

المحاضرة العاشرة مهارات الكتابة Writing Skills

أولاً: متى يستخدم الاتصال الكتابي

When use written communication?

- في عالم اليوم يوجد العديد من الاتصالات السريعة عبر رسائل نصية ورسائل البريد الإلكتروني، فإن معظمنا يفضلون إرسال رسالة مكتوبة بدلاً من إجراء مكالمة هاتفية. إنه أمر سريع وفعال عند استخدامه بشكل صحيح.

متى يكون التواصل المكتوب أكثر فاعلية، ومتى ليس كذلك؟

1- تعقيد الموضوع

- يعد استخدام الاتصال الكتابي خيارًا ممتازًا لمشاركة الرسائل التي يمكن للقارئ أن يقرأها ويتلقى الرسالة بوضوح دون الحاجة إلى معلومات إضافية منك أو من مصادر أخرى.
- استخدام الموضوعات المعقدة أو التفسيرات المطولة ليست خيارات جيدة للتواصل الكتابي العادي. يجب أن يكون التواصل المكتوب مفهوم بحد ذاته للقارئ.

2- مقدار المناقشة المطلوبة

المناقشات المطولة عن طريق الاتصال المكتوب (البريد الإلكتروني) ليست فعالة، وكل تبادل للمعلومات يتضمن مخاطر لضياح المعنى.

3- دلالات المعنى

- التواصل الكتابي وحده لا يسمح بالاتصال غير اللفظي (الجانب الأكثر أهمية للحصول على المعنى الخاص بك).
- لا تخاطر بالإهانة أو التسبب في الارتباك لشخص ما لا يفهم المعنى الحقيقي المرسل عن طريق ثققتك في التواصل الكتابي لمهمة نقل معلومات عاطفية أو مهمة للغاية.

4- التواصل الرسمي

الاتصال الكتابي هو الاختيار الشائع عندما يكون مستوى الرسمية عالي مثل شروط العقد واتفاقيات المبيعات. كلما تناقص مستوى الرسمية في العلاقة من المرجح أن تنتقل من الوثائق الورقية إلى البريد الإلكتروني.

ثانياً: كتابة البريد الإلكتروني بفعالية

Email Writing effectively

1. سطر الموضوع:

- إنه يلفت انتباهك إلى التواصل، ويجب أن يسمح لك بمعرفة ما يدور حوله التواصل.
- ستخبرك أفضل سطور الموضوعات بما يجب القيام به. فهي تلفت انتباهك إلى التواصل، كما يجب أن تتيح لك معرفة ما يدور حوله وما يجب فعله. وسيتيح للمستلم تحديد أولويات رسائل البريد الإلكتروني لفتحها أولاً وأي سيتم تجاهلها لوقت آخر.

ماذا تخبرك خطوط الموضوع هذه بالمعلومات التي ستتعلمها:

- الرد على بريدك الإلكتروني
- سؤال
- مرحبا
- لقاء
- معلومات لك

أمثلة!

- سؤال بخصوص التغيير في الفوائد الصحية -الاستجابة مطلوبة
- مطلوب اجتماع لتصميم موقع جديد – يرجى تأكيد إمكانية حضورك
- ردا على سؤالك حول الخطة التسويقية للربع الثالث

يمكن للقارئ أن يقرر أي من هذه الأمور الأكثر أهمية ومعالجة رسائل البريد الإلكتروني في أفضل ترتيب.

2- ضع النقاط الرئيسية أولاً

- عندما تكتب رسالتك، يجب أن تعرف بالضبط ماذا ، ولماذا ، وإلى من تكتب. هل تقدم معلومات أو تطلب معلومات أو تطلب من الشخص الآخر اتخاذ إجراء؟

- إذا كنت لا تستطيع تضييق نطاق الموضوع، فأنت إما لست مستعدًا للكتابة أو الكتابة ليست خيارًا مناسبًا لترميز الاتصال.
- بمجرد أن تعرف ما هي النقطة الرئيسية في بريدك الإلكتروني، يجب عليك وضعها أولاً في الاتصال ، ووضع معلوماتك الرئيسية في أعلى الاتصال يجذب انتباه القارئ إلى الموضوع الرئيسي.

مثال سيء

عزيزي أنطوان:

قضيت بعض الوقت مع جون هذا الصباح أراجع الأرقام الواردة من نتائج مبيعات الربع الأخير. كنت مهتمًا برؤية أن هناك اتجاهًا تنازليًا في مبيع القطع الفاخرة، والذي يختلف اختلافاً كبيراً عما توقعناه. أشعر بالقلق من أن هذا قد يكون له تأثير على انطلاق أفضل القطع الفاخرة المخطط لها في الربع القادم. أعتقد أنه ينبغي لنا مقابلة فريق التسويق وفريق المبيعات لمعرفة ما إذا كان بإمكاننا تحديد أي مشكلات محتملة في عملية المبيعات وتليبيتها والتي يمكننا حلها.

هل تسمح لي بمعرفة متى تكون غر منشغلاً هذا الأسبوع؟

شكراً ...

جولي

لاحظ سطر الموضوع؟ إنه ليس دقيقاً .. وإذا كان القارئ يبحث عن المعلومات، قد لا يصل حتى إلى السطر الأخير قبل الانتقال إلى البريد الإلكتروني التالي. إذا حدث ذلك، فسيتوجب عليك كتابة اتصال آخر أو متابعة أخرى مع مكالمة تلفونية - وهي مضيعة لوقتك .

مثال جيد

الموضوع: طلب مقابلة معك بشأن عملية البيع - الرجاء الرد

عزيزي أنطوان:

أود أن ألتقي بكم، وفريق المبيعات، وفريق التسويق هذا الأسبوع لمناقشة تأثير أحدث اتجاهات المبيعات للقطع الفاخرة هل سيكون متاحاً لك يوم الاثنين حوالي الساعة 3 بعد الظهر.

لقد قضيت بعض الوقت مع جون صباح اليوم في مراجعة الأرقام من نتائج مبيعات الربع الأخير. شعرت بالقلق من رؤية أن هناك اتجاهًا متناقص في مبيعات القطع الفاخرة، وهو أمر مختلف تمامًا عما توقعناه. أعتقد أننا يجب أن نحاول التعرف على أي مشاكل محتملة في عملية البيع ومتطلباتها .

شكراً،

جولي

3- تنظيم الرسالة

- عندما يكون لديك عدة طلبات تحتاج إلى تنظيم المعلومات بطريقة تساعد بزيادة الفرصة للقارئ لاستجيب لجميع طلباتك، يمكنك استخدام الرموز النقطية أو الأرقام لكل موضوع فرعي.
- يمكنك استخدام الخط الغامق أو الملون لتمييز الإجراءات المطلوبة.

- وإذا كانت رسالتك باللغة الانكليزية، تجنب استخدام الأحرف الكبيرة التي يمكن تفسيرها على أنها صراخ.

4- استخدام النبرة الصحيحة

في الرسائل المكتوبة، الكلمات نفسها تحمل تأثير لذلك يجب عليك استخدامها بحذر.
الأخطاء الشائعة تشمل:

- العدوانية وتقديم المطالب.

- التعامل بفوقية والتحدث بدونية للقارئ.

- الرفض وعدم أخذ ردود فعل القارئ في الاعتبار.

دائماً اقرأ الرسالة قبل إرسالها وضع نفسك في مكان القارئ.

كيف ستشعر إذا ظهرت هذه الرسالة / التقرير / البريد الإلكتروني على مكتبك؟

5- ابقائها قصيرة وبسيطة

- عند كتابة الرسائل والتقارير أو المقترحات، فسوف تبين المزيد من الاحترام والاهتمام إذا كنت تستخدم أسلوباً أكثر رسمية بحيث تتجنب العامية وتستخدم قواعد اللغة بدقة.

- استخدم لغة بسيطة وتجنب المصطلحات و الكلمات المعقدة التي قد لا يكون جمهورك على دراية بها.

- تجنب الجمل المعقدة أو الطويلة، ضع 10-20 كلمة لكل جملة ، وثلاث إلى خمس جمل في الفقرة.

- استخدم لغة توضح الفاعل بدلاً من لغة مجهولة.

«نحن نعتقد...» لديه تأثير أكبر من

« إنه بشكل عام حقيقة مقبولة داخل الشركة ...»

- استخدم جمل منفصلة للتعبير عن الأفكار المختلفة. لا تفقد مؤشر ترابط الجملة بقطعها بعبارات بين قوسين وفواصل.

ثالثاً: كتابة التقارير

- يستغرق التقرير وقتاً أطول لتجميعه أكثر مما تتوقع وإذا قمت بإكماله بسرعة، فمن غير المحتمل أن ينتهي بك الأمر بالحصول على منتج نهائي يمكنك أن تفخر به.

- مهما كان طول الوثيقة، يجب أن يكون من السهل على القارئ أن يمسخها بسرعة ويحصل على المغذى. قد يكون من المفيد تضمين ملخص أو ملخص تنفيذي في بداية التقرير يلخص أهدافه واستنتاجاته.

يمكنك استخدام هذا النموذج:

- 1- صفحة العنوان
 - 2- جدول المحتويات
 - 3- ملخص تنفيذي
 - 4- رسائلك الرئيسية ونتائجك
 - 5- الخلاصة والتوصيات
 - 6- الملاحق .
- قسّم المحتوى باستخدام العناوين والعناوين الفرعية و النقاط. توفر هذه "استراحة" للقارئ حتى يتمكن من الانتقال إلى نقطة أخرى، وسوف تساعدك على تسليط الضوء على النقاط المفتاحية. يمكنك أيضاً تعزيز انتباه جمهورك عن طريق استخدام الرسومات وطرق العرض الإحصائية.
 - تجنب إغراء الإفراط في تعقيد المستند، على أي حال، الكثير من الخطوط والرموز المختلفة يمكن أن تكون مزعجة أكثر من أن تكون فعالة.

ملخص تنفيذي سيئ

الملخص التنفيذي

في كل مرة يقوم فيها عميل أو مستهلك بشراء المنتجات أو الخدمات، فإنه يظهر نماذج من سلوك المشتري تتأثر بالعوامل. يتناول التقرير التالي صناعة الوجبات السريعة وسيحلل أربعة منتجات وخدمات رئيسية لشركة ماكدونالدز. ويسلط الضوء على نوع شراء المستهلك أو سلوكيات شراء الأعمال التي تظهر في شراء منتج أو خدمة ويشرح سبب حدوث كل سلوك. وهذا يمكن من استخلاص نتيجة لتطبيق النظرية على الواقع. على الرغم من أن الفهم الكامل لسلوك الشراء أمر مستحيل، حيث أن كل فرد هو فريد بسلوكه، فمن المفيد التفكير في السلوكيات الشائعة ومحاولة تقسيم السلوكيات في الأنواع والمراحل. حتى ماكدونالدز، الرائدة في التسويق لا يمكنها دائماً التنبؤ بسلوك المستهلك.

لماذا يعتبر هذا الملخص التنفيذي سيئ؟!؟

خلفية المشكلة:

- يهدف الملخص لعرض المعلومات التي يتضمنها التقرير، ولكنه فشل في تقديم ملخص النتائج المحققة والنتائج المستخلصة والتوصيات المقدمة. وهي وظائف الملخص التنفيذي وتغيب في هذا المثال. المعلومات الواردة في هذا الملخص التنفيذي مهمة بدلاً من تلخيص ما وجده التقرير.

- كما نجد أن عرض الملخص خالي من الألوان والتنسيقات ومن أي من الوسائل التوضيحية!

سنعرض مثال عن ملخص تنفيذي جيد!

ملخص تنفيذي جيد

- يقدم هذا التقرير تحليلاً وتقييماً للربحية الحالية والمستقبلية والسيولة والاستقرار المالي لشركة **Outdoor Equipment Ltd.**
 - تشمل طرق التحليل الاتجاهات، والتحليلات الأفقية والرأسية وكذلك النسب مثل الدين، والنسب الحالية والسريعة. تتضمن الحسابات الأخرى معدلات العائد على حقوق المساهمين وإجمالي الأصول والأرباح للسهم الواحد على سبيل المثال لا الحصر. جميع الحسابات يمكن العثور عليها في الملاحق.
 - تظهر نتائج البيانات التي تم تحليلها أن جميع النسب أقل من متوسطات الصناعة. على وجه الخصوص ، الأداء المقارن ضعيف في مجالات هوامش الربح، والسيولة، ومراقبة الائتمان وإدارة المخزون.
 - يرى التقرير أن أحوال الشركة في وضعها الحالي ليست إيجابية. تتطلب نقاط الضعف الرئيسية إجراء مزيد من التحريات والإجراءات التصحيحية من قبل الإدارة.
- التوصيات التي نوقشت تشمل:
- -تحسين متوسط فترة التحصيل للذمم المدينة.
 - -تحسين / زيادة معدل دوران المخزون .
 - -تخفيض الدفع المسبق، وربما زيادة مستويات المخزون.

الموضوع

الطرائق

النتائج

الخلاصة

التوصيات

تقييم التقرير:

1. يستخدم تنسيق منطقي.
2. يلخص النقاط الأساسية بوضوح في ملخص أو مقدمة تنفيذية.
3. يوضح من الذي كتب التقرير ومتى؟.
4. يستخدم طرق عرض بيانية وإحصائية مناسبة لتسهيل الفهم.
5. قسم النص بالعناوين ، النقاط ، الخ.

6. يستخدم لغة مفهومة وبحد الأدنى من المصطلحات.
7. يشرح بوضوح المختصرات والمصطلحات الفنية.
8. يستخدم علامات الترقيم المناسبة وبنية الجمل واللفظ.
9. يتضمن الملاحق المناسبة.

مدرس المقرر: د. عبدالله سمير موسى