

المحاضرة الرابعة: عملية كتابة رسائل الأعمال

• مقدمة:

- تعد مراسلات الأعمال من أكثر الطرق شيوعاً للاحتكاك والاتصال بمنظمات الأعمال من قبل فئات مختلفة من الناس "عملاء، موردين، مساهمون، اتحادات نقابية، هيئات حكومية مختلفة".
- كلما استجابت الرسالة للمعايير المطلوبة كلما أدت مهمتها بنجاح وإلا كانت لها انعكاساتها السلبية على الجهد والوقت والتكلفة والسمعة الطيبة.
- علماً أن كتابة رسائل الأعمال الناجحة ليست بالشأن السهل وإنما يجب الالتزام فيها بجملته من المعايير موضوع هذه المحاضرة.

• تخطيط الرسالة:

تتضمن هذه المرحلة "أولى خطوات كتابة الرسالة" والتي تسمى أيضاً مرحلة ما قبل الكتابة، تحديد جملة جوانب هي:

- تحديد الهدف من الرسالة "لماذا سنرسل الرسالة، ماذا نريد من القارئ، ماذا نامل 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 رد فعله، توقعاته.
- A. تحليل الموقف: الاعتبارات الموقفية التي تؤثر على رد فعل القارئ "أي العوامل الظرفية كالظروف الاقتصادية في البلاد"، توقيت الرسالة.
- B. تحديد وتقرير الأفكار التي تتضمنها الرسالة استناداً لذلك.

• جمع المعلومات:

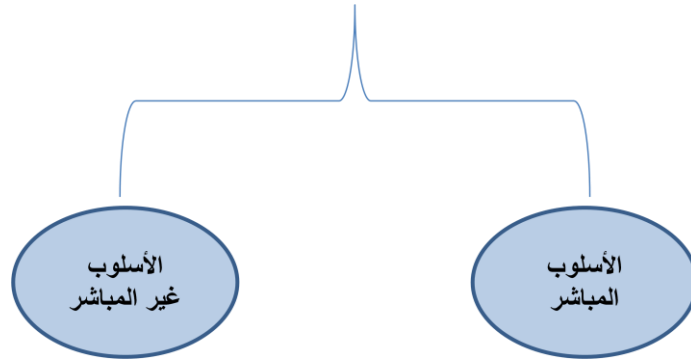
جمع ما يلزم من حقائق وارقام واثباتات وادلة بالاستعانة إما:

- 1) بالمصادر الثانوية ، مثلاً في:
 - المراسلات السابقة.
 - العقود والاتفاقيات.
 - الكتيبات والنشرات.
 - التقارير.
- 2) بالمصادر الأولية: إجراء الاستبيانات "استطلاع ميداني لاتجاهات السوق مثلاً" او المقابلات ان لزم الامر.

• تحليل وتنظيم المعلومات:

يتطلب تنظيم المعلومات:

- 1) دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها "إيجابية، سلبية، حيادية"
- 2) معرفة الإثباتات والأدلة التي تتضمنها.
- 3) تحديد الأفكار المحورية والمساندة.
- 4) تحديد ترتيبها المنطقي، علما أن هناك أسلوبان لذلك:



A. الأسلوب المباشر: بموجبه تنظم المعلومات بشكل مباشر حيث تبدأ الرسالة بذكر الهدف والموضوع الأساسي، ومن ثم تتناول التفاصيل "أي الدخول في الموضوع رأسا من البداية" يستخدم في الحالات التالية:

- الأخبار السارة
- توقع رد فعل إيجابي
- كون الرسالة محايدة.

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

B. الأسلوب غير المباشر/الاستقراني: يبدأ الرسالة بمقدمة تمهيدية أو تعليق محايد أو عبارة تتضمن فائدة للمستقبل ثم تعرض التوضيحات والتفصيلات ليأتي ذلك ذكر هدف الرسالة. يستخدم هذا الأسلوب في الحالات التالية:

- الأخبار السيئة
- توقع رد فعل سلبي من المستقبل
- الرسائل الإقناعية التي تود إقناع المستقبل مثلا 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 أخيرا".

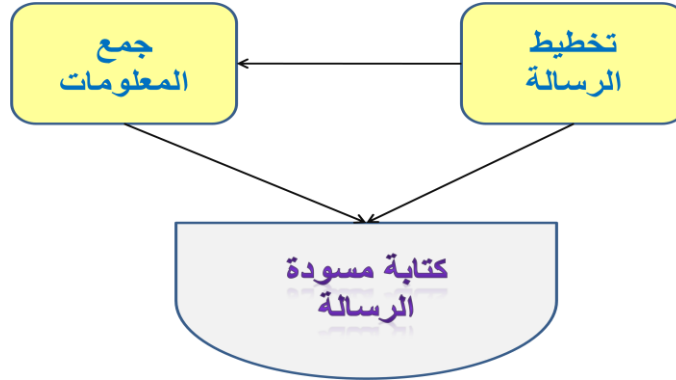
● **الفقرة الختامية:**

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

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

[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.]

● **الصياغة الأولية للرسالة:**



● **مراجعة الرسالة:**

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

A. 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؟

B. 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؟

C. 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؟

• 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.

• تقييم الاستجابة بعد التسليم :