

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، موردين، 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 نأمل 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 ليلي 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 أن تكون قوية، واضحة ومؤدبة، تترك انطباعاً جيداً:

- أن يكون الإجراء المطلوب من القارئ واضحاً وكاملاً؛

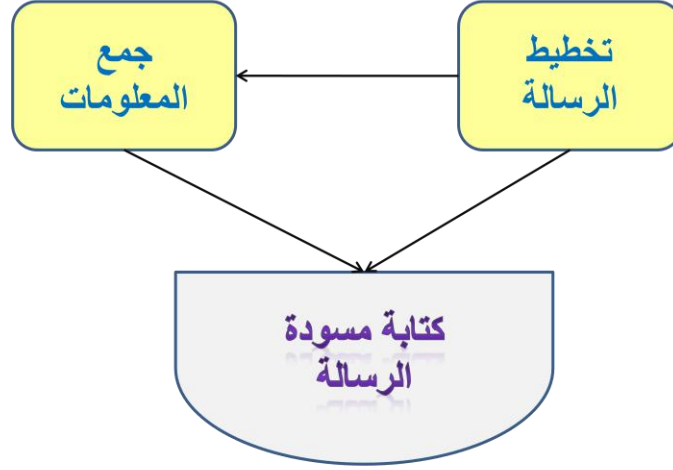
- تضمين الفقرة الختامية فكرة إيجابية؛

- تكون موجزة وسليمة لغوياً؛

- الإشارة إلى ما يمكن تحقيقه من إيجابيات.

□ **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 :

ضمنانا 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 تحتل الرسالة تأويلات أخرى؟
- هل المقدمة مقنعة؟

2-من حيث التنظيم والتنسيق:

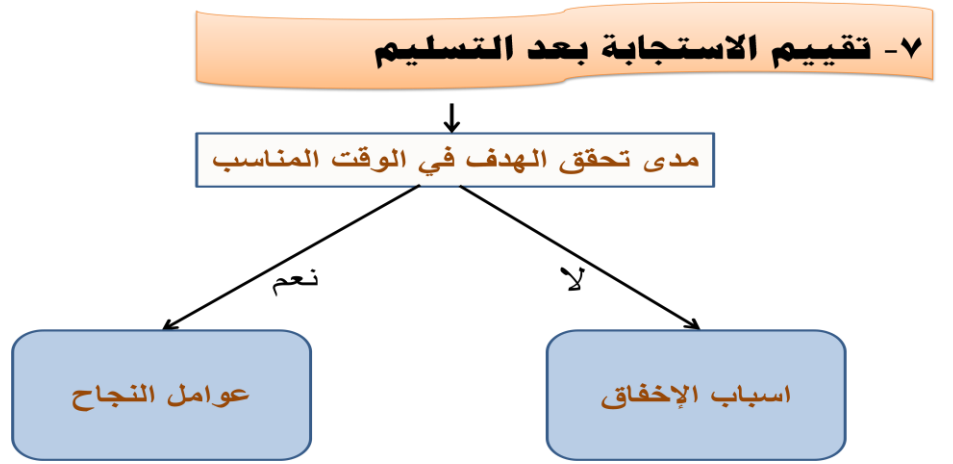
- هل تم اختيار خطة فاعلة؟
- هل صممت الرسالة على نحو يسهل قراءتها؟
- هل التصميم ركز على النقاط الأساسية؟
- هل تم وضع النقاط الايجابية والسلبية في مكانها؟

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.



المحاضرة الخامسة

بنية الرسالة وتصميمها

=====

محاور المحاضرة الخامسة

• مقدمة

١. هيكل الرسالة

٢. تصميم الرسالة

٣. المغلفات

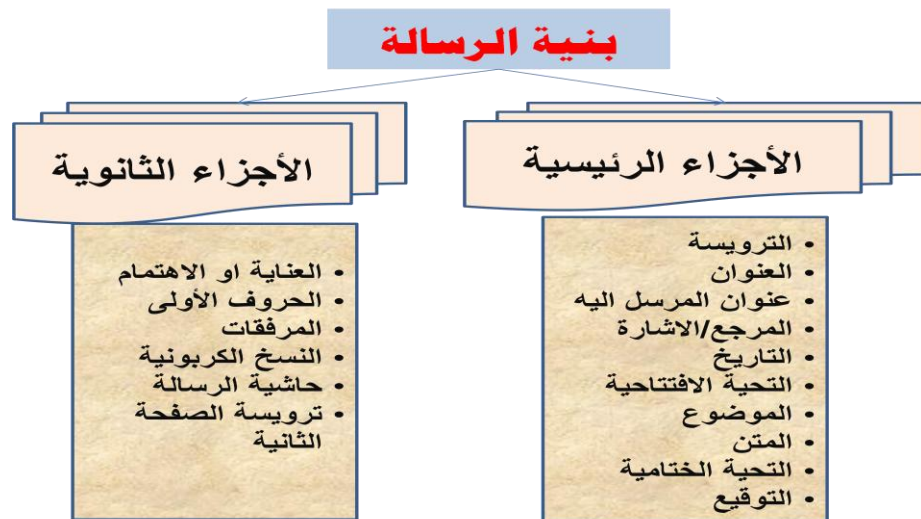
=====

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 مطبوعاً 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 أيضاً 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 مشيراً إلى رقم الرسالة المرجعية.
 - ❖ كل منظمة لها طريقة معينة للترقيم والفهرسة والتصنيف
 - ❖ الترقيم يساعد على الارشفة وسهولة الرجوع للمصادر.
- 4- التاريخ (Date):** يكتب كاملاً (اليوم والشهر والسنة)، ويفيد في الحفظ حسب الترتيب الزمني، وفي التذكير بالمواقف وهو مهم جداً 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 إليه 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 الإلكتروني

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 إليه 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 إلى جهات غير المرسل إليه يذكر في أسفل الصفحة: صورة إلى:.....

٥. **حاشية الرسالة:** يتضمن هذا الجزء في أسفل الصفحة معلومات إضافية

٦. **ترويسة الصفحة الثانية:** في حالة تعدد الصفحات يطبع هذا الجزء في منتصف أعلى الصفحات ابتداء من الثانية: المرسل إليه، 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 القارئ.

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 تضمينها 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؛ موصفات 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 قنوات وانايبب؟

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 انايبب 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 ردم 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) حالا 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، وأنت 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 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.

.....

.....

.....

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 أحدث 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 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 وأتق 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

ثالثا: 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 ترقية 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، وأخيرا 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.....

.....