JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في كتابة المراسلات والعروض التجارية

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في كتابة المراسلات والعروض التجارية

كتابة المراسلات والعروض التجارية دورة تدريبية متقدمة مدتها أسبوعين للمديرين والمنسقين والمهنيين الذين يكتبون الخطابات والرسائل الإلكترونية والعروض والعطاءات، ويغادر كل مشارك ومعه حقيبة المراسلات والعروض التي تضم وثائق معاد صياغتها وقوالب ودليل أسلوب. فالمؤسسات تدار اليوم بالرسائل المكتوبة، والمراسلات الغامضة تبطئ القرارات وتضر بالعلاقة مع العملاء. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة لمن تمثل كتاباتهم اليومية مؤسساتهم.

لماذا تهم كتابة المراسلات والعروض التجارية الآن

ثلاث قوى رفعت أهمية المراسلات والعروض التجارية. فحجم الرسائل يتزايد عبر البريد الإلكتروني والمحادثات والوثائق المشتركة، فيتصفح القراء سريعا ولا يتصرفون إلا على الطلبات الواضحة. ويمتد العمل إلى عملاء وشركاء وزملاء من ثقافات متعددة يقرأ كثير منهم بلغة ثانية، فصارت النبرة والصياغة البسيطة أساسيتين. كما تصوغ مساعدات الكتابة بالذكاء الاصطناعي النصوص بسرعة، لكن المسؤولية عن الدقة واللباقة والسرية تبقى على الإنسان. والمؤسسات التي تكتب جيدا تفوز بالعروض وتعالج الشكاوى أسرع وتحفظ سجلات متسقة، أما التي تكتب بضعف فتنتج إعادة عمل ومخاطر على السمعة. وتبنى الدورة على مبادئ اللغة الواضحة في المواصفة ISO 24495-1 والأعراف المستقرة للعروض ومذكرات الإحاطة والمحاضر.

المستفيدون من كتابة المراسلات والعروض التجارية

- المديرون الذين يعتمدون المراسلات ويوقعونها ويرسلونها باسم إداراتهم
- المنسقون والموظفون الذين يعدون مذكرات الإحاطة والمحاضر والإعلانات الداخلية
- موظفو تطوير الأعمال وإدارة الحسابات الذين يكتبون العروض والعطاءات وخطابات العملاء
- مالكو السياسات والإجراءات الذين يضعون القواعد كتابة للموظفين والمقاولين
- المهنيون في الخطوط الأمامية الذين يردون كتابة على الشكاوى وطلبات الخدمة

تحقق الإدارات التي ترسل الكتاب مع المديرين الذين يعتمدون وثائقهم أعلى فائدة، لأنها تستطيع تبني دليل أسلوب واحد ومجموعة قوالب موحدة عند العودة.

قدرات كتابة المراسلات والعروض التجارية

يستبدل المشاركون الخطابات والعطاءات الطويلة والرسمية وغير المتسقة بمراسلات قصيرة ومقنعة ومتزنة النبرة يتصرف بناء عليها العملاء والمقيمون.

- تطبيق مبادئ اللغة الواضحة على الرسائل والخطابات والمذكرات — العملاء والزملاء المشغولون
- تصميم عروض ودراسات جدوى مقنعة — المقيمون وأصحاب الميزانيات
- بناء مذكرات الإحاطة وأوراق القرار وفق نماذج معيارية — كبار المديرين ومجالس الإدارة
- تحديد السياسات والإجراءات والمحاضر بعبارات دقيقة قابلة للتطبيق — الموظفون والمدققون
- معايرة النبرة في الرسائل الحساسة والعابرة للثقافات ورسائل الخلاف — العلاقة مع العملاء والشركاء
- إيصال صوت مؤسسي متسق عبر أدلة الأسلوب والقوالب — مسؤولو الهوية والسمعة

مصطلحات كتابة المراسلات والعروض التجارية الأساسية

- اللغة الواضحة — كتابة تستخدم كلمات مألوفة وجملا قصيرة وبنية مباشرة ليفهمها القارئ المستهدف من القراءة الأولى.
- مستوى الخطاب — درجة الرسمية في الرسالة، تختار بحسب القارئ والعلاقة والغرض.
- مذكرة الإحاطة — وثيقة قصيرة منظمة تطلع صاحب القرار على قضية وخياراتها والمسار الموصى به.
- مصفوفة الامتثال — جدول في الرد على المناقصة يبين موضع الإجابة عن كل متطلب من متطلبات المشتري في العرض.
- دليل الأسلوب — مرجع مؤسسي يضع قواعد الإملاء والأرقام والألقاب والنبرة والتنسيق عبر الوثائق.
- تحويل الفعل إلى مصدر — استخدام الاسم بدل الفعل، مثل اتخاذ القرار بدل قرر، مما يطيل الجملة ويضعف وضوحها.

كتابة المراسلات والعروض التجارية يوما بيوم

اليوم 1: المراسلات التجارية في بيئة العمل الرقمية

- حجم الرسائل وازدحام صندوق الوارد — الاختيار بين البريد والمحادثة والمذكرة
- ملامح القراء من عملاء ونظراء وتنفيذيين — تكييف مستوى الخطاب
- أسطر الغرض والإجراء والموعد — رسائل تحظى بالرد
- الصوت المؤسسي واتساق الهوية — السمعة في كل وثيقة
- التدقيق الذاتي لعادات الكتابة من مراسلات نموذجية — أهداف التحسين الشخصي

اليوم 2: اللغة الواضحة والتعبير الموجز

- مبادئ اللغة الواضحة في ISO 24495-1 — نصوص عمل قابلة للاستخدام
- التخلص من المصادر الثقيلة والمبني للمجهول — جمل مباشرة وحيوية
- حذف الحشو والتكرار — رسائل أقصر دون فقدان المعنى
- استبدال المصطلحات المغلقة والاختصارات والعبارات المستهلكة — وضوح لقراء متنوعين
- وحدة الفقرة والجملة المفتاحية — رسائل سهلة المسح

اليوم 3: الرسائل والخطابات الإقناعية

- سطور الموضوع والجمل الافتتاحية — كسب القراءة الأولى
- خطابات الطلب ورسائل الموافقة — تأمين القرارات كتابة
- رسائل الأخبار السلبية والاعتذار عن الطلب — حماية العلاقة مع الرفض
- الردود على الشكاوى وخطابات استعادة الخدمة — استرجاع ثقة العميل
- تسلسلات التصعيد والمتابعة — تحريك المسائل المتعثرة

اليوم 4: النبرة واللباقة والكتابة عبر الثقافات

- طيف النبرة من الرسمي إلى الودي — مواءمة العلاقة والسياق
- استراتيجيات التهذيب والتحوط — رسائل حازمة دون إساءة
- الكتابة للقراء الدوليين وغير الناطقين باللغة الأم — تجنب سوء الفهم
- الصياغة المنصفة والمحترمة — تمثيل عادل للأشخاص
- المحفزات العاطفية في الخلافات المكتوبة — ردود هادئة على الرسائل المتوترة

اليوم 5: العروض ودراسات الجدوى التجارية

- بنى العروض من المشكلة والحل والفائدة والتكلفة — كسب الموافقة
- عبارات القيمة المتمحورة حول العميل — تمييز العطاءات التنافسية
- الرد على المناقصات ومصفوفات الامتثال — تلبية كل متطلبات المشتري
- سرديات دراسة الجدوى للتمويل الداخلي — إقناع أصحاب الميزانيات
- خطابات تغطية العروض ورسائلها المرافقة — الانطباع الأول لدى المقيمين

اليوم 6: مذكرات الإحاطة وأوراق القرار

- نماذج مذكرة الإحاطة في صفحة واحدة — تحديثات سريعة لكبار المديرين
- ترتيب القضية والخلفية والخيارات والتوصية — خيارات واضحة
- أعراف إحاطات القيادات العليا ومجالس الإدارة — لغة محايدة ودقيقة
- نقاط الحديث وملاحظات الكلمات — تهيئة القادة للاجتماعات
- حزم الإحاطة للوفود الزائرة — سياق في أقل مساحة

اليوم 7: السياسات والإجراءات والمحاضر

- صياغة بيان السياسة بنطاقها ومسؤولياتها — عبارات قابلة للتطبيق
- كتابة الإجراءات بخطوات مرقمة — أداء متسق للمهام
- محاضر الاجتماعات وسجلات الإجراءات — توثيق دقيق للقرارات
- الشروط المرجعية ومواثيق اللجان — صلاحيات وعضوية محددة
- التعاميم والإعلانات الداخلية — وضوح على مستوى المؤسسة

اليوم 8: الكتابة للشاشات وأدوات التعاون

- التنسيق للقراءة على الهاتف — عناوين وقوائم ومساحات بيضاء
- آداب منصات المحادثة والتعاون — إيجاز مهني
- التأليف المشترك وتتبع التغييرات — مسودات جماعية نظيفة
- مساعدات الكتابة بالذكاء الاصطناعي والحكم البشري — الدقة والمساءلة
- السرية والوعي بالسجلات في الرسائل — تجنب الإفصاحات المكلفة

اليوم 9: التحرير وأدلة الأسلوب والقوالب

- جولات التحرير الذاتي للبنية والوضوح والدقة — مخرجات خالية من الأخطاء
- تصميم دليل الأسلوب المؤسسي — اتساق الإملاء والأرقام والألقاب
- مكتبات قوالب الخطابات والرسائل والمذكرات — ردود معيارية أسرع
- بروتوكولات تحرير الأقران ولغة الملاحظات — رفع معايير الإدارة
- تقنيات التدقيق للأسماء والأرقام والتواريخ — صمامات المصداقية

اليوم 10: ممارسة حقيبة المراسلات والعروض

- إعادة صياغة وثيقة حية بلغة واضحة — تطبيق التعبير الموجز
- مسودة عرض أو طلب إقناعي — تطبيق البنية والنبرة
- ثنائية مذكرة الإحاطة والمحضر — تطبيق نماذج أوراق القرار
- صفحة دليل الأسلوب ومجموعة القوالب — اتساق الإدارة
- حقيبة المراسلات والعروض — العرض ونقد الزملاء

تطبيق كتابة المراسلات والعروض التجارية بعد الدورة

- إعادة صياغة ثلاثة خطابات أو قوالب رسائل معيارية في القسم بلغة واضحة ونبرة مناسبة، واستبدال النسخ القديمة بعد مراجعة الزملاء.
- إعداد الصفحة الأولى من دليل أسلوب للإدارة تغطي الأرقام والألقاب وعبارات التحية، وتعميمها على الزملاء لاعتمادها.

أسئلة حول كتابة المراسلات والعروض التجارية

ما كتابة المراسلات والعروض التجارية، ولماذا تهم الآن؟

كتابة المراسلات والعروض التجارية هي صنعة إنتاج خطابات ورسائل وعروض وعطاءات واضحة ومقنعة ومتزنة النبرة. وتهم الآن لأن حجم الرسائل كبير، والقراء دوليون، ومسودات الذكاء الاصطناعي ما زالت تحتاج إلى حكم بشري.

من أكثر الأدوار استفادة من دورة كتابة المراسلات والعروض التجارية؟

المديرون والمنسقون وموظفو الحسابات ومالكو السياسات هم الأكثر استفادة. ففي قطاعات مثل البنوك والإنشاءات والضيافة والخدمات العامة يكتب هؤلاء الخطابات والعطاءات والمحاضر والإجراءات التي يتصرف بناء عليها العملاء والزملاء يوميا.

بماذا تختلف دورة كتابة المراسلات والعروض التجارية عن دورة كتابة التقارير؟

تركز على الخطابات والرسائل والعروض والعطاءات لا على التقارير التحليلية الطويلة. فتعمل على الإقناع والنبرة والرد على المناقصات ومذكرات الإحاطة والمحاضر، مع قوالب ودليل أسلوب لمراسلات متسقة.

ماذا ستعود به من دورة كتابة المراسلات والعروض التجارية؟

ستعود بحقيبة المراسلات والعروض التي تضم وثيقة حية معاد صياغتها ومسودة عرض وثنائية مذكرة إحاطة ومحضر، إضافة إلى صفحة دليل أسلوب وقوالب تشاركها مع إدارتك.

كتابة المراسلات والعروض التجارية: الطريق إلى الأمام

تمنح حقيبة المراسلات والعروض كل مشارك وثائق معاد صياغتها وقوالب قابلة لإعادة الاستخدام وصفحة أولى من دليل الأسلوب. وأول استخدام لها يكون في الدفعة التالية من خطابات العملاء أو التعاميم الداخلية، حيث تحدد الصياغة والنبرة. ويستخدمها المديرون الذين يوقعون الوثائق مع الزملاء الذين يعدونها. وبعد شهر من الاستخدام تستحق القوالب مراجعة في ضوء ردود القراء وأسئلتهم.