٢. **الحروف الأولى الاستهلاكية:** الحرف الأول من اسم الشخص والجرف الأول من اسم العائلة لكاتب أو طابع الرسالة.

٣. **المرفقات:** مثل الكتيبات، الكتالوجات، عرض الأسعار، تقارير...، بحيث لو تعددت أشير لها أسل الصفحة ضمن المرفقات.

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 هذا الجزء في منتصف اعلى الصفحات ابتداء من الثانية: المرسل اليه، تاريخ الرسالة...

الترويسة
المرسل اليه
السيد.....
مدير المبيعات
شركة.....
التاريخ:
المرجع:
تحية افتتاحية... تحية طيبة وبعد

الموضوع:

المتن.....

التحية الختامية
التوقيع السيد مدير المشتريات
المرفقات
نسخة الى:
الحاشية:

2- تصميم الرسالة :

يقصد بالتصميم المظهر المادي للرسالة وكيفية وضع وترتيب الأجزاء والكلمات.

الرسالة الناجحة تتعلق بنجاح الشكل والمحتوى معا، ومن الجوانب الواجب مراعاته في التصميم:

- ❖ **الهوامش:** والهامش هو عبارة عن فراغ أو مسافة بيضاء تترك على الجوانب الأربعة للرسالة.
 - ❖ **المسافات:** وتلعب دورا هاما في التنسيق والتصميم (غالبا مسافتان للأجزاء وواحدة بين الأسطر) مع مراعاة التوازن في الرسالة التي يجب أن تتوسط الصفحة.
 - ❖ **الورق المستخدم:** (لخلق الانطباع الجيد ومراعاة للفظ الطويل، مع انتقاء الحجم المناسب واللون)؛
 - ❖ **تأكيد أجزاء الرسالة :** بغرض جذب الانتباه وإثارة الاهتمام من خلال أدوات مخصوصة كتعميق الخط وتسطير الكلمة ونحوهما؛
 - ❖ **تصميم الترويسة:** (مراعاة الجاذبية ولفت الانتباه).
- يأخذ التصميم أحد الأشكال التالية:

- ❖ **عمودي تماما:** توضع بموجبه كل أجزاء الرسالة، باستثناء الترويسة، على يمين الصفحة متوالية تحت بعضها عموديا، وهو سهل الاستعمال غير أنه ينتج عنه عدم توازن المظهر.

- ❖ **شبه عمودي:** تبقى بموجبه جميع الأجزاء عمودية على يمين الصفحة عدا التاريخ والتحية الختامية والتوقيع حيث تكتب في منتصف الصفحة ويعطي ذلك شكلا حسنا وأكثر توازنا.
- ❖ **شبه عمودي ذي فقرات متدرجة:** ويميز هذا عن سابقه بداية الفقرات التي نبتعد بها مسافات (5-7) عن الهامش الأيمن لتعود بقية الأسطر من الهامش.

3: المغلفات :

ترسل أية رسالة عادة دخل مغلف، ضمانا للسرية وعدم الضياع، ويراعي في استعمال المغلفات:

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

مغلفات الرسائل الخارجية قد تكون :

- ❖ مغلقات العادية يطبع عليها الاسم والعنوان.
 - ❖ مغلفات ذات الشبك الشفاف لا نحتاج معها لطباعة الاسم والعنوان، وتفيد في عدم وضع رسائل الغير بالظرف.
-
-

المحاضرة السادسة

الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية

=====

محاور المحاضرة السادسة

• مقدمة؛

١. الرسائل الإيجابية.

٢. أنواع الرسائل الإيجابية.

٣. الرسائل الحيادية.

=====

مقدمة:

❖ المراسلات الادارية متنوعة؛

❖ العرف الاداري اسس لتصنيفات عديدة من انواع الرسائل؛

❖ الفعالية الاتصالية تقتضي ان تكتب كل رسالة تبعا لطبيعتها وموضوعها.

أولاً: الرسائل الإيجابية:

1- مفهوم الرسائل الإيجابية:

❖ هي الرسالة التي تحمل معلومات ايجابية او اخبارا سارة للقارئ؛

❖ هي الرسالة التي يترتب عنها توقع رد فعل ايجابي من المقارئ.

2- خطة تنظيم الرسائل الإيجابية:

يسهل عادة كتابة الرسائل الايجابية والحيادية بالنظر لطبيعة ما تحمله من أخبار، يمكن استخدام ما يعرف بخطة التنظيم المباشرة أو الأسلوب المباشر حينما تكون الاخبار سارة وإيجابية؛ كما يمكن استخدام الأسلوب المباشر أيضا إذا كانت الرسالة تتضمن أساسا أخبارا إيجابية مع تضمنها في ذات الوقت لأخبار سيئة. **ويأخذ هذا الأسلوب الشكل التالي:**

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 الوسط في الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية هو الجزء الرئيس.

النهاية: تكون ايجابية ودية متضمنة عبارة واضحة عن الاجراء المرغوب من المستقبل وتحفيزه على العمل.

ثانيا: انواع الرسائل الإيجابية:

1- رسائل الاستفسار:

أ - **مفهومها:** هي رسالة من زبون لمورد مثلا، تطلب فيها معلومات بغرض الاعتماد عليها في قرار ما، ومن امثلة المعلومات المطلوبة:

عرض الأسعار؛ العينات؛ مواصفات المنتج؛ التأمين؛ قائمة الاسعار؛ الكتالوجات؛ توفر المنتج؛ الضمان والكفالة؛ الخصم؛ وشروط الدفع.

ب- هيكل 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 نفرد 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.

التاريخ: ٥ شوال ١٤٣٢

الموضوع: طلب معلومات عن منتجاتكم البلاستيكية

تحية طيبة وبعد:

هل يمكن ان تزودنا بتفاصيل عن منتجاتكم البلاستيكية من قنوت وانابيب؟

١- ما هي الاحجام المتوافرة لديكم؟

٢- هل تستطيعون تزويدنا بأحدث قائمة للأسعار؟

٣- ما هي الخصومات التي تقدمونها؟

٤- أيمكنك ارسال عينات من مختلف المواد الخام التي تستعملونها؟

لقد أبهرتنا بشدة منتجاتكم البلاستيكية من انابيب وخزانات مانية التي عرضتموها أثناء "معرض المنتجات البلاستيكية" الذي أقيم في الرياض في شهر حزيران الماضي.

ان شركة "الوفاء" في المملكة العربية السعودية من الشركات الكبيرة التي تتعامل بالمنتجات البلاستيكية وهناك سوق واعدة في المملكة للمنتجات البلاستيكية اذا ما كانت أسعارها معتدلة.

نتمن لكم ردمك في أقرب وقت ممكن

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

2- الرسائل الجوابية :

ا- تعريف الرسائل الجوابية:

الرسالة الجوابية هي رسالة يرد بها القارئ أو المرسل إليه على رسالة الاستفسار التي كان قد تسلمها من المرسل. وينبغي أن يكون هدفها تزويد المستفسر (الذي يجب النظر إليه كعميل محتمل) حالاً بما طلبه من معلومات بشكل كامل ودقيق ومهذب.

الرسائل الجوابية Reply Letters



ب- عناصر رسالة الجواب:

في حل توقع رد الفعل الإيجابي أو المحدد يستخدم الأسلوب المباشر وفي حالة العكس يقترح:

١. اشكر مرسل الرسالة الاستفسارية.

٢. أذكر بوضوح موضوع الرسالة، وأنتك تستجيب للطلب.

٣. أشر الى المراسلة/ رسالة الاستفسار التي تجيب عليها.

٤. واصل تقديم اجاباتك عن الاسئلة الواردة في رسالة الاستفسار وحسب ترتيبها

٥. ركز على الاجابات الايجابية السارة، بدل التركيز على الانباء السلبية غير السارة.
٦. قدم معلومات توضيحية وازفافية للمستفسر لتثير رغبته في السلعة/الخدمة.
٧. يمكنك ان تحيل المستفسر الى جهة اخرى 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.

.....

.....
.....
.....

التاريخ: ١٥ رجب ١٤٣٢

الموضوع: استفساركم عن منتوجاتنا البلاستيكية

نقدر لكم اهتمامكم بمنتوجاتنا البلاستيكية

تجدون أدناه المعلومات التي طلبتموها عن منتوجاتنا برسالتكم بتاريخ ٥ شوال ١٤٣٢

- ١- يتوفر لدينا الحجم الصغير، المتوسط والكبير والكبير جدا - مفرد، مزدوج....الخ.
- ٢- أي لون ترغبه: ابيض، اسود رمادي...الخ
- ٣- نرفق لكم قائمة أهددت الاسعار
- ٤- نرفق لكم أفي طرد منفصل مجموعة كبيرة من العينات.

لدى مطالعتكم قائمة الاسعار، ستجدون أن أسعارنا منافسة جدا وأن منتوجاتنا ذات جودة ممتازة. وسوف تحصلون على خصم كمية مقداره ٥% من السعر الصافي اذا ما زادت مشترياتكم بانتظام على (١٠٠٠) وحدة كل بند/صنف

نتطلع الى تسلم اول طلب منكم قريبا. ونؤكد لكم أننا سنولي أي طلب كل اهتمامنا وسننفذه حالا. وتفضلوا.....

3- رسائل طلب البضائع:

ا- مفهومها:

هي اكثر الرسائل انتشارا وبموجبها يطلب المرسل / الزبون من البائع تزويده بسلع / خدمات أو كليهما. وقد تستخدم فيها نماذج مخصوصة أو تتم عبر مندوبي المبيعات أو بالهاتف تبعا لطبيعة الطلب.

يجب الأخذ في الاعتبار ما تتضمنه هذه الرسالة من التزام مالي وأدبي.

ب- 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 وأبي متطلبات أو شروط أخرى خاصة.
- اختم الرسالة بصورة ودية لئلا تناسب الموقف.

.....
.....

رقم طلب البضاعة:

التاريخ 20 نيسان 2008

تحية طيبة وبعد

نرجو أن تزودنا بالكتب الآتية:

- (10) نسخ من كتاب "أسس الاتصال الناجح" للكاتب عزيز سلام، 2007 سعر النسخة (20) دولار.
- (10) نسخ من كتاب "مهارات كتابة الرسائل الناجحة" للكاتب حلمي مراد، 2007 سعر النسخة (25) دولار
- (5) نسخ من كتاب "مهارات كتابة التقارير" للكاتب فؤاد حسن، 2006 سعر النسخة (30) دولار
- (5) نسخ من كتاب "الاتصالات الشفهية الفعالة" للكاتب سالم صدقي، 2006 سعر النسخة (20) دولار

700 دولار

مجموع القيمة

نرفق شيكا بقيمة (700) دولار وفق قائمة الاسعار الصادرة منكم عام 2008، وفي حال زيادة الاسعار و/ أو مصاريف شحن أو ضريبة مبيعات وغيرها، نرجو إرسال فاتورة بالمبلغ المطلوب أو سندفع لكم عند التسليم إذا ما فضلتم ذلك. سوف نكون ممتنين لكم لتنفيذ هذا الطلب بسرعة.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

ثالثاً: الرسائل الحيادية:

1- مفهوم الرسالة الحيادية:

هي تلك الرسالة التي تتضمن أنباء أو معلومات لا تعتبر سارة ولا غير سارة بالنسبة للقارئ. ومن أنواعها رسائل الإعلان عن تغيير عنوان الجهة المرسله أو الاعلان عن سياسات أو إجراءات أو ترفيات معينة في الشركة المرسله.

2- منهجيتها واستخداماتها:

- تكتب بمنهجية الرسائل الايجابية (الأسلوب المباشر)، حيث تبدأ الرسالة بالفكرة الرئيسية أو الغرض أو الموضوع الأساسي، يلي ذلك توضيحات محددة ودقيقة حول الفكرة الرئيسية/ الغرض، واخيرا تختتم الرسالة بصورة ايجابية ودية تناسب الموقف/ الحالة.
- تستخدم المنظمات أحيانا «التعليمات» لإعلام مستخدميها مثلا بما تقرر من سياسات وإجراءات وهنا يجب مراعاة:
أن تكون الجمل والعبارات واضحة جدا لجميع مستويات العاملين.
تجنب نبرات/ لهجات التهديد والوعيد والكبرياء.

السيد.....الفاضل

نظرا للاجراءات الجديدة التي قامت بها شركة الهواتف فقد تم تغيير أرقام هواتفنا لتصبح كمايلي.....،

لقد نشرنا اعلانا بذلك في الصحف اليومية خلال الأيام الثلاثة الماضية، ولكننا حرصنا أن نوجه اليك هذه الرسالة بصفتك أحد زبائننا المتميزين لسنوات طويلة، ونأمل استمرار هذه العلاقة الوثيقة فيما بيننا لسنوات طويلة قادمة.

وبفضلوا.....

.....

مهاور المأضرة السابعة

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

أولاً: المفهوم والإرشادات العامة

١- مفهوم الرسالة السلبية:

الرسالة السلبية هي رسالة أو مذكرة داخلية تحمل أنباء سيئة وغير سارة للقارئ ويتوقع أن يكون رد فعله عنها سلبياً وأن يشعر نتیجتها بالحزن والأسى وعدم السرور.

٢- إرشادات عامة لكتابة الرسائل السلبية:

إن صياغة وكتابة رسالة تحفظ العلاقة الجيدة في ذات الوقت الذي وتحمل معه أنباء غير سارة، هو أمر يتطلب قدرا كبيرا من الخيال والمواهب والمهارات.

وعليه وفضلا عن خصائص الرسالة الفاعلة ، فإنه يجب مراعاة ما يلي:

- ❖ جعل القارئ محور اهتمامك؛
- ❖ تجنب الإشارة الى أنظمة وقوانين وسياسات الشركة بدون توضيح ذلك؛
- ❖ افترض أن القارئ يرغب أن يقوم بعمل الشيء الصحيح رغم خطئه مثلا (نتفهم أنك.....؛ لديك كل الحق أن تتوقع....)؛
- ❖ في حالة الثناء استخدم المفرد، وفي حالة النقد استعمل صيغة الجمع.

ثانيا: تنظيم الرسالة السلبية

- ❖ إن الهدف الرئيس لكل رسالة سلبية هو جعل القارئ يعتبرك عادلا ومعقولا ويستمر صديقا لمنظمتك؛
- ❖ إن اختيار **الأسلوب المباشر** أو **الأسلوب غير المباشر** في تخطيط وتنظيم الرسالة السلبية يتوقف على عدة اعتبارات منها:
 - الغرض من الرسالة .
 - الرد المتوقع من القارئ.
 - علاقتك به .
 - ما تتضمنه كل حالة من حقائق ومعلومات.

١- الأسلوب غير المباشر:

يتبع بصورة عامة الأسلوب غير المباشر على النحو التالي:

- ❖ الحاجز.
- ❖ توضيح الظروف وتحليلها.
- ❖ القرار، صريح مباشر او ضمني، متضمنا اقتراحات مفيدة.
- ❖ خاتمة/ نهاية إيجابية لطيفة.

1-الحاجز أو مخفف الصدمة (Buffer): يمكن بداية الرسالة بأحد الحواجز التالية:

- ❖ **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؛
- ❖ **الثناء:** 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 تتفهمه وتتحسس مشكلته؛
- ❖ **لباقة حيادية:** ابدأ الرسالة بعبارة لا تعطي معنى محددًا ولا تتضمن التزاما منك.

ب- التوضيح والتحليل

- ذكر اسباب ومبررات صادقة ومقنعة تبين للقارئ أسباب معالجة الموضوع بما لا يتوافق مع رغباته ويمكن 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.

ج- القرار، هل هو صريح ام ضمنى؟

نتبنى القرار الصريح او الضمنى حسب الحالات:

- ❖ في حالة وضوح المبررات وامكانية استنتاجها من قبل القارئ يذكر القرار ضمنا.
- ❖ إذا كان القارئ قد يسيء فهم القرار الضمنى يذكر القرار بوضوح في نهاية التوضيح.
- ❖ تقديم اقتراح بديل بناء او مخالف وفي ذلك إشارة واضحة إلى ما يمكن عمله دون الحاجة إلى استخدام عبارة سلبية.

د- خاتمة ودية ايجابية للرسالة:

- ❖ اكد للقارئ بأنك تقدره مثل اي زبون اخر او مستفسر يتوقع ان يكون زبونا في المستقبل؛
- ❖ شجع القارئ ان يكون احد زبائن المنظمة في المستقبل أو على الأقل الاستمرار لو كان كذلك؛
- ❖ وضح للقارئ ما العمل الذي يطلب منه القيام به؛
- ❖ عبر بوضوح عن استمرار اهتمامك بمصلحة القارئ وخدمته.

٢- الأسلوب المباشر:

يمكنك استعمال الأسلوب المباشر في الحالات الآتية:

- ❖ إذا كانت الرسالة روتينية ؛
- ❖ إذا كنت تعرف جيدا ان القارئ يحب الأسلوب المباشر؛
- ❖ إذا كانت الرسالة ملحة عاجلة .

ثالثا: نماذج عن الرسائل السلبية

١- رسائل الاعتراف بتسلم 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 الحصول على البضاعة المطلوبة ؛
- ❖ اختتم رسالتك بان تتاح لك فرصة اخرى تستطيع فيها تقديم افضل خدمة.

-الرسائل الجوابية السلبية:-

مثل هذه الرسائل لا تتعلق برد على استفسار حول السلع أو الخدمات وإنما هي رد على استفسار عن شخص او جهة معينة، كان يطلب مرسل الاستفسار تزويده بمعلومات/توضيحية عن شخص(لغرض التعيين أو فتح ائتمان أو الالتحاق بجمعية أو نحوها)، فنقوم بإرسال رسالة توصية سلبية عنه للجهات المعنية.

٣- رسائل المطالبات/ الشكاوى:

- ❖ من أجل كتابة رسائل مطالبات ناجحة، يجب استخدام الاسلوب المباشر وهو ما يعزز المطالبة وتكريسا لمبدأ إرضاء الزبون، مع مراعاة التوجيهات الآتية:
- ❖ تحقق جيدا أن هناك حاجة حقيقة للرسالة قبل الابلاغ 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؛
- ❖ أكتب 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 لتشجيعه على ان يعالج الأمر فوراً.
- ❖ أذكر بوضوح ما الذي يجب عمله؛
- ❖ أختم رسالتك باتجاه لبق وودي، يمكنك أن تعبر عن تقديرك لما يجب أن يتم عمله.

السادة.....

تحية طيبة

الموضوع:.....

نشكركم جزيل الشكر على شحن (٢٥) غسالة نوع "" موديل ٨١٧، التي طلبناها بموجب رسالتنا طلب بضاعة بتاريخ ١٥ مارس ٢٠١١.

نأسف لابلاغكم 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 وبعناية 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 جانبا وسأخذ ترتيبات اعادة شحنها اليكم.

وتفضلوا.....

٤- 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 الشيء 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 الزبائن أمثالك، يستفيدون من تنزيلاتنا في آخر الموسم من عدة جوانب: ليس فقط تحقيق توفير كبير، وإنما كذلك التمتع بفرصة الاختيار من بين أحدث الموديلات. ان مبيعاتنا في تنزيلات نهاية الموسم تتيح لنا تغيير المخزون من البضاعة بصورة متكررة ومتابعة أحدث الموديلات.
كن متأكدا بأن أي ملابس تشتريها من «الأناقة والفخار» هي جديدة وأنتك أول من يستعملها. ونحن نشعر أننا مدينون بذلك لزبائننا.

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

وتفضلوا.....

.....
.....
رسالة رفض منح ائتمان

السيد:.....

.....
تحية طيبة:

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

ان تقديم خدماتنا اليكم يعني الشيء الكثير لنا، ومن بين ذلك، أن ننظر الى مصلحتكم ومصلحة جميع زبائننا
بكل اهتمام وحرص، وان الاهتمام بمصالح عملائنا يدفعنا ويشجعنا الى منح الائتمان لأولئك الأشخاص الذين
بوسعهم الاستفادة من ذلك (الائتمان). وبالنسبة لحالتك، وفي ضوء المعلومات التي تسلمناها من المعرفين
الذين اقترحتم علينا، فاننا 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.

.....

.....

محاو؁ الما؁رة الثامنة

أولاً: الرسائل الاقناعية

❖ خطة كتابة الرسائل الاقناعية؛

❖ نماذج من الرسائل الاقناعية

ثانياً: رسائل البيع

❖ ماهيتها وأهميتها؛

❖ إعداد رسائل البيع؛

❖ تنظيم رسائل البيع.

أولاً: الرسائل الإقناعية

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

❖ اتخاذ إجراء ما،

❖ قبول وجهة نظر،

❖ أداء خدمة معينة،

❖ تحقيق رغبتك،

❖ التغيير وما شابه ذلك، (طلب تسوية، طلب بضاعة، طلب ائتمان، طلب قرض، طلب تحصيل/ دفع دين مستحق، طلب ترقية، طلب عمل... الخ).

١- خطة كتابة الرسائل الاقناعية:

تتنوع الرسائل الاقناعية بشكل يمكن معه استخدام خطة تنظيم الرسائل الإيجابية والحيادية(الأسلوب المباشر)، أو خطة تنظيم الرسائل السلبية (الاسلوب غير المباشر).

ا-خطة تنظيم الطلب المباشر:

يستخدم في حالات:

❖ اذا كان الطلب بسيطاً روتينياً وشخصياً؛

❖ 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.

ب- خطة الطلب غير المباشر:

تستخدم 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 تضحية شخصية.

تتكون خطة رسالة الاقناع من أربعة اجزاء:

١. جذب انتباه القارئ؛

٢. عرض الحقائق والحجج بشكل مقنع والكتابة من وجهة نظر القارئ؛

٣. ذكر الطلب بوضوح وبدون ذكر أي سلبيات؛

٤. ختم الرسالة بصورة ايجابية.

رسالة طلب

السيد/.....

تحية طيبة وبعد

الموضوع:

لم يصل الى دائرة المبيعات لدينا اي انباء/رسائل منكم منذ فترة، الامر الذي يقلقنا كثيرا، وإننا نعلم ان كتيبات وكاتالوجات عديدة اخرى تصلك، ولكنك كما تعلم فقد كنت احد الزبائن المفضلين لدينا خلال السنوات الثمانية الماضية، وإننا نقدر لك عاليا الثقة التي منحناها لنا. ونود ان تعلمنا ان كان هناك اي شيء غير راض عنه بالنسبة لسلعنا/خدماتنا. نرجو ان ترسل لنا ملاحظاتك- ويمكنك الكتابة مباشرة على نموذج الطلب المرفق مع الكاتالوج- واعلمنا كيف نستطيع ان نقدم لك افضل خدمة.

٢- نماذج عن رسائل الطلب الاقناعية

١- رسالة طلب ائتمان

تخطط رسالة طلب ائتمان على النحو الآتي:

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

رسالة طلب تمديد ائتمان

تحية طيبة،

نأسف لابلاغكم اننا لن نستطيع تسديد قسط شهر ايلول البالغ ١٥٠٠ دولار امريكي. لقد كنا ننوي ان ندفع القسط كالمعتاد، ولكنك ربما قرأت في التقارير الصحفية حول الحريق الذي اندلع في مخازننا في ١٠ آب. وقد سبب هذا الحريق خسارة فادحة لنا، ولم تقم شركة التامين بالتعويض الكامل، حيث وعدتنا بدفع كامل التعويض خلال الاسابيع القليلة القادمة. هل يمكنكم ان تمددوا الائتمان لمدة شهرين، ونامل ان نكون قادرين على تسديد كامل المبلغ في منتصف تشرين اول.

ليس هناك من ضرورة تستدعي الاشارة الى ان هذه الظروف استثنائية، وقد كنا دوما نسدد التزاماتنا في مواعيدها المحددة كما يتضح من سجلنا الطويل معكم.

ب-رسائل التحصيل:

يجب ان تسعى رسالة التحصيل لتحقيق هدفين هما:

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

رسالة تحصيل تذكيرية

السيد

تحية طيبة وبعد،

الموضوع:

لقد مضى اكثر من شهر على موعد استحقاق قسط شهر نيسان ولم يصلنا هذا المبلغ حتى الان. 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 معاملاتكم الجيدة السابقة معنا، ونتطلع دوما لخدمتكم.

وتفضلوا-

ثانيا: رسائل البيع

١- ماهية وأهمية رسالة البيع:

١- ماهية رسالة 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.

ب- 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.

٢- عملية الاعداد لرسالة البيع:

١-دراسة وتحليل السلعة:

- ❖ ما هي استعمالات السلعة واستخداماتها؟ كيف يمكن ان تفيد القارئ؟
- ❖ كيف تم تصنيعها ونتاجها؟ 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؟

ب-دراسة وتحليل القارئ:

- ❖ ما هو مستواه التعليمي؟ ما هو مستوى دخله؟
- ❖ أين يسكن او يعيش؟ في المدينة أم الريف؟
- ❖ ما هو عمره؟ صغير السن أم كبير السن؟
- ❖ ما هي مهنته؟ ما هو عمله؟
- ❖ ما هي الحالة الاجتماعية؟ أعزب أم متزوج أم أرمل؟
- ❖ ما هو جنسه؟ ذكر أم أنثى؟
- ❖ ما هو حجم أسرته؟ صغير، متوسط أم كبير؟
- ❖ ما هو نمط استهلاكه؟ ينفق كثيرا حتى على الكماليات أم عكس ذلك.
- ❖ أي خصائص أو جوانب أو أمور تتعلق بالقارئ ولها صلة بموضوع الرسالة.

ج-تقرير استراتيجية وجاذبية البيع:

- ❖ إستثارة وتفعيل دوافع الشراء (الكامنة) داخل القارئ/ المستفيد
- ❖ الاغراءات البيعية العاطفية
- ❖ الاغراءات البيعية العقلانية

د- إعداد قائمة المستفيدين المستهدفين:

- ❖ وهنا يجب الأخذ في الاعتبار عند تحديد من ستوجه لهم الرسائل الترويجية العلاقة بين التكلفة والمنفعة أو المردودية وبالتالي سوف لن توجه الرسائل للمجموع وإنما لفئات مستهدفة.
- ❖ تعد القوائم بالأسماء والعناوين التي تستقى من مصادرها.

ه- تحديد السعر:

- ❖ ويكون ذلك قبل البدء فعليا في إرسال الرسائل مع مراعاة تنافسية السعر ومردوديته.

٣-تنظيم رسالة البيع:

يجب اتباع أسلوب مروس وغير مباشر، يكون عادة وفق الآتي:

- ١ . جذب انتباه القارئ (الانتباه)؛
- ٢ . استثارة الرغبة لدى القارئ بالسلعة؛
- ٣ . ايجاد الرغبة لدى القارئ بشراء السلعة؛
- ٤ . تشجيع القارئ على اتخاذ اجراء معين.

اجذب انتباه القارئ / المستفيد:

- ❖ جملة أو سؤال تستثير به القارئ: "ان أفضل ما تميز به ثلاثتنا "سوناتا" هو شيء لا يمكنك مشاهدته".
- ❖ قدم عرضا: "اشتر زوجا من الأحذية واحصل على الثاني مجانا".
- ❖ اعرض حقائق: "لا تزال مكيفات جنرال التي تمتلكها شركة الوفاء تعطي أفضل تبريد صيفا وتدفئة شتاء وبهدوء 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.

ب-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.
- ❖ معرفون (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 مجاناً.
- ❖ ضمان/ كفالة السلعة.
- ❖ دعوة القارئ لزيارة المصنع للاطلاع مباشرة على عمليات التصنيع.
- ❖ دعوة القارئ للمعرض لحضور عرض لاستعمال السلعة.

ج- 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 وحثه على انجاز ما هو مطلوب فوراً دون إبطاء (قبل أن ينسى الأمر أو يراوده التردد في الشراء)، وتحديد موعد لذلك.

الموضوع:

السيد/ السيدة/ الأنة.....الفاضلة

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

إن جهاز التكييف "الكترا" الذي ننتجه هو أحد الاختراعات العلمية المفيدة جدا والتي ليس لها أي ضرر. إنه يوفر لك الهواء المنعش اللطيف طيلة أيام الصيف الحارة جدا، ويمنحك الدفاء اللازم في أيام البرد الشديد طيلة أيام الشتاء ولياليه الطويلة. إنه يضيف على حياتك السعادة والسرور والانتعاش والحيوية مما يجدد طاقتك ونشاطك باستمرار وفي غاية الهدوء ولا تكاد تسمع صوت الجهاز وهو يعمل. علاوة على ذلك سوف تسر كثيرا حينما تتسلم فاتورة الكهرباء وتجد قيمتها منخفضة جدا 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 ومعاناة الحر صيفا والبرد شتاء، ويجعل حياتك أكثر بهجة وحيوية ومريحة جدا.

سوف ينقلك باص المؤسسة من الساعة.....وكذلك العودة الى نفس المكان.

نأمل أن تتقبل دعوتنا لإتاحة الفرصة لنا لنريك ماذا توفر لك أحدث أجهزة توفير الراحة والبهجة والحيوية.

.....

مهاور المأضرة الأاسعة

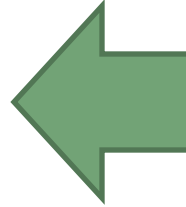
- مقدمة
- البأء عن وظيفة.
- طبيعة طلب الوظيفة وأهدافه.
- بيان السيرة الذاتية.

- ❖ يقصد برسالة طلب الوظيفة، تلك الرسالة التي يعدها ويكتبها صاحبها ويقدمها إلى جهة ما (شركة، هيئة حكومية، جمعية...)، يطلب فيها تعيينه لديها على وظيفة معينة.
- ❖ لا شك أن العناية المصاحبة لهذه الرسالة، كأداة اتصال إقناعي، إنما ترتبط ارتباطا وثيقا بمدى حاجة المعني للوظيفة موضوع الطلب من جهة، وللظروف البيئية التي حكم عرض الوظائف واطلب عليها من جهة اخرى.

❖ البحث عن الوظيفة عملية شاقة جدا.

❖ تكون اكثر صعوبة في الظروف الاقتصادية السيئة

❖ الخريجون يتدفقون الى سوق العمل سنويا افواجا
❖ نسبة البطالة عالية عالميا



❖ الحرص على توفير جميع فرص النجاح في الحصول على الوظيفة:

✓ كتابة الطلب بعناية

✓ إعداد بيان سيرة ذاتية مقنع

✓ الإعداد الجيد للمقابلة

أولاً: البحث عن الوظيفة

❖ لا يخفى على أحد ما للوظيفة من انعكاس بالغ على مستقبل الفرد وحياته بل وأخرته كذلك، والبحث الناجح عن الوظيفة كنقطة بداية، يقتضي من الشخص الاسترشاد بالخطوات التالية:

١. بناء شبكة واسعة من العلاقات.

٢. المعرفة الجيدة للنفس.

٣. اختيار المسار الوظيفي.

١- 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 أن تشارك في الاندية والجمعيات والمنظمات والهيئات المدنية العاملة في خدمة المجتمع.

٢- البحث عن فرص العمل/ الوظائف الشاغرة

- ❖ الاتصال بالأصدقاء والاقارب وغيرهم ممن تعرفهم ويعرفونك؛
- ❖ 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.
- ❖ ان تقوم بإرسال 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

- ❖ لأجل التعرف على الوظائف الأنسب التي تتلاءم مع إمكاناتك وقدراتك ورغباتك، والاختيار بعد ذلك، وجب التركيز أثناء عملية التحليل على:
١. نوع وطبيعة مهام ومسؤوليات وواجبات الوظيفة.
 ٢. المؤهلات العلمية والتدريب والخبرات التي تتطلبها الوظيفة.
 ٣. ظروف عمل الوظيفة وساعات العمل.
 ٤. طرق الالتحاق بالعمل.
 ٥. القدرات والمهارات والخصائص المطلوبة من ميول واتجاهات وقيم....الخ.
 ٦. مكان/موقع العمل.
 ٧. فرص التقدم والنمو والتطور.

ثانيا: طبيعة طلب التوظيف وأهدافه

١- طلب التوظيف أهدافه:

- ❖ يجب ان يكون الطلب تنافسيا.
- ❖ يجب إعداد رسالة الطلب بشكل متميز ، جذاب ومرتب.
- ❖ كثيرا ما تطلبه المنظمات بخط اليد.
- ❖ يستهدف الطلب إعطاء انطباع قوي، إيجابي ومؤثر يمنح صاحبه فرصة المرور للمرحلة اللاحقة(المقابلة).

٢- ما يشتمل عليه طلب التوظيف:

❖ يشتمل طلب التوظيف في الغالب على:

١. رسالة طلب وظيفة/عمل.
٢. بيان السيرة الذاتية للمتقدم.

❖ يجب تفادي تكرار المعلومات بين رسالة الطلب وبيان السيرة الذاتية.

٣- تنظيم رسالة طلب وظيفة

❖ تعد رسالة طلب الوظيفة بنفس مقومات رسالة البيع او الرسالة الإقناعية.

❖ التقيد بالشروط الشكلية والشروط الموضوعية.

❖ رسالة طلب وظيفة هي في جوهرها رسالة إقناعية تتطلب:

١. جذب انتباه صاحب العمل.

٢. إثارة الاهتمام لدى صاحب العمل.

٣. تشجيع صاحب العمل على اتخاذ قرار ايجابي.

٤- جذب انتباه صاحب العمل:

ومما يساعد على إثارة الاهتمام وتوليد الرغبة لدى صاحب العمل :

١. إظهار المعرفة الجيدة بمتطلبات الوظيفة.
٢. الذكر بوضوح للاهداف، و الطموحات و التطلعات.
٣. إعطاء الفرصة لصاحب العمل للتعرف عليك بشكل جيد.
٤. توضيح توافق المؤهلات العلمية والخبرات والقدرات والمهارات مع متطلبات وشروط شغل الوظيفة.
٥. ارفاق الطلب بشهادات الخبرة ورسائل التوصية.

٥- اعتبارات هامة لكتابة رسالة طلب وظيفة

- ❖ الأفضل ان يكتب المعني رسالته.
- ❖ الغرض الفوري من الرسالة هو الحصول على فرصة للمقابلة.
- ❖ رسالة طلب الوظيفة تمثل المعيار الوحيد (الأولي) 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.

٦- أنواع رسائل طلب التوظيف

❖ رسالة توظيف بناء على إعلان سابق

❖ رسالة توظيف بدون إعلان

❖ رسالة توظيف مع مقدمة (حالة توصية من صديق أو قريب يطلب إليه

إبلاغ من يرى مناسبا بوجود وظيفة شاغرة) ومن مزاياها:

١. هناك وظيفة شاغرة.

٢. تعرف جيدا ماهي متطلبات وشروط شغلها.

٣. لا يحتمل ان يكون عدد المتقدمين لشغلها كبير.

٧- تعبئة نموذج طلب وظيفة:

❖ للحصول على معلومات معيارية/نمطية تعزز معلومات الطلب والسيرة الذاتية، درجت الكثير من المنظمات على طلب تعبئة نموذج الطلب، لدى مكاتبها أو على مواقعها على الإنترنت أو عبر البريد. وهنا ينصح بما يلي:

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

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

١- مفهوم بيان السيرة الذاتية:

❖ بيان السيرة الذاتية هو عرض موجز ومنظم لحقائق تتعلق بالشخص طالب الوظيفة، ويتميز بيان السيرة الذاتية بثلاث خصائص وهي:

١. ان المعلومات التي تظهرها حقيقية يمكن التحقق من صحتها؛
٢. إن الحقائق معروضة تحت عناوين مثل المؤهلات العلمية، الخبرات، المهارات؛
٣. 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 لتمثيل المعني أمام صاحب العمل.

٢- متى وأين يعد ويكتب بيان السيرة الذاتية؟

❖ ما هو الوقت الأفضل لكتابة بيان السيرة الذاتية؟

١. يجب أن يكون بيان السيرة الذاتية معدا وجاهزا منذ التخرج.
٢. يحدث بيان السيرة الذاتية دوريا حسب الجديد.
٣. إعادة النظر في بيان السيرة الذاتية كلما تم التقدم لوظيفة.

❖ هل يكتب بيان سيرة ذاتية واحدة ويعدل بالجديد فقط؟

١. بيان السيرة الذاتية هو اداة ترويجية.
٢. ليس المطلوب أن يحدث فحسب، بل يحدث حسب طبيعة الوظيفة.

٣- بيان السيرة الذاتية الناجح

- ❖ فضلا عن الجوانب المتعلقة بالتقديم والجاهزية والتشويق فإن بيان السيرة الذاتية الناجح يجب أن يوفر لصاحب العمل الاجابة على التساؤلات التالية:
١. هل يمتلك مقدم طلب التوظيف المتطلبات الأساسية اللازمة للوظيفة؟
 ٢. هل يمتلك مقدم طلب التوظيف مؤهلات أعلى من المتطلبات الأساسية؟
 ٣. هل يقوم مقدم طلب التوظيف بعمله الحالي بصورة ناجحة وجيدة؟

مهاور المأضرة العاشرة

- بيان السيرة الذاتية (تابع)
- مقابلات التوظيف
- رسائل أخرى تتعلق بالتوظيف

أولاً: خطة كتابة السيرة الذاتية

١- عناصر السيرة الذاتية:

- ❖ يختلف مضمون وكيفية ترتيب وتنظيم محتويات السيرة الذاتية من رسالة لأخرى؛
- ❖ لا يوجد نمط أو نموذج موحد أو طريقة مثلى وحيدة لكتابة السيرة الذاتية؛
- ❖ يجب الأخذ في الاعتبار أهمية الحاجة لإظهار بعض من العناصر ضمن بيان السيرة الذاتية؛
- ❖ إن ثمة عناصر عامة تتضمنها عادة مختلف بيانات السيرة الذاتية، يجب أن تعرض بوضوح وسلاسة وبشكل يثير اهتمام القارئ(صاحب العمل).

عناصر بيان السيرة الذاتية

٧. شهادات التقدير والجوائز
٨. عضوية الجمعيات المهنية
٩. النشاطات
١٠. الاهتمامات
١١. الرخص والتسجيل
٢١. المعرفون

١. الترويسة (المعلومات الشخصية)؛
٢. تحديد هدف المسار المهني
٣. التعليم
٤. الخبرة العلمية
٥. الانجازات
٦. مؤهلات/ مهارات خاصة

٢- 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 والاكثر من الألوان؛
- ❖ لا تستخدم الماسح في التصحيح بل اعد الطباعة؛
- ❖ العناوين الرئيسية تكون بارزة ؛
- ❖ تجنب استخدام اختصارات اسماء المؤسسات.

- ❖ استبعاد اية معلومات ليست ذات علاقة/صلة بالأمر؛
- ❖ الابتعاد عن الاسهاب المطول؛
- ❖ تجنب العبارات البراقة، الاناقة البلاغية، واحرص على اختيار كلمات توحى بالفعل/ الإجراء والحسم
- ❖ تدقيق اللغة من حيث القواعد والاملاء...؛
- ❖ ابراز الجوانب والأمور الرئيسة التي يبحث عنها صاحب العمل؛

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

ثانيا: مقابلة التوظيف

١- ماهية وأهمية المقابلة:

المقابلة مرحلة حاسمة في التوظيف، فهي الامتحان الذي يتقرر فيه اختيار المتقدم ام غيره.
في 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 |

٢- أنواع مقابلات التوظيف

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

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

٣- 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 رسالة الطلب، بيان السيرة، أسماء معرفين..)؛
- ❖ المظهر اللائق.

٤- أثناء المقابلة

- ❖ المقابلة الناجحة تبدأ دائما بالحضور في الوقت المحدد؛
- ❖ صافح بحرارة وأنت تبتسم وتلتقي عيناك بعيني محاورك، ثم تابع مصافحة باقي الأشخاص؛
- ❖ لا تجلس الا بعد ان بإذن لك بالجلوس؛
- ❖ اجلس منتصبا دونما وضع رجل على رجل وحاول اختيار كرسي مقابل لحاورك
- ❖ استرخ، وتحل بالهدوء والثقة بالنفس، وتحدث بصوت واضح ومسموع؛
- ❖ واحرص أن تضبط تعابير وجهك وحركات جسمك؛
- ❖ حاول أن توجه من يقابلك إلى الأسئلة التي تظهر مؤهلاتك وقدراتك؛
- ❖ امتنع عن توجيه أي انتقادات 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.

٥- بعد المقابلة

اكتب رسالة شكر لكل من شارك في مقابلتك خلال ٢٤-٤٨ ساعة يفضل أن تكون مطبوعة، تستهدف من خلالها :

- ❖ التعبير عن تقديرك وشكرك للضيافة والتكريم الذي حظيت به؛
- ❖ التعبير عن شعورك الإيجابي بشأن الوظيفة و المنظمة؛
- ❖ تقديم الوثائق والمعلومات الاضافية التي طلبت منك؛
- ❖ التأكيد على استمرار اهتمامك وحماسك للوظيفة؛
- ❖ إعادة تسليط الضوء على أهم مواطن قوتك التي تؤهلك للوظيفة.

عينة اسئلة مقابلات التوظيف

- ❖ ما الذي يمكنك أن تقدمه (تسهم به) لنا (لمنظمتنا)؟
- ❖ 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 والأقل تفضيلا؟ ولماذا؟
- ❖ لماذا اخترت تخصصك بالتحديد؟
- ❖ ماهي المؤهلات لديك التي تعتقد انها تجعلك تشعر بأنك ستكون ناجحا في مجالك؟
- ❖ ماهي السمات الشخصية اللازمة لتنجح في المجال الذي اخترته؟
- ❖ لماذا تعتقد 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 ليلا، العمل في نهاية الأسبوع؟
- ❖ ما نسبة العائدات التي حققتها تكاليف الدراسة؟ كيف حققت هذه العائدات؟؟
- ❖ ما هو نوع العمل الاكثر اهتماما به؟
- ❖ كيف تقضي أوقات فراغك، ماهي هواياتك؟
- ❖ هل سجلك الدراسي مقياس جيد لما سيكون عليه ادائك في عملك؟
- ❖ هل انجزت أفضل ماكنت قادرا على انجازه اثناء الدراسة؟
- ❖ ما هي النشاطات الجامعية التي شاركت فيها؟ لماذا؟ ماهي تلك التي استمتعت بها كثيرا؟

ثالثاً: رسائل أخرى تتعلق بالتوظيف

١- رسالة قبول عرض عمل:

وهي رسالة قصيرة تكتب بالأسلوب المباشر، وقد تتضمن:

- ❖ التعبير عن شكرك وتقديرك لصاحب العمل على العرض؛
- ❖ التأكيد على تفاصيل هذا العرض كما وردت فيه، بما في ذلك نوع العمل، والراتب، والمزايا، وتاريخ بدء العمل..؛
- ❖ تستطيع أن تضيف تعليقاً إيجابياً عن المنظمة والمقابلة؛
- ❖ اختتم رسالتك بأنك سوف تبذل كل جهد مستطاع لأداء العمل بأفضل صورة ممكنة.

٢- رسالة رفض عرض وظيفة

في حالة قررت رفض الوظيفة يجب الرد كتابة بالجوء للأسلوب غير المباشر مع مراعاة ودية الرسالة ورقتها، لذا ينصح بالآتي:

❖ ابدأ بالتعبير عن تقديرك وشكرك لصاحب العمل على العرض؛

❖ امدح من قابلك على هذا العرض؛

❖ اشرح ووضح الأسباب والمبررات التي تدعوك للرفض ؛

❖ قدم مبررات وأسباب تقنع صاحب العمل؛

❖ اعتذر عن قبول الوظيفة بلهجة ايجابية لبقة؛

❖ اختتم الرسالة بعبارة مهذبة، ولطيفة ثم كرر تقديرك للعرض مع

التطلع في المستقبل لفرصة اخرى.

مهاور المأضرة الءاءفة عشر

- المءكراء الءاءلفة
- الأقارفر

أولاً: المذكرات الداخلية

١- مفهوم المذكرات الداخلية:

تعتبر المذكرات:

- ❖ أحد أنواع الاتصال الكتابي الأكثر انتشاراً في المنظمة؛
- ❖ يتم تبادلها بين العاملين في نفس المنظمة؛
- ❖ تسمى أحياناً مراسلات داخلية، مذكرات مكتب؛
- ❖ تستخدم أكثر كلما توسعت المنظمات وتزايد حجمها؛
- ❖ تظهر أهميتها أكثر مع تزايد المشكلات التنظيمية والإدارية؛
- ❖ تحقق الارتباط والتنسيق بين الوحدات والأقسام والنشاطات المختلفة.

٢- 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 والاجراءات والقرارات والتعليمات؛

❖ تقدم النصح والمشورة والتوضيح والتوجيه، والدافعية والتدريب والمشورة؛

❖ الإبلاغ عن مشكلات العمل والصراعات وغيرها؛

❖ إطلاع العاملين على أي تغييرات في السياسات والاجراءات وتفاصيل العمليات

الداخلية في مختلف النشاطات والوظائف من إنتاج وتسويق

٣-مزايا المذكرات الداخلية:

- تمثل المذكرات وثائق و مستندات دائمة؛
- تشكل برهانا 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 وفهمها.

٤-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:

- 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".

مذكرة داخلية

مذكرة داخلية

إلى: جميع مديري الإدارات

من: أحمد محمود الحمدان، مدير إدارة الموارد البشرية.

التاريخ: ٢٠ نيسان ٢٠٠٨

الموضوع: برنامج التعريف للمعيينين الجدد

أرفق لكم مسودة البرنامج المقترح. تلاحظون أن البرنامج سوف

يعقد في الفترة ما بين ١-٤ حزيران، يوميا من الساعة ٤ - ٧ مساء

أرجو موافاتي بموافقتكم وأي ملاحظات قبل ذلك التاريخ.

٥- 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 إلى جميع العاملين غالبا ما تكتب بلغة رسمية وغير شخصية؛
- ❖ المذكرات التي يتبادلها الزملاء تكتب بأسلوب المحادثة، ولغة شخصية؛
- ❖ المذكرات من المرؤوسين إلى رؤسائهم تكون أكثر حذرا.

٦-المذكرات الداخلية والرسائل:

هناك بعض الاختلافات بين الرسائل والمذكرات :

- ❖ إن معظم المذكرات تكتب بصورة مباشرة؛
- ❖ إن كاتب المذكرة ليس مضطرا 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 موضوعا محددًا.

إلى: جميع مديري الوحدات

من: المدير العام

التاريخ: ١٥ تشرين الثاني ٢٠٠٧

الموضوع: إعداد الموازنة السنوية

تتبع التوجيهات والإرشادات الآتية في إعداد الموازنة السنوية للعام ٢٠٠٨

- ١- عدم استحداث أي وظائف جديدة مهما كانت الأسباب.
 - ٢- إيقاف جميع الترقيات والزيادات السنوية والعلاوات والمكافآت.
 - ٣- إيقاف جميع المهمات الخارجية.
 - ٤- عدم تجديد أي أثاث مكتبي.
 - ٥- إيقاف جميع الاحتفالات والمعارض والنشاطات التي تترتب عليها أي التزامات مالية.
 - ٦- تلغى جميع الخطط والبرامج التدريبية المقترحة تنفيذها خلال السنة المالية ٢٠٠٨.
 - ٧- يمنع شراء أي أجهزة حاسوب، برمجيات حاسوبية، كتب ومراجع.
 - ٨- يلتزم كل مدير بهذه التوجيهات في إعداد موازنة إدارته/ وحدته للعام القادم ٢٠٠٨.
- سوف تصدر تعليمات تفصيلية بهذا الشأن لاحقاً.

ثانيا: التقارير

١- مفهوم التقرير:

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.

٣- 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 والإيجاز، ولا سيما التوصيات والاقتراحات وتعزيزها البراهين؛
- ❖ استخدام لغة سهلة، بسيطة ودقيقة، والابتعاد عن المصطلحات المعقدة الغامضة أو المطولة.

٥- عملية كتابة التقارير:

١- 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
- وضع جدولاً زمنياً لأعداد وكتابة التقرير

ب- جمع المعلومات؛

ج- تنظيم المعلومات ووضع المخطط

النهائي للتقرير؛

د- كتابة مسودة التقرير؛

هـ- المراجعة والتعديل؛

و- التدقيق والتحرير؛

ز- إخراج التقرير؛

٦-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 بالإجابة عن أسئلة البحث التي تضمنتها خطة البحث؟
- هل قمت بنقل الحقائق كما هي؟
- هل التحليل والتفسير موضوعي؟

٧- هيكلية التقرير:

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

تقرير مبيعات

إلى: السيد زياد عليان، مدير المبيعات.
من: خالد بركات مسؤول مبيعات منطقة الرياض
التاريخ: ٢٠ آذار، ٢٠٠٨
الموضوع: التقرير الشهري للمبيعات (شهر شباط)

الفرع	المبيعات (بالريال)	الزيادة/النقص عن الشهر السابق
الفيحاء	٣٠.٠٠٠	١٠.٠٠٠
السليمانية	٢٥.٠٠٠	١٥.٠٠٠
الملز	٤٥.٠٠٠	٢٠.٠٠٠
وسط المدينة	٦٠.٠٠٠	١٠.٠٠٠
جرير	١٥.٠٠٠	(٥.٠٠٠)
الاستقلال	٢٠.٠٠٠	(٨.٠٠٠)
الكرامة	٣٥.٠٠٠	٥.٠٠٠
الدرعية	٦٥.٠٠٠	١٥.٠٠٠
	٢٩٥.٠٠٠	٦٢.٠٠٠

تلاحظون أن مبيعات شهر شباط قد زادت عن مبيعات شهر كانون الثاني بمقدار (٦٢.٠٠٠) ريال. لقد زادت مبيعات كل الفروع باستثناء فرعي جرير والاستقلال وذلك نظرا لإغلاقهما بعض الوقت من أجل إنجاز بعض أعمال التحديث والديكور والتكيبف، ومن المؤمل أن يتم تعويض هذا النقص في الشهرين القادمين.

مؤسسة الوفاء للتكييف
ص.ب ١١١٥، دبي
دولة الامارات العربية المتحدة
ت ٥٦٤٣٢١٨
التاريخ ١٥ شباط ٢٠٠٨

سعادة السيد/ محمد الأحمد المحترم
مدير عام مؤسسة النهضة التجارية
ص.ب ١٤١٨، أبو ظبي

الموضوع: تركيب وتشغيل نظام تكييف مركزي لمؤسستكم
فبالإشارة إلى رسالتكم رقم ن ت / ٤ / ٧٩ بتاريخ ٥ شباط، لقد قام المهندس عزيز علي، مهندس التكييف والتبريد لدى
مؤسستنا، بزيارة مكاتب مؤسستكم، وناقش مع المسؤولين جميع متطلباتكم واحتياجاتكم فيما يتعلق بنظام التكييف المركزي،
وما يتطلب ذلك من أجهزة ومعدات ولوازم وأجور تركيب وتمديد وتشغيل وغيرها. وفي ضوء ذلك توصل المهندس إلى
تقدير تكاليف هذه الاعمال شاملة الاجور مبلغ (٧٥٠.٠٠٠) درهم.
نرفق لكم كتيبا عن مؤسستنا وإنجازاتها، ونسحا من بعض كتب رسائل التقدير والشكر من الجهات التي قمنا بتركيب
نظام تكييف مركزي لها، وفيما تعبر عن مدى رضاها وتقديرها للتميز في جودة وإتقان جميع أعمالنا، بالإضافة إلى تعامل
موظفينا مع موظفي تلك الجهات بمنتهى الكياسة واللباقة. ونود أن نؤكد لسعادتكم حرصنا والتزامنا لتقديم أفضل خدماتنا
لتلبية متطلبات وحاجات مؤسستكم، وسوف نعطي الأولوية لإنجاز العمل لديكم بأسرع وقت ممكن، مؤكداً التزام موظفينا
بالتعامل بكل مودة وكياسة واحترام مع موظفيكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام
خلدون دعيبس
المدير العام

مهاور المأضرة الثانية عشر

- الأصفاء؛
- المأبلة؛
- الأآتماعات.

أولاً: الإصغاء

١- متطلبات التواصل الجيد :

- الاستماع بجلاء ؛
- الحديث بوضوح ؛
- التساؤل الذكي ؛
- القراءة السريعة الواعية؛
- الكتابة الجيدة.

- ❖ تشير الأبحاث في مجال الاقتصاد أن الفرد أثناء العمل يقضي وقتاً في الإصغاء أطول من أي شيء آخر – القراءة، والكتابة، والتحدث.....
- ❖ ويعتبر الإصغاء الوسيلة الرئيسة التي نتعلم ونتعرف من خلالها على الحقائق والناس والأحداث والمشكلات.

٢- أهمية الاستماع

- ❖ الاستماع هو أصدق أنواع المجاملة؛
- ❖ مهارة الاستماع هي الوجه الآخر لمهارة الحديث ؛
- ❖ يمثل الاستماع وسيلة أساسية للحصول على المنبهات الخارجية وترجع أهمية الاستماع إلي:

- السمع أسبق حواس العقل إلي وصل الإنسان بالكون
- يتسم السمع بالقدرة على الشمول والإحاطة
- تعلم حسن الاستماع كي تتكلم حسن الكلام

٣- طبيعة الإصغاء

تتضمن عملية الإصغاء العناصر الآتية:

- السماع؛
- تركيز الانتباه ؛
- تفسير رموز الاتصال ؛
- التذكر؛
- التقييم.

أسباب ودوافع تحسين الإصغاء

- الحصول على كامل المعلومات؛
- تحسين العلاقات؛
- حل المشكلات ؛
- فهم الناس بصورة أفضل.

٤- شروط الإصغاء الفعال:

١. توقف عن التحدث (مع زميلك/ زملائك)؛
٢. اصغ للمعنى الكلي وأحكم على المعنى لا على طريقة التحدث؛
٣. اجعل المتحدث في وضع/ موقف مريح دونما أي مضايقة أو إزعاج له؛
٤. ركز انتباهك؛
٥. أظهر للمتحدث أنك تريد أن تصغي وأنك مهتم بذلك؛
٦. أزل كل ضوضاء / تشويش / قاوم كل تشويش؛
٧. تعاطف مع المتحدث (تصور نفسك مكانه)؛
٨. كن صبورا ليكون رد فعلك منصفا ومعقولا ؛
٩. اضبط مزاجك ولا تحكم على الأمور قبل فهمها جيدا؛
١٠. أعرض حكمك وتقييمك ونقدك بكل هدوء؛
١١. اطرح الأسئلة، وقدم تغذية راجعة مناسبة وفي الوقت المناسب؛
٢١. سجل الملاحظات إن كان ضروريا.

٥- معوقات الاستماع:

- ❖ فقدان الهدف؛
- ❖ تفاهة الحديث ؛
- ❖ الميل للانتقاد ؛
- ❖ التشويش ؛
- ❖ عدم الصبر؛
- ❖ انشغال البال؛
- ❖ الشعور الملح بالإجابة؛
- ❖ الحكم المسبق على الكلام الصادر عن المتكلم؛
- ❖ ان تسمع وانت في عجلة من امرك؛
- ❖ ان تسمع ما تريد سماعه فقط؛
- ❖ ان يكون لديك ما تود قوله ويلح عليك؛
- ❖ ان ترى ان محدثك بعيد عنك؛
- ❖ ان تكون محمقا في محدثك دون متابعة وتركيز.

٦- تنمية مهارة الاستماع:

١. الابتعاد عن المقاطعة ؛
٢. الحذر من سرعة الجواب ؛
٣. عدم مقاطعة فترات الصمت ؛
٤. عدم شرود الذهن؛
٥. فهم وتحليل افكار المتكلم ؛
٦. تقبل آراء الآخرين واحترامها بلا انفعال او عصبية؛
٧. اظهار التغذية الراجعة؛
٨. التلخيص؛
٩. ان تنصت للأفكار لا للجمل؛
١٠. تجنب الأحكام المتعجلة؛
١١. ضع في ذهنك ان الحديث مستمر حتى النهاية.

ثانيا: المقابلات

١- مفهوم المقابلات:

- ❖ هي نقاش منظم ومخطط يتحدث ويصغي خلاله كل من طرفي النقاش.
- ❖ هي نوع من الاتصال الشخصي باتجاهين.
- ❖ المقابلة الناجحة والفعالة، تقتضي التخطيط لها بعناية وبصورة منتظمة وأن تكون أهدافها واضحة ونشاطاتها محكمة ومنضبطة.
- ❖ الهدف الرئيس للمقابلة هو:
 - تبادل المعلومات بغرض تقييم موقف أو سلوك شخص معين والعلاقة فيما بينهما.
 - لتحقيق ذلك من الضروري أن تتوفر جميع الحقائق والمعلومات والأدلة ذات العلاقة لجميع الأشخاص المشاركين في المقابلة.

٢- إرشادات للمقابل :

- ❖ تخطيط المقابلة و تحديد المعلومات ونوع وقائمة الاسئلة التي ستطرحها؛
- ❖ تبليغ الشخص المعني بمكان وموعد المقابلة؛
- ❖ ضع من تقابله في وضع مريح؛
- ❖ وجه مسار المقابلة ؛
- ❖ الإصغاء؛
- ❖ التلخيص؛
- ❖ التوثيق؛
- ❖ اختتام المقابلة.

٣- إرشادات للشخص الذي تتم مقابلته:

- ❖ حضر واستعد للمقابلة؛
- ❖ اجعل مظهرك مناسبا؛
- ❖ أظهر الاهتمام؛
- ❖ أجب عن الأسئلة بشكل صحيح وكامل؛
- ❖ كن لبقا.

ثالثاً: الاجتماعات

١- ماهية الاجتماعات:

- ❖ الاجتماع هو عبارة عن لقاء يضم شخصين فأكثر حيث يجري هؤلاء حديثاً ونقاشاً هادفاً.
- ❖ يتراوح عدد أفراد الجماعة ما بين ٣-١٥ شخصاً أو أكثر
- ❖ وقد تكون هذه الجماعة رسمية أو غير رسمية.
- ❖ الأوصاف السلبية على الاجتماعات واللجان:
«الاجتماعات واللجان تحتفظ بالمحاضر/ الوقائع وتهدر الساعات».
- «الاجتماعات تزرع ولا تحصد/ لاتجني».
- «إذا أردت أن تدفن موضوعاً حوله إلى لجنة لدراسته».

٢- دور رئيس الاجتماع / الجلسة:

١- التخطيط قبل الاجتماع:

- تحديد الهدف من الاجتماع؛
- تحديد المشاركين؛
- تحديد مكان وتاريخ ووقت الاجتماع.
- تحديد جدول الأعمال؛
- توزيع دعوات الاجتماع على المشاركين متضمنة جدول الاعمال؛
- فحص الترتيبات المادية للاجتماع.

ب- أثناء الاجتماع:

- افتتاح الاجتماع؛
- التقيد بجدول أعمال الاجتماع، بندا بندا؛
- تحريك النقاش قدما إلى الأمام؛
- تحفيز وتشجيع النقاش مع ضبط من تكلم كثيرا؛
- تشجيع كل فرد على المشاركة؛
- تفهم أدوار المشاركين؛
- ضبط الوقت؛
- تلخيص ما هو ضروري؛
- ذكر الاستنتاجات الرئيسية وخطة العمل.

٣- دور المشاركين في الاجتماع:

- ❖ الإعداد والتحضير الشخصي: أنجز واجباتك، إجمع المعلومات، دقق بياناتك، أكد على استنتاجاتك... الخ؛
- ❖ التزام جدول الأعمال؛
- ❖ شارك بهدف تقديم مساهمة؛
- ❖ لا تتحدث كثيرا؛
- ❖ تذكر وأنت تشارك في الاجتماع والنقاش، أن ثمة آخرين يحضرون الاجتماع ويريدون المشاركة.

الوصف	الدور
- يعطي اقتراحات بشأن إجراءات الاجتماع، ويعيد التوجيه نحو القضايا الرئيسية الجوهرية.	- المنظم
- تحديد نقاط سوء الفهم، محاولة توضيح تعابير غير واضحة وأفكار غامضة.	- الموضح
- يرغب في ملء فجوات معرفية لديه أو لدى الآخرين.	- المستفسر
- إضافة معلومات قيمة وصحيحة وموثوقة للنقاش.	- مقدم حقائق
- السعي لإبقاء الحماس والاهتمام والدافعية لدى الأفراد المشاركين، لمواصلة النقاش.	- منشط
- تقديم أفكار جديدة غير مألوفة وإبداعية.	- المفكر
- يتحدى الأفكار والمساهمات المقدمة من حيث صحتها وواقعيتها، ولكن بطريقة بارعة ولبقة.	- الناقد
- يسعى للتوصل إلى حل وسط، إيجاد تسوية/مقايضة حينما تصل الأمور إلى نهاية مسدودة.	- الموفق
- يشجع ويدعو المشاركين الصامتين للانضمام إلى الجماعة والمشاركة.	- مساعدة الآخرين

مآور المآضرة الثآلة عشر

- القآء الخطب
- الاتصآلات الهآففة

أولاً: إلقاء الخطب

- ❖ يعتبر إلقاء خطاب أمام عدد كبير من الناس من أكثر أنواع الاتصال الشفهي صعوبة، وأقلها انتشاراً،
- ❖ معظمنا يتخوف من إلقاء خطاب عام،
- ❖ لا نشعر بالارتياح للتحدث أمام الآخرين،
- ❖ مثل هذا التردد والتخوف يمكن التغلب عليهما،
- ❖ تحسين مهاراتنا الخطابية يتم بتعلم وتطبيق نهج منظم في عملية الخطابات العامة.

١-الخطاب وحالاته المختلفة:

- ❖ هو الموقف الذي يتحدث فيه الشخص مع مجموعة من الأفراد في مؤتمر عام أو في ورشة، أوفي مناسبات اجتماعية مختلفة، أو في محاضرة أو درس أو خطبة أوفي خطاب سياسي أو 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 يقيّمك في نهاية الأمر

٢- اسباب رفض الحديث امام الجمهور

أرتجف ولا أستطيع الكلام

سوف أصبح أضحوكة

سوف أنسى ما أريد ان أقول

لم أحضر لهذا الموضوع

ضاعت مني الورقة

أنا خجول ولا أستطيع الكلام

أخاف من تقييم الناس لي

لدي لهجة غريبة ولا
يمكنني التحدث أمام الناس

أخاف أن فشل

الجمهور مثقف ولا يمكنني
الوقوف متحدثاً أمامهم

تترتب عنه
قرارات هامة

يرهن حاضر
ومستقبل المنظمة

سمعة المتحدث

أهمية الاتصال
الجماهيري

صناعة الرأي
العام

مصير
اشخاص
معينين

مصير المتحدث

٣- التخطيط والإعداد

١- اختيار الموضوع: وهنا يجب الأخذ في الاعتبار جملة العوامل التالية:

- أن يكون الموضوع ضمن مجالات التخصص مع خلفية علمية وخبرة حول الموضوع؛
- تفهم وتقدير جمهور المستمعين للموضوع؛
- توافق مناسبة إلقاء الخطاب مع الموضوع.

ب- حدد الغرض/ الهدف من الخطاب: أي تحديد الأغراض العامة والخاصة
(الإعلام، الإقناع، الترفيه...);

ج- تحليل جمهور المستمعين: (العمر، الجنس، المستوى، المهن، أسباب
الحضور...);

د- البحث حول الموضوع.

٤- تنظيم الخطاب/ العرض

- ❖ يتكون الخطاب عادة من مقدمة فجسم فخاتمة؛
- ❖ تركز المقدمة على إعداد وتهيئة المستمعين لاستقبال الرسالة وإثارة اهتمامهم؛
- ❖ جسم الخطاب يمكن تنظيمه بنفس طريقة تنظيم التقارير؛
- ❖ تتضمن الخاتمة عادة ثلاثة عناصر هي:
 - بيان بشأن الفكرة المركزية للخطاب؛
 - ملخص للنقاط المحورية المعروضة؛
 - الخاتمة(الرسالة الرئيسية).

٥- قرر طريقة العرض / التقديم:

• الارتجال؛

• الاستظهار؛

• القراءة.

٦- الاستعانة بالوسائل المرئية والتمرن على الإلقاء:

❖ تتعدد الوسائل الممكن استخدامها من صور وجداول ورسومات وأشكال؛

❖ و **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؟

٧- اخطاء الالقاء

- ❖ عدم وضوح الهدف ؛
- ❖ السكون؛
- ❖ الاسهاب ؛
- ❖ غياب المشوقات؛
- ❖ الموضوع غير المناسب
- ❖ الزى غير المناسب؛
- ❖ انعدام التنظيم ؛
- ❖ اغماض العينين أو تسكينهم.
- ❖ الفتور فى الالقاء؛

٨- إرشادات إلقاء الخطاب:

- ❖ أظهر الصدق فيما تقول والحماس واحتفظ بحيويتك.
- ❖ كن واثقا بنفسك، كما تثق في جمهور المستمعين.
- ❖ نظم الخطاب بما يقود أفكار المستمعين بشكل منطقي نحو الخاتمة.
- ❖ ركز أفكارك على الرسالة والاستجابة التي ترغبها بدلا من التركيز على نفسك.
- ❖ استخدم لغة تتناسب وتتوافق مع الجمهور المستمع.
- ❖ تحدث بشكل صحيح، وواضح 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 (التقاء العينين) وتحدث مباشرة إليهم.
- ❖ التزم الثبات، وتجنب المغالاة في الحركة ومؤشرات العصبية.
- ❖ أعرض الوسائل المرئية باعتبارها جزءا من الخطاب.
- ❖ حافظ على مزاجك وهدوئك، حتى لو واجهت أسئلة أو ملاحظات عدائية.
- ❖ حافظ على وقفة/ جلسة مناسبة.
- ❖ حل ردود أفعال المستمعين أثناء الخطاب
- ❖ استمتع: تقديم الأفكار للآخرين يمكن أن يكون متعة وتجربة.

ثانياً: 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 جداً،
 - أن الهاتف يمكن أن يحمل، ويوصل انطبعا وصورة ذهنية سلبية عن المنظمة.

١-مشكلات الهاتف

- ❖ محاولة الحصول على خط؛
- ❖ إبقاؤك / تركك على الخط؛
- ❖ الشخص الذي تريده غير موجود؛
- ❖ تحويلك من شخص لآخر أو من دائرة للأخرى؛
- ❖ الرقم خطأ أو الرقم مشغول؛
- ❖ الشخص الذي طلبك لديه وقت للدردشة بينما أنت مشغول؛
- ❖ أخذ انطباع خاطئ عن المنظمة من خلال المتصل معه (الانطباع الأول مهم)؛
- ❖ سماع خاطئ للكلمات؛
- ❖ عدم فهم الرسالة، فهم الرسالة بصورة خاطئة.

٢-نوعية سارة من الصوت / الفاظ منتقاة

- تحدث وكأنك تحدث الشخص الآخر وجها لوجه.
- أظهر الدفاء، المودة والسرور، اجعل صوتك مبتسما.
- اصقل نبرة ولهجة طبيعية من خلال الابتسامة والإيماءة.
- بين أنك متأهب ويقظ 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،

٣- تطوير فنون اللباقة والكياسة

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

٤- إجراء مكالمة هاتفية

- حدد الغرض من المكالمة الهاتفية بشكل واضح.
- دون مسبقا الملاحظات حول الحقائق، والنقاط والأسئلة الرئيسة التي تود الاستيضاح عنها
- ضع الملاحظات بتتابع منطقي سليم
- جهز وأعد أي ملفات ومراسلات وعقود.. يمكن أن تحتاجها أثناء الحديث الهاتفي.
- كن واعيا للتكاليف – لا تضيع وقتك ووقت 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 المكالمة.
- تذكر النقاط الآتية أثناء إجراء المكالمة.
- تكلم بوضوح وعرف عن نفسك ومنظمتك.

٥- استقبال مكالمة هاتفية

- ❖ احتفظ دائما بدفتر ملاحظات وقلم بجانب الهاتف و بدليل هواتف داخلي بجانب الهاتف لغرض إمكانية التحويل.
- ❖ إن كنت تعمل في مكان مفتوح، اطلب من الآخرين التزام الهدوء.
- ❖ عرف عن نفسك ووظيفتك ودائرتك و رحب بالمتحدث.
- ❖ أصغ جيدا ودقق أي حقائق وأرقام والإملاء حيثما كان ضروريا(خاصة الأسماء والعناوين).
- ❖ سجل الملاحظات.
- ❖ استخدم من العبارات ما يؤكد للمتحدث أنك على الخط، مثل "نعم" "صحيح"...
- ❖ لا تسمح لنفسك بالشروء.
- ❖ كن واعيا للتكاليف – لا تترك المتحدث معلقا ينتظر لوقت طويل.
- ❖ دائما دقق الأرقام، الأفكار، والتواريخ وأكد على أي إجراء تم الاتفاق عليه.
- ❖ وبعد الانتهاء من المكالمة من الضروري أن تراجع وتسجل وتتخذ أي إجراء ضروري.

٦- تسجيل المكالمات الهاتفية

- اسم الشخص الذي وجهت إليه الرسالة.
- تاريخ المكالمة ووقتها بمنتهى الدقة.
- اسم الشخص/ الجهة المرسله (التي اتصلت هاتفيا).
- اسم الشركة، المنظمة او الجماعة التي ينتسب 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

مهاور المأضرة الرابعة عشر

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

- ❖ ابتداء لابد من توافق الحركات والإيماءات (العلاقة) مع الكلمات المنطوقة (المضمون او المحتوى)؛
- ❖ كما أنه إذا كان من الدراسات ما يشير إلى أن ٧٥% من ساعات العمل يقضيها الأفراد في الاتصالات، فلو تحدثنا على مستوى المشاعر فإننا نعبر عنها كما يلي:
 - ٥٥% من الاتصال يتكون من لغة الجسم.
 - ٣٨% يتم التعبير عنه بواسطة نبرة/ لهجة الصوت فقط.
 - ٧% يتم التعبير عنه بالكلمات.
 - إذا ٩٣% من مشاعرنا وعواطفنا هي غير لفظية.

١- مفهوم الاتصال غير اللفظي:

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

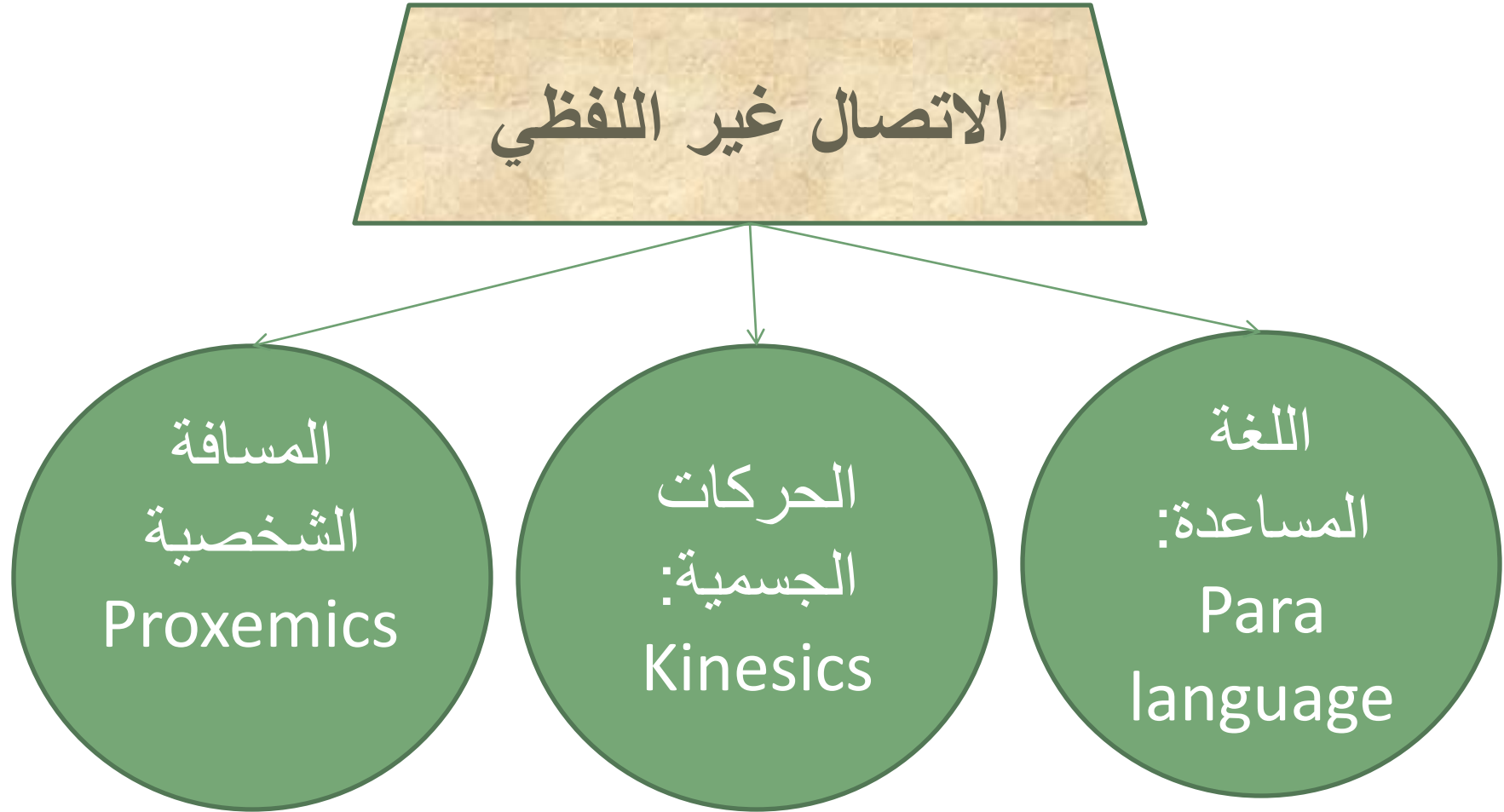
❖ يسمح لنا الاتصال غير اللفظي بأن:

- نعرف متى ننهي 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
- نعرف نوعية النظام التعبيري الأنسب لكي نوصل فكرة معينة إلى الآخرين.
- نتعرف على قدرتنا على تفهم واحترام ثقافة الشخص الآخر الذي نتعامل معه.

٢- 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 الكينييسيكز (Kinesics)
- ❖ الاتصال غير اللفظي قديم قدم الانسان، الاهتمام به في الكتابات بدا من النصف الثاني للقرن السابق
- ❖ اللغة العالمية رقم ١ هي لغة الجسم
- ❖ النساء اكثر ادراك لمعاني لغة الجسم من الرجال.

٣-أنواع / أشكال الاتصالات غير اللفظية:



١- اللغة المساعدة:

- ❖ ونعني بها كيفية نطق الرسالة اللفظية وليس بما ننطقه فعليا والذي هو من اختصاص اللغة المنطوقة، علما أن اللغة المساعدة من شأنها أن تدعم أو تشوه الرسالة المنطوقة.
- ❖ وتتعلق اللغة المساعدة بخصائص وصفات الصوت: المعدل، القوة، النبرة، اللهجة، الرنين، وغيرها.

ب-الحركات الجسمية:

❖ وتعني الاتصال بواسطة حركة الجسم، ومن أهم حركات الجسم الأكثر تعبيرا الوجه والعينان.

ج-المسافة:

❖ وتعني المسافة الشخصية، وتشير إلى المسافة التي تقف فيها بعيدا عن الشخص المتحدث إليه، وتتباين دلالتها تبعا لتنوع الثقافات فقد تعكس لدى البعض الجاذبية ولدى آخرين المكانة وهكذا...

٤- فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي:

- تعابير الوجه
- حركات الأيدي والأصابع
- الدلالات الرمزية للوقت
- الاتصال باللمس
- الاتصال البصري
- حركات الرجلين

- مستوى ونغمة الصوت.
- الإيماءات والإشارات.
- وضعية وحركات الجسم
- المسافات
- المظهر
- الابتسامة والضحك
- التنهدات والتأوهات

٥- دلالات مختلفة للاتصال غير اللفظي:

١- الوجه

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

ب-الصوت

- ❖ الصوت هو عبارة عن ذبذبات مسموعة يصدرها الإنسان والكائنات الحية الأخرى، وحتى الأشياء تحدث أصواتا عندما تكون في حالة حركة.
- ❖ والصوت ينقل حالات مختلفة منها:

➤ الغضب

➤ الإحباط

➤ التوتر

➤ الحزن

➤ عدم الرغبة في الحديث مع الآخرين

➤ عدم الاستعداد للإنصات للآخرين

ج- لغة اليدين

نستخدم اليدين لأغراض اتصالية كثيرة:

- للمساعدة على الكلام
- اكمال المعاني
- الاشارة الى الاتجاهات
- تعبير موقف: سلام، رضا، رفض
- المصافحة والتحية
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر اضافية
- تحريك اليد على الرأس: تخفيف حدة ما يعانيه 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

٦- المصافحة والمشاعر

- ❖ مثلاً: الشخص العدوانى يصافح ويده وذراعه متخشبة والهدف هو أبقاء مسافة كافية تجعله خارج نطاق الشخص الآخر.
- ❖ وعندما يجذب الشخص المصافح الذى نصافحه الى نطاقه فهذا يدل على أنه يطمئن له
- ❖ المصافحة المزدوجة بكلتا اليدين الهدف منها هو الأعلان عن ما فى داخل الإنسان من حب وصدق و تقرب و طمأنينة.
- ❖ استخدام المصافح لليد اليسرى للتعبير عن شعوره وحسب عمق هذا الشعور يكون مكان وضع اليد اليسرى .
- ❖ الإمساك بالكوع اعمق فى التعبير من الإمساك بالمعصم ، والإمساك بالكتف أعمق من الإمساك بالساعد.
- ❖ التقرب من منطقة الطرف الآخر له معنى آخر

٧-مفردات رديئة في لغة الجسد

- العينان التي تتجنبان النظر للمتحدث
- مصافحة الآخرين بكف لينة
- الحركات العصبية
- الجلسة المسترخية
- الجلسة المتكاسلة
- عض الشفاه
- قضم الأظافر
- النقر بالأصابع
- اللعب بالخاتم في الإصبع
- اللعب بالقلم او فتحه
- اللعب بالمفاتيح
- اللعب بالنقود المعدنية
- طقطة مفاصل اليد
- الاستخدام المستمر لبعض الأصوات مثل النحنحة والهمهمة

٨-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 وتأهبك.

❖ الميل إلى الأمام نحو المتحدث.

لكن تجنب الآتي:

➤ - النظر بعيدا، أو تحريك العينين بعيدا عن المتحدث.

➤ - إغماض العينين.

➤ - استخدام نبرة صوت غير سارة.

➤ - التثاؤب باستمرار.

و الحمد لله والصلاة والسلام على نبينا محمد صلى الله عليه وسلم

المحاضرات ١، ٢، ٤-٥-٦
من تنسيق الاخت شعاع النور

باقي المحاضرات جمع اخوكم ضمير مرفع

نسال الله التوفيق للجميع

١٤٣٧ هـ