JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة للمديرين

25 – 29 يناير 2027

سنغافورة

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة للمديرين

المرجع: 97433_2561 **التاريخ:** 25 – 29 يناير 2027 **المكان:** سنغافورة **الرسوم:** GBP 6900

تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة دورة تدريبية مدتها أسبوع للمديرين وقادة الفرق الذين ينقلون القرار نفسه إلى الموظفين والزملاء والرعاة والعملاء بصيغ مختلفة، ويخرج المشاركون منها بمصفوفة الرسائل حسب الجمهور والقناة. فالرسائل تنتقل اليوم عبر المحادثات الفورية والاجتماعات المرئية واللقاءات المفتوحة والمذكرات المكتوبة في وقت واحد، وأي عدم توافق بين المحتوى والجمهور والقناة يكلف المدير مصداقيته. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة في تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة.

لماذا يهم تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة الآن

تتلقى الفرق الهجينة والموزعة معظم رسائل القيادة عبر الشاشات، حيث تصعب قراءة النبرة ويقصر الانتباه. ويتوقع الموظفون أن يشرح القائد أسباب القرار لا القرار وحده، بينما يريد الرعاة في الإدارة العليا الخلاصة في الجملة الأولى. وقد ضاعفت منصات المراسلة عدد القنوات المتاحة للمدير، والاختيار الخاطئ، كإعلان تغيير حساس في مجموعة محادثة، قد يضر بالثقة لأشهر. فالمنظمات التي يكيف مديروها البنية والنبرة والوسيلة تحافظ على الاتساق خلال التغيير، أما التي تبث نسخة واحدة للجميع فتولد الشائعات وإعادة العمل وفتور الحماس. وترتكز الدورة على تصميم الرسائل عمليا لا على نظرية اتصال بعينها.

المستفيدون من تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة

- مديرون يحولون قرارات الإدارة العليا إلى تعليمات وأسباب واضحة لفرقهم
- قادة فرق يرفعون الإحاطات إلى الرعاة ولجان التوجيه حول التقدم والمخاطر
- قادة مطالبون بإبلاغ أخبار غير مرغوبة عن عبء العمل أو الأداء أو إعادة الهيكلة
- مديرون ينسقون فرقا هجينة أو موزعة عبر عدة منصات مراسلة
- مشرفون يمثلون وحداتهم أمام العملاء والشركاء والإدارات الأخرى

وتستفيد طبقة إدارية من إدارة واحدة أكثر حين يحضر عدد من أعضائها، إذ يتفقون على صيغ رسائل موحدة وقواعد لاختيار القنوات في نطاقهم.

قدرات تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة

يتدرب المشاركون على صياغة رسالة محورية واحدة في نسخ تناسب كل مستمع وموقف ووسيلة.

- تقييم اهتمامات كل جمهور ومعرفته المسبقة ومستوى التفصيل الذي يفضله — لتحديد طريقة تأطير الرسالة
- تصميم بنية تبدأ بالخلاصة ثم الأسباب ثم طلب واضح — لخدمة الرعاة في الإدارة العليا
- توظيف قصص قيادية قصيرة تجعل التغيير أو الأولوية ملموسة — لخدمة الفرق أمام توجه جديد
- إيصال الأخبار الصعبة بهدوء ووضوح مع صون الكرامة — لخدمة الموظفين المتأثرين
- الموازنة بين القنوات المتزامنة وغير المتزامنة حسب الإلحاح والحساسية والانتشار — لاتخاذ قرار اختيار القناة
- بناء الحضور الصوتي والبصري واللفظي في اللقاءات المباشرة وأمام الكاميرا — لتعزيز المصداقية أمام كل جمهور

مصطلحات تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة الأساسية

- رسم خريطة الجمهور — تحديد كل فئة تتلقى الرسالة وما تعرفه وما تخشاه وما يلزمها فعله بعد ذلك.
- الخلاصة أولا — بنية تذكر الاستنتاج أو الطلب في الجملة الأولى قبل تقديم التفاصيل الداعمة.
- ثراء القناة — مقدار ما تحمله الوسيلة من نبرة وتعبير وتغذية راجعة فورية، من الحوار المباشر إلى الإشعار المكتوب.
- القناة غير المتزامنة — وسيلة كالبريد الإلكتروني أو الفيديو المسجل أو المحادثة يقرأ فيها المتلقي ويرد في وقت لاحق.
- تسلسل الرسالة — الترتيب المخطط لوصول الرسالة إلى الفئات المختلفة بحيث لا تسمعها أي فئة من مصدر غير مباشر أولا.
- الحضور القيادي — مزيج الصوت والوقفة والوضوح والاتزان الذي يدفع الجمهور إلى الثقة بالمتحدث واتباعه.

تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة يوما بيوم

اليوم 1: الجماهير والقنوات وبيئة الرسائل

- مصفوفة رسم خريطة الجمهور — الاهتمامات والمعرفة والإجراءات المطلوبة لكل فئة
- طيف ثراء القنوات — مواءمة الحساسية والإلحاح مع الوسيلة المناسبة
- أنماط التواصل في الفرق الهجينة — الوصول إلى العاملين عن بعد وفي الموقع بالتساوي
- ترتيب تسلسل الرسالة — تجنب التسريبات غير المباشرة والشائعات
- تدقيق عادات المراسلة الشخصية — رصد الأنماط التلقائية التي تخطئ الهدف

اليوم 2: بناء الرسالة المحورية

- بنية الخلاصة أولا — إحاطة الرعاة في الإدارة العليا بإيجاز
- مخطط الموقف والتعقيد والحل — تأطير المشكلات لمتخذي القرار
- رسالة محورية واحدة وثلاثة أدلة داعمة — إبقاء الانتباه على الأولويات
- نسخ الرسالة حسب الجمهور — تكييف التفاصيل للموظفين والزملاء والعملاء
- انضباط المذكرات والبريد الإلكتروني — العناوين والطلبات والمهل الزمنية

اليوم 3: الحضور والقصة في مختلف المواقف

- إيقاع الصوت والتوقف والإسقاط — الحفاظ على الانتباه في الإحاطات المباشرة
- أساليب الحضور أمام الكاميرا — الإطار وخط النظر والطاقة في الاجتماعات المرئية
- بنية القصة القيادية القصيرة — جعل التغيير ملموسا للفرق
- صيغ اللقاءات المفتوحة والاجتماعات القصيرة — الاختيار بين البث والحوار
- التعامل مع الأسئلة الصعبة مباشرة — الحفاظ على الاتزان تحت التدقيق

اليوم 4: الرسائل الصعبة والقنوات الحساسة

- ورقة التحضير للمحادثة الصعبة — الحقائق والأثر والنتيجة المرجوة
- إبلاغ الأخبار غير المرغوبة فرديا — الوضوح والتعاطف والخطوات التالية
- الإعلانات الجماعية عن التغيير — ترتيب القادة والفرق والعملاء
- ضبط النبرة في المحادثات المكتوبة — منع التصعيد في السلاسل غير المتزامنة
- حلقات الإصغاء اللاحقة — التحقق من الفهم بعد الرسائل الحساسة

اليوم 5: ممارسة تكييف الرسائل القيادية

- محاكاة إحاطة متعددة الجماهير — تطبيق نسخ الرسالة على سيناريو واقعي
- عيادة اختيار القنوات — اختبار الخيارات وفق الحساسية والانتشار
- إلقاء مسجل مع تغذية راجعة من الأقران — صقل الحضور وتوظيف القصة
- تمرين على الرسالة الصعبة — إبلاغ أخبار غير مرغوبة أمام مراقبين
- استكمال مصفوفة الرسائل حسب الجمهور والقناة — الاتفاق على صيغ الربع القادم

تطبيق تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة بعد الدورة

- رسم خريطة الجمهور للإعلان المهم القادم وتخطيط تسلسل الرسالة والقناة المناسبة لكل فئة
- إعادة كتابة الإحاطة المقبلة للراعي ببنية الخلاصة أولا وسؤاله عن وضوح الطلب

أسئلة حول تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة

ما تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة، ولماذا يهم الآن؟

تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة هو صياغة رسالة محورية واحدة في نسخ ووسائل تناسب كل مستمع. ويهم الآن لأن الفرق الهجينة تتلقى معظم الرسائل عبر الشاشات، وسوء التوافق بين المحتوى والجمهور والقناة يضعف الثقة سريعا.

من أكثر المستفيدين من تدريب تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة؟

أكثر المستفيدين هم المديرون وقادة الفرق الذين يرفعون الإحاطات وينقلون القرارات ويبلغون الأخبار الصعبة. ويستفيد بشكل خاص قادة الفرق الهجينة الذين يتنقلون بين المحادثات والاجتماعات المرئية واللقاءات المباشرة، والمشرفون الذين يمثلون وحداتهم أمام العملاء.

كيف يختلف تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة عن دورة الخطابة أو العروض التقديمية؟

يغطي تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة كل وسيلة وكل جمهور يواجهه المدير. أما دورة الخطابة أو العروض التقديمية فتركز على إلقاء كلمة واحدة من المنصة، دون اختيار القنوات أو الرسائل المكتوبة أو المحادثات الفردية الصعبة.

ماذا تعود به من تدريب تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة؟

تعود بمصفوفة الرسائل حسب الجمهور والقناة التي تحدد جماهيرك الرئيسية وصيغة الرسالة التي تحتاجها كل فئة والقناة المفضلة للأخبار الاعتيادية والحساسة وترتيب الإعلانات، جاهزة للاستخدام مع فريقك.

تكييف الرسائل القيادية حسب الجمهور والقناة: الطريق إلى الأمام

توجه مصفوفة الرسائل حسب الجمهور والقناة أولا طريقة إعلان المدير عن التغيير المهم القادم ولمن يعلنه أولا. ويشاركها المديرون مع نوابهم وشركاء الاتصال المؤسسي لتبقى الإحاطات متسقة. وبعد استخدامها الأول يستحق الأمر مراجعة القنوات التي قرأتها كل فئة وتفاعلت معها فعلا، لا القنوات التي افترضت في البداية.