

## المحاضرة رقم (08): رسائل الأعمال

### أولاً: تعريف رسائل الأعمال

رسائل الأعمال هي الرسائل المتعلقة بأمور تجارية خالصة، تكون بين محترفي الأعمال - التجار وعملائهم وكل من تربطهم بهم علاقة تجارية، حيث يتم كتابتها وتداولها بين مراسلي الأعمال تحتوي على معلومات تجارية من شأنها أن تساعد على القيام بالأعمال التجارية على أحسن وجه ، ومن خلالها يحافظ رجال الأعمال على علاقاتهم التجارية وعملائهم .

### ثانياً: هدف رسائل الأعمال

تهدف رسائل الأعمال إلى بناء أو محاولة بناء علاقات دائمة بين رجال الأعمال وعملائهم خدمة للمصالح المشتركة بينهما، ولتحقيق هذه الأهداف تقع مسؤولية كتابتها وإخراجها على أحسن وجه على عاتق المسؤول عن منظمة الأعمال، لأجل ذلك ينبغي صياغتها باحترام عدة ضوابط .

### ثالثاً: القواعد العامة لتحضير رسائل الأعمال

لتحقيق الاتصال في عالم الأعمال الغايات المنشودة منه ينبغي أن يحوز المحرّر مؤهلات تجعله قادراً على بناء علاقات جيّدة مع المتلقين لها، لذلك يستند تحرير هذا النوع من الرسائل على قواعد موضوعية وأخرى شكلية كالتالي:

1- مؤهلات محرر رسائل الأعمال : تتطلب رسائل الأعمال الناجحة مؤهلات خاصة ينبغي توافرها في محررها يمكن تلخيصها فيما يلي:

- التحكم في قواعد اللغة من حيث تركيب الجمل، تسلسل الأفكار، تجنب الأخطاء ... ؛

- الإلمام بموضوع رسالة الأعمال المراد توجيهها؛

- الخبرة في مجال التعامل التجاري والمصطلحات التجارية المتعارف عليها في عالم الأعمال؛

- القدرة على تكييف الرسالة بما يتناسب وطبيعة المستقبل؛

2- القواعد الموضوعية لتحضير رسائل الأعمال : حتى تؤدي رسائل الأعمال الأهداف التي يسعى رجل

الأعمال لبلوغها وتحقيقها، ينبغي التزام الاعتبارات الموضوعية الآتية:

- التوجه نحو المتلقي وذلك بالتركيز على اهتمامه باستعمال ضمير "أنت بدلا من التركيز على اهتمام المرسل.

- الوضوح: مفاده أن تُظهر رسالة الأعمال فكرتها بشكل مباشر وواضح بلغة بسيطة لا يجد المتلقي صعوبة في فهمها؛

- الإيجاز: مفاده استخدام الحد الأدنى من الكلمات وتجنب التفاصيل غير الضرورية حتى يتسنى جذب انتباه المتلقي وتركيزه على موضوع الرسالة؛

- الشمولية مفادها احتواء رسالة الأعمال على مختلف النقاط الأساسية التي من المتوقع أن يعرفها المتلقي، ذلك أن التفاصيل الجزئية في رسائل الأعمال يمكنها أن تحدث تغذية عكسية سلبية.

- روح التفاؤل : وذلك من خلال التركيز على الجوانب الإيجابية لرسالة الأعمال .

- تجنب العبارات التي تظهر نبرة التحيز .

- الحرص على بناء علاقات متينة مع الجمهور المستهدف؛

- التأكيد على النقاط الهامة في رسالة الأعمال من أجل جذب ولفت انتباه المتلقي، لذلك يُستحسن الإشارة إلى المواضيع الهامة في الجملة الأولى والأخيرة منها كونها الجمل التي تشد انتباهه بصورة أكثر؛

- اختيار الكلمات المناسبة لموضوع رسالة الأعمال واستخدامها في أماكنها الصحيحة والمناسبة والملائمة لمحتوى ومضمون الرسالة، واستخدام كلمات قوية وأكثر شيوعا؛

- السرعة في الردّ على رسائل الأعمال؛

- الملاءمة مفادها الأخذ بعين الاعتبار الفئة المستهدفة واختيار النغمة والأسلوب المناسبين؛

- الحرص على ترك المسافات بين أجزاء رسالة الأعمال: حتى يتسنى للمتلقي الانتقال بين فقراتها بسهولة ؛

- اختيار المدخل المناسب : وهو اختيار مرهون بعدة متغيرات:

\* بمضمون رسالة الأعمال، فمتى كانت تتضمن نقل أخبار إيجابية تعين استخدام الأسلوب المباشر دون مقدمات كون الأمر لا يحتمل وجود تأثير سلبي على المتلقي، أما إذا كانت تتضمن نقل أخبار سيئة فيتعين استخدام الأسلوب غير المباشر؛

\* وبالعلاقة المرسل مع المتلقي، فمتى كانت قوية تعين اختيار الأسلوب غير المباشر لاسيما في نقل الأخبار السيئة؛

\* وبمستقبل الرسالة، ذلك أن شخصيته تؤثر كثيرا في اختيار أسلوب الكتابة المناسب.

3- القواعد الشكلية لتحري رسائل الأعمال: تقوم رسائل الأعمال على بنية شكلية مختلفة عن البنية الشكلية للرسائل الأخرى سواء كانت رسائل شخصية أو إدارية.

- العنوان: أي عنوان الجهة المصدرة لرسالة الأعمال، يُدون أعلى المحرّر ، وعادة ما يستعمل المرسل رأس الرسالة المطبوعة المحتوية على الاسم العنوان الكامل دون اختصار خط العمل أرقام الهاتف الفاكس البريد الإلكتروني ....

- التاريخ: يُكتب أعلى رسالة الأعمال مع تفضيل كتابة الشهر بالأحرف؛

- الموضوع: أي ماهية رسالة مباشرة بعد عبارة التحية، مثلا زبائننا الأعزاء زبائننا الكرام....؛

- المرجع: أي ما تم الاستناد إليه في الرد على رسالة الأعمال،

- نص الرسالة: وهو الجزء الأكثر أهمية؛ أي جسم الرسالة والغرض منه هو نقل مضمونها وانتظار استجابة المتلقي وينبغي هنا التأكيد على وجوب احترام القواعد الموضوعية السابق الإشارة إليها عند تحرير نص رسالة الأعمال وتصميمها تصميمًا دقيقًا يضمُّ الأجزاء الآتية:

\* جملة افتتاحية يُفترض فيها أن تجذب وتلفت انتباه المتلقي؛

\* عرض أو فقرة رئيسية يُفترض فيها أن تغطي جميع النقاط ذات الصلة التي يريد المحرر نقلها بعبارة بسيطة دقيقة وواضحة لا لبس فيها؛

\* جملة إختتامية تشير إلى توقعات المرسل متبوعة بعبارة مجاملة.

- التوقيع: يتم وضعه أسفل ويسار الرسالة التجارية؛

- المرفقات: حيث يمكن إرفاق رسائل الأعمال بمرفقات حسب الحاجة مثلا: قائمة الأسعار، الكتالوج ..
- الورق المستخدم للحصول على انطباع جيد بخصوص رسائل الأعمال ينبغي استعمال نوعية جيدة من الورق من شأنها أن تبرز الحروف بوضوح وتتيح القراءة بسهولة؛
- هوامش الورقة: ينبغي ترك هوامش لمختلف اتجاهات الورق حتى تعطي انطباعا جيدا عن مضمونها؛
- المظروف ينبغي أن يكون متناسبا مع حجم الورق المستخدم؛
- طي الرسالة: ينبغي طي رسالة الأعمال بشكل مُناسب حتى لا تبدو كبيرة الحجم مما قد يؤثر على ردة فعل المتلقي.