

ملخص مهارات الاتصال

د. عبد الملوك مزهودة

١٤٣٢هـ - ٢٠١١م

- تعريف الاتصال

- الاتصال لغوياً : مشتق من كلمة Communicate التي تعني يشيع عن طريق المشاركة.
- كلمة الاتصال ترجع أيضا إلى الكلمة اللاتينية communism وتعني common أي مشترك أو عام

تعريف الاتصال:

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

خصائص الاتصال:

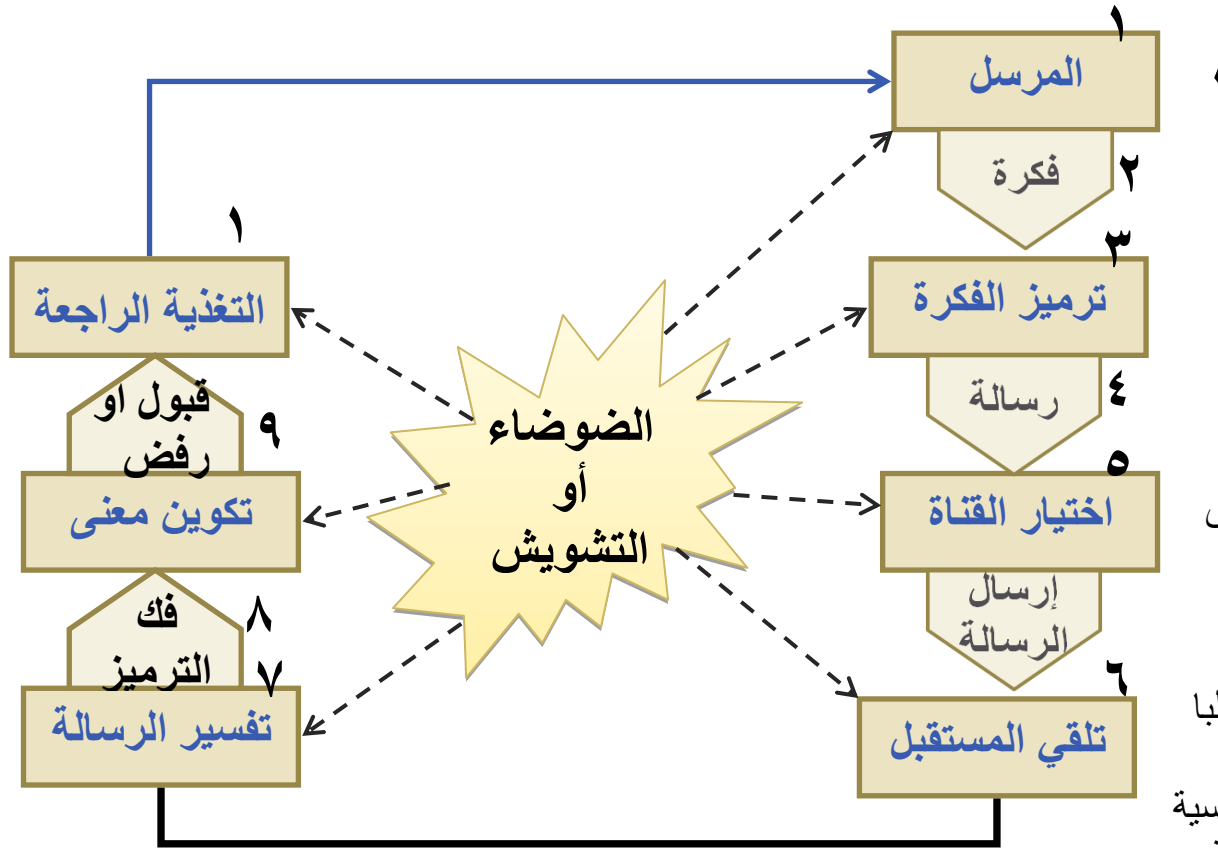
- الاتصال موضوع تتقاطع فيه الكثير من العلوم
- الاتصال نشاط اجتماعي
- الاتصال يوظف عناصر كثيرة... مثل التكنولوجيا والحركات والرموز... الخ

تعريف الاتصال في منظمة الأعمال

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



عملية الاتصال



- أنواع الاتصالات

١- حسب الموضوع:

اتصالات عملياتية:

- داخلية تتم بين العمال في المنظمة لأغراض العمل
- خارجية بين المنظمة وبيئتها

اتصالات شخصية:

- تتعلق بتبادل المعلومات والاتجاهات والعواطف بين الأفراد. لا تتعلق بالعمل لكنها تؤثر فيه إيجاباً و سلباً

٢- حسب الرسمية:

- الرسمية هي التي تتم وفق قنوات الاتصال المؤسسية
- غير الرسمية هي التي تتم عبر القنوات الشخصية

٣- حسب اتجاهات المسار

- الاتصالات النازلة
- الاتصالات الصاعدة
- الاتصالات الأفقية
- الاتصالات الجانبية أو المائلة

٤- حسب القناة أو نوع الوسيلة:

- اتصالات كتابية
- اتصالات شفوية

- الاتصال الكتابية والشفهية في المنظمة

الاتصالات الكتابية:

- تشمل الرسائل المذكرات، التقارير، النشرات... و تتميز ب:
- تمثل مستندات دائمة
- أداة للتوثيق
- تتضمن كم غزير من المعلومات
- تسمح بالقراءة في الوقت المناسب
- أقل تكلفة
- تمنح الوقت لتخطيط الرسالة وتنظيمها جيدا

الاتصالات الشفهية:

- تشمل الاتصالات المباشرة وجها لوجه او بالهاتف او النقاشات الجماعية او المؤتمرات... تتميز ب:
- تتيح التعبير عن المشاعر اكثر
- تسمح باستخدام الاتصال غير اللفظي
- تسمح بالاستفسار الفوري
- تتيح التعرف على رد الفعل فورا
- هي الأفضل في حالات ضرورة التفاعل
- الوسيلة الوحيدة التي يمكن استخدامها مع الاميين
- تكون الافضل في حالة المعلومات السرية

اختيار وسيلة الاتصال المناسبة

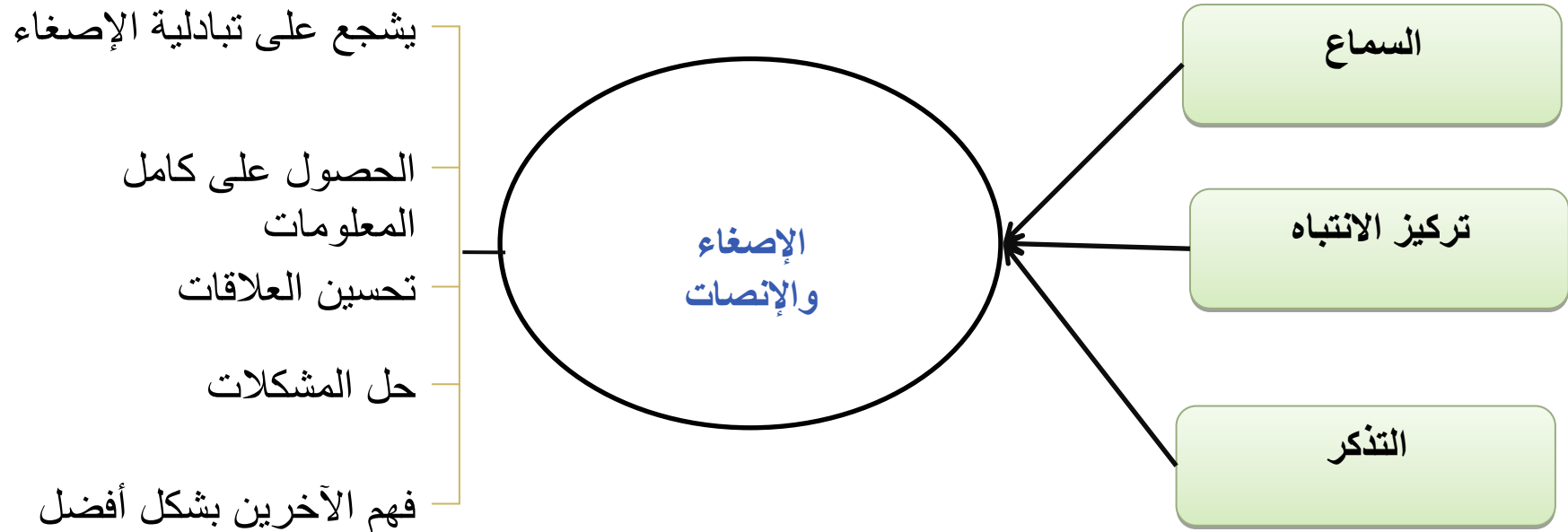
وقف اختيار الوسيلة على:

- الغرض من الاتصال
- موضوع الاتصال
- طبيعة مستقبل الرسالة
- الوقت المتاح
- مدى انتشار مستقبلي الرسالة
- تكلفة الاتصال

يتوقف اختيار الوسيلة على:

- هل هناك حاجة إلى تغذية راجعة فورية؟
- هل هنالك حاجة لتوثيق الاتصال؟
- هل هنالك حاجة لتفاصيل دقيقة؟

- الإصغاء



- الاتصالات غير اللفظية

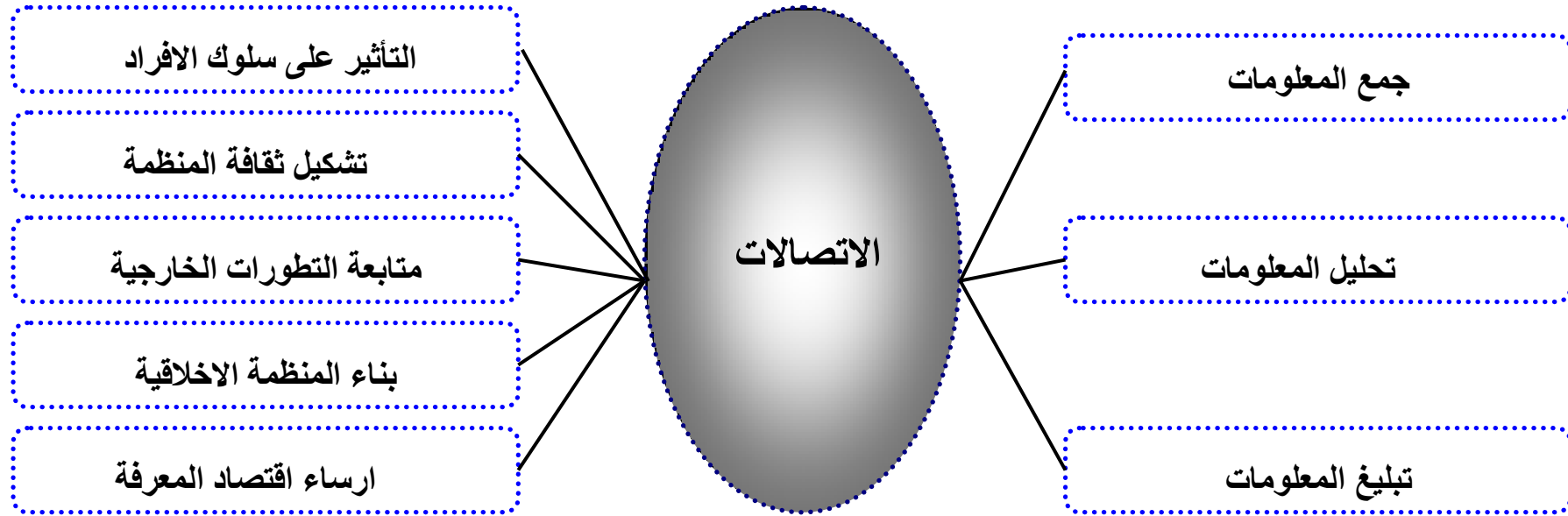
هي استجابات إنسانية غير كلامية مثل حركات الجسم وملامح الوجه ونبرة الصوت وخصائص البيئة المدركة التي يتم فيها إرسال الرسائل اللفظية وغير اللفظية. تسمى لغة الجسد أو اللغة الشارحة.

تؤثر على المستقبل في حالات التفاعل وجهها لوجه تؤدي الكثير من المعاني أفضل من الاتصالات الكتابية تتخذ الاتصالات غير اللفظية أشكالاً عديدة:

- اللغة المساعدة مثل نبرة الصوت وسرعته
- حركات وإيماءات جسمانية كتعبير الوجه وحركات الأصابع
- المسافة بين المتحدث والمستمع
- الملامح المادية مثل بنية الجسم، الالتزام بالوقت...

أهمية الاتصالات ومعوقاتها وعوامل فعاليتها

- المنظمة كيان اجتماعي مفتوح
- الأفراد يتبادلون المعلومات وأفكار 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
- إنتاج وتحليل المعلومات جزء رئيسا من نشاط المنظمة
- شفافية الاتصال تدعم التوجه الأخلاقي للمنظمة



أغراض الاتصالات حسب إتجاهاتها

إتجاه الاتصال	الأغراض
النازلة (من رئيس الى مرؤسين)	- توضيح وشرح الرسالة - حل مشكلات المرؤسين - اصدار التوجيهات والارشادات
الصاعدة (من الموظف الى مسؤوله)	- التعبير عن آراء المرؤسين - تأكيد قبل أهداف المنظمة - المشاركة في صنع القرارات
الافقية (تكون بنفس المستوى)	- توثيق التعاون بين الوحدات - تنسيق الاعمال والنشاطات
الخارجية (من المنظمة الى الجهات الخارجية)	- الاقناع - بناء صورته ذهنية ايجابية - نيل ثقة الجمهور وقبوله
	- اطلاع العاملين على العمليات اليومية - توضيح مبررات القرارات الادارية - الاطلاع على نشاط المنظمة وتطورها - تقديم الاقتراحات لتحسين العمل - تبليغ حاجات المرؤسين - طلب التوجيه والنصح والارشاد - تحسين نوعية وفاعلية القرارات - حل المشكلات المشتركة بين الوحدات - زيادة المبيعات - الالتزام بالقوانين والتشريعات - مواكبة التطورات والتغيرات

- معوقات الاتصال

١ - معوقات مصدرها المرسل:

- عدم وضوح الهدف المراد تحقيقه
- ضعف ترميز الرسالة
- عدم اختيار الرسالة المناسبة
- ارسال الرسالة في وقت غير مناسب
- مصداقية المرسل

٢ - معوقات مصدرها المستقبل:

- عدم التمكن من تفسير الرسالة
- عدم الإصغاء الجيد
- الميل الى اصدار الأحكام
- غزارة وكثافة المعلومات

٣ - الاختلاف في المركز بين المرسل والمستقبل:

- اختلاف المكانة مع المرسل
- معوقات لغوية
- معوقات مادية تتعلق ببيئة الأتصال
- معوقات فنية
- معوقات تنظيمية

- تحسين فعالية الاتصال

١- دور المرسل:

- وضوح الترميز والتعبير
- مراعاة شمولية الرسالة
- اختيار الوسيلة المناسبة
- اختيار الوقت المناسب
- الصدق والنزاهة
- ضبط وتنظيم تدفق وتحويل المراسلات

٢- دور المستقبل:

- تحليل وتفسير الرسالة
- الإصغاء الجيد
- تفهم موقف المرسل ومشاعرة
- الامتناع عن الأحكام المسبقة

٣- دور الإدارة:

- تهيئة جميع السبل والامكانيات والتسهيلات المادية
- اجراء الصيانة المستمرة لاجهزة ومعدات الاتصال
- إعادة النظر في سياسات واجراءات الاتصال
- تحسين العلاقة بين العاملين
- تشجيع حل المشكلات حين ظهورها
- تطوير المناخ التنظيمي السليم الذي تسوده الثقة

- دور المدير في تحسين فعالية الاتصال بالمنظمة

- النظرة الشاملة الى المنظمة كنظام مفتوح. • حسن النظرة الى الآخرين. • عدم الحرص على المعنى الجاف للسلطة. • التمسك بالمعنى الافضل لمفهوم الاتصال. • عدم اغفال دور التنظيم غير الرسمي في الاتصال. • القدرة على الاصغاء وتباع قواعد الاستماع الجيد.
- تجنب المناقشات الحادة والانفعال العاطفي مع المرؤوسين. • حسن استخدام الالفاظ والمصطلحات في مجال العمل.

- أسس كتابة المراسلات الناجحة

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- الكمال والشمول
- ٤- الدقة

٥- **الايجاز:** • ذكر الحقائق الهامة • المباشرة في الطرح • عدم التكرار

٦- **الواقعية ومخاطبة الحواس:** • **على مستوى المعلومات التي تتضمنها الرسالة** (عرض بشكل مباشر ومحدد وصريح)
• **على مستوى الاسلوب:** استخدام الافعال الدالة على الاجراء، استخدام صيغة المبني للمعلوم، اضافة النعوت والصفات المكملة...

٧- **بناء السمعة الحسنة خلال:** المتابعة من وجهة نظر المرسل • اللباقة والاعتبار • التأكيد على الايجابيات • الفائدة للقارئ

- اختيار الكلمات بحكمة ودقة

مبدأ التكيف أي اختيار الكلمات الملائمة للقارئ • توضيح اهداف الرسالة (إعلام، شرح، تغيير...) • نوعية الكلمات: واقعية، محددة، بسيطة، مبنية للمعلوم، ايجابية، قصيرة، محادثة، مألوفة، مباشرة... • التوفيق بين المبني للمعلوم والمجهول • الميل نحو الاثبات اكثر من النفي • الموازنة بين الاسهاب والايجاز • تفضيل الكلمات المألوفة

- تسهيل قراءة الرسالة

١- **الموضوع:** صياغته بشكل واضح ومشوق.

٢- **بداية الرسالة:** واضحة ومباشرة.

٣- **وضع الاستنتاجات** في البداية او النهاية حسب اهتمامات وموقف القارئ، مصداقية المرسل.

٤- **نهاية الرسالة:** يجب ان تكون ذات اثر قوي • تكرار النقاط الرئيسية • ذكر النتائج المرغوبة • اقتراح ما يجب فعله • اقتراح الخطوات التالية .

٥- **العناوين:** توضح العلاقة بين الأفكار، المعنى والدلالة، توازي العناوين.

٦- **الوسائل الفنية**

- الاسلوب سهل القراءة

- استخدام المسافات البيضاء (ترتيب الهوامش)
- الجمل والفقرات القصيرة
- التفاصيل غير الضرورية
- كل جملة تتضمن فكره واحدة
- الحرص على ترابط الافكار
- استخدام النبرة واللهجة غير الرسمية وغير الجافة
- تنويع الكلمات
- اللغة السليمة (احترام قواعد اللغة)

- عملية كتابة رسائل الأعمال

تخطيط الرسالة

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

- جمع المعلومات

جميع ما يلزم من حقائق وارقام وإثباتات وادلة بالاستعانة بالمصدر الاولى والثانوية: المراسلات السابقة، العقود والاتفاقيات، الكتيبات والنشرات، التقارير، الاستشارات، اجراء الاستبيانات او المقابلات ان لزم الامر.

- تحليل وتنظيم المعلومات

يتطلب تنظيم المعلومات: دراستها بشكل جيد لمعرفة مضامينها • معرفة الاثباتات والأدلة التي تطلبها • تحديد الافكار المحورية والمساندة • تحديد ترتيبها المنطقي اما يكون اسلوب مباشر او غير مباشر.

الاسلوب المباشر: الهدف والموضوع الاساسي، التفاصيل ... يستخدم في حالات • الاخبار السارة • توقع رد فعل ايجابي • كون الرسالة محايدة.

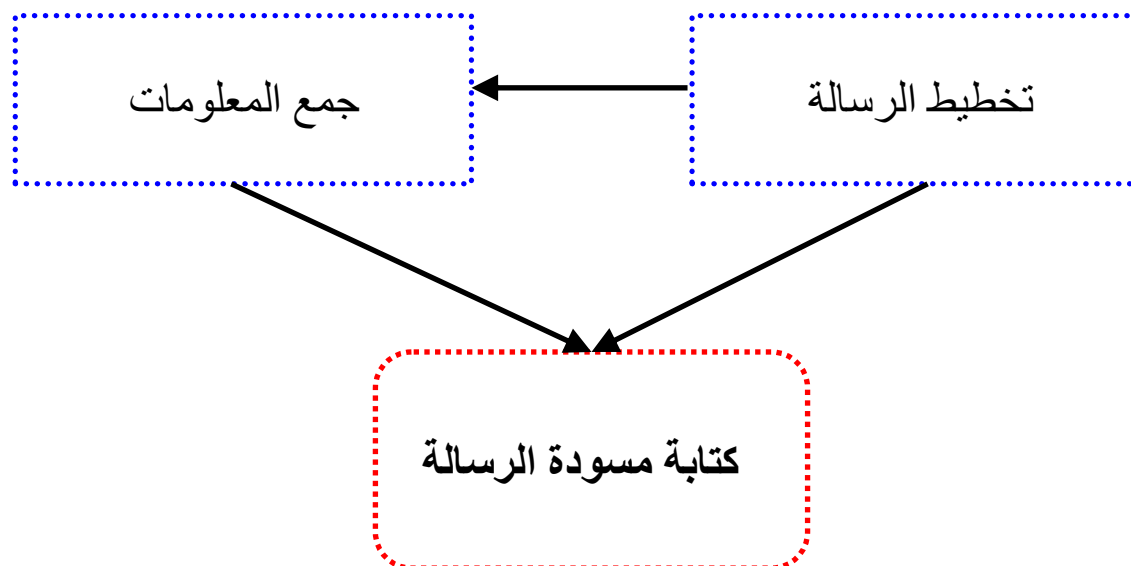
الاسلوب غير المباشر: يبدأ الرسالة بمقدمة ثم التوضيحات ... يستخدم في الحالات التالية: الاخبار السيئة • توقع رد فعل سلبي من المستقبل • الرسائل الاقناعية.

الانطباع الأول دائم، نتذكر بشكل أفضل ما نقرأه او نسمعه اخيراً.

- الفقرة الختامية: يجب ان تكون قوية، واضحة ومؤدبة، ترك انطباعاً جيداً • ان يكون الاجراء المطلوب من القارئ واضحاً كلاملاً
- تضمين الفقرة الختامية فكرة ايجابية • تكون موجزة وسليمة لغوياً • الاشارة الى ما يمكن تحقيقه من ايجابيات.

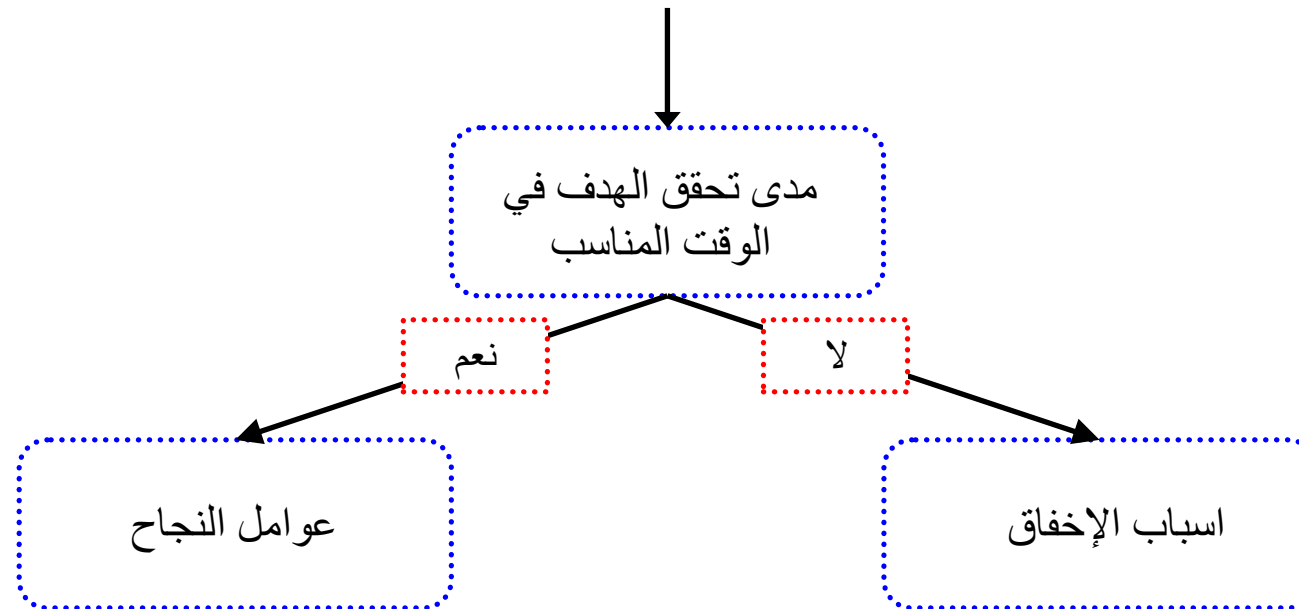
- صياغة الرسالة

صياغة وتنظيم الرسائل فيها ثلاث عناصر رئيسية: تخطيط الرسالة، جمع المعلومات وتحليلها، كتابة الرسالة.



مراجعة الرسالة		
المضمون والوضوح	التنظيم والتنسيق	الاسلوب ونبرة الكتابة
- هل الاهداف واضحة؟ - هل الرسالة شاملة لجميع المعلومات؟ - هل الجمل واضحة؟ - هل الكلمات مناسبة؟ - هل تم قول المقصود بالضبط؟ - الا تحتمل الرسالة تأويلات أخرى؟ - هل المقدمة مقنعة؟	- هل تم اختيار خطة فاعلة؟ - هل صممت الرسالة على نحو يسهل قرائتها؟ - هل التصميم ركز على النقاط الأساسية؟ - هل تم وضع النقاط الإيجابية والسلبية في مكانها؟	- هل الرسالة سهلة القراءة؟ - هل الرسالة ودية ولبقة ومؤدية؟ - هل تم استخدام صيغة المخاطب بشكل فعال؟ - ماهو شعورك كقارئ للرسالة؟

تقييم الاستجابة



بنية الرسالة وتصميمها

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

■ **الترويسة:** (أعلى اليسار او وسط الصفحة) أسم المرسل، عنوانه، هاتفه، شعار المنظمة، الشكل القانوني للمنظمة، مبلغ رأس المال، ارقام الهواتف والفاكس والعناوين الاخرى قد تكون في أسفل الصفحة

• **المرسل اليه:** (يمين الصفحة) اسم المرسل، الوظيفة (يكتب اللقب الوظيفي بشكل صحيح)، المنظمة، العنوان.

• **المرجع:** رقم الرسالة، كل منظمة لها طريقة معينة بالترقيم، الترقيم يساعد على الارشفة.

• **التاريخ:** يكتب كاملاً.

• **التحية الافتتاحية:** عبارة عن ترحيبه رقيقه نحي بها القارئ. نختار العبارة التي تناسب مكانة المرسل

• **الموضوع:** يطبع في وسط الصفحة

• **المتن:** يشمل المعلومات، البيانات، التحليل، المناقشة، الادلة...، يتفاوت الطول حسب الموضوع

- **الفقرة الاولى:** مقدمة - **الفقرة الثانية:** صلب الموضوع - **الفقرة الثالثة:** ملخص الرسالة والتوصيات والاقتراحات والخطوات المقبلة

• **التحية الختامية:** عبارة رقيقة نختم بها الرسالة، العبارة يتم اختيارها حسب مكانة المرسل اليه والعلاقة بينه وبين المرسل حسب مستوى الرسمية

• **التوقيع:** هو آخر جزء بالرسالة (الاجزاء الرئيسية) يأتي بعد التحية الختامية ويشمل توقيع المرسل الاسم والمسمى الوظيفي

مثال لتوقيع

عن/ عميد التعليم الالكتروني

د. عبدالمليك مزهودة

ملاحظة: تعني كلمة "عن" ان الموقع نائب الشخص المسؤول مثل ما هو موضح بالمثال الدكتور عبدالمليك وقع نيابة عن عميد الانتساب الدكتور عبدالله النجار

- **عنوان الاجزاء الاضافية:** هذه الاجزاء اختيارية، نستخدمها حسب الحاجة
- **العناية:** في حالة كون الشخص الذي يقرأ الرسالة غير المرسل اليه المذكور
- **الحروف الاولى:** الحرف الاول من اسم الشخص والحرف الاول من اسم العائلة لكاتب او طابع الرسالة
- **المرفقات:** مثل الكتيبات، الكتالوجات، عرض الاسعار، تقارير...
- **النسخ الكربونية:** في حالة توجيه نسخ من الرسالة الى جهات غير المرسل اليه يذكر في اسفل الصفحة صورة الى
- **حاشية الرسالة:** يتضمن هذا الجزء من اسفل الصفحة معلومات اضافية
- **ترويسة الصفحة الثانية:** في حالة تعدد الصفحات يطبع في اعلى الصفحات ابتداء من الثانية المرسل اليه، تاريخ الرسالة...

مثال توضيحي لشكل الرسالة

الترويسة

شركة الاتحاد للاستثمار
ص ب الرياض
المملكة العربية السعودية
الهاتف

المرسل اليه
السيد.....
مدير مبيعات
شركة.....

التاريخ
المرجع:
تحية افتتاحية ... تحية طيبة وبعد

المتن

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

الموضوع

تصميم الرسالة

- يقصد بالتصميم المظهر المادي للرسالة.
- الرسالة الناجحة تشمل الشكل والمحتوى الهوامش، المسافات، الورق المستخدم، تأكيد اجزاء الرسالة، تصميم الترويسة.

التصميم قد يكون عمودي: • عمودي تماماً • شبه عمودي • شبه عمودي ذي فقرات متدرجة

المغلفات

يراعي في استعمال المغلفات

- استعمال مغلف جديد
- طباعة اسم المرسل وعنوانه كاملاً
- لا تستعمل الصمغ والمواد اللاصقة لإغلاق المغلف

قد تكون المغلفات

- المغلفات العادية
- المغلفات ذات الشبك الشفاف

الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية

- ❖ المراسلات الادارية متنوعة
- ❖ الفعالية الاتصالية تقتضي ان تكتب كل رسالة حسب موضوعها
- ❖ العرف الاداري اسس لتصنيفات عديدة من انواع الرسائل

الرسائل الايجابية هي:

- التي تحمل معلومات ايجابية او اخبارا سارة للقارئ
- يترتب عنها توقع رد فعل ايجابي من المقارئ

خطة التنظيم:

تكتب الرسائل الايجابية بالاسلوب المباشر

البداية: تتضمن موضوع الرسالة، هدف الرسالة، الفكرة الرئيسية او المعلومات المفضلة لدى القارئ

الوسط: يشتمل على التوضيحات التي تناسب الحالة مثل: تفاصيل ضرورية، معلومات تعليمية ارشادية، معلومات تكرار البيع والترويج للرسالة. الجزء الوسط في الرسائل الايجابية والرسائل الحيادية هو الجزء الرئيس.

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

أنواع الرسائل الايجابية

رسائل الاستفسار: هي رسالة تطلب فيها معلومات ك:

- عرض الأسعار
- العينات
- مواصفات السلعة
- التأمين
- قائمة الاسعار
- الكتالوجات
- توفر السلعة
- الضمان والكفالة
- الخصم
- شروط الدفع

هيكل الرسالة الایجابیة

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

١ - البداية مباشرة بصيغة السؤال المباشر.

إذا كتبت الرسالة بصيغة الأسئلة يفضل :

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

٢ - ذكر المعلومات التوضيحية:

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

٣ - توضيح مبررات طلب الأسئلة، اسباب اختيار المرسل اليه...

٤ - الإشارة الى مدة توقع الرد.

٥ - 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 قنوات وانايب؟

١ - ما هي الاحجام المتوافرة لديكم؟

٣ - ما هي الخصومات التي تقدمونها؟

٢ - هل تستطيعون تزويدنا باحدث قائمة للاسعار؟

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

لقد أبهرتنا بشدة منتجاتكم البلاستيكية من انايب وخزانات مائية 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.

نشمن لكم ردمكم في أقرب وقت ممكن

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام



الرسائل الجوابية Reply Letters

عناصر رسالة الجواب:

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

الرد على الرسالة السابقة

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

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

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 أحديث الاسعار

٤ - نرفق لكم أفي طرد منفصل مجموعة كبيرة من العينات.

لدى مطالعتكم قائمة الاسعار، ستجدون أن أسعارنا منافسة جدا وأن منتجاتنا 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 قريباً. ونؤكد لكم أننا سنولي أي طلب كل اهتمامنا وسننفذه حالاً.

وتفضلوا.....

.....
.....

رسائل طلب البضائع

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

تنظيم رسالة الطلب:

- ابدأ فوراً بتفويض القارئ/ البائع، مثلاً: "أرجو أن ترسلوا لنا..."
- أذكر بوضوح ودقة جميع التفاصيل الضرورية عن السلع المطلوبة
- أذكر أية معلومات ضرورية فيما يتعلق بالدفع، التسليم والكفالة والتأمين والشحن والتغليف وأية متطلبات أو شروط أخرى خاصة.
- اختتم الرسالة بصورة ودية لبقة تناسب الموقف

رقم طلب البضاعة:

التاريخ ٢٠ نيسان ٢٠٠٨

تحية طيبة وبعد

نرجو أن تزودنا بالكتب الآتية:

- (١٠) نسخ من كتاب "أسس الاتصال الناجح" للكاتب عزيز سلام، ٢٠٠٧ سعر النسخة (٢٠) دولار.
- (١٠) نسخ من كتاب "مهارات كتابة الرسائل الناجحة" للكاتب حلمي مراد، ٢٠٠٧ سعر النسخة (٢٥) دولار
- (٥) نسخ من كتاب "مهارات كتابة التقارير" للكاتب فؤاد حسن، ٢٠٠٦ سعر النسخة (٣٠) دولار
- (٥) نسخ من كتاب "الاتصالات الشفهية الفعالة" للكاتب سالم صدقي، ٢٠٠٦ سعر النسخة (٢٠) دولار

مجموع القيمة ٧٠٠ دولار

نرفق شيكا بقيمة (٧٠٠) دولار وفق قائمة الاسعار الصادرة منكم عام ٢٠٠٨، 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

- هي تلك الرسالة التي تتضمن أنباء أو معلومات لا تعتبر سارة ولا غير سارة بالنسبة للقارئ.
- تكتب بمنهجية الرسائل الايجابية (الأسلوب المباشر).
- تبدأ الرسالة بالفكرة الرئيسية أو الغرض أو الموضوع الأساسي، يلي ذلك توضيحات محددة ودقيقة حول الفكرة الرئيسية/ الغرض، واخيرا تختتم الرسالة بصورة ايجابية ودية تناسب الموقف/ الحالة

تستخدم الرسائل الحيادية لكتابة التعليمات للعاملين مثلا:

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

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.
وتفضلوا.....

.....

الرسائل السلبية

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

صياغة وكتابة رسالة تحفظ العلاقة الجيدة/ وتحمل أنباء غير سارة، تتطلب قدرا كبيرا من الخيال والمواهب والمهارات. **وعليه يجب مراعاة:**

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

تنظيم الرسالة السلبية

الأسلوب غير المباشر:

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

الحاجز

- الموافقة: وافق على شيء ما طلبه القارئ
- التقدير: وجه الشكر للقارئ موضحا سبب ذلك
- التوكيد: اكد للقارئ اهتمامك الكبير في النظر بعناية في جميع الحقائق والمعلومات المتوفرة 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 تفهم القارئ وتتحسس مشكلته
- لباقة حيادية: ابدأ الرسالة بعبارة لا تعطي معنى محددا ولا تتضمن التزاما منك

التوضيح والتحليل

ذكر اسباب ومبررات صادقة ومقنعة عن كون النتيجة مختلفة بكل وضوح ، يمكن تجنب التوضيح إذا كانت المسألة روتينية
هذا التوضيح يكون ما قبل القرار و يجب مراعاة:

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

القرار الصريح او الضمني

نتبنى القرار الصريح او الضمني حسب الحالات:

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

خاتمة ودية ايجابية للرسالة:

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

الأسلوب المباشر

يمكنك استعمال الاسلوب المباشر في الحالات الآتية:

- اذا كانت الرسالة روتينية
- اذا كنت تعرف جيدا ان القارئ يحب الاسلوب المباشر
- اذا كانت الرسالة ملحة عاجلة

نماذج الرسائل السلبية

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/يمكنها الحصول على البضاعة المطلوبة
- اختم رسالتك بان تتاح لك فرصة اخرى تستطيع فيها تقديم افضل خدمة

الرسائل الجوابية السلبية:

مثل هذه الرسائل هي رد على استفسار عن شخص او جهة معينة، كان يطلب مرسل الاستفسار تزويده بمعلومات/توضيحية عن شخص

رسائل المطالبات/ الشكاوى

- من أجل كتابة رسائل مطالبات ناجحة، تراعى التوجيهات الآتية:
- تحقق جيداً أن هناك حاجة حقيقية للرسالة قبل الابلاغ عن المطالبة.
 - اكتب الرسالة او ارسلها حالاً فور التأكدك من الخطأ.
 - افترض أن البائع يرغب في تصحيح الموقف ومن مصلحته فعل ذلك.
 - لا تفترض أنه يجب لوم البائع دائماً.
 - احصر المطالبة في سرد الحقائق، ولا تتطرق الى شرح كيف يمكن أن يكون قد حصل هذا الخطأ
 - استعمل صيغة المبني المجهول حتى لا يعتقد القارئ أنه سبب الخطأ وهو من يجب أن يلام.
 - اكتب بلباقة وأدب، ولا تكن فظاً.

خطة كتابة رسالة المطالبة

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

نموذج لشكوى

.....
.....

السادة.....
تحية طيبة

الموضوع: رسالة طلب غسالات رقم.....

نشكركم جزيل الشكر على شحن (٢٥) غسالة نوع "سوبر" موديل ٨١٧، التي طلبناها بموجب رسالتنا طلب بضاعة بتاريخ ١٥ مارس ٢٠٠٨. نأسف لابلإغكم 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 استبدلتم الخمسة كاملة في أقرب وقت ممكن. وفي هذه الاثناء احتفظت بالغسالات جانبا وسأأخذ ترتيبات اعادة شحنها اليكم.

وتفضلوا.....

.....

رسائل رفض منح تسوية لرسائل المطالبات

نتبع الخطوات الآتية في كتابة رسالة الرفض:

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

رسالة رفض تسوية

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 تحقق توفيرا كبيرا، وكذلك تتمتع بفرصة الاختيار من بين أحدث الموديلات. ان مبيعاتنا في تنزيلات نهاية الموسم تتيح لنا تغيير المخزون من البضاعة بصورة متكررة ومتابعة أحدث الموديلات. كن متأكدا بأن أي ملابس تشتريها من "الزين وشركاه" هي جديدة وأنت أول من يستعملها. ونحن نشعر أننا مدينون بذلك لزيابائنا. وبالرغم أن البضاعة المباعة لا ترد، فاننا نقوم بتعويض الزبون السعر الذي دفعه، اذا ما كان في السلعة عيب ما. نقدر لكم ولائكم، ونأمل ان نستمر في كسب هذا الولاء.

وتفضلوا-----

رسالة رفض منح انتمان

السيد:

تحية طيبة:

نقدر عاليا طلب الشراء وطلب منح انتمان 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 اليها لارسال الشيك/ الحوالة لنا.

وسنعمل على شحن البضاعة اليكم فور تسلمنا طلب الشراء.

.....
.....

الرسائل الاقناعية

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

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

اسلوب كتابة الرسائل الاقناعية:

الاسلوب 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.

الأسلوب غير المباشر: يستخدم في المواقف والحالات:

- الصعبة المعقدة والحساسة
- واذا كان الطلب غير روتيني
- ومن المتوقع ان يرفضه القارئ أو يتردد في الاستجابة كما ترغب
- أو أن الاستجابة تتطلب منه تضحية شخصية

تتكون خطة رسالة الاقناع من أربعة اجزاء:

- ١- اجذب انتباه القارئ.
- ٢- اعرض الحقائق والحجج بشكل مقنع والكتابة من وجهة نظر القارئ
- ٣- اذكر طلبك بوضوح وبدون ذكر أي سلبية.
- ٤- اختتم 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 منحتها لنا. ونود ان تعلمنا ان كان هناك اي شيء غير راض عنه بالنسبة لسلعنا/خدماتنا. نرجو ان ترسل لنا ملاحظتك- ويمكنك الكتابة مباشرة على نموذج الطلب المرفق مع الكاتالوج- واعلمنا كيف نستطيع ان نقدم لك افضل خدمة.

رسالة طلب انتمان

تخطط رسالة طلب انتمان على النحو الآتي:

- ابدأ مباشرة بالموضوع، حدد نوع الائتمان الذي تحتاجه، وكيف ومتى سوف تقوم بتسديده
- قدم توضيحا مبينا 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 لابلأغكم 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، ونأمل 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.

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:

- التذكير في المرحلة الاولى/المبكرة
- الاقناع في المرحلة المتوسطة (طلب قوي).
- الالاحاح 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 معاملتكم الجيدة السابقة معنا، ونتطلع دوما لخدمتكم.

وتفضلوا-----

رسائل البيع

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

أهمية رسالة البيع

- تعتبر رسائل البيع أقل تكلفة من الوسائل الأخرى.
- تعتبر رسائل البيع أكثر دقة لأنه يمكن اعدادها وتكييفها لتناسب فئة معينة بدلا من الجمهور عامة.
- الضوابط والتشريعات الحكومية التي تنظم وتضبط وتراقب رسائل البيع اقل بكثير عما هي عليه بالنسبة لوسائل الدعاية الأخرى.

عملية الاعداد لرسالة البيع

دراسة وتحليل السلعة

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

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 لاهو 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 وذات صلة بموضوع الرسالة

تقرير إستراتيجية وجاذبية البيع

- إستثارة وتفعيل دوافع الشراء (الكامنة) داخل القارئ/ المستفيد

• الاغراءات البيعية العاطفية

• الاغراءات البيعية العقلانية

- اعداد قائمة المستفيدين المستهدفين

- تحديد السعر

تنظيم رسالة البيع

- جذب انتباه القارئ (الانتباه)
- استثارة الرغبة لدى القارئ بالسلعة
- ايجاد الرغبة لدى القارئ بشراء السلعة
- تشجيع القارئ على اتخاذ اجراء معين

جذب انتباه القارئ/ المستفيد:

- جملة أو سؤال تستفز به القارئ: "ان أفضل ما تميز به ثلاثتنا "سوناتا" هو شيء لا يمكنك مشاهدته".
- قدم عرضا: "اشتر زوجا من الأحذية واحصل على الثاني مجانا".
- اعرض حقائق: "لا تزال مكيفات جنرال التي تمتلكها شركة الوفاء للتأمين تعطي أفضل تبريد صيفا وتدفئة شتاء وبهدوء تام كما كانت دائما بالرغم من مرور (١٥) سنة على استعمالها.
- وجه سؤالا يقود القارئ الى الاجابة بصورة معينة "ألا ترغب في كسب المزيد من مقابل دينار واحد أسبوعيا؟ ألا ترغب في شراء سيارة في المستقبل؟ ألا تخطط لقضاء الصيف الحار في ربوع -----؟
- استخدام الصور والرسومات والوسائل الفنية
- طباعة عبارة معينة أو توضيح معين على مغلف الرسالة
- توجيه الرسالة باسم القارئ/ المستفيد

إثارة اهتمام القارئ: استخدام الحجب 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 مجانا.
- ضمان/ كفالة السلعة.
- دعوة القارئ لزيارة المصنع للاطلاع مباشرة على عمليات التصنيع.
- دعوة القارئ للمعرض لحضور عرض لاستعمال السلعة

شجع/ادفع القارئ للقيام بعمل إيجابي

- أخبر القارئ بشكل واضح ما الذي يجب أن يفعله بالتحديد.
- أخبره كيف يستطيع القيام بذلك.
- احرص أن يكون بوسعه القيام بالعمل بسهولة.
- اجعل سعر السلعة يبدو مناسباً من وجهة نظر القارئ.
- دفع القارئ وحته على انجاز ما هو مطلوب فوراً دون إبطاء (قبل أن ينسى الأمر أو يراوده التردد في الشراء)، وتحديد موعد لذلك.

رسالة ترويجية

تحية طيبة وبعد

الموضوع:.....

السيد/ السيدة/ الأنسة.....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 يوماً ما..." طبعاً لا تتفق مع هذا الرأي، إنها حملة حمقاء... وغير صحيحة أبداً، لأن هنالك كثير من الاختراعات والاكتشافات العلمية لا تضر البشرية أبداً، وذات فوائد ومنافع عديدة للإنسانية.

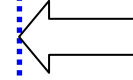
إن جهاز التكييف "الكثر" الذي ننتجه هو أحد الاختراعات العلمية المفيدة جداً والتي ليس لها أي ضرر. إنه يوفر لك الهواء المنعش اللطيف طيلة أيام الصيف الحارة جداً، ويمنحك الدفء اللازم في أيام البرد الشديد طيلة أيام الشتاء ولياليه الطويلة. إنه يضيف على حياتك السعادة والسرور والانتعاش والحيوية مما يجدد طاقتك ونشاطك باستمرار وفي غاية الهدوء ولا تكاد تسمع صوت الجهاز وهو يعمل. علاوة على ذلك سوف تسر كثيراً حينما تتسلم فاتورة الكهرباء وتجد قيمتها منخفضة جداً رغم تشغيل المكيف ساعات طويلة.

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

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.

- 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 وظيفة

البحث الناجح عن الوظيفة يقتضي من الشخص:

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

بناء شبكة واسعة من العلاقات

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

البحث عن فرص العمل/الوظائف الشاغرة

- الاتصال بالاصدقاء 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 بارسال 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

تحليل الوظائف الشاغرة

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

ثانيا: طلب التوظيف

- رسالة يكتب من قبل طالب الوظيفة
- يبدي فيه الرغبة في التوظيف
- كثيرا ما تطلبه المنظمات بخط اليد
- يعطي انطباع قويا عن المترشح خصوصا حينما يكتب فورا

يشتمل طلب التوظيف في الغالب على:

- رسالة طلب وظيفة/عمل
- بيان السيرة الذاتية للمقدم (C.V: Curriculum Vitae)
- تفادي تكرار المعلومات بين رسالة الطلب وبيان السيرة الذاتية

تنظيم رسالة طلب وظيفة

- تعد رسالة طلب وظيفة بنفس مقومات رسالة البيع او الرسالة الإقناعية
- التقيد بالشروط الشكلية والشروط الموضوعية
- رسالة طلب وظيفة هي في جوهرها رسالة إقناعية تتطلب:
 - جذب انتباه صاحب العمل
 - إثارة الاهتمام صاحب العمل
 - تشجيع صاحب العمل على اتخاذ قرار ايجابي

جذب إنتباه صاحب العمل

- ومما يساعد على إثارة الاهتمام وتوليد الرغبة لدى صاحب العمل
- الاظهر في الرسالة المعرفة الجيدة بمتطلبات الوظيفة.
- الذكر بوضوح للاهداف، و الطموحات و التطلعات
- إعطاء الفرصة لصاحب العمل للتعرف عليك بشكل جيد
- توضيح توافق المؤهلات العلمية والخبرات والقدرات والمهارات مع متطلبات وشروط شغل الوظيفة
- ارفاق الطلب بشهادات الخبرة ورسائل التوصية

اعتبارات هامة لكتابة رسالة طلب وظيفة

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

أنواع رسائل طلب التوظيف

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

تعبة نموذج طلب وظيفة

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

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

- بيان السيرة الذاتية هو عرض موجز ومنظم لحقائق تتعلق بالشخص طالب الوظيفة، ويتميز بيان السيرة الذاتية بثلاث خصائص وهي:
 - 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 الى صاحب العمل

متى وأين يعد ويكتب بيان السيرة الذاتية؟

ما هو الوقت الأفضل لكتابة بيان السيرة الذاتية؟

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

هل يكتب بيان سيرة ذاتية واحدة ويعدل بالجديد فقط؟

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

بيان السيرة الذاتية الناجح

بيان السيرة الذاتية الناجح يوفر الاجابة على التساؤلات التالية:

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

عناصر بيان السيرة الذاتية

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| ١. المعلومات الشخصية | ٨. عضوية الجمعيات المهنية |
| ٢. تحديد هدف المسار المهني | ٩. النشاطات |
| ٣. التعليم | ١٠. الاهتمامات |
| ٤. الخبرة العلمية | ١١. الرخص والتسجيل |
| ٥. الانجازات | ١٢. المعلومات الشخصية |
| ٦. مؤهلات/ مهارات خاصة | ١٣. المعرفون |
| ٧. شهادات التقدير والجوائز | |

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 دائماً مملوءة
- تجنب السيرة الطويلة (الأفضل ان تكون من صفحتين)
- اترك فواصل بين الفقرات والعناوين
- تجنب الزخرفة والاكثر من الألوان
- لا تستخدم الماسح في التصحيح بل اعد الطباعة
- العناوين الرئيسية تكون بارزة
- تجنب استخدام اختصارات اسماء المؤسسات

توجيهات

- استبعاد اية معلومات ليست ذات علاقة/صلة بالامر
- الابتعاد عن الاسهاب المطول
- تجنب العبارات البراقة، الاناقة البلاغية، والحرص على اختيار كلمات توحى بالفعل/ الإجراء والحسم
- تدقيق اللغة من حيث القواعد والاملاء...
- تذكر صاحب العمل/القارئ
- ابراز الجوانب والأمور الرئيسية التي يبحث عنها صاحب العمل
- رقم الصفحة في الأعلى او في الاسفل
- 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
- جملاً قصيرة و تنقيطاً واضحاً .
- اكتب على وجه واحد

مقابلة التوظيف

المقابلة مرحلة حاسمة في التوظيف

هي الامتحان الذي يتقرر فيه اختيار المتقدم ام غيره
وفي استطلاع مع أصحاب الأعمال الذين أجروا مقابلات التوظيف أشار هؤلاء إلى الصفات الآتية مرتبة حسب أهميتها:

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

أنواع مقابلات التوظيف

نوع المقابلة	الوصف	نصائح مفيدة
مقابلة هاتفية أو بواسطة البريد الإلكتروني	تستخدم عادة بمثابة خطوة أولية لتصفية المتقدمين	- تحدث ببطء ووضوح. - تصور أنك تجري مقابلة وجهًا لوجه - توقع الأسئلة التي توجه إليك - وضع امامك رسالة التوظيف وبيان السيرة الذاتية
واحد - لوحد	سيكون حديث شخص - لشخص	- صافح من يقابلك بحرارة - حافظ على التقاء العينين - أظهر حماسك للمنظمة والعمل - كن ايجابيا اتجاه المنظمات السابقة
جماعية	عدد من يقابلون المتقدم للوظيفة	- نفس ما جاء في المقابلة السابقة - ابدأ بالتقاء العينين مع الشخص الذي يسألك، ثم حرك عينيك لتلتقي مع كل شخص في الغرفة.
تقليدية	قد تتضمن الأسئلة: حدثنا عن نفسك؟ ما هي اهم مواطن قوتك وضعفك؟ اين ترى نفسك بعد (٥) سنوات؟ كيف يمكن ان يصفك أفضل اصدقائك؟؟	- راجع قوائم اسئلة المقابلات بشكل عام، وتمرن مع صديق أو مرشد مهني (انظر قائمة الأسئلة لاحقا)
سلوكية	استقراء السلوك المستقبلي للفرد قد يكون السؤال بشأن أمثلة محددة من خبرات وتجارب سابقة في العمل، ... الخ	- ضع قائمة بأمثلة عن سلوكك - كن مستعدا لإعطاء أمثلة على حالات او مواقف كانت النتائج غير ما خططت له
التوتر	في هذه المقابلة يكون الشخص الذي يجري المقابلة، غير ودي، عدوانيا ومتحديا ليرى كيف يكون رد فعلك	- لا تكن دفاعيا، حافظ على هدوئك وأجب عن الاسئلة مهنيا

الاستعداد للمقابلة

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

أثناء المقابلة

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

بعد المقابلة

- اكتب رسالة شكر لكل من شارك في مقابلتك خلال ٢٤ ساعة لـ:
- تعبر عن تقديرك وشكرك للضيافة والتكريم الذي حظيت به.
- أن تعبر عن شعورك الإيجابي بشأن الوظيفة و المنظمة
- تقديم الوثائق والمعلومات الاضافية التي طلبت منك
- تؤكد على استمرار اهتمامك وحماسك للوظيفة.
- أن تعيد تسليط الضوء على أهم مواطن قوتك التي تؤهلك للوظيفة

رسالة قبول عرض عمل

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

رسالة رفض عرض وظيفة

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

عينة أسئلة مقابلات التوظيف

- ما الذي يمكنك أن تقدمه (تسهم به) لنا (لمنظمتنا)؟
- هل انت على استعداد للانتقال إلى مكان آخر؟ للسفر؟؟
- لماذا تعتقد بأنك ترغب العمل لدينا؟؟
- ما الذي تعرفه عن منظمتنا؟؟
- هل تفضل العمل مع الآخرين أم منفردا؟؟
- كيف ساعد اداؤك في غرفة الصف في إعدادك لهذه الوظيفة؟
- ماهي المواد التي كانت مفضلة لديك. الأقل تفضيلا؟ لماذا؟؟
- 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 أنك تحب هذا النوع من العمل؟
- ما الذي يثير اهتمامك في منتجاتنا/خدماتنا؟
- ماذا سيكون بعد ١٠ سنوات؟ بعد ٢٠ سنة؟
- ماهي اهدافك بالنسبة لدخلك في تلك السنوات؟
- لماذا يجب أن أقيمك أفضل من الآخرين الذين سأقابلهم؟
- ماهي معلوماتك عن الراتب؟
- كيف تشعر حول قيامك بعمل اضافي، العمل ليلا، العمل في نهاية الأسبوع؟
- ما نسبة العائدات التي حققتها تكاليف الدراسة؟ كيف حققت هذه العائدات؟؟
- ماهو نوع العمل الاكثر اهتماما به
- كيف تقضي أوقات فراغك، ماهي هواياتك؟؟
- هل سجلك الدراسي مقياس جيد لما سيكون عليه اداؤك 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؟

١ - المذكرات الداخلية

تعتبر المذكرات:

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

خصائص المذكرات

تتدفق المذكرات بصورة دائمة في جميع الاتجاهات:

- من الأعلى للأسفل أو من الرئيس إلى المرؤوسين،
- ومن الأسفل إلى الأعلى
- أفقيا في نفس الوحدة أو بين وحدات مختلفة

المذكرات تخدم أغراضا شتى:

- توصل معلومات واستفسارات
- تشرح السياسات والإجراءات والقرارات والتعليمات،
- تقدم النصيحة والمشورة والتوضيح والتوجيه، والدافعية والتدريب والمشورة،
- الإبلاغ عن مشكلات العمل والصراعات وغيرها.
- إطلاع العاملين على أي تغييرات في السياسات والإجراءات وتفاصيل العمليات الداخلية في مختلف النشاطات والوظائف من إنتاج وتسويق ..

مزايا المذكرات الداخلية

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

تصميم/ تنسيق المذكرة الداخلية

معظم المنظمات الكبيرة تقوم بطباعة قرطاسية لاستخدامها مذكرات داخلية، وتوزع في الغالب على المديرين ورؤساء الأقسام الذين يكتبون مذكرات داخلية بشكل متكرر. في كل مرة يريد شخص أن يرسل رسالة مكتوبة داخلية 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

إلى: جميع مديري الإدارات
من: حسام علي، مدير إدارة الموارد البشرية.
التاريخ: ٢٠ نيسان ٢٠٠٨
الموضوع: برنامج التعريف للمعينين 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

أسلوب كتابة المذكرات الداخلية:

يتفاوت أسلوب المذكرات الداخلية من مذكرة إلى أخرى ويتوقف على:

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

المذكرات الداخلية والرسائل

هناك بعض الاختلافات بين الرسائل والمذكرات

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

مثال لمذكرة داخلية

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 الاحتقالات 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.

٢ - التقارير

التقرير يكتب في حالات عديدة: في الدراسة، أو في العمل

التقرير "هو عرض حقائق ومعلومات بصورة منظمة وموضوعية من أجل غرض/ هدف معين يتعلق بالعمل".

- ١- يعتمد التقرير بصفة رئيسة على الحقائق.
- ٢- يتم عرض الحقائق بتسلسل منطقي وطريقة منظمة.
- ٣- يجري عرض وتحليل الحقائق بصورة موضوعية، مجردة، وحيادية.
- ٤- 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

- ١- تقارير الانتاج/ تقارير الموارد البشرية/ تقارير التسويق/ تقارير التمويل.
- ٢- تقارير رسمية / وغير رسمية.
- ٣- تقارير يومية /أسبوعية / شهرية/ أولية/ نهائية.
- ٤- تقارير روتينية / خاصة/ عاجلة.
- ٥- تقارير عادية/ سرية.
- ٦- تقارير وصفية/ إحصائية/ تحليلية.
- ٧- تقارير داخلية.

استخدامات وأغراض التقارير

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

متطلبات التقرير الجيد

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

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 لإعداد وكتابة التقرير

٢. جمع المعلومات
٣. تنظيم المعلومات ووضع المخطط النهائي للتقرير
٤. كتابة مسودة التقرير
٥. المراجعة والتعديل
٦. التدقيق والتحرير
٧. إخراج التقرير

تبويب وتحليل المعلومات

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

هيكلية التقرير

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

مثال لتقرير مبيعات

إلى: السيد زياد عليان، مدير الامبيعات.		
من: خالد بركاتن 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 والتكييف، ومن المؤمل أن يتم تعويض هذا النقص في الشهرين القادمين.		

تقرير بصيغة أخرى

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

سعادة السيد/ حاتم الدرعتلي 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 الى تقدير تكاليف هذه الاعمال شاملة الاجور مبلغ (٧٥٠.٠٠٠) درهم.

نرفق لكم كتيباً عن مؤسستنا وإنجازاتها، ونسختها 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 الى تعامل موظفينا مع موظفي تلك الجهات بمنتهى الكياسة واللباقة. ونود أن نؤكد لسعادتكم حرصنا والتزامنا لتقديم أفضل خدماتنا لتلبية متطلبات وحاجات مؤسستكم، وسوف نعطي الاولوية لإنجاز العمل لديكم بأسرع وقت ممكن، مؤكدين التزام موظفينا بالتعامل بكل مودة وكياسة واحترام مع موظفيكم. وتفضلوا بقبول فائق الاحترام

خلدون دعبس
المدير العام

الإصغاء

التواصل الجيد يقتضي:

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

تشير الأبحاث في مجال الإقتصاد أن الفرد أثناء العمل **يقضي وقتا في الإصغاء أطول من أي شيء آخر** – القراءة، والكتابة، والتحدث..... ويعتبر الإصغاء الوسيلة الرئيسية التي نتعلم ونتعرف من خلالها على الحقائق والناس والأحداث والمشكلات.

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

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.

شروط الإصغاء الفعال

- توقف عن التحدث (مع زميلك/ زملائك)
- اصغ للمعني الكلي وأحكم على المعنى لا على طريقة التحدث
- اجعل المتحدث في وضع/ موقف مريح دونما أي مضايقة أو إزعاج له.
- ركز انتباهك
- أظهر للمتحدث أنك تريد أن تصغي وأنك مهتم بذلك.
- أزل كل ضوضاء / تشويش / قاوم كل تشويش.
- تعاطف مع المتحدث (تصور نفسك مكانه).
- كن صبوراً ليكن رد فعلك منصفاً ومعقولاً
- اضبط مزاجك ولا تحكم على الأمور قبل فهمها جيداً
- أعرض حكمك وتقييمك ونقدك بكل هدوء
- اطرح الأسئلة، وقدم تغذية راجعة مناسبة وفي الوقت المناسب
- توقف عن الحديث. سجل الملاحظات إن كان ضرورياً

معوقات الاستماع

- فقدان الهدف
- تفاهة الحديث
- الميل للانتقاد
- التشويش
- عدم الصبر
- انشغال البال
- الشعور الملح بالاجابة
- الحكم 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 بعيدا عنك
- ان تكون محلقا في محدثك دون متابعة وتركيز

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

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 الرئيسي للمقابلة هو:

- تبادل المعلومات بغرض تقييم موقف أو سلوك شخص معين والعلاقة فيما بينهما.
- لتحقيق ذلك من الضروري أن تتوافر جميع الحقائق والمعلومات والأدلة ذات العلاقة لجميع الأشخاص المشاركين في المقابلة.

إرشادات للشخص الذي تتم مقابله	إرشادات للمقابل
• حضر واستعد للمقابلة. • اجعل مظهرك مناسباً. • أظهر الاهتمام • أجب عن الأسئلة بشكل صحيح وكامل • كن لبقاً	• 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

الاجتماعات

ماهية الاجتماعات: الإجتماع هو عبارة عن لقاء يضم شخصين فأكثر حيث يجري هؤلاء حديثا ونقاشا هادفا.

- يتراوح عدد أفراد الجماعة ما بين ٣-١٥ شخصا 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/ تجني
- إذا أردت أن تدفن موضوعا حوله إلى لجنة لدراسته

دور رئيس الاجتماع / الجلسة

التخطيط قبل الإجتماع	أثناء الاجتماع	دور المشاركين في الاجتماع
- تحديد الهدف من الاجتماع. - تحديد المشاركين. - تحديد مكان وتاريخ ووقت الاجتماع. - تحديد جدول الأعمال. - توزيع دعوات الاجتماع على المشاركين ومتضمنة جدول الاعمال. - فحص الترتيبات المادية للاجتماع.	- افتتاح الاجتماع. - التقيد بجدول الأعمال الاجتماع، بندا بندا. - تحريك النقاش قدما إلى الأمام. - حفز وشجع النقاش مع ضبط من تكلم كثيرا. - تشجيع كل فرد على المشاركة. - تفهم أدوار المشاركين. - اضبط الوقت. - تلخيص ما هو ضروري. - اذكر الاستنتاجات الرئيسة وخطة العمل.	- 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 هنالك آخرين يحضرون الاجتماع ويريدون المشاركة.

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

الاتصالات الشفهية الفعالة (الاتصال غير اللفظي / لغة الجسد)

- 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.
- اشتهر في الثلاثينات من القرن الماضي الممثل شارلي شابلن بمجموعة من الافلام الكوميدية التي لعب فيها شخصية الصعلوك، ومع ذلك احبه الجمهور وفهمه بالرغم من أنه لم يتكلم اطلاقا وبقي مؤمنا بالسنما الصامتة حتى توفي. وشخصية الصعلوك لا تتحدث بل تقفز وتستبدل الكلمات بالأفعال.

مفهوم الاتصال غير اللفظي:

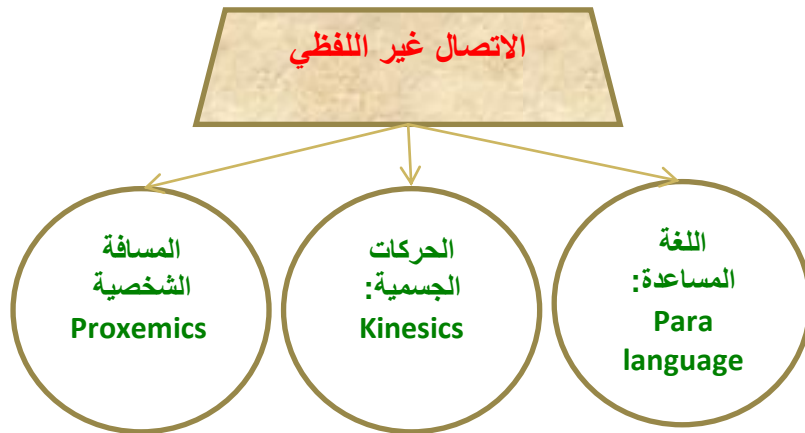
يتمثل الاتصال غير اللفظي في أية رسالة ترسل وتستقبل مستقلة عن الكلمة المنطوقة او المكتوبة، وتتضمن عوامل أخرى مثل المظهر، المسافة، المواقع، المكان...

يسمح الاتصال غير اللفظي بـ:

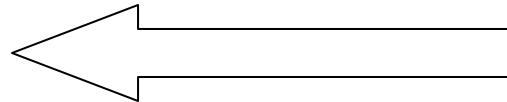
- نعرف متى ننهي المحادثة
- نعرف ما إذا كان الشخص الآخر قد وصله المعنى الذي نتكلم عنه أم لا
- نحدد مستوى الموافقة التي حصلنا عليها
- نلاحظ الدرجة التي لمسنا بها الدافع الحقيقي للشخص الذي نتحدث إليه.
- نعرف اللحظة التي حققنا فيها الاتصال، والبداية الحقيقية لعلاقتنا.
- تحديد الوقت الذي نجحنا فيه في تحقيق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

خصائص الاتصال غير اللفظي

- الاتصال اللفظي يلعب دورا كبيرا في تحقيق الاهداف الاتصالية
- عدم الانسجام بين اللفظي وغير اللفظي يؤدي الى تناقض المعاني
- ترجمة الاتصال غير اللفظي احيانا ليست سهلة لاختلاف الثقافات
- لغة الجسم يهتم بها علم يسمى ب 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

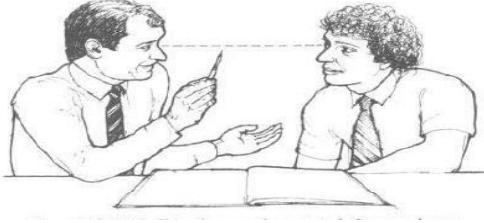


أنواع / أشكال الاتصالات غير اللفظية:



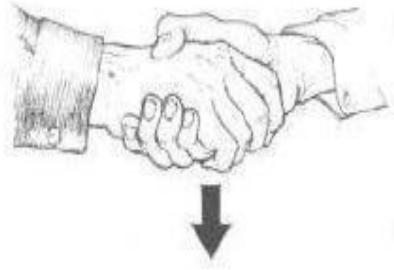
فروع ومفردات الاتصال غير اللفظي:

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



استعمال وسيلة الايضاء تشد انتباه الطرف الآخر او
استعمال القلم والاشارة به اثناء الشرح القلم لتشير به
على الكلام المكتوب ثم ترفعه بين عينيك و عينيه مع
ابرار كف اليد الأخرى
بذلك تحظى بتركيزه كلياً

فى حالة الشغف والأثارة تجد ان حدقة العين مفتوحة



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



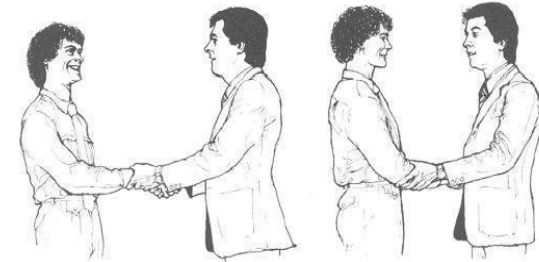
بسط اليد بهذه الطريقة يدل على أن المتكلم يتكلم بوضوح و صدق وبأمانة



الحك بالأصبع تحت العين يستخدمها الشخص المتحدث بالكذب حتى لا ينظر في عين الشخص الذي أمامه



عند وضع الأصابع في الفم يدل ذلك على أن هذا الشخص تحت ضغط نفسي كبير ويحتاج الى المساندة فهو بهذا التصرف يرجع لحالة الطفولة ويضع أبهامه في فمه كالطفل الذي يحتاج أن يشعر بوجود أمه بجواره



المصافحة المزدوجة بكلتا اليدين الهدف منها هو الأعلان عن ما في داخل الإنسان من حب وصدق و تقرب و طمأنينة. وفي ذلك عاملين أساسيين الأول: استخدام المصافح لليد اليسري للتعبير عن شعوره وحسب عمق هذا الشعور يكون مكان وضع اليد اليسرى .
الامساك بالكوع اعرق في التعبير من الامساك بالمعصم ، والامساك بالكتف أعرق من الامساك بالساعد.
التقرب من منطقة الطرف الآخر له معنى آخر.

لغة الوجه:

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

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

لغة الصوت:

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

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

لغة اليدين:

نستخدم اليدين لأغراض اتصالية كثيرة:

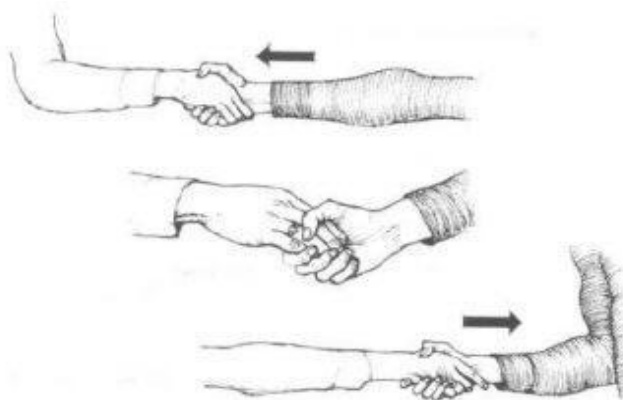
- للمساعدة على الكلام
- اكمال المعاني
- الإشارة الى الاتجاهات
- تعبير موقف: سلام، رضا، رفض
- المصافحة والتحية
- عند المصافحة مثلا، اليد اليسرى تستخدم لإرسال مشاعر اضافية
- تحريك اليد على الرأس: تخفيف حدة ما يعانيه الشخص من توتر
- وضع اليدين متقاطعين على الصدر يدل على الوضع الدفاعي
- تغطية الوجه تعبيراً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

لغة اللمس:

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

اللمس والمشاعر:

مثلا: الشخص العدواني يصافح ويده وذراعه متخشبة والهدف هو أبقاء مسافة كافية تجعله خارج نطاق الشخص الآخر.
مصافحة شخص والأمساك بأصابعه يعاني من صغر النفس و الهدف من السلام بهذه الطريقة هو ترك مسافة كافية للأطمئنان .
و عندما يجذب الشخص المصافح الذي نصافحه الى نطاقه فهذا يدل على أنه يطمئن له



مفردات رديئة في لغة الجسد

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

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 بعيداً، أو تحريك العينين بعيداً عن المتحدث.
- إغماض العينين.
- استخدام نبرة صوت غير سارة.
- التثاؤب باستمرار.

الاتصالات الشفهية الفعالة: الاتصالات الهاتفية والقاء الخطاب



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

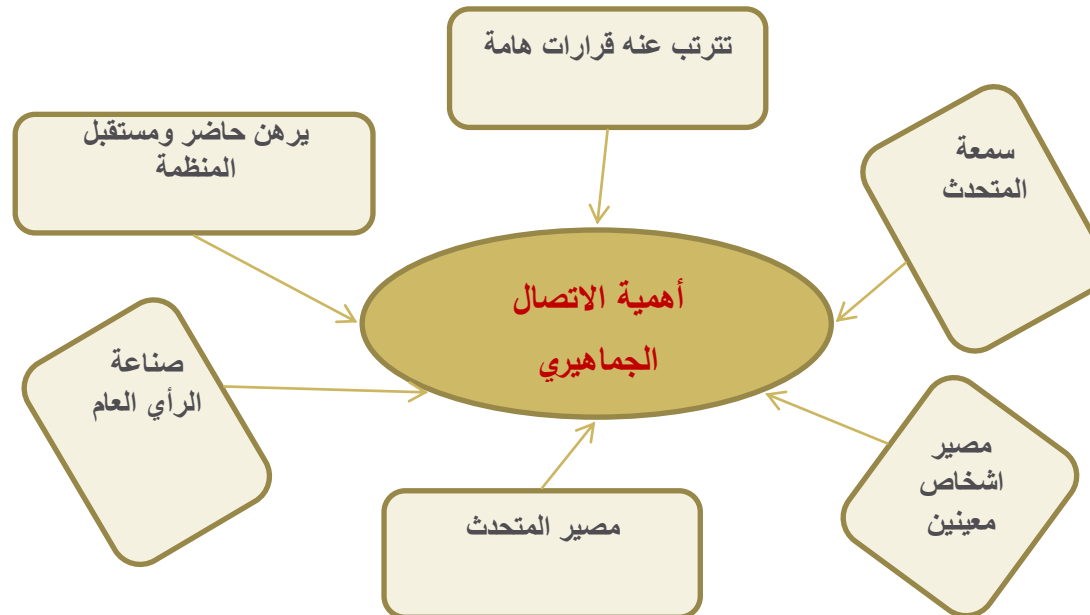
تعريف:

هو الموقف الذي يتحدث فيه الشخص مع مجموعة من الأفراد:

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

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

اسباب رفض الحديث امام الجمهور



التخطيط والإعداد:

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

تنظيم الخطاب/ العرض:

قرر طريقة العرض/التقديم:

- الارتجال
- الاستظهار
- القراءة

الاستعانة بالوسائل المرئية: أثناء التمرين/ التدريب اسأل نفسك ما يأتي:

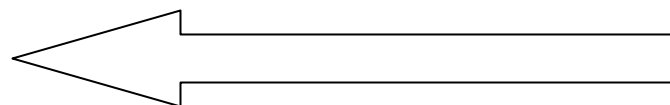
- هل يستطيع الناس سماع ما أقول؟ (جهازة الصوت).
- هل أقوم بتعديل/ تغيير مستوى صوتي وأنا أتحدث؟ (نغمة/ طبقة الصوت).
- هل أنطق/ أقول الكلمات بشكل صحيح؟ (طريقة التلفظ).
- هل يستطيع المستمعون فهم كلماتي؟ (النطق)
- هل استخدم القواعد الصحيحة؟
- هل استعمل عادات خطابية مزعجة؟

اخطاء الالتاء:

- اءم وءوء الءءف
- الاسباب
- الموءوء عفر مناسب
- انءءام الئئظفم
- الفئور فف الالقاء
- السكون
- عفاء المشوءاء
- الزف المقزز
- اءماض العفنن أو ئسكنفهم

إرشاءاء إلقاء الءطاب:

- أظهر الصءق ففما ئقول والءماس واءئفظ بءفوفئك.
- كن واثقا بنفسك؁ كما ئئق فف ءمهور المسئمعفن.
- نظم الءطاب بما فقوء أفكار المسئمعفن بشكل منطقف نءو الءاءمة.
- ركز أفكارك على الرسالة والاستءابة الئف ئرعبها بءلا من الئركفز على نفسك.
- اسئءءم لغة ئئناسب وئئوافق مع الءمهور المسئمع.
- ئءءب بشكل صءفء؁ وواضح ولسل مسئءءما الأصول والمعاففر القواءفة والئرقفم
- أعرض فكرة واءة فف الوقاء الواحد أءصل على ءغذفة راءعة بشأن كل فكرة.
- اسئءءم لغة الءسم لئءقفق أفضل المنافع.
- كن هاءئا وطففعفا.
- نوع فف نبراء/ طبقاء الصوء؁ وسرعة الإلقاء؁ وبءل فف ءهارة صوءك.
- انظر إلى المسئمعفن (الئقاء العفنن) وئءءب مباءرة إلفهم.
- الئزم الئباء؁ وئءنب المغالاة فف الءركة ومؤشرات العصبفة.
- أعرض الوساءل المرئفة باءئبارها ءزاء من الءطاب.
- ءافظ على مزاءك وهءوئك؁ ءئف لو واءهئ أسئلة أو ملاءظاء عءائفة.
- ءافظ على وقفة/ ءلسة مناسبة.
- ءل رءوء أفعال المسئمعفن أثناء الءطاب
- اسئمع: ئقفم الأفكار للآءرفن فمكن أن فكون مئعة وئءربة ءفنام



كسر الحاجز النفسي

الاتصالات الهاتفية

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

مشكلات الهاتف

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

نوعية سارة من الصوت / الفاظ منتقاة

- تحدث وكأنك تحدث الشخص الآخر وجها لوجه.
- أظهر الدفء، 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

تطوير فنون اللباقة

- 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 فورا.
- أظهر الاهتمام واللباقة: كن ودودا، مبتهجا، وتحترم الشخص المتحدث
- أكمل المكالمة فورا ومن غير اللائق أن تبقي 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 من الضروري إبقاء المتحدث المتحدث ينتظر على الهاتف لبعض الوقت، اسأله ذلك إن كان لا يمانع
- دع الشخص الذي طلبك هاتفيا أن يغلق الهاتف أولا.

إجراء مكالمة هاتفية

- حدد الغرض من المكالمة الهاتفية بشكل واضح.
- دون مسبقا الملاحظات حول الحقائق، والنقاط والسئلة الرئيسة التي تود الاستيضاح عنها
- ضع الملاحظات بتتابع منطقي سليم
- جهز وأعد أي ملفات ومراسلات وعقود...الخ 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 ملاحظاتك، وليكن بجانبك دفتر ملاحظاتك لتدوين الضروري منها أثناء المكالمة.
- تذكر النقاط الآتية أثناء إجراء المكالمة.
- تأكد أنك قد طلبت الرقم الصحيح، أو أعط الرقم الصحيح لعامل المقسم / السكرتيرة.

استقبال مكالمة هاتفية

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

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

الملخص شامل المحتوى من ١ الى ١٤ مع الترتيب و تصحيح بعض الأخطاء .. وتم اضافة بعض النقاط الهامة التي ذكرت في المحاضرات المسجلة

اسأل الله ان يجعله علماً ينتفع به

تمنياتي للجميع بالتوفيق ،،،

اخوكم / ابو دالين
abu-dalen@hotmail.com