



جامعة محمد الشريف مساعديّة- سوق أهراس
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المحور الثاني

المحاضرة 09: الرسائل التجارية

المبحث الثالث - رسائل الأعمال (التجارية)

تختلف رسائل الأعمال عن الأنواع الأخرى من الرسائل، في أنها رسائل تستخدم لغة تهدف إلى بناء وإدامة علاقات دافئة ودائمة بين أطراف عملية الاتصال لخدمة مصالحها المشتركة.

1- مؤهلات كاتب الرسالة: ليس كل فرد داخل المؤسسة لديه القدرة والمعرفة التي تمكنه من كتابة رسالة أعمال ناجحة. ومن المؤهلات الواجب توفرها في كاتب الرسالة:

- إجادة اللغة من حيث القواعد وتركيب الجمل وتسلسل الأفكار، وعدم ارتكاب الأخطاء.
- المعرفة بموضوع الرسالة وهي مشكلة يواجهها معظم الموظفين الجدد. خاصة مع نقص الخبرة في موضوع المراسلات بين المؤسسة وغيرها من المؤسسات التي ترتبط معها بعلاقات تبادل تجاري أو مصالح مشتركة.
- الخبرة العملية في التعامل التجاري ومعرفة وفهم المصطلحات التجارية المستخدمة في مجالات الأعمال المختلفة.
- القدرة على تكييف الرسالة بما يتناسب مع طبيعة المرسل إليه.

2- الاعتبارات الواجب مراعاتها في كتابة رسائل الأعمال: من الضروري أن تتضمن الرسالة العديد من عناصر الذب التي تثير انتباه القارئ واهتمامه والتأثير فيه. مثل استخدام الكلمات والعبارات القوية والفعالة والايجابية التي تلبى توقعات العميل المستهدف وتتبنى حاجاته، وتعزز مصداقية المرسل، وتسهم في بناء السمعة الجدية للمؤسسة، وتحقق وظيفة العلاقات العامة من خلال تعزيز العلاقة مع المجتمع. من الاعتبارات الواجب مراعاته في كتابة مضمون الرسالة ما يلي¹:

1.2- التوجه نحو القارئ: بوعي أو من دونه، مستلم الرسالة يسأل نفسه: " هل من منفعة لي في هذه الرسالة أم لا" فإذا كان الجواب بالنفي، فلن يبذل أي جهد لقراءتها. فمستلم الرسالة ليس مستعد أن يضيع وقته في قراءة رسالة لا تحقق له أي فائدة. ومع ذلك، يجب الاعتراف أن توجيه مضمون الرسالة لتلبية حاجات القارئ ليس سهلاً. خاصة في الحالات التي يريد فيها المرسل إحداث تغيير في موقف أو اعتقاد قارئ الرسالة، أو في حالة إبلاغ أخبار سيئة. لكي يتم تكييف الرسالة لتلبية حاجات القارئ، يجب مراعاة ما يلي:

- **الإحساس لحاجات القارئ:** ويتم ذلك من خلال: استخدام الكلمات والعبارات التي تظهر الاهتمام برغباته وحاجاته واهتماماته وتوقعاته.
- **مراعاة معايير التعامل الجديد (Etiquette):** عندما يتم مراعاة اللباقة في عبارات الرسالة ومفرداتها، فهذا مؤشر على الاحترام مما يعزز فرص النجاح لعملية الاتصال. مثال: تجنب

¹ غازي أبوزيتون، اتصالات الأعمال، مرجع سابق، ص ص: 251-261.

تحكيم العواطف واستخدام مصطلحات حادة وغير لبقة في حالات عدم الرضا أو الإحباط، قد يفاقم الأمور نحو الأسوأ، لذا، فإن الدبلوماسية وضبط النفس سيعطي نتائج أفضل.

- **التأكيد على الجوانب الإيجابية:** توجد الكثير من المواقف التي تفرض توصيل أخبار سيئة للآخرين. في الواقع، يتردد البعض في توصيل الأخبار السيئة إلى مرؤوسهم أو رؤسائهم. لذا، على المتصل "محرر الرسالة" أن يدرك هذه الحقيقة، وأن تتوفر لديه المهارة التي تمكنه من نقل الخبر بشكل ايجابي، وبالتالي، تخفيف درجة تأثير الخبر السيء على القارئ، ويجعله أكثر قبولاً دون أن يفسد العلاقة بينه وبين الآخرين. كما قد يواجه بعض المدراء موقف تستدعي انتقاد مرؤوسهم من اجل تصحيح الأخطاء التي يرتكبونها في العمل. في هذه الحالة يجب عدم التركيز على الأخطاء فقط ولومهم على ذلك، بل ضرورة التركيز على مساعدتهم في ماذا يمكن لهم أن يعملوه لتحسين أدائهم.

- **تجنب اللغة التي تظهر معاني التحيز:** لنجاح عملية الاتصال في تحقيق الأهداف، يفترض بالمتصل تجنب استخدام لغة يفهم من خلالها التقليل من شأن المرسل إليه، أو التسبب في إيذائه. لذا، يجب مراعاة عدم تضمين الرسالة كلمات أو عبارات تصنف الناس وتصفهم بصفات معينة بشكل غير عادل أو غير أخلاقي بناء على الجنس أو الأصول أو العمر أو الإعاقات أو غير ذلك. لما تسببه من أذى نفسي يؤدي إلى الرفض وعدم الرغبة في التعاون، وما يترتب على ذلك من نتائج سلبية في تخفيف العلاقات واحتمالات الصراع. وهكذا، فإن إقامة علاقات دائمة مع الآخرين، يتطلب التعامل معهم من مسافة واحدة ومعاملتهم بعدالة.

2.2- بناء علاقات قوية مع الجمهور المستهدف: إن التركيز على حاجات ورغبات الجمهور هو أمر حيوي للاتصال الفعال. ومع ذلك، فإن للمرسل أهداف يريد أن يحققها من خلال الرسالة. لكن كيف يمكن للمرسل أن يحقق أهدافه وفي نفس الوقت يحافظ على علاقات جيدة مع الجمهور المستهدف؟ إن تحقيق ذلك، يعتمد على قدرة المتصل في بناء جسور الثقة والاحترام المتبادل بينه وبين جمهوره من خلال:

- المصادقية في القول والفعل.
- الموضوعية في تقييم الأشياء بعيداً عم العواطف والميول الشخصي.
- الوعي الكافي والاهتمام بضرورة تلبية حاجات الجمهور.
- الثقة بالنفس وإظهار للجمهور القدرة على الوفاء بالوعود.
- دعم ما يتم توصيله للجمهور بالأدلة والبراهين بعيداً عن التهويل والتضخيم في استخدام المصطلحات الرنانة "الفضفاضة". مثل "نحن في شركة السنابل لدينا خبرات هائلة، وأجهزة غاية في الدقة".
- عدم المبالغة في المجاملة والتقدير والاحترام.

3.2- اختيار الكلمات المناسبة: من الأشياء الواجب مراعاتها في كتابة الرسائل الفعالة، اختيار الكلمات بعناية من حيث:

- استخدام الكلمات في أماكنها الصحيحة.
- اختيار الكلمات الأكثر ملاءمة لإعطاء المعنى المستهدف في الرسالة.
- استخدام كلمات قوية تعكس أفكار المرسل بوضوح.
- اختيار الكلمات الأكثر شيوعاً، مع ملاحظة أن الكلمات الأكثر شيوعاً للمرسل قد لا تكون كذلك بالنسبة للقارئ.

4.2- التأكيد على المواضيع والنقاط الهامة في الكتابة: من أجل جذب انتباه القارئ إلى المواضيع

- الأكثر أهمية في الرسالة، يستطيع الكاتب استخدام الأساليب التالية:
- الإشارة إلى المواضيع الهامة في الجملة الأولى أو الأخيرة.
- استخدام المسافات، مما يساعد القارئ في الانتقال بين الفقرات بسهولة.
- استخدام الأساليب الميكانيكية. مثل: وضع خط تحت العبارة، أو استخدام الحروف المائلة، أو تضخيم الأحرف، أو الألوان.

5.2- اختيار المدخل المناسب في الكتابة: في كتابة الرسائل، يستطيع المحرر المفاضلة بين أسلوبين

من الكتابة: المدخل المباشر، والمدخل غير المباشر. إن اختيار أي واحد من هذه المداخل وتفضيله على الآخر يعتمد على مجموعة من المعايير منها:

- **مضمون الرسالة:** تتضمن بعض رسائل الأعمال أخباراً سارة أحياناً، وأخباراً سيئة أحياناً أخرى. وتسمى الرسائل في الحالة الأولى "الرسائل الايجابية أو العادية" وفي الحالة الثانية تسمى الرسائل "السلبية".

في الرسائل الايجابية عادة ما يختار المرسل الأسلوب المباشر في الكتابة، حيث يبدأ مباشرة في إعلان الخبر دون مقدمات، كون هذا الخبر إما أنه عادي لعدم وجود أي تأثير سلبي على القارئ، أنه خبر سار يشعره بالفرح، لذلك لا يحتاج إلى مقدمات من قبل المرسل لجعله يتقبل مضمون الرسالة.

أما الرسائل السلبية، عادة تحمل أخباراً غير سارة للقارئ تشعره بعدم الرضا والحزن، وقد يرافقها سلوكيات سلبية تعتمد في شدتها على درجة تأثير الخبر السيء على القارئ. لذا، من أجل تخفيف تأثير الخبر السيء على القارئ، وجعل مضمون الرسالة أكثر قبولاً للقارئ، يفضل استخدام الأسلوب غير المباشر في تحرير الرسالة.

- **العلاقة مع القارئ:** تلعب نوع ودرجة العلاقة مع القارئ دوراً مهماً في اختيار الأسلوب المناسب في الكتابة. فإذا كان المرسل يرتبط بعلاقة قوية مع المرسل إليه، فغالباً ما يستخدم الأسلوب غير المباشر في توصيل الأخبار السيئة، وقد يسبقه تلميحات شفوية قبل البدء في الكتابة.

- **مستقبل الرسالة:** تؤثر شخصية قارئ الرسالة وردود فعله في اختيار أسلوب الكتابة المناسب. فالشخصية الانفعالية غالباً ما تتصف ردود فعلها للأخبار السيئة بالتسرع مما يدفعهم لسلوكيات وأفعال غير مدروسة العواقب. هذا النوع من الشخصيات يتطلب استخدام الأسلوب غير المباشر في توصيل الأخبار السلبية كوسيلة مثلى للتعامل مع مثل هذه الحالات. مما سبق أن المدخل غير المباشر هو الأكثر استخداماً والأكثر فاعلية في كتابة الرسائل السلبية، على الرغم من أن سياسات وثقافات بعض المؤسسات تستخدم المدخل المباشر بغض النظر عن النتائج المحتملة من استخدام هذا المدخل. ويظهر هذين المدخلين:
- 1.5.2- المدخل المباشر (the Direct Approach):** يتكون هيكل الرسالة بناء على هذا المدخل من ثلاث مراحل:

- البدء بإعلان الخبر السيئ بوضوح؛
- بيان الأسباب والمعلومات الإضافية؛
- الإغلاق الإيجابي.

من مزايا هذا الأسلوب في الكتابة: (1) يجعل الرسالة قصيرة نسبياً مقارنة بالأسلوب غير المباشر. (2) تمكن القارئ من الوصول للفكرة الرئيسية للرسالة بوقت قصير.

- **2.5.2- المدخل غير المباشر (the Indirect Approach):** يستخدم هذا الأسلوب من أجل توصيل الخبر السلبي تدريجياً إلى القارئ مما يساعد في قبوله واستيعابه بشكل أفضل. ويتكون هيكل الرسالة بناء على هذا المدخل من أربع مراحل:

- **التمهيد للخبر السيء:** وهو فقرة محايدة أو ملائمة يبدأ بها الكاتب الرسالة من أجل التمهيد للخبر السلبي.
- **بيان الأسباب وأبي معلومات إضافية:** إن الهدف من هذه المرحلة، هو إقناع القارئ بأن القرار المتخذ عادل ومنطقي وله ما يبرره. وإذا ما تم صياغة الأسباب بطريقة جيدة، فسيقود القارئ إلى ما تريد توصيله قبل أن يقره لذا يجب أن تكتب الأسباب بشكل مفصل، ودبلوماسي وموضوعي مع مراعاة عدم الاعتذار.
- **إعلان الخبر:** بعد التمهيد وبيان الأسباب يكون القارئ قد تهيأ للخبر السيء، حيث يتم في هذه المرحلة عرض الخبر السيء بوضوح واحترام. ومن الاعتبارات الواجب مراعاتها في تقديم الخبر السيء:
- عدم التركيز على الخبر السيء أو إعطائه مساحة كبيرة من الرسالة.
- وضع الخبر السيء في منتصف الفقرة أو في نهايتها.

- **الإغلاق الإيجابي:** يعد الإغلاق الإيجابي على درجة كبيرة من الأهمية للمؤسسة وللقارئ. وعلى المرسل أن يضع في ذهنه أن خاتمة الرسالة هو ما سيبقى في ذهن القارئ لمدة زمنية طويلة، حتى لو كان محبطاً من القرار. ومن الاعتبارات الواجب مراعاتها في إغلاق الرسالة:
 - إظهار الاحترام والتعظيم للقارئ.
 - تقديم بدائل إذا كانت متوفرة.
 - عدم الاعتذار عن القرار المتخذ.
 - التقليل من أي احتمال لمزيد من الاتصال أو المراسلات حول الموضوع مستقبلاً. إلا إذا كان هناك احتمال مراجعة القرار مستقبلاً.