

# إعداد التقارير الإدارية باحترافية

دليل مختصر ونماذج عملية للشكل والمضون



تأليف الدكتور سعد جبر

وكيل كلية الإعلام بجامعة واشنطن الأمريكية

— طبعة 2026 —

## إعداد

# التقارير الإدارية باحترافية

دليل مختصر ونماذج عملية للشكل والمضمون

كل ما تحتاجه لتقديم

تقارير مؤثرة في نصف الوقت



# المحتويات

## تقديم

- لماذا هذا الكتاب؟
- لمن يصلح هذا الكتاب؟
- كيف تستفيد منه بأقصى سرعة؟
- أيقونات وإرشادات الاستخدام

## القسم الأول: المدخل السريع لعالم التقارير

### 1.1 ما التقرير الإداري؟ وأنواعه؟

- تعريف التقرير الإداري
- أنواع التقارير (حسب الهدف - حسب التوقيت - حسب المستوى الإداري)
- الفرق بين التقرير الجيد والتقرير العادي

### 1.2 5 أسئلة قبل كتابة أي تقرير

- لماذا أكتب هذا التقرير؟ (الهدف)
- لمن أكتبه؟ (القارئ)
- ماذا يريد القارئ أن يعرف بالضبط؟
- ما القرار المتوقع بعد قراءته؟
- ما هي أفضل صيغة لتقديمه؟

### 1.3 دورة حياة التقرير (خريطة ذهنية)

- من الفكرة إلى التسليم
- الوقت المخصص لكل مرحلة

## ● 1.4 نموذج تطبيقي: ورقة عمل الأسئلة الخمسة (قابل للتعبئة)

### القسم الثاني: المضمون (جوهر التقرير) (25 صفحة)

#### 2.1 جمع المعلومات بذكاء

- مصادر المعلومات (داخلية - خارجية)
- أدوات الجمع السريع (استبيانات - مقابلات - ملاحظات)
- كيف تميز المعلومات المهمة من الثانوية؟

#### 2.2 تحليل المعلومات وترتيبها

- طريقة الهرم المقلوب في التقارير (الأهم فالمهم)
- تصنيف المعلومات (قرارات - استنتاجات - أرقام - تفاصيل داعمة)
- تخلص من "الحشو" خلال 3 دقائق

#### 2.3 هيكلية المحتوى (التقسيم المنطقي)

- المقدمة: ماذا تكتب فيها بالضبط؟
- الجسم: تقسيم الفقرات وعناوينها الداخلية
- الخاتمة: ماذا تتضمن؟ ومتى نستغني عنها؟
- التوصيات: كيف تصيغها لتُقرأ وتُنفذ؟

#### 2.4 لغة التقارير الفعالة

- كن واضحاً ومباشراً (تجنب الإنشاء)
- الجمل القصيرة وأثرها
- أفعال قوية مقابل أفعال ضعيفة
- ضمير المتكلم في التقارير: متى نستخدم "أنا" و"نحن"؟

#### ● 2.5 أخطاء شائعة في المضمون (قائمة سريعة)

## ● 2.6 نماذج تطبيقية:

- نموذج هيكل تقرير جاهز
- نموذج صياغة توصيات (ضعيف → قوي)
- ورقة عمل تحليل المعلومات

## القسم الثالث: الشكل (العرض البصري)

### 3.1 التنسيق العام للتقرير

- خطوط مناسبة للتقارير (حجم - نوع - تباين)
- هوامش وتنسيقات احترافية
- الترقيم والتسلسل المنطقي
- غلاف التقرير: متى نحتاجه؟ وكيف نصنعه؟

### 3.2 فن كتابة العناوين

- العنوان الرئيسي: كيف تختاره؟
- العناوين الداخلية: هرمية واضحة
- عناوين جانبية لجذب الانتباه

### 3.3 التعامل مع الفقرات

- طول الفقرة المناسب
- الفقرات المقروءة سريعاً (scannable paragraphs)
- استخدام النقاط والقوائم

### 3.4 الجزء الرقمي: الأرقام والجداول

- متى نستخدم الأرقام في النص؟
- متى نستخدم الجداول؟
- تصميم جدول احترافي (عناوين - ألوان - تنسيق)

- نموذج: جدول مقارنة بين خيارين

### 3.5 الجزء التصوري: الرسوم البيانية

- أنواع الرسوم البيانية:
  - رسم بياني خطي (الاتجاهات)
  - رسم بياني عمودي (المقارنات)
  - دائري (النسب المئوية)
  - مساحي (التوزيع)
- متى نستخدم كل نوع؟
- أدوات سريعة لإنشاء الرسوم ( - Canva - Excel أونلاين)
- نموذج: رسم بياني قبل وبعد التحسين

### 3.6 المخططات التنظيمية والانسائية

- متى نستخدم المخطط التنظيمي؟
- متى نستخدم Flowchart؟
- أدوات بسيطة لرسمها

### 3.7 استخدام الصور والرموز

- الصور في التقارير: متى تفيد ومتى تضر؟
- الأيقونات والرموز التوضيحية
- مصادر مجانية للصور والرموز

### 3.8 التلوين الذكي في التقارير

- سيكولوجية الألوان في العمل
- الألوان المناسبة للعناوين
- تلوين الخلايا في الجداول

- تدرجات لونية احترافية
  - لوحة ألوان مقترحة لتقاريرك
  - خطأ شائع: فوضى الألوان
- 3.9 التذييل والملاحق في نهاية التقرير
- 3.10 نماذج تطبيقية شاملة:

- الصفحة الواحدة قبل وبعد التحسين
- تقرير كامل بصيغتين (ضعيفة → محسنة)

## القسم الرابع: نماذج عملية متكاملة

### 4.1 نموذج تقرير يومي / أسبوعي

- متى نستخدمه؟
- هيكله المقترح
- نموذج جاهز (قابل للتعبئة)

### 4.2 نموذج محضر اجتماع احترافي

- الفرق بين محضر الاجتماع والتقرير
- العناصر الأساسية
- نموذج محضر اجتماع

### 4.3 نموذج تقرير حالة مشروع (Project Status)

- ما الذي يهتم المدير في تقرير المشروع؟
- مؤشرات الأداء الرئيسية
- ألوان المخاطر (أحمر - أصفر - أخضر)
- نموذج تقرير حالة مشروع

#### 4.4 نموذج تقرير تحليل مشكلة

- هيكل حل المشكلات في التقارير
- ● نموذج: تحليل مشكلة + حلول مقترحة

#### 4.5 نموذج تقرير توصية بقرار

- متى نكتبه؟
- مقارنة البدائل (معايير - تقييم)
- ● نموذج: دراسة خيارين + توصية

#### 4.6 نموذج تقرير متابعة أداء (KPIs)

- المؤشرات الأساسية
- التمثيل البياني للأداء
- ● نموذج: لوحة مؤشرات أداء

#### 4.7 نموذج تقرير مالي مبسط

- للأقسام غير المالية
- ● نموذج: تقرير مصروفات وإيرادات

#### 4.8 نموذج تقرير دراسة جدوى مبدئية

- العناصر الأساسية
- ● نموذج مبسط

#### 4.9 نموذج تقرير زيارة / مهمة

- ● نموذج: تقرير زيارة عميل أو فرع

#### 4.10 نموذج عرض تقديمي (تحويل التقرير إلى PPT)

- كيف تختصر تقريرك في 10 شرائح؟
- ● نموذج: تقرير وعرضه التقديمي

## القسم الخامس: أدوات واختصارات للمحترفين

### 5.1 اختصارات برامج مهمة

- Word: اختصارات لتنسيق سريع
- Excel: اختصارات لجداول ورسوم احترافية
- PowerPoint: تحويل الأفكار إلى شرائح بسرعة

### 5.2 قوالب جاهزة (روابط تحميل)

- رابط تحميل جميع نماذج الكتاب (قابلة للتعديل)
- قوالب إضافية مجانية

### 5.3 أدوات وتطبيقات مفيدة

أدوات الرسوم البيانية - و تنظيم المعلومات - و التدقيق اللغوي -ومواقع صور ورموز مجانية

### 5.4 الذكاء الاصطناعي في خدمة التقارير

- استخدام ChatGPT في:
  - صياغة المقدمة
  - إعادة صياغة فقرات
  - اقتراح عناوين
  - تلخيص معلومات
- تحذيرات وضوابط الاستخدام

### 5.5 مراجعة سريعة قبل التسليم

- قائمة تدقيق (Checklist) من 15 نقطة
- نموذج: ورقة المراجعة النهائية

خاتمة

كلمة أخيرة / كيف تتواصل مع المؤلف / حقوق الاستخدام والنشر

## المقدمة

### لماذا هذا الكتاب؟

تخيل معي هذا المشهد: الساعة تشير إلى الثامنة مساءً، وأنت لا تزال في مكتبك تحدد في شاشة فارغة، تحاول أن تبدأ تقريراً ينتظره مديرك صباح الغد. تضبط عنوان التقرير، ثم تمحوه. تكتب جملة، فتحذفها. تنتقل بين ملفات Excel و Word وأنت تشعر أن الوقت يضيع من بين يديك، والتقرير لم يبدأ بعد!

إن لم يحدث معك هذا الموقف تحديداً، فالأكيد أنه حدث مع زميل لك، أو مع أحد موظفيك. هذه هي المعاناة اليومية لآلاف الإداريين ومدراء المشاريع والسكرتارية في عالمنا العربي. معاناة لا تتعلق بضعف المهارات، بل بغياب المنهجية الواضحة والأدوات العملية التي تحول كتابة التقارير من مهمة مرهقة إلى مهارة ممنهجة، وهنا يأتي دور هذا الكتاب.

### لمن هذا الكتاب؟ هذا الكتاب مكتوب خصيصاً ل:

📄 للإداريين الذين يقضون ساعات في صياغة تقارير لا تقرأ أو لا تؤثر.

📊 لمدراء المشاريع الذين يحتاجون تقارير تنفيذية واضحة تختصر الوقت وتعطي صورة دقيقة عن حالة المشروع.

📄 للسكرتارية والمساعدات الإداريين الذين يتحملون مسؤولية إعداد التقارير ومحاضر الاجتماعات والمراسلات.

🎓 لطلاب الإدارة وحديثي التخرج الذين يريدون امتلاك مهارة عملية تميزهم في سوق العمل. ولكل من يتعامل مع التقارير في عمله اليومي ويبحث عن طريقة أسهل وأسرع وأكثر احترافية. سواء كنت:

- مبتدئاً تبحث عن الأساسيات
  - أو محترفاً تبحث عن حيل ذكية تختصر وقتك
  - أو مسؤولاً تريد تحسين تقارير فريقك
- ...فهذا الكتاب سيقدم لك ما تحتاجه.

## لماذا هذا الكتاب مختلف؟

قبل أن تبدأ القراءة، من حقل أن تسأل: هناك مئات الكتب عن التقارير، فما الذي يميز هذا الكتاب؟

### 1. يجمع بين الشكل والمضمون

معظم الكتب تركز على المحتوى فقط (ماذا تكتب)، أو على الشكل فقط (كيف تصمم). هذا الكتاب يعالج الجانبين معاً، لأن التقرير المحترف يحتاجهما معاً.

### 2. مختصر لكن وافي

هذا الكتاب ليس موسوعة ضخمة تقرأها ثم تنساها. هو دليل عملي يمكنك قراءته في أيام، والرجوع إليه في دقائق. اخترنا لك أهم 20% من المعلومات التي تقدم 80% من النتيجة.

### 3. نماذج عملية حقيقية

لن تكتفي بالنظريات. ستجد في هذا الكتاب أكثر من 20 نموذجاً جاهزاً يمكنك تكييفها واستخدامها فوراً في عملك. نماذج واقعية، من واقع العمل الإداري اليومي.

### 4. يختصر وقتك وحقيقة

كل صفحة في هذا الكتاب صممت لتوفر عليك وقتاً في تقريرك القادم. من اختصارات البرامج إلى نصائح الخبراء، إلى قوائم التدقيق السريعة. هدفنا أن تسترد قيمة وقتك خلال أول تقريرين تكتبهما بعد قراءة الكتاب.

## ما ستكسبه من هذا الكتاب

عندما تنهي هذا الكتاب - بل وأثناء قراءته - ستكون قادراً على:

✓ كتابة أي تقرير إداري بثقة وسرعة، مهما كان نوعه أو غرضه.

✓ تصميم تقارير جذابة بصرياً باستخدام الألوان والرسوم البيانية والجداول بشكل احترافي.

✓ تحليل المعلومات وترتيبها بطريقة منطقية تخدم هدف التقرير.

✓ صياغة التوصيات بطريقة تجعلها مقروءة ومنفذة.

✓ تجنب الأخطاء الشائعة التي تقع فيها 90% من التقارير.

✓ استخدام أدوات واختصارات توفر عليك ساعات من العمل كل أسبوع.

باختصار، ستتحول كتابة التقارير عندك من واجب ثقيل إلى مهارة ممتعة تميزك في عملك.

### كيف تستخدم هذا الكتاب؟

هذا الكتاب صمم ليكون مرناً يتناسب مع أسلوبك في القراءة:

📖 إذا كنت تقرأ من البداية: ممتاز! ستأخذ رحلة متكاملة من الأساسيات إلى الاحتراف.

⚡ إذا كنت تبحث عن شيء محدد: تصفح الفهرس واذهب مباشرة إلى القسم الذي تحتاجه. كل قسم مستقل بذاته.

🔴 إذا كنت مستعجلاً جداً: اذهب إلى "فهرس سريع حسب حالتك" في آخر الكتاب، ستجد توجيهاً لأهم الصفحات التي تحتاجها الآن.

💾 إذا كنت تريد النماذج فقط: القسم الرابع مخصص بالكامل لنماذج عملية جاهزة، ومعها روابط لتحميلها بصيغة قابلة للتعديل.

وستلاحظ أثناء القراءة أيقونات جانبية تساعدك على التنقل:

- نموذج تطبيقي تجربته فوراً
- خطأ شائع تتجنبه
- نصيحة خبير تميز بها
- ⌚ اختصار للوقت ينجز لك مهمة بسرعة

### منهجيتنا في هذا الكتاب

لكي نفي بوعودنا، التزمنا في هذا الكتاب بمبادئ تحريرية واضحة:

الوضوح أولاً: لا مصطلحات معقدة ولا إنشاء. نكتب لنفهم لا لنبهر.

التطبيق قبل التنظير: كل فكرة يعقبها مثال أو نموذج عملي.

احترام وقتك: لا حشو ولا استطرادات. المعلومة الأهم أولاً.

الخبرة الحقيقية: ما تقدمه لك في هذا الكتاب هو خلاصة تجارب عملية، وليس مجرد معلومات من كتب أخرى.

نبرة الزميل لا الأستاذ: نتحدث معك كخبير يشارك خبرته، لا كأستاذ يملئ دروسه.

ملاحظة للقارئ: في هذا الكتاب خمسة أقسام رئيسية، اقرأها بالترتيب، أو ابدأ بما يناسبك:

القسم	المحتوى
الأول	المدخل السريع لعالم التقارير
الثاني	المضمون (جوهر التقرير)
الثالث	الشكل (العرض البصري)
الرابع	نماذج عملية متكاملة
الخامس	أدوات واختصارات للمحترفين

### كلمة أخيرة قبل البداية

أنت تحمل بين يديك ليس مجرد كتاب، بل أداة عمل صممت لتخدمك يومياً. لا تكتفِ بقراءته، بل استخدمه، وعدّل في نماذجه، وطبق نصائحه في تقاريرك القادمة.

وكما واجهتك مشكلة في تقرير، اسأل نفسك: "كيف سيتعامل الكتاب مع هذا الموقف؟" ستجد الإجابة في أحد فصوله.

نتمنى لك قراءة ممتعة، وتقارير موفقة، وتوفيراً حقيقياً في وقتك وجهدك.

الآن... لنبدأ رحلتنا إلى الاحترافية في التقارير الإدارية 🚀📊

المؤلف: د. سعد جبر ، 2026

## القسم الأول

# المدخل السريع لعالم التقارير

### 1.1 ما التقرير الإداري؟ وأنواعه؟

قبل أن نبدأ: لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك طلبت من نجار أن يصنع لك كرسيًا، فصنع لك طاولة! المشكلة ليست في جودة الصنعة، بل في فهم المطلوب.

كثير من الإداريين يقضون ساعات في إعداد تقارير ممتازة شكلاً ومضموناً، لكنها لا تحقق هدفها لأنها ببساطة النوع الخاطئ من التقارير للموقف الخطأ.

هذا الفصل سيبيّن لديك خريطة ذهنية لأنواع التقارير، فتختار النوع المناسب في الموقف المناسب، ومن ثم تطبقه بالطريقة المناسبة.



### ما التقرير الإداري؟

التقرير الإداري هو عرض منظم للمعلومات، يهدف إلى :

الهدف	الشرح
الإبلاغ	نقل معلومات من شخص إلى آخر أو من قسم إلى آخر
التحليل	تفسير ظاهرة أو مشكلة أو موقف
اتخاذ القرار	تقديم معلومات تساعد المسؤولين على اتخاذ قرارات صائبة

● نصيحة خبير:

التقرير الناجح ليس الذي يقرؤه المدير كله، بل الذي يتخذ بناءً عليه قراراً صائباً في وقت قصير. التقرير وسيلة لاتخاذ القرار، لا غاية في حد ذاته.

خصائص التقرير الإداري الجيد:

- موضوعي: يعتمد على حقائق وأرقام، لا على آراء شخصية
- منظم: له هيكل واضح يسهل تتبعه
- واضح: بلغة مفهومة للقارئ
- ملخص: يركز على المهم ويترك التفاصيل الثانوية للملاحق
- في وقته: يصل قبل اتخاذ القرار، وليس بعده!

أنواع التقارير الإدارية

يمكن تصنيف التقارير بثلاث طرق رئيسية: حسب الهدف، حسب التوقيت، حسب المستوى الإداري.

أولاً: حسب الهدف

نوع التقرير	الهدف منه	متى نستخدمه	مثال
إخباري (Informational)	نقل معلومات فقط، بدون تحليل أو توصيات	عندما يطلب المدير معرفة موقف معين	تقرير عن عدد العملاء الجدد هذا الشهر
تحليلي (Analytical)	تحليل مشكلة أو ظاهرة وتفسيرها	عندما تكون هناك مشكلة تحتاج فهم أسبابها	تقرير تحليل أسباب تراجع المبيعات
توصيائي (Recommendation)	عرض حلول وتوصية بأفضلها	عندما يطلب المدير خيارات لحل مشكلة	تقرير مقارنة بين موردين والتوصية بالأفضل

نوع التقرير	الهدف منه	متى نستخدمه	مثال
تقييمي (Evaluative)	تقييم أداء أو مشروع أو موظف	في نهاية فترة أو مشروع	تقرير تقييم أداء موظف خلال فترة التجربة
متابعة (Progress)	عرض تقدم العمل في مشروع أو مهمة	أثناء تنفيذ المشاريع الطويلة	تقرير الحالة الشهري لمشروع بناء

### ● خطأ شائع:

كثيرون يكتبون تقارير إخبارية (مجرد معلومات) بينما المدير ينتظر تقريراً تحليلياً (تفسيراً للمعلومات). اسأل دائماً: هل المدير يريد أن "يعرف" فقط أم أن "يفهم" أيضاً؟

### ثانياً: حسب التوقيت

نوع التقرير	وتيرة الإعداد	الاستخدام
يومي	كل يوم	لمتابعة العمليات اليومية (مثل تقارير المبيعات اليومية)
أسبوعي	كل أسبوع	لمتابعة الأداء الأسبوعي وتحديث المعنيين
شهري	كل شهر	التقارير الدورية للإدارات العليا
ربع سنوي	كل 3 أشهر	تقارير أداء شاملة لمجلس الإدارة
سنوي	مرة في السنة	تقارير شاملة عن أداء الشركة أو القسم
استثنائي	عند الطلب أو عند حدث معين	عند حدوث مشكلة طارئة أو فرصة مفاجئة

### 🕒 اختصار للوقت:

احتفظ بقوالب جاهزة للتقارير الدورية. غير الأرقام والتواريخ فقط. هذا يوفر عليك 70% من الوقت مقارنة بكتابة التقرير من الصفر كل مرة.

## ثالثاً: حسب المستوى الإداري (الجمهور)

المستوى	خصائصه	ما يهمله	طول التقرير المناسب
إدارة تنفيذية (مدير قسم - مشرف)	متابعة التفاصيل اليومية	أرقام تفصيلية - إنجازات يومية - مشاكل تشغيلية	2-5 صفحات
إدارة وسطى (مدير إدارة)	توازن بين التفاصيل والصورة الكبيرة	مؤشرات أداء - انحرافات - مقارنات	5-10 صفحات
إدارة عليا (رئيس تنفيذي - مجلس إدارة)	وقت محدود، يريد الصورة الكبيرة	نتائج - توصيات - قرارات مطلوبة	1-3 صفحات + ملاحق
جهات خارجية (عملاء - موردين - جهات حكومية)	رسمي، قانوني أحياناً	التزامات - إنجازات رسمية - بيانات معتمدة	حسب المتطلبات

## ● نصيحة خبير:

قاعدة ذهبية: كلما ارتفع المستوى الإداري، قلّت التفاصيل وارتفعت وتيرة التوصيات. الرئيس التنفيذي لا يهمله كم ساعة عملت في التقرير، بل ماذا تستنتج وماذا توصي.

## الفرق بين التقرير الجيد والتقرير العادي

لكي تميز بنفسك، هذا جدول مقارنة سريع:

المعيار	التقرير العادي	التقرير الجيد	التقرير الاحترافي
الهدف	غير واضح، مجرد تجميع معلومات	واضح ومعلن منذ البداية	واضح، وكل جزء يخدم هذا الهدف
الهيكل	عشوائي، ينتقل بين المواضيع دون ترتيب	منظم، له مقدمة وجسم وخاتمة	هرمي، الأهم فالمهم، مع عناوين واضحة
اللغة	إنشائية، فضفاضة، عامة	مباشرة، واضحة	دقيقة، مهنية، مع تجنب الحشو

المعيار	التقرير العادي	التقرير الجيد	التقرير الاحترافي
الأرقام	مبعثرة في النص	مجمعة في جداول	جداول منظمة + رسوم بيانية توضيحية
التوصيات	غائبة أو عامة	موجودة لكن غير مدعومة بأدلة	واضحة، قابلة للتنفيذ، مدعومة بتحليل
الشكل	نص فقط	عناوين وفقرات منظمة	عناوين، نقاط، جداول، رسوم، ألوان ذكية
زمن القراءة	غير مقدر، القارئ يضيع وقته	مقدر، يمكن قراءته في وقت معقول	مصمم للقراءة السريعة (Scannable)
القيمة المضافة	معلومات متاحة أصلاً	معلومات منظمة	رؤى وتحليلات واستنتاجات جديدة

● نموذج: مقارنة بين فترتين - نفس المعلومة، أسلوبان

#### تقرير عادي:

"لوحظ في الفترة الأخيرة أن مبيعات الشركة قد انخفضت بشكل ملحوظ في المنطقة الغربية، ويعتقد بعض المختصين أن هذا الانخفاض قد يكون بسبب دخول منافسين جدد للسوق، أو بسبب تغير أذواق المستهلكين، أو لضعف الحملات الإعلانية، والله أعلم".

#### تقرير احترافي:

انخفاض مبيعات المنطقة الغربية 15% في الربع الثاني

#### النتائج:

- مبيعات الربع الثاني: 2.3 مليون (انخفاض 15% عن الربع الأول)
- انخفاض في جميع المنتجات، وأكثره في المنتج (أ) بنسبة 22%

#### التحليل الأولي للأسباب:

1. منافس جديد (شركة X) دخل السوق بحملة قوية
2. توقف الحملة الإعلانية في المنطقة لمدة 3 أسابيع
3. شكوى من 5 عملاء عن تأخر التوصيل

التوصية:

تشكيل فريق لدراسة وضع المنافس وتحسين خدمة التوصيل خلال أسبوعين

● نصيحة خبير:

الفرق بين التقرير العادي والاحترافي ليس في كمية المعلومات، بل في قدرتك على استخلاص الرؤى من هذه المعلومات. المدير لا يريد معلومات، بل يريد فهماً أعمق يساعده على القرار.

### ملخص سريع - 1.1

النقطة	الخلاصة
تعريف التقرير	عرض منظم للمعلومات يهدف للإبلاغ أو التحليل أو اتخاذ القرار
التصنيف حسب الهدف	إخباري - تحليلي - توصيائي - تقييمي - متابعة
التصنيف حسب التوقيت	يومي - أسبوعي - شهري - ربع سنوي - سنوي - استثنائي
التصنيف حسب المستوى	تنفيذي (تفاصيل) - وسطي (توازن) - عليا (صورة كبيرة)
التقرير الاحترافي	واضح الهدف، منظم، بلغة دقيقة، بأرقام واضحة، بتوصيات قابلة للتنفيذ

### تطبيق سريع

قبل أن تنتقل للفصل التالي، حدد:

1. آخر تقرير كتبتة: ما هدفه الأساسي؟
2. لمن كان موجه؟ هل كان المستوى الإداري مناسباً للتفاصيل التي وضعتها؟
3. لو أعدت كتابته اليوم، أي نوع من التقارير سيكون أكثر مناسبة؟

واضح الهدف، منظم، بلغة دقيقة، بأرقام واضحة،  
بتوصيات قابلة للتنفيذ

## تطبيق سريع

قبل أن تنتقل للفصل التالي، حدد:

1. آخر تقرير كتبتّه: ما هدفه الأساسي؟
2. لمن كان موجه؟ هل كان المستوى الإداري مناسباً للتفاصيل التي وضعتها؟
3. لو أعدت كتابته اليوم، أي نوع من التقارير سيكون أكثر مناسبة؟

## 1.2 خمسة أسئلة قبل كتابة أي تقرير

### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تستقل سيارة أجرة، وتطلب من السائق الانطلاق فوراً دون أن تخبره بوجهتك! المنطق يقول إنك ستضيع وقتك وجهدك ومالك بلا فائدة.

هذا بالضبط ما يفعله كثير من الإداريين عندما يبدأون في كتابة التقرير مباشرة، دون أن يسألوا أنفسهم أسئلة أساسية توجه رحلتهم الكتابية.

هذه الأسئلة الخمسة هي بوصلة التقرير. بدونها، قد تصل إلى وجهة مختلفة تماماً عما يريده القارئ. ومعها، توفر على نفسك ساعات من الوقت، وتضمن أن تقريرك سيحقق هدفه.

### السؤال الأول: لماذا أكتب هذا التقرير؟ (الهدف)

هذا أهم سؤال على الإطلاق. لماذا؟

لأن الهدف هو الذي سيحدد كل شيء: نوع التقرير، محتواه، شكله، طوله، وحتى لغته.

### الأهداف المحتملة للتقرير:

الهدف	معناه	مثال
إبلاغ	نقل معلومات فقط	تقرير عن إنجازات القسم في الشهر الماضي
تحليل	فهم ظاهرة أو مشكلة	تقرير يحلل أسباب تأخر المشروع

الهدف	معناه	مثال
إقناع	حمل القارئ على تبني رأي معين	تقرير يقنع الإدارة بشراء نظام جديد
توثيق	تسجيل حدث أو موقف للرجوع إليه مستقبلاً	تقرير اجتماع أو زيارة
تقييم	الحكم على أداء أو موقف	تقرير تقييم موظف أو مورد
توصية	اقترح حل لمشكلة	تقرير يوصي باستراتيجية تسويقية جديدة

● **خطأ شائع:** كثير من التقارير تفشل لأن كاتبها لم يحدد هدفاً واحداً واضحاً. يحاول أن يبلغ ويحلل ويقيم ويوصي في نفس التقرير، فيصبح التقرير مشتتاً لا يحقق أي هدف.

### ● نصيحة خبير:

اكتب هدف تقريرك في جملة واحدة في أعلى الصفحة الأولى (لنفسك). مثلاً: "هدفي من هذا التقرير هو إقناع المدير المالي بزيادة ميزانية التسويق". ثم اسأل نفسك باستمرار: هل ما أكتبه الآن يخدم هذا الهدف؟

### السؤال الثاني: لمن أكتبه؟ (القارئ)

التقرير ليس رسالة في زجاجة ترميها في البحر! التقرير يكتب لشخص محدد (أو مجموعة محددة)، وهذا الشخص له خصائص يجب أن تراعيها.

### أسئلة عن القارئ تساعدك:

السؤال	أهميته
ما موقعه الوظيفي؟	المدير العام يريد الصورة الكبيرة، المشرف يريد التفاصيل
ما مستوى معرفته بالموضوع؟	خبير لا يحتاج شرح basics ، مبتدئ يحتاج خلفية
ما موقفه من الموضوع؟	متحيز لك أم محايد أم معارض؟ هذا يحدد أسلوبك
كم من وقته متاح للقراءة؟	5 دقائق أم ساعة؟ هذا يحدد طول التقرير
ما أسلوبه المفضل في التلقي؟	يحب الأرقام أم القصص؟ التفاصيل أم الملخصات؟

## ● نموذج: تحليل القارئ قبل الكتابة

المعلومة	التطبيق على تقرير
من هو القارئ؟	مدير التسويق - أحمد عبدالله
موقعه الوظيفي	إدارة وسطى - تحتاج توازناً بين التفاصيل والصورة الكبيرة
معرفته بالموضوع	يعرف الأساسيات، لكنه ليس خبيراً في التفاصيل الفنية
موقفه من الموضوع	محايد، سيقراً التقرير بعين ناقدة
وقته المتاح	مشغول جداً، لن يقرأ أكثر من 10 دقائق
أسلوبه المفضل	يحب الأرقام والرسوم البيانية، ويكره الاستطرادات

**النتيجة:** تقرير من 5-7 صفحات، مع ملخص تنفيذي في الصفحة الأولى، ورسوم بيانية واضحة، وتفاصيل فنية في ملاحق لمن يريد.

● **نصيحة خبير:** اجمع معلومات عن قارئك حتى لو لم تقابله. اسأل زملاءه: كيف يفضل أن يقرأ التقارير؟ ما أكثر شيء يزعجه في التقارير السابقة؟ هذه المعلومات كنز.

## السؤال الثالث: ماذا يريد القارئ أن يعرف بالضبط؟

هذا السؤال يترجم احتياجات القارئ إلى محتوى محدد. الفرق بين تقرير ناجح وتقرير فاشل غالباً ما يكون في الإجابة على هذا السؤال.

اسأل نفسك:

- ما الأسئلة التي يريد القارئ إجابة عليها من خلال تقريرتي؟
- ما القرارات التي سيحتاج لاتخاذها بعد القراءة؟
- ما المعلومات الأساسية التي بدونها لا يمكنه اتخاذ القرار؟
- ما المعلومات الثانوية التي يمكن وضعها في ملاحق؟

## ● نموذج: تحويل احتياجات القارئ إلى محتوى

**الموقف:** تقرير عن أداء المبيعات لمدير المبيعات الإقليمي

ماذا يريد أن يعرف؟	كيف أعطيه إياها؟
هل حققنا المستهدف هذا الشهر؟	جدول بمقارنة المبيعات الفعلية بالمستهدفة
أي الفروع الأفضل والأسوأ؟	ترتيب الفروع حسب الأداء + رسم بياني
لماذا تراجع فرع الرياض؟	تحليل أسباب التراجع (منافس - موسم - مشكلة)
ماذا نعمل لتحسين الوضع؟	توصيات محددة قابلة للتنفيذ
كيف كان أداء المنافسين؟	معلومات متوفرة عن المنافسين (في الملحق)

### ⌚ اختصار للوقت:

قبل أن تبدأ الكتابة، اكتب قائمة بالأسئلة التي تتوقع أن يطرحها القارئ. ثم رتب محتواك ليحجب على هذه الأسئلة بالترتيب. هذا يضمن أن تقريرك سيكون ملائماً تماماً لاحتياجاته.

### السؤال الرابع: ما القرار المتوقع بعد قراءته؟

هذا السؤال يحول التقرير من مجرد معلومات إلى أداة لاتخاذ القرار. التقرير الذي لا يؤدي إلى قرار (حتى لو كان قراراً بعدم فعل شيء) هو تقرير ضائع.

### أنواع القرارات المتوقعة:

نوع القرار	مثال	كيف يساعدني هذا السؤال؟
قرار تمويلي	الموافقة على ميزانية	أركز على العائد على الاستثمار والتكاليف
قرار تشغيلي	تغيير مورد	أركز على مقارنة البدائل ومعايير التقييم
قرار استراتيجي	دخول سوق جديد	أركز على التحليل الرباعي SWOT والدراسات
قرار إداري	ترقية موظف	أركز على الإنجازات ومؤشرات الأداء
قرار تصحيحي	حل مشكلة	أركز على تحليل الأسباب والحلول المقترحة

● خطأ شائع:

كثيرون يكتبون تقارير تحتوي على معلومات ممتازة، لكنهم لا يطلبون قراراً محدداً. المدير يقرأ ويقول: "معلومات جميلة"، ثم يغلق التقرير وينساه. لأنك لم تطلب منه فعل شيء!

● نصيحة خبير:

في نهاية تقريرك، اكتب بوضوح: "المطلوب منكم" أو "القرار المطلوب". مثلاً: "نطلب الموافقة على زيادة ميزانية التسويق 10%" أو "نرجو اختيار أحد الخيارين أدناه". هذا يسهل على المدير اتخاذ القرار.

السؤال الخامس: ما أفضل صيغة لتقديمه؟

آخر سؤال، لكنه مهم . نفس المحتوى يمكن تقديمه بصيغ مختلفة، ولكل صيغة استخدامهما.

خيارات الصيغ:

الصيغة	متى نستخدمها	مميزاتها
تقرير مفصل (Word/PDF)	عندما يريد القارئ التفاصيل والرجوع للتقرير لاحقاً	شامل، يمكن الرجوع إليه بسهولة
عرض تقديمي (PPT)	عندما تقدم التقرير في اجتماع، أو للمدراء المشغولين جداً	يركز على الأهم، بصري وجذاب
لوحة معلومات (Dashboard)	للمتابعة الدورية، أو عندما يحتاج القارئ رؤية مؤشرات محددة باستمرار	تفاعلي، محدث، سريع
ملخص تنفيذي فقط	للمدراء التنفيذيين الذين لا وقت لديهم	يختصر التقرير في صفحة أو صفحتين
بريد إلكتروني + مرفق	للتقارير السريعة غير الرسمية	سريع، غير رسمي، للمتابعة
اجتماع + تقرير	للتقارير المهمة التي تحتاج نقاشاً	تفاعلي، يمكن توضيح النقاط الغامضة

## ⌚ اختصار للوقت:

اسأل القارئ: "بأي صيغة تفضل أن تستلم تقريرتي؟" هذا سؤال يوفر عليك ساعات .  
**تطبيق عملي:** ورقة عمل الأسئلة الخمسة: استخدم هذه الورقة قبل كل تقرير مهم:

السؤال	إجابتي
1. لماذا أكتب هذا التقرير؟ (الهدف)	
2. لمن أكتبه؟ (القارئ)	
3. ماذا يريد القارئ أن يعرف بالضبط؟	
4. ما القرار المتوقع بعد قراءته؟	
5. ما أفضل صيغة لتقديمه؟	

## ● نموذج مكتمل: ورقة العمل قبل كتابة تقرير حقيقي

**الموقف:** تقرير عن تأخر مشروع تطوير النظام الجديد

السؤال	إجابتي
الهدف	تحليل أسباب التأخر واقتراح خطة للتعويض
القارئ	مدير المشروع (يعرف التفاصيل) والمدير التنفيذي (يحتاج الصورة الكبيرة)
ماذا يريد أن يعرف؟	سبب التأخر الحقيقي، من المسؤول، متى سننتهي، ماذا نحتاج
القرار المتوقع	الموافقة على خطة التعويض وطلب موارد إضافية
الصيغة المناسبة	تقرير مفصل للمديرين + عرض تقديمي لاجتماع الغد

## ملخص سريع - 1.2

السؤال	لماذا هو مهم؟
لماذا أكتبه؟ (الهدف)	يحدد نوع التقرير ومحتواه
لمن أكتبه؟ (القارئ)	يحدد المستوى والتفاصيل واللغة
ماذا يريد أن يعرف؟ (الاحتياجات)	يحدد المحتوى الدقيق للتقرير
ما القرار المتوقع؟ (النتيجة)	يحول التقرير من معلومات إلى أداة قرار
ما أفضل صيغة؟ (الشكل)	يحدد طريقة التقديم الأنسب

### 1.3 دورة حياة التقرير (خريطة ذهنية)

#### من الفكرة إلى التسليم

#### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تقود سيارة في رحلة طويلة دون خريطة أو نظام تحديد مواقع. بالتأكيد ستضيع، أو ستصل متأخراً، أو ستنسى أشياء مهمة في الطريق.

كتابة التقرير هي رحلة أيضاً. رحلة تبدأ بفكرة بسيطة وتنتهي بتقرير متكامل بين يدي القارئ. هذه الرحلة تمر بمراحل محددة، ولكل مرحلة وقتها المناسب.

في هذا الفصل، سنضع لك خريطة طريق واضحة لهذه الرحلة، حتى تعرف أين أنت الآن، وماذا عليك أن تفعل بعد ذلك، وكَم من الوقت تحتاج في كل مرحلة.

#### دورة حياة التقرير: نظرة عامة

أي تقرير احترافي يمر بست مراحل رئيسية:



## ● نصيحة خبير:

هذه المراحل ليست بالضرورة خطية تماماً. قد تنتقل بينها ذهاباً وإياباً. مثلاً، قد تكتشف أثناء الكتابة أنك بحاجة لمعلومة إضافية، فتعود لمرحلة الجمع. هذا طبيعي. المهم أن تعرف أين أنت وماذا تحتاج.

## المرحلة 1: الفكرة والهدف (10% من الوقت)

### ماذا يحدث هنا؟

- تبدأ بفكرة أولية عن التقرير
- تطبق الأسئلة الخمسة التي تعلمتها في الفصل السابق
- تحدد الهدف الرئيسي للتقرير
- تحدد القارئ واحتياجاته

الوقت المقترح 5-10%: من إجمالي وقت التقرير

### مخرجات هذه المرحلة:

- هدف واضح مكتوب في جملة واحدة
- تحليل أولي للقارئ
- فكرة واضحة عن نوع التقرير المطلوب

## ● نموذج: بطاقة تعريف التقرير

عنوان التقرير المبدئي: تقييم أداء المبيعات - الربع الثالث

الهدف: تحليل أسباب انخفاض المبيعات واقتراح حلول

القارئ: مدير المبيعات الإقليمي

القرار المطلوب: الموافقة على خطة تحفيز جديدة

موعد التسليم: الخميس القادم

⌚ اختصار للوقت:

لا تنتقل للمرحلة التالية إلا إذا كان هدفك واضحاً تماماً. التوفير في هذه المرحلة يؤدي إلى خسارة أضعافه في المراحل اللاحقة.

## المرحلة 2: جمع المعلومات (25% من الوقت)

ماذا يحدث هنا؟

- تجمع كل المعلومات التي تحتاجها للتقرير
- تبحث في المصادر المتاحة (داخلية وخارجية)
- تجري مقابلات أو استبيانات إن لزم
- تجمع الأرقام والبيانات والإحصائيات

أنواع المصادر:

نصائح	أمثلة	نوع المصدر
ابدأ بالمصادر الداخلية أولاً، أسرع وأقرب	تقارير سابقة - بيانات - بريد إلكتروني - زملاء	داخلية
تحقق من مصداقية المصادر الخارجية	إنترنت - دراسات - تقارير حكومية - منافسون	خارجية
تستغرق وقتاً، لكنها تضيف قيمة كبيرة	مقابلات - استبيانات - ملاحظات ميدانية	أولية
أسرع، لكن تأكد من حداثتها	تقارير جاهزة - إحصاءات منشورة	ثانوية

الوقت المقترح 20-25%: من إجمالي وقت التقرير

مخرجات هذه المرحلة:

- ملف به كل المعلومات التي قد تحتاجها
- ملاحظات أولية عن المعلومات المهمة
- قائمة بالثغرات (معلومات ناقصة تحتاج بحثاً إضافياً)

● خطأ شائع:

الوقوع في فخ "جمع المعلومات بلا نهاية". ستجد دائماً معلومة إضافية يمكن إضافتها. تعلم متى تتوقف. اسأل نفسك: هل هذه المعلومة ضرورية لاتخاذ القرار؟

### المرحلة 3: التخطيط والهيكله (15% من الوقت)

#### ماذا يحدث هنا؟

- تفرز المعلومات المهمة من الثانوية
- تصمم الهيكل العام للتقرير
- توزع المعلومات على الأقسام المختلفة
- تحدد أين تضع التفاصيل وأين تضع الملاحق

#### أدوات مساعدة في هذه المرحلة:

- العصف الذهني: تكتب كل الأفكار دون ترتيب
- الخرائط الذهنية: تربط الأفكار ببعضها بصرياً
- القوائم: ترتب الأولويات
- الهيكل التفصيلي: تكتب عناوين الأقسام والفقرات

الوقت المقترح 10-15%: من إجمالي وقت التقرير

#### مخرجات هذه المرحلة:

- هيكل تفصيلي للتقرير (عناوين رئيسية وفرعية)
- تحديد مكان وضع كل معلومة
- خطة واضحة للكتابة

#### ● نموذج: هيكل تقرير قبل الكتابة

عنوان التقرير: تقييم أداء المبيعات - الربع الثالث

1. ملخص تنفيذي

- النتائج الرئيسية (3 نقاط)

- التوصيات الرئيسية (نقطتان)

2. المقدمة

- هدف التقرير

- نطاق التقرير (الفترة، المناطق المشمولة)

- منهجية العمل

3. تحليل المبيعات الإجمالية

- مقارنة بالمستهدف

- مقارنة بالربع السابق

- مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي

4. تحليل أداء المناطق

- المناطق الأفضل والأسوأ (جدول + رسم بياني)

- تحليل أسباب التفاوت

5. تحليل أداء المنتجات

- المنتجات الأكثر مبيعاً

- المنتجات المتراجعة (مع التحليل)

6. تحليل المنافسين (ملخص سريع)

7. التوصيات

- توصيات قصيرة المدى (3)

- توصيات طويلة المدى (2)

8. الملاحق

- جداول تفصيلية

- تفاصيل المقابلات

● نصيحة خبير:

كلما كان هيكلك التفصيلي أدق، كانت عملية الكتابة أسرع. بعض المحترفين يكتبون عناوين الفقرات وجملها المفتاحية قبل أن يبدأوا الكتابة الفعلية.



## المرحلة 4: التحليل والمعالجة (15% من الوقت)

## ماذا يحدث هنا؟

- تحول المعلومات الخام إلى رؤى واستنتاجات
- تحلل الأرقام وتستخلص منها معانٍ
- تقارن البدائل وتقيم الخيارات
- تصيغ التوصيات بناءً على التحليل

## أنواع التحليل:

نوع التحليل	السؤال الذي يجب عليه	مثال
تحليل وصفي	ماذا حدث؟	انخفضت المبيعات 10%
تحليل تشخيصي	لماذا حدث؟	بسبب دخول منافس جديد للسوق
تحليل تنبؤي	ماذا سيحدث؟	إذا استمر الوضع، سنخسر 5% إضافية
تحليل توجيهي	ماذا نفعل؟	نوصي بزيادة الميزانية التسويقية 15%

الوقت المقترح 15-20%: من إجمالي وقت التقرير

## مخرجات هذه المرحلة:

- استنتاجات واضحة من البيانات
- توصيات مبدئية
- أفكار للرسوم البيانية المناسبة

## ● خطأ شائع:

كثيرون يقفزون من المعلومات مباشرة إلى التوصيات، متجاوزين مرحلة التحليل. النتيجة: توصيات ضعيفة غير مدعومة بأدلة. التحليل هو ما يميز المحترف عن الهاوي.



## المرحلة 5: الكتابة والصياغة (25% من الوقت)

ماذا يحدث هنا؟

- تحول الهيكل إلى نصوص مكتملة
- تكتب الفقرات بوضوح
- تصمم الجداول والرسوم البيانية
- تضبط التنسيق العام

تقسيم الكتابة حسب الأولوية:

الجزء	متى نكتبه؟	لماذا؟
جسم التقرير (التحليل)	أولاً	هو قلب التقرير وأسهل جزء بعد التحليل
المقدمة والخاتمة	ثانياً	بعد أن تعرف ماذا كتبت في الجسم
الملخص التنفيذي	أخيراً	لأنه خلاصة كل ما كتبت
العناوين	أثناء الكتابة	لتوجيه القارئ
الرسوم والجداول	بالتوازي مع الكتابة	لتوضيح النقاط المهمة

الوقت المقترح 25-30%: من إجمالي وقت التقرير

مخرجات هذه المرحلة:

- مسودة أولى كاملة للتقرير
- جميع الرسوم والجداول منسقة
- قائمة بالأجزاء التي تحتاج مراجعة

⌚ اختصار للوقت:

اكتب أولاً دون توقف للتهذيب والتنسيق. ركز على إخراج الأفكار. ثم عد لاحقاً للتهذيب والتحسين. الكتابة والتحرير مهمتان منفصلتان تحتاجان عقليتين مختلفتين.

## المرحلة 6: المراجعة والتسليم (10% من الوقت)

ماذا يحدث هنا؟

- تراجع المحتوى (هل المعلومات صحيحة؟)
- تراجع الأسلوب (هل اللغة واضحة؟)
- تراجع الشكل (هل التنسيق احترافي؟)
- تراجع النماذج والأرقام (هل هناك أخطاء؟)
- تسلم التقرير للجهة المعنية

قائمة مراجعة سريعة:

نوع المراجعة	ماذا تراجع؟
محتوى	هل المعلومات صحيحة؟ هل التحليل منطقي؟ هل التوصيات قابلة للتنفيذ؟
لغة	هل الجمل واضحة؟ هل هناك أخطاء إملائية أو نحوية؟
أرقام	هل الحسابات صحيحة؟ هل الرسوم البيانية دقيقة؟
شكل	هل التنسيق متناسق؟ هل العناوين واضحة؟ هل الألوان مناسبة؟
اكتمال	هل كل الأجزاء موجودة؟ هل الملاحق مرفقة؟

الوقت المقترح 10%: من إجمالي وقت التقرير

مخرجات هذه المرحلة:

- تقرير نهائي خالٍ من الأخطاء
- جاهز للتسليم

● نصيحة خبير:

إذا أمكن، خذ استراحة قصيرة بين الكتابة والمراجعة. حتى لو كانت ساعة واحدة، فهي تساعدك على رؤية التقرير بعيون جديدة. وإذا كان التقرير مهماً جداً، اطلب من زميل موثوق مراجعته.

## التوزيع الزمني المقترح

يمكن عرض التوزيع الزمني المقترح لإعداد تقرير 10 ساعات عمل كما يلي:

المرحلة	الوصف	النسبة	الزمن من 10 ساعات
المرحلة 1	الفكرة والهدف	10%	ساعة واحدة
المرحلة 2	جمع المعلومات	25%	ساعتان ونصف
المرحلة 3	التخطيط والهيكلية	15%	ساعة ونصف
المرحلة 4	التحليل والمعالجة	15%	ساعة ونصف
المرحلة 5	الكتابة والصياغة	25%	ساعتان ونصف
المرحلة 6	المراجعة والتسليم	10%	ساعة واحدة

● نموذج: جدول زمني لتقرير عاجل (يوم واحد)

الوقت	المرحلة	النشاط
8:00 - 8:30	الفكرة والهدف	تطبيق الأسئلة الخمسة
8:30 - 10:30	جمع المعلومات	جمع الأرقام والتقارير السابقة
10:30 - 11:30	التخطيط والهيكلية	رسم هيكل التقرير
11:30 - 13:00	التحليل	تحليل الأرقام واستخلاص النتائج
13:00 - 13:30	استراحة	
13:30 - 16:00	الكتابة	كتابة المسودة الأولى
16:00 - 16:30	مراجعة المحتوى	التأكد من صحة المعلومات
16:30 - 17:00	مراجعة اللغة والشكل	تدقيق لغوي وتنسيق
17:00	تسليم	إرسال التقرير

النسبة	أهم الأعمال في المرحلة	اسم المرحلة	المرحلة
10%	تحديد الهدف بوضوح - تحليل القارئ المستهدف - تحديد نوع التقرير	الفكرة والهدف	المرحلة 1
25%	البحث عن المصادر - إجراء مقابلات - جمع البيانات والأرقام	جمع المعلومات	المرحلة 2
15%	فرز المعلومات - إعداد هيكل تفصيلي - تصميم خريطة محتوى للتقرير	التخطيط والهيكلية	المرحلة 3
15%	استخراج الاستنتاجات - تقديم التوصيات - بناء رؤى تحليلية	التحليل والمعالجة	المرحلة 4
25%	صياغة النصوص - إعداد الرسوم والجداول - إعداد المسودة الأولى	الكتابة والصياغة	المرحلة 5
10%	تدقيق المحتوى - تدقيق اللغة - التنسيق النهائي - تسليم التقرير	المراجعة والتسليم	المرحلة 6

## ملخص سريع - 1.3

النسبة من الوقت	النشاط الرئيسي	المرحلة
10%	تحديد الهدف وتحليل القارئ	1. الفكرة والهدف
25%	البحث وجمع البيانات	2. جمع المعلومات
15%	تصميم هيكل التقرير	3. التخطيط والهيكلية
15%	استخلاص النتائج والتوصيات	4. التحليل والمعالجة
25%	تحويل الهيكل إلى نصوص	5. الكتابة والصياغة
10%	التدقيق والتنسيق النهائي	6. المراجعة والتسليم

## تطبيق سريع

1. فكر في آخر تقرير كتبته. كم من الوقت استغرقت كل مرحلة؟ هل كان التوزيع قريباً من المثالي؟
2. في تقريرك القادم، حاول تتبع الوقت الفعلي لكل مرحلة. ستكتشف أين تضيع وقتك أكثر، ويمكنك تحسين أدائك في المرات القادمة.

## تابع القراءة في القسم الثاني: المضمون (جوهر التقرير)

- 1.4 نموذج تطبيقي: ورقة عمل الأسئلة الخمسة (قابل للتعبئة)
- 1.4 نموذج تطبيقي: ورقة عمل الأسئلة الخمسة (قابل للتعبئة)

## لماذا هذا النموذج؟

الأسئلة الخمسة التي تعلمتها في الفصل السابق هي أقوى أداة لتوفير الوقت وضمان جودة التقارير. لكن الفكرة تبقى نظرية ما لم تتحول إلى ممارسة يومية.

هذه الورقة القابلة للتعبئة صممت لتكون معك دائماً:

- اطبعها واحتفظ بها في مكتبك
- أو احفظها على جهازك وافتحها قبل كل تقرير
- أو انسخ الأسئلة في مفكرتك

استخدمها لمدة 21 يوماً، وستتحول إلى عادة تلقائية قبل كتابة أي تقرير.

## ورقة عمل الأسئلة الخمسة

معلومات أساسية عن التقرير
العنوان المبدئي للتقرير: _____
تاريخ البدء: ____ / ____ / ____

موعد التسليم _____ / _____ / _____ :
الوقت المتاح للكتابة _____ ساعة :

السؤال الأول: لماذا أكتب هذا التقرير؟ (الهدف)

اختر الهدف الرئيسي (واحد فقط):

- إبلاغ ونقل معلومات
- تحليل ظاهرة أو مشكلة
- إقناع القارئ بفكرة أو قرار
- توثيق حدث أو اجتماع
- تقييم أداء أو موقف
- تقديم توصيات وحلول
- هدف آخر \_\_\_\_\_ :

صغ هدفك في جملة واحدة واضحة:

هدفي من هذا التقرير هو \_\_\_\_\_

أسئلة مساعدة:

- لماذا يطلب القارئ هذا التقرير الآن؟ \_\_\_\_\_
- ماذا سيتغير بعد قراءة هذا التقرير؟ \_\_\_\_\_

السؤال الثاني: لمن أكتبه؟ (القارئ)

من هو القارئ الأساسي؟ (الاسم والمنصب إن أمكن)

## من هم القراء الآخرون المحتملون؟

## تحليل خصائص القارئ الأساسي:

الخصيصة	تحليلي
المستوى الوظيفي	[ ] تنفيذي [ ] إدارة وسطى [ ] إدارة عليا [ ] جهة خارجية
معرفته بالموضوع	[ ] خبير [ ] ملم بالأساسيات [ ] مبتدئ [ ] لا يعرف شيئاً
موقفه من الموضوع	[ ] مؤيد مسبقاً [ ] محايد [ ] متحفظ [ ] معارض محتمل
وقته المتاح للقراءة	5 [ ] دقائق [ ] 15 دقيقة [ ] 30 دقيقة [ ] ساعة فأكثر
أسلوبه المفضل	[ ] أرقام وإحصائيات [ ] رسوم بيانية [ ] نصوص تحليلية [ ] مختصرات سريعة
أهم ما يزعجه في التقارير	[ ] الإطالة [ ] غموض التوصيات [ ] ضعف التحليل [ ] الأخطاء الشكلية

## ماذا أعرف عن توقعاته المسبقة؟

يتوقع القارئ أن \_\_\_\_\_ :  
ولا يتوقع أن \_\_\_\_\_ :

## السؤال الثالث: ماذا يريد القارئ أن يعرف بالضبط؟

اكتب الأسئلة التي يريد القارئ إجابة عليها من خلال تقريرك:

السؤال	هل سأجيب عليه؟	أين سأضعه في التقرير؟
1. _____	[ ] نعم [ ] لا	_____
2. _____	[ ] نعم [ ] لا	_____
3. _____	[ ] نعم [ ] لا	_____
4. _____	[ ] نعم [ ] لا	_____
5. _____	[ ] نعم [ ] لا	_____

ما المعلومات الأساسية التي لا يمكن الاستغناء عنها؟

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

ما المعلومات الثانوية التي يمكن وضعها في ملاحق؟

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

السؤال الرابع: ما القرار المتوقع بعد قراءته؟

ما القرار (أو القرارات) الذي أتوقع أن يتخذه القارئ بعد قراءة تقريرتي؟

- قرار تمويلي (موافقة على ميزانية / صرف مبلغ)
- قرار تشغيلي (تغيير إجراء / تعيين مورد)
- قرار استراتيجي (دخول سوق / إطلاق منتج)
- قرار إداري (ترقية / نقل / إنهاء خدمة)
- قرار تصحيحي (حل مشكلة / معالجة انحراف)
- قرار تأجيل (تأجيل القرار لحين معلومات إضافية)
- قرار آخر \_\_\_\_\_ :

صغ القرار المطلوب بصيغة واضحة:

"المطلوب من القارئ بعد قراءة هذا التقرير هو:"

---

---

أسئلة مساعدة:

- ماذا سيحدث إذا لم يتخذ القرار؟ \_\_\_\_\_
- ما المعوقات المحتملة التي قد تمنعه من اتخاذ القرار؟ \_\_\_\_\_
- كيف يمكنني معالجتها في تقريرتي؟ \_\_\_\_\_



السؤال الخامس: ما أفضل صيغة لتقديمه؟

ما الصيغة الأنسب لهذا التقرير؟

- تقرير مفصل – (Word / PDF) للرجوع إليه وحفظه
- عرض تقديمي – (PPT) للعرض في اجتماع
- لوحة معلومات – (Dashboard) للمتابعة الدورية
- ملخص تنفيذي فقط (صفحة أو صفحتين)
- بريد إلكتروني + مرفق – للتقارير السريعة
- اجتماع + تقرير – للمناقشة واتخاذ قرار جماعي

• صيغة أخرى \_\_\_\_\_ :

هل يحتاج التقرير إلى:

العنصر	نعم	لا	ملاحظات
غلاف رسمي	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ملخص تنفيذي منفصل	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
رسوم بيانية	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	نوع الرسم _____ :
جداول تفصيلية	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
صور أو مخططات	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ملاحق	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ماذا _____ :

توزيع المحتوى المقترح:

الجزء	الصفحات المقترحة
الغلاف (إن وجد)	صفحة 1
الملخص التنفيذي	صفحة 2
المقدمة	صفحة 3
جسم التقرير	صفحات ___ - ___
الخاتمة والتوصيات	صفحة ___
الملاحق	صفحات ___ - ___

ملخص سريع للتقرير

العنصر	الإجابة المختصرة
الهدف	
القارئ	

1. 2. 3.	أهم 3 أسئلة يريد إجابتها
	القرار المطلوب
	الصيغة المناسبة

بعد الانتهاء من التقرير: تأمل سريع

بعد أن تنتهي من كتابة التقرير وتسليمه، عد إلى هذه الورقة واسأل نفسك:

- هل التزمت بالهدف الذي حددته طوال التقرير؟
- هل راعيت خصائص القارئ كما خططت؟
- هل أجبت على الأسئلة التي حددتها؟
- هل ساعدت القارئ على اتخاذ القرار المطلوب؟
- هل اخترت الصيغة المناسبة فعلاً؟

ملاحظاتي للتحسين في المرة القادمة:

نسخة سريعة (للطباعة والاصق على المكتب)

| الأسئلة الخمسة قبل كتابة أي تقرير |

1 لماذا أكتبه؟

2 لمن أكتبه؟

3 ماذا يريد أن يعرف؟

4 ما القرار المتوقع؟

5 ما أفضل صيغة؟

### ● نصيحة خبير:

احتفظ بهذه الورقة في ملف (ورقي أو رقمي) واملأها لكل تقرير مهم. بعد 10 تقارير، ستلاحظ أنك أصبحت تطرح هذه الأسئلة تلقائياً دون حاجة للورقة. وعندها، ستكون قد وفرت على نفسك مئات الساعات من إعادة الكتابة والتعديل.

### 🕒 اختصار للوقت:

إذا كان وقتك ضيقاً جداً (أقل من ساعة لكتابة تقرير)، خذ 5 دقائق فقط واملأ هذه الأسئلة الرئيسية:

- الهدف (جملة واحدة)
- القارئ (من هو؟)
- أهم سؤالين يريد إجابتهما
- القرار المطلوب (بكلمة أو كلمتين)

### 🚀 الآن... أنت جاهز لكتابة أي تقرير بثقة ووضوح

- القسم الثاني: المضمون (جوهر التقرير) (25 صفحة) 2.1 جمع المعلومات بذكاء • مصادر المعلومات (داخلية - خارجية) • أدوات الجمع السريع (استبيانات - مقابلات - ملاحظات) • كيف تميز المعلومات المهمة من الثانوية؟

## القسم الثاني

### المضمون (جوهر التقرير)

#### 2.1 جمع المعلومات بذكاء

##### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تطبخ وجبة شهية. جودة الوجبة تعتمد أولاً على جودة المكونات التي تستخدمها. حتى لو كنت أعظم طبخ في العالم، لن تصنع وجبة جيدة من مكونات فاسدة! المعلومات هي مكونات تقريرك. إذا كانت معلوماتك ناقصة، أو غير دقيقة، أو غير ذات صلة، فلن ينفعك أي جهد في التحليل أو الكتابة أو التنسيق. التقرير سيظل ضعيفاً.

لكن المشكلة أن عالمنا اليوم يعاني من فيضان معلوماتي. المعلومات متوفرة بكثرة، بل أكثر من اللازم. التحدي الحقيقي ليس في الحصول على المعلومات، بل في جمع المعلومات الصحيحة بسرعة، وتمييزها عن المعلومات الثانوية أو غير المفيدة.

في هذا الفصل، ستتعلم كيف تصبح صياداً ذكياً للمعلومات، لا مجرد جامع عشوائي.

##### أولاً: مصادر المعلومات (أين تبحث؟)

المعلومات التي تحتاجها لتقريرك موجودة في مكانين رئيسيين: داخل مؤسستك، وخارجها. كل نوع له مزاياه وتحدياته.

##### المصادر الداخلية (Inside the Organization)

هذه المصادر هي كنزك الأول. غالباً ما تكون متاحة بسهولة، ومجانية، ومصممة خصيصاً لمؤسستك.

المصدر	ماذا تجد فيه؟	نصائح للاستفادة
التقارير السابقة	تقارير مشابهة من فترات سابقة، تعطيك فكرة عن الهيكل المتوقع والمقارنات الزمنية	لا تنقل منها دون تحديث، استفد من الهيكل والأسلوب
قواعد البيانات	أرقام المبيعات، بيانات العملاء، إحصائيات الإنتاج، سجلات الموظفين	تعلم استخراج التقارير البسيطة من نظام ERP أو CRM
البريد الإلكتروني	مراسلات سابقة مع الجهات المعنية، قرارات سابقة، توضيحات	ابحث بكلمات مفتاحية، ورتب المعلومات زمنياً
الزملاء والخبراء الداخليون	خبرات عملية، تفاصيل غير موثقة، آراء وتحليلات	حدد أسئلتك مسبقاً، وكن مهذباً في طلب الوقت
الاجتماعات والمحاضر	قرارات سابقة، نقاشات، التزامات	ركز على القرارات والمهام، وليس النقاشات الطويلة
مستودعات المستندات	سياسات وإجراءات، عقود، عروض سعر	استخدم خاصية البحث النصي إن وجدت

● نصيحة خبير:

ابدأ دائماً بالمصادر الداخلية. ليس فقط لأنها متاحة، بل لأنها تعطيك سياق المشكلة. الأرقام وحدها لا تكفي، تحتاج لمن يشرح لك خلفياتها.

**المصادر الخارجية (Outside the Organization)**

عندما تحتاج لمقارنة أدائك بالسوق، أو لفهم اتجاهات عامة، أو لمعلومات لا تمتلكها داخلياً، تتجه للمصادر الخارجية.

المصدر	ماذا تجد فيه؟	درجة الموثوقية
الإنترنت والبحث المفتوح	معلومات عامة، أخبار، مقالات، تقارير منشورة	متفاوتة - تحقق دائماً من المصدر
تقارير الجهات الرسمية	إحصائيات حكومية، تقارير وزارية، بيانات رسمية	عالية جداً
تقارير الشركات المتخصصة	أبحاث سوق، دراسات استشارية، تحليلات قطاعية	عالية (إذا كانت جهة موثوقة)

المصدر	ماذا تجد فيه؟	درجة الموثوقية
المنافسون	مواقعهم الإلكترونية، تقاريرهم السنوية، إعلاناتهم	متوسطة - خذها بحذر
المؤتمرات والندوات	أفكار جديدة، اتجاهات حديثة، شبكات علاقات	متوسطة - تعتمد على المتحدث
المقابلات مع خبراء خارجيين	آراء متخصصة، رؤى مختلفة	عالية إذا كان الخبير موثقاً

### ● خطأ شائع:

الاعتماد على المصادر الخارجية وحدها. التقرير الجيد يمزج بين الداخلي (الذي يعطي خصوصية مؤسستك) والخارجي (الذي يعطي سياق السوق). لا تعتمد على نوع واحد فقط.

### ثانياً: أدوات الجمع السريع (كيف تجمع بذلك؟)

المصادر موجودة، لكن كيف تجمع المعلومات منها بسرعة وكفاءة؟ هذه أهم الأدوات:

#### 1. الاستبيانات (Questionnaires)

متى نستخدمها؟

- عندما تريد جمع معلومات من عدد كبير من الناس
- عندما تحتاج لأرقام وإحصائيات قابلة للقياس
- عندما تريد آراء منظمة يمكن مقارنتها

#### أنواع الأسئلة:

النوع	مثال	متى نستخدمه
مغلق (اختيار من متعدد)	"كم مرة تستخدم النظام يومياً؟ ( ) 1-3 ( ) 4-6 ( ) 7+"	عندما نعرف الإجابات المحتملة مسبقاً
مقياس (ليكرت)	"قيم رضاك عن النظام من 1-5"	لقياس الاتجاهات والمواقف
مفتوح	"ما اقتراحاتك لتطوير النظام؟"	عندما نبحث عن أفكار جديدة غير متوقعة

## ⌚ اختصار للوقت:

استخدم **Google Forms** أو **SurveyMonkey** لإنشاء استبيانات سريعة. النتائج تظهر لك مباشرة في جداول ورسوم بيانية توفر عليك وقت التحليل.

## 2. المقابلات (Interviews)

متى نستخدمها؟

- عندما تريد معلومات عميقة وتفاصيل دقيقة
- عندما تتعامل مع خبير أو مسؤول بمعلومات حساسة
- عندما تحتاج لفهم أسباب وسياقات غير موثقة

## أنواع المقابلات:

النوع	الوصف	الوقت المناسب
منظمة	أسئلة محددة مسبقاً، نفس الترتيب مع الجميع	15-20 دقيقة
شبه منظمة	أسئلة رئيسية مع إمكانية الاستفسار والاستطرد	30-45 دقيقة
مفتوحة (غير منظمة)	موضوع عام، والحوار مفتوح	60 دقيقة فأكثر

## ● نموذج: استمارة تحضير مقابلة سريعة

تاريخ المقابلة: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_ :

اسم المقابل: \_\_\_\_\_ :

الغرض من المقابلة: \_\_\_\_\_ :

## الأسئلة الأساسية (3-5 أسئلة):

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_

أسئلة استيضاحية احتياطية:

-هل يمكنك توضيح أكثر؟ / -ماذا تقصد ب...؟ / -هل لديك مثال على ذلك؟

ملاحظات بعد المقابلة:

-النقاط الرئيسية: / -معلومة غير متوقعة: / -ما يحتاج متابعة:

### ● نصيحة خبير:

سجل المقابلة (بعد أخذ الإذن طبعاً)! لا تعتمد على ذاكرتك أو ملاحظاتك السريعة. الرجوع للتسجيل يكشف تفاصيل كثيرة قد تفوتك أثناء المقابلة.

### 3. الملاحظات الميدانية (Observations)

متى نستخدمها؟

- عندما تريد فهم عملية أو إجراء عملياً
- عندما تريد معلومات موضوعية بعيداً عن آراء الناس
- عندما تكون المعلومات الرسمية غير كافية

ما ترصده:

العنصر	ماذا تلاحظ؟
الخطوات	ماذا يحدث أولاً؟ ثم ماذا؟ كم تستغرق كل خطوة؟
الأدوار	من يفعل ماذا؟ هل هناك تداخل أو ازدواجية؟
المشاكل	أين يتعطل العمل؟ ما الشكاوى المتكررة؟
الاستثناءات	ماذا يحدث في الحالات غير الطبيعية؟

### ● خطأ شائع:

تأثير "المراقب" - (Observer Effect) "عندما يعرف الناس أنك تراقبهم، قد يتصرفون بشكل مختلف. حاول أن تكون غير ملاحظ إن أمكن، أو كرر الملاحظات على فترات مختلفة.

### ثالثاً: كيف تميز المعلومات المهمة من الثانوية؟

هذه أهم مهارة في جمع المعلومات. لأنك ستجد دائماً معلومات أكثر مما تحتاج. التحدي في الانتقاء لا الجمع.

#### قاعدة 20/80 في المعلومات

80% من قيمة التقرير تأتي من 20% من المعلومات التي تجمعها. مهمتك أن تعثر على هذه الـ 20% الذهبية.

#### أسئلة التمييز الأربعة:

السؤال	كيف يساعدك
هل هذه المعلومة ضرورية لاتخاذ القرار؟	إذا كانت الإجابة "لا"، فهي ثانوية
هل تغير هذه المعلومة شيئاً في التوصيات؟	إذا لم تغير شيئاً، فهي للسياق فقط
هل سيسأل عنها القارئ بالتأكيد؟	إذا كنت متأكداً أنه سيسأل، فهي أساسية
هل هي معلومة جديدة أم تكرر لما يعرفه القارئ؟	إذا كان يعرفها، اختصرها أو استغني عنها

#### تصنيف المعلومات حسب الأولوية

المستوى	الوصف	مكانها في التقرير
أساسية (Must Have)	لا يمكن اتخاذ القرار بدونها	في صلب التقرير، بارزة
داعمة (Should Have)	تدعم الفكرة وتوضحها لكن يمكن الاستغناء	في صلب التقرير، لكن بإيجاز
ثانوية (Nice to Have)	مفيدة للسياق أو للفهم العميق	في الملاحق
زائدة (Excess)	لا تضيف قيمة حقيقية	ت حذف نهائياً

#### ● نموذج: بطاقة تصنيف المعلومات

المعلومة \_\_\_\_\_  
مصدرها \_\_\_\_\_

تصنيفها:

[ ] أساسية - لا يمكن الاستغناء ----- [ ] داعمة - تساعد لكن ليست ضرورية

[ ] ثانوية - توضع في ملاحق ----- [ ] زائدة - تحذف

لماذا؟

أين ستوضع في التقرير؟

### مؤشرات المعلومات غير الموثوقة

بعض المعلومات تبدو مهمة لكنها غير موثوقة. احذر هذه العلامات:

- مصدر واحد فقط (خاصة إذا كان المصدر غير محايد)
- لا يمكن التحقق منها بمصدر آخر
- الانفعال العاطفي في عرض المعلومة (تدل على انحياز)
- تناقضها مع معلومات أخرى موثوقة (دون تفسير مقنع)
- قدم المعلومات (غير مناسبة للسياق الزمني الحالي)

### ● نصيحة خبير:

قاعدة المصادر الثلاثة: أي معلومة مهمة، حاول أن تحصل عليها من 3 مصادر مختلفة إن أمكن. إذا اتفقت المصادر، فالمعلومة موثوقة. إذا اختلفت، فأنت بحاجة للتحقيق أكثر.

### ملخص سريع - 2.1

النقطة	الخلاصة
المصادر الداخلية	ابدأ بها دائماً: تقارير سابقة، قواعد بيانات، زملاء
المصادر الخارجية	للسوق والمقارنات: إنترنت، تقارير رسمية، دراسات
الاستبيانات	لجمع معلومات من عدد كبير، أسئلة مغلقة ومفتوحة
المقابلات	للعلم والتفاصيل، حدد أسئلتك مسبقاً
الملاحظات	لفهم الواقع الفعلي، تجنب تأثير المراقب
تمييز المهم	قاعدة 20/80، أسئلة التمييز الأربعة، تصنيف الأولويات

## تطبيق سريع

1. لتقريرك القادم: حدد أهم 3 مصادر داخلية وخارجية ستعتمد عليها.
2. للمعلومات التي معك: طبق أسئلة التمييز الـ 4 و صنفها لأساسية وداعمة وثانوية وزائدة.
3. جرب أداة جديدة: إذا كنت تعتمد على مصدر واحد، جرب مقابلة أو استبيان سريع .

## 2.2 تحليل المعلومات وترتيبها

### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك دخلت مطعماً وطلبتَ وجبة، فجاءك الطباخ بصينية ضخمة تحتوي على: اللحم نيئاً، والخضار بقشورها، والأرز غير مطبوخ، وكل شيء مبعثر! بالتأكيد لن تأكلها، حتى لو كانت المكونات نفسها ممتازة.

المعلومات التي جمعتها في الفصل السابق هي المكونات الخام. الآن حان وقت الطهي والترتيب. في هذا الفصل، ستتعلم كيف تحول كومة المعلومات المبعثرة إلى وجبة متكاملة، مرتبة ومنظمة، يسهل على القارئ هضمها والاستفادة منها.

### أولاً: طريقة الهرم المقلوب في التقارير (الأهم فالمهم) : ما هو الهرم المقلوب؟

الهرم المقلوب هو أسلوب في الكتابة (مأخوذ من عالم الصحافة) يعتمد على مبدأ بسيط: ضع الأهم أولاً.

في الكتابة التقليدية، نبدأ بالمقدمة، ثم التفاصيل، ثم الخاتمة. القارئ ينتظر حتى النهاية ليعرف الخلاصة.

في الهرم المقلوب، نقلب المعادلة:

الأهم (الخلاصة - الاستنتاجات) ←

التوصيات الرئيسية |

ماذا حدث؟ (الإجابة المباشرة) |

←



لماذا نستخدم الهرم المقلوب؟

السبب	الشرح
احترام وقت القارئ	المدير المشغول قد يقرأ أول فقرة فقط، فليأخذ الأهم
اتخاذ قرار سريع	إذا اقتنع من البداية، قد لا يحتاج لكل التفاصيل
سهولة التصفح	القارئ يقرر هل يواصل أم يكتفي بناءً على البداية
وضوح الرسالة	الخلاصة في البداية توجه القارئ لما سيأتي

● نموذج: تطبيق الهرم المقلوب على تقرير مبيعات

بالطريقة التقليدية (المملة):

"في إطار متابعة أداء المبيعات للربع الثالث من العام الحالي، وإيماناً من الإدارة بأهمية تحليل النتائج بشكل دوري، يسر إدارة المبيعات أن تقدم هذا التقرير الذي يستعرض أداء الفروع خلال الفترة من يوليو إلى سبتمبر..."

بطريقة الهرم المقلوب (الاحترافية):

"مبيعات الربع الثالث: 8.2 مليون ريال (انخفاض 5% عن المستهدف)

أبرز النتائج:

- فرع الرياض: تجاوز المستهدف 12%
- فرع جدة: تراجع 15% (بسبب تأخر التوريد)

التوصية: الموافقة على خطة تعزيز مخزون جدة بـ 2 مليون ريال

التفاصيل والتحليل كاملاً في التقرير التالي.....

### ● نصيحة خبير:

تخيل أن القارئ لديه دقيقة واحدة فقط ليقراً تقريرك. ماذا تريد أن يعرف في هذه الدقيقة؟ ضع هذا في أول 5 أسطر من التقرير. الباقي لمن يريد التفاصيل.

### كيف تطبق الهرم المقلوب في تقاريرك؟

#### خطوات عملية:

1. ابدأ بالخلاصة: ماذا حدث؟ ما النتيجة الإجمالية؟
2. أضف أبرز النقاط: أهم 3-5 نقاط تدعم الخلاصة
3. اذكر التوصيات الرئيسية: ماذا تقترح؟
4. ثم اشرح التفاصيل: بعد أن عرف القارئ الصورة الكبيرة
5. وأخيراً، ضع الباقي في ملاحق: لمن يريد التعمق

### ثانياً: تصنيف المعلومات (قرارات - استنتاجات - أرقام - تفاصيل داعمة)

بعد أن جمعت معلوماتك، وقبل أن تبدأ الكتابة، تحتاج إلى تصنيفها. هذا التصنيف سيساعدك على: معرفة أين تضع كل معلومة في التقرير / التأكد من اكتمال الصورة / اكتشاف المعلومات الزائدة التي يمكن الاستغناء عنها

### الأنواع الأربعة للمعلومات في أي تقرير

النوع	الوصف	أمثلة	مكانها في التقرير
قرارات (Decisions)	ما يطلب من القارئ فعله	الموافقة على ميزانية، اختيار مورد، إقرار خطة	المقدمة + نهاية التقرير
استنتاجات (Conclusions)	ما استخلصته من تحليل البيانات	"الانخفاض سببه المنافس الجديد"	بداية التقرير + التحليل
أرقام (Numbers)	البيانات والإحصائيات	2.5 مليون، 15% نمو، 45 عميلاً	الجداول والرسوم البيانية
تفاصيل داعمة (Supporting Details)	الشروحات والتفسيرات	"لأن الحملة الإعلانية توقفت 3 أسابيع"	نص التقرير + الملاحق



التعميمات الفارغة	"كما هو معروف للجميع"...	إذا كان معروفاً، لا تذكره
اللغة الإنشائية	"الجدير بالذكر أن"...	احذفها، واذكر المعلومة فقط

### تقنية الـ 3 دقائق للتخلص من الحشو

بعد أن تنتهي من كتابة مسودتك الأولى، خذ 3 دقائق فقط وطبق هذه الخطوات:

#### الدقيقة 1: ابحث عن "كلمات الحشو" الشائعة

ابحث في نصك عن هذه الكلمات وما يشبهها واحذفها (غالباً لا تغير المعنى):

كلمات مفتاحية للحذف	
"الجدير بالذكر"	"في الحقيقة"
"من الجدير بالملاحظة"	"تجدر الإشارة إلى"
"كما هو معروف"	"بطبيعة الحال"
"نظراً ل" (في بداية الجمل)	"لا شك أن"

#### الدقيقة 2: ابحث عن الجمل الطويلة

- ابحث عن جمل أطول من سطرين - حاول تقسيمها إلى جملتين أو ثلاث - أو احذف الكلمات الزائدة فيها

**قبل:** "نظراً للأهمية البالغة لمتابعة أداء المبيعات بشكل دوري ومنتظم، وبهدف الوقوف على آخر المستجدات واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب، فقد قامت إدارة المبيعات بإعداد هذا التقرير الشامل الذي يستعرض بالتفصيل نتائج الربع الثالث..."

#### بعد (بنصف الطول):

"يعرض هذا التقرير نتائج مبيعات الربع الثالث، بهدف دعم قرارات تحسين الأداء."

#### الدقيقة 3: ابحث عن "المقدمة الطويلة"

- انظر إلى أول فقرة من كل قسم
- هل يمكن أن تبدأ مباشرة بالمعلومة؟
- احذف الجمل التمهيدية التي لا قيمة لها

**قبل:** "في إطار حرص الإدارة على تطوير الأداء، وتحقيقاً لرؤية 2030، وتماشياً مع استراتيجية الشركة..."

**بعد:** "نقترح تطوير أداء فرع جدة من خلال..." (وخلص!)

## ● نموذج: قبل وبعد التخلص من الحشو

بعد (محترف)	قبل (بالغ الحشو)
"تقييم أداء الموظفين في الربع الثاني 2024. النتائج الرئيسية: 85% من الموظفين حققوا المستهدف. التوصية: تكريم المتميزين وتحفيز المتوسطين".	"في ضوء التوجيهات السامية من الإدارة العليا، واستمراراً للجهود المبذولة في تطوير الأداء، وتحقيقاً للتميز المنشود في جميع المجالات، يسر إدارة الموارد البشرية أن تقدم هذا التقرير الشامل الذي يتناول بالتحليل والدراسة موضوع أداء الموظفين خلال الربع الثاني من العام الحالي 2024، راجين من الله التوفيق والسداد".

## ⌚ اختصار للوقت:

اكتب أولاً دون توقف. لا تقلق من الحشو في المسودة الأولى. ثم خذ 3 دقائق فقط في المراجعة للتخلص من الزوائد. هذه التقنية تختصر وقت المراجعة من ساعات إلى دقائق.

## تمرين سريع: اكتشف الحشو بنفسك

أي من هذه الجمل تحوي حشواً؟

1. "تقرير مبيعات الربع الثالث يظهر انخفاضاً 5% عن المستهدف".
2. "لا شك أن تقرير مبيعات الربع الثالث يظهر انخفاضاً 5% عن المستهدف".
3. "في ظل الظروف الاقتصادية الراهنة، وبعد دراسة مستفيضة، يظهر تقرير مبيعات الربع الثالث انخفاضاً 5% عن المستهدف، وهذا يتطلب وقفة جادة".

الإجابة: الجملة الأولى فقط خالية من الحشو. الجملة الثانية "لا شك أن" زائدة. الجملة الثالثة كلها حشو تقريباً!

## ملخص سريع - 2.2

المفهوم	الخلاصة
الهرم المقلوب	ضع الأهم أولاً: الخلاصة، ثم أبرز النقاط، ثم التفاصيل
تصنيف المعلومات	قرارات - استنتاجات - أرقام - تفاصيل داعمة
قاعدة التصنيف	الأرقام تؤدي لاستنتاجات تؤدي لقرارات
الحشو	كل كلمة لا تضيف قيمة هي حشو
تقنية 3 دقائق	دقيقة للكلمات الزائدة، دقيقة للجمل الطويلة، دقيقة للمقدمات

## تطبيق سريع

1. خذ آخر تقرير كتبتَه (أو مسودة حالية).
2. طبّق الهرم المقلوب: هل الخلاصة في البداية؟
3. صنّف المعلومات إلى الأنواع الأربعة: هل هناك توازن؟
4. خذ 3 دقائق وجرب التخلص من الحشو. كم كلمة وقّرت؟

### 2.3 هيكلية المحتوى (التقسيم المنطقي)

#### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك دخلت مبنى ضخماً لأول مرة، ولا يوجد لوحات إرشادية ولا تقسيم واضح للطوابق. كم من الوقت ستضيع حتى تجد المكتب الذي تبحث عنه؟

التقرير بدون هيكل واضح هو مثل هذا المبنى. القارئ يضيع بين فقراته، لا يعرف أين يجد المعلومة التي يبحث عنها، وقد ييأس ويغلق التقرير قبل أن يصل إلى الفائدة.

الهيكلية هي فن تنظيم المحتوى بطريقة:

- توجه القارئ إلى ما يبحث عنه بسهولة
- تساعد على الفهم بتقديم الأفكار في تسلسل منطقي
- توفر الوقت على القارئ والكاتب معاً

في هذا الفصل، سنبنّي الهيكل المتكامل لأي تقرير احترافي: المقدمة، الجسم، الخاتمة، والتوصيات.

#### الهيكل العام للتقرير الاحترافي

أي تقرير إداري ناجح يتكون من أربعة أقسام رئيسية:

1. المقدمة |

( لماذا هذا التقرير؟ )

---

2. الجسم |

( ماذا وجدنا؟ )

---

3. الخاتمة |

( ماذا استنتجنا؟ )

---

4. التوصيات |

( ماذا نفعّل الآن؟ )

---

### ● نصيحة خبير:

هذا الهيكل مرّن. في التقارير القصيرة، يمكن دمج الخاتمة مع التوصيات. في التقارير الطويلة، قد تحتاج لأقسام إضافية. المهم أن يكون هناك تسلسل منطقي واضح.

### أولاً: المقدمة (ماذا تكتب فيها بالضبط؟)

المقدمة هي أول ما يقرأه القارئ، وآخر ما يكتبه المحترف! نعم، يفضل أن تكتب المقدمة بعد الانتهاء من باقي التقرير، لأنك وقتها تعرف بالضبط ماذا ستدخل فيها.

### العناصر الخمسة للمقدمة المثالية

العنصر	السؤال الذي يجيب عليه	مثال
1. الهدف	لماذا هذا التقرير؟	"يهدف هذا التقرير إلى تحليل أسباب انخفاض المبيعات في الربع الثالث"

2.النطاق	ماذا يغطي التقرير؟	"يغطي التقرير الفترة من يوليو إلى سبتمبر 2024، ويركز على المناطق الرئيسية الثلاث"
3.المنهجية	كيف جمعت المعلومات؟	"اعتمد التقرير على تحليل بيانات المبيعات ومقابلات مع مدراء الفروع"
4.الهيكل	ماذا في التقرير؟	"يتضمن التقرير: تحليل المبيعات، تقييم أداء الفروع، والتوصيات النهائية"
5.الخلاصة السريعة (اختياري)	ما أهم نتيجة؟	"النتيجة الرئيسية: تراجع المبيعات 5% بسبب تأخر التوريد"

● نموذج: مقدمة متكاملة

تقرير تقييم أداء المبيعات - الربع الثالث 0242

**الهدف:** يهدف هذا التقرير إلى تحليل أسباب انخفاض المبيعات في الربع الثالث، وتقديم توصيات لتحسين الأداء في الربع الرابع.

**النطاق:** يغطي التقرير جميع فروع المنطقة الغربية للفترة من يوليو إلى سبتمبر 2024.

**المنهجية:** اعتمد التقرير على تحليل بيانات المبيعات اليومية، ومقابلات مع 5 مدراء فروع، واستبيان آراء 20 مندوب مبيعات.

**الهيكل:** يعرض التقرير أولاً تحليلاً إجمالياً للمبيعات، ثم يستعرض أداء كل فرع على حدة، وينتهي بتوصيات عملية قابلة للتنفيذ.

**الخلاصة:** أظهرت النتائج تراجعاً إجمالياً 5% عن المستهدف، مع تفاوت كبير بين الفروع. يوصي التقرير بتحسين مخزون الفرعين الرئيسيين وتكثيف التدريب.

أخطاء شائعة في المقدمات

الخطأ	المثال	العلاج
المقدمة الطويلة	فقرة من 10 أسطر قبل الوصول للمعلومة	اختصر في 3-5 أسطر كحد أقصى
العموميات الفارغة	"انطلاقاً من رؤية الشركة وأهدافها الاستراتيجية..."	ابدأ مباشرة بموضوع التقرير

الغموض	"سنتناول في هذا التقرير بعض الملاحظات الهامة..."	قل بالضبط: المبيعات، الموظفين، المشتريات...
المقدمة "الجاهزة"	نفس المقدمة في كل تقرير	صمم مقدمة خاصة بكل تقرير

🕒 اختصار للوقت:

استخدم قالباً ثابتاً للمقدمة، وغير فقط المحتوى حسب التقرير. هذا يوفر عليك 10 دقائق من التفكير في كل تقرير.

### ثانياً: الجسم (تقسيم الفقرات وعناوينها الداخلية)

الجسم هو قلب التقرير، وفيه تقدم كل المعلومات والتحليلات. جودة الجسم تحدد مصداقية التقرير كله.

#### قاعدة 7-5-3 لتقسيم الجسم

المستوى	العدد الأمثل	مثال
أقسام رئيسية	3-5 أقسام	أولاً: تحليل المبيعات، ثانياً: أداء الفروع، ثالثاً: تحليل المنافسين
أقسام فرعية	5-7 أقسام فرعية	2.1 فرع الرياض، 2.2 فرع جدة، 2.3 فرع الدمام...
فقرات	5-7 أسطر للفقرة	كل فقرة تعالج فكرة واحدة فقط

#### قواعد كتابة الفقرة الاحترافية

1. فكرة واحدة لكل فقرة: لا تخلط مواضيع مختلفة في فقرة واحدة
2. الجملة الأولى هي المفتاح: تلخص الفكرة الرئيسية للفقرة
3. تدرج منطقي: ابدأ بالعام ثم الخاص، أو بالسبب ثم النتيجة
4. طول مناسب 5-7: أسطر كحد أقصى، أكثر من ذلك تحتاج تقسيم

● نموذج: فقرة محترفة

#### 2.1 تحليل مبيعات فرع الرياض

حقق فرع الرياض أداءً استثنائياً في الربع الثالث، متجاوزاً المستهدف بنسبة 12%. بلغت مبيعات الفرع 3.2 مليون ريال، مقارنةً بمستهدف 2.85 مليون. يعود هذا النمو إلى عاملين رئيسيين: أولاً، الحملة الترويجية الناجحة في يوليو والتي زادت المبيعات 20% خلال شهر واحد. ثانياً، فتح خط جديد للتوصيل السريع غطى مناطق كانت تعاني ضعف الخدمة سابقاً. مع ذلك، لوحظ تراجع في هامش الربح 2% بسبب تكاليف التوصيل الإضافية.

### العناوين الداخلية: خريطة الطريق للقارئ

العناوين الداخلية ليست مجرد تزيين، بل هي أداة ملاحية تساعد القارئ على:  
تصفح التقرير بسرعة / العودة لأجزاء معينة لاحقاً / فهم العلاقة بين الأقسام

### أنواع العناوين:

النوع	وظيفته	تنسيقه
عنوان رئيسي (H1)	عنوان القسم الرئيسي	خط كبير، عريض، مرقم (2)، 3، 4.
عنوان فرعي (H2)	تقسيم القسم الرئيسي	خط متوسط، عريض، مرقم (2.1)، 2.2
عنوان جانبي (H3)	تفصيل دقيق	خط عادي، عريض، مرقم (2.1.1)، 2.1.2
عناوين وصفية	لجذب الانتباه	خط عريض، بدون ترقيم

### ● نموذج: هيكل عناوين متكامل

2. تحليل أداء المبيعات (H1)

|

2.1 — التحليل الإجمالي (H2)

2.1.1 — مقارنة بالمستهدف (H3) |

2.1.2 — مقارنة بالربع السابق (H3) |

2.1.3 — مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي (H3) |

|

2.2 — تحليل أداء الفروع (H2)

2.2.1 — | فرع الرياض: نمو استثنائي (H3)

2.2.2 — | فرع جدة: تراجع مؤقت (H3)

2.2.3 — | فرع الدمام: استقرار (H3)

|

2.3 — تحليل أداء المنتجات (H2)

2.3.1 — | المنتجات الأكثر مبيعاً (H3)

2.3.2 — | المنتجات المتراجعة (H3)

● نصيحة خبير:

اكتب العناوين قبل أن تبدأ الكتابة. هذا يشبه رسم خريطة المنزل قبل البناء. ستوفر عليك وقتاً كبيراً في إعادة الترتيب والتنظيم.

ثالثاً: الخاتمة (ماذا تتضمن؟ ومتى نستغني عنها؟)

الخاتمة هي آخر ما يقرأه القارئ، وغالباً ما تحدد الانطباع النهائي عن التقرير.

متى نحتاج خاتمة؟

نحتاج خاتمة عندما	لا نحتاج خاتمة عندما
التقرير طويل (أكثر من 10 صفحات)	التقرير قصير (صفحتان أو ثلاث)
المحتوى معقد ويحتاج تلخيص	المحتوى بسيط ومباشر
نريد تثبيت النقاط الرئيسية في ذهن القارئ	الخلاصة موجودة في المقدمة بالفعل
التقرير تحليلي أو بحثي	التقرير إخباري بحت

ماذا تكتب في الخاتمة؟ الخاتمة الجيدة تحتوي على:

1. تلخيص النتائج الرئيسية (في 3-5 نقاط)

2. إعادة صياغة الاستنتاجات الأساسية ( بلغة مختلفة عن الجسم)

3. رابط للتوصيات (تمهيد للقسم التالي)

● نموذج: خاتمة فعالة

خاتمة

أظهر تحليل مبيعات الربع الثالث ثلاثة نتائج رئيسية:

1. تراجع إجمالي بنسبة 5% عن المستهدف، بسبب مشاكل توريد أثرت على الفرعين الرئيسيين.
  2. تفاوت كبير بين الفروع، حيث حقق فرع الرياض أداءً استثنائياً بينما تراجع فرع جدة.
  3. تحسن هامش الربح في المنتجات الجديدة رغم تراجع المبيعات الإجمالية.
- تؤكد هذه النتائج أهمية معالجة مشاكل التوريد كأولوية قصوى، مع الاستفادة من تجربة فرع الرياض في تحسين أداء الفروع الأخرى. في القسم التالي، نقدم توصيات محددة لتحقيق ذلك.

● خطأ شائع:

تكرار ما قيل في التقرير حرفياً. الخاتمة ليست نسخاً ولصقاً، بل إعادة صياغة بأسلوب جديد، مع التركيز على الأهم.

رابعاً: التوصيات (كيف تصيغها لتقرأ وتنفذ؟)

التوصيات هي أهم قسم في التقرير. كثير من المدراء يقرؤون التوصيات أولاً، ثم يعودون للتفاصيل إذا اقتنعوا. لذلك، التوصيات الجيدة تصنع الفرق بين تقرير يُنفذ وتقرير يُرفض.

شروط التوصية الفعالة (SMART)

الشرط	معناه	مثال ضعيف	مثال قوي
محددة (Specific)	واضحة، لا تحتمل تفسيرات متعددة	"تحسين الأداء"	"زيادة مبيعات فرع جدة 10%"
قابلة للقياس (Measurable)	يمكن قياس نجاحها	"تطوير خدمة العملاء"	"رفع نسبة رضا العملاء من 80% إلى 90%"

قابلة للتحقيق (Achievable)	واقعية، في حدود الإمكانيات	"مضاعفة المبيعات في شهر"	"زيادة المبيعات 15% في الربع القادم"
ذات صلة (Relevant)	تخدم الهدف الرئيسي	"تطوير موقع إلكتروني" (إذا كان الهدف تحسين المبيعات)	"تكثيف التدريب لفريق المبيعات"
محددة زمنياً (Time-bound)	لها موعد نهائي	"قريباً"	"خلال 3 أشهر"

### أنواع التوصيات

النوع	متى نستخدمه	مثال
توصية إجرائية	لحل مشكلة محددة	"تعيين مندوب مبيعات إضافي في فرع جدة خلال شهر"
توصية استراتيجية	لتحقيق أهداف طويلة المدى	"الاستثمار في تدريب جميع مندوبي المبيعات على مهارات التفاوض"
توصية بقرار	لاختيار بين بدائل	"الموافقة على الخيار (أ) لتطوير النظام بتكلفة 500 ألف"
توصية بدراسة إضافية	عندما لا تتوفر معلومات كافية	"تشكيل فريق لدراسة دخول سوق جديد وتقديم تقرير خلال 3 أشهر"

### صياغة التوصيات: قبل وبعد

قبل (صياغة ضعيفة)	بعد (صياغة قوية)
"يجب تحسين أداء فرع جدة"	"تكثيف التدريب لفريق مبيعات جدة لمدة أسبوعين بدءاً من 1 نوفمبر"
"نقترح دراسة الموضوع"	"تشكيل لجنة من 3 أعضاء لدراسة بدائل تطوير النظام، على أن تقدم تقريرها في 15 ديسمبر"
"الموافقة على الميزانية"	"الموافقة على ميزانية التطوير البالغة 500 ألف ريال، على أن تصرف على مرحلتين"

● نموذج: قسم توصيات متكامل

رابعاً: التوصيات

بناءً على التحليل السابق، نوصي بما يلي:

توصيات عاجلة (التنفيذ خلال شهر):

1. معالجة مشكلة توريد فرع جدة: التعاقد مع مورد بديل خلال أسبوعين، لضمان توفر المخزون في موسم الجمعة.
2. تحفيز فريق مبيعات الرياض: صرف مكافأة استثنائية 5000 ريال لكل مندوب تجاوز المستهدف 20%، على أن تصرف مع راتب نوفمبر.

توصيات قصيرة المدى (3-6 أشهر):

3. برنامج تدريبي للمبيعات: تنفيذ 3 ورش عمل (تفاوض، إغلاق صفقات، إدارة علاقات العملاء) لجميع مندوبي المبيعات، خلال الربع الأول من 2025.
4. تطوير نظام الحوافز: تعديل نظام الحوافز ليربط المكافآت بهامش الربح وليس حجم المبيعات فقط، على أن يطبق بداية 2025.

توصيات استراتيجية (عام):

5. دراسة التوسع في المنطقة الشرقية: تشكيل فريق لدراسة فرص التوسع، على أن يقدم تقريراً أولياً في مارس 2025.

أين توضع التوصيات؟

هناك مدرستان في وضع التوصيات:

الميزة	المكان	المدرسة
تسلسل منطقي: نقرأ التحليل، ثم نصل للتوصيات	في نهاية التقرير، بعد الخاتمة	المدرسة الأولى
المدير المشغول يقرأ التوصيات فوراً	في البداية، بعد المقدمة مباشرة	المدرسة الثانية

● نصيحة خبير:

في التقارير الطويلة، ضع الملخص التنفيذي في البداية (وفيه التوصيات الرئيسية)، ثم التوصيات التفصيلية في النهاية. هذا يجمع بين المدرستين.

ملخص سريع - 2.3

القسم	العناصر الأساسية
المقدمة	الهدف - النطاق - المنهجية - الهيكل - (خلاصة سريعة)
الجسم	أقسام رئيسية (3-5) - أقسام فرعية - فقرات (5-7 أسطر) - عناوين واضحة
الخاتمة	تلخيص النتائج - إعادة صياغة الاستنتاجات - تمهيد للتوصيات
التوصيات	محددة - قابلة للقياس - قابلة للتحقيق - ذات صلة - محددة زمنياً

تطبيق سريع

1. للتقرير القادم: اكتب هيكله الكامل (عناوين رئيسية وفرعية) قبل أن تبدأ الكتابة.
2. للمقدمة: اكتبها بعد الانتهاء من التقرير، وتأكد من احتوائها على العناصر الخمسة.
3. للتوصيات: اختر توصية واحدة من تقرير سابق وأعد صياغتها حسب معايير SMART.

2.4 لغة التقارير الفعالة

لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك طلبت من شخص أن يصف لك منزلاً، فبدأ يصف لك تفاصيل دقيقة عن لون الستائر في غرفة النوم، ونوع الخشب في المطبخ، وشكل المقابض في الحمام... لكنه نسي أن يخبرك بكم غرفة في المنزل وأين يقع!

هذا ما تفعله اللغة الضعيفة في التقارير. قد تكون المعلومات صحيحة، لكن طريقة عرضها تجعل القارئ يضيع في التفاصيل ولا يصل إلى الجوهر.

## اللغة الفعالة هي التي:

- توصل المعلومة بوضوح من أول مرة
- تحترم وقت القارئ
- تبني الثقة والمصداقية
- تقنع القارئ بصحة الاستنتاجات

في هذا الفصل، ستتعلم كيف تكتب بلغة إدارية محترفة، واضحة، ومؤثرة.

## أولاً: كن واضحاً ومباشراً (تجنب الإنشاء)

### ما هو "الإنشاء" في الكتابة الإدارية؟

الإنشاء هو استخدام كلمات كثيرة لمعنى بسيط، أو التكلف في الصياغة بهدف "التجميل" بدلاً من "التوصيل".

### مؤشرات الإنشاء:

- كلمات غير ضرورية
- تراكيب معقدة
- لغة فضفاضة عامة
- تكرار المعاني

### ● نموذج: الإنشاء مقابل الوضوح

واضح ومباشر (قوي)	إنشاء (ضعيف)
"متابعة أداء المبيعات بدقة"	"نظراً للأهمية البالغة والقصوى التي تكتسبها عملية متابعة أداء المبيعات بشكل دوري ومنتظم"
"انخفضت المبيعات 5%"	"تجدر الإشارة إلى أنه قد لوحظ من خلال متابعة البيانات وجود انخفاض نسبي في المبيعات"

"تمشياً مع استراتيجية الشركة"	"في ضوء التوجهات الاستراتيجية للشركة والسعي نحو تحقيق التميز المنشود"
-------------------------------	---

قواعد الكتابة الواضحة والمباشرة

القاعدة 1: استخدم أقل عدد من الكلمات الممكنة

قبل	بعد
"في الوقت الحالي وفي ظل الظروف الراهنة"	"حالياً"
"نتيجة لما سبق ذكره وتحليله في الأقسام السابقة"	"بناءً على ما سبق"
"أود أن أؤكد على نقطة في غاية الأهمية"	"مهم جداً"

القاعدة 2: تجنب الكلمات المبهمة

مبهم	واضح
"قريباً"	"خلال أسبوعين"
"بعض الموظفين"	"15 موظفاً من فرع جدة"
"انخفاض ملحوظ"	"انخفاض 12%"
"تحسن كبير"	"زيادة 25%"

القاعدة 3: ابدأ بالمعلومة الأهم مباشرة

قبل (غير مباشر)	بعد (مباشر)
"نقدم لكم هذا التقرير الذي يتناول تحليل مبيعات الربع الثالث"	"مبيعات الربع الثالث: 8.2 مليون ريال"
"سننتظر في هذا الجزء إلى توصياتنا لتحسين الأداء"	"نوصي بـ 3 إجراءات لتحسين الأداء"

● نصيحة خبير:

بعد كتابة أي جملة، اسأل نفسك: "هل يمكن أن أقول هذا بأقل من نصف الكلمات؟" إذا كانت الإجابة "نعم"، فأعد الصياغة. هذه العادة وحدها تحسن أسلوبك 50%.

## ثانياً: الجمل القصيرة وأثرها

### لماذا الجمل القصيرة أفضل؟

الدماغ البشري يقرأ الجمل القصيرة أسرع ويفهمها بشكل أفضل. الجمل الطويلة تجعل القارئ يعيد القراءة عدة مرات ليفكك التركيب.

### قارن بين الجملتين:

"نظراً للظروف الاقتصادية الصعبة التي تمر بها الأسواق حالياً والتي أثرت بشكل مباشر على أداء جميع الشركات في القطاع، فقد قامت إدارة المبيعات بتحليل دقيق للبيانات ودراسة متأنية للعوامل المؤثرة، وتوصلت إلى مجموعة من التوصيات التي نأمل أن تساهم في تجاوز هذه المرحلة الحرجة وتحقيق النتائج المرجوة في الفترة القادمة".

هذه الجملة:

- تحتوي على 45 كلمة
- فكرة واحدة لكنها مطوّلة جداً
- تجعل القارئ يتوه قبل أن يصل للنهاية

### مقابل:

"تأثرت مبيعات الربع الثالث بالظروف الاقتصادية الصعبة. حللت إدارة المبيعات البيانات ودرست العوامل المؤثرة. النتائج والتوصيات في هذا التقرير".

هذه:

- 3 جمل قصيرة
- كل جملة تحمل فكرة واحدة
- سهولة القراءة والفهم

قاعدة 15-20 كلمة : اجعل متوسط طول الجملة بين 15 و20 كلمة.

التأثير	الطول
قد تكون مقتضبة جداً، تفقد الترابط	أقل من 10 كلمات
مثالي - سهل القراءة	15-20 كلمة

مقبول، لكن يحتاج تركيزاً	20-30 كلمة
صعب القراءة، يحتاج إعادة صياغة	أكثر من 30 كلمة

### ● نموذج: تحويل جملة طويلة إلى جمل قصيرة

#### قبل (42 كلمة):

"إن التطورات المتسارعة في قطاع التكنولوجيا، والتي نشهدها في السنوات الأخيرة بمعدلات غير مسبوقة، تفرض علينا كشركة رائدة في السوق أن نواكب هذه التطورات من خلال تحديث أنظمتنا باستمرار وتدريب موظفينا على أحدث المهارات، وذلك حتى نتمكن من الحفاظ على ميزتنا التنافسية وريادتنا للسوق".

#### بعد (3 جمل - 25 كلمة إجمالاً):

"يتسارع التطور التكنولوجي بشكل غير مسبوق. يجب أن نواكب هذا التطور بتحديث أنظمتنا وتدريب موظفينا. هذا هو مفتاح الحفاظ على ريادتنا للسوق".

#### متى نستخدم الجمل الطويلة؟

الجمل القصيرة رائعة، لكن ليس دائماً. الجمل الطويلة مفيدة عندما:

- نريد الربط بين أفكار مرتبطة
- نقدم سياقاً قبل المعلومة
- تنوع الإيقاع لتجنب الرتابة

السر هو التوازن: اخلط بين الجمل القصيرة والمتوسطة والطويلة، مع غلبة للقصيرة.

#### 🕒 اختصار للوقت:

بعد كتابة فقرة، اقرأها بصوت عالٍ. إذا وجدت نفسك تلهث لتكمل الجملة، فهي طويلة جداً. قسمها إلى جملتين أو ثلاث.

### ثالثاً: أفعال قوية مقابل أفعال ضعيفة

الأفعال هي محرك الجملة. الأفعال القوية تجعل الجملة حية ومؤثرة. الأفعال الضعيفة تجعلها باردة ومملة.

ما هي الأفعال الضعيفة؟

الأفعال الضعيفة هي التي:

- لا تصور حركة محددة
- تحتاج لأفعال أخرى لتكمل معناها
- تجعل الجملة غير مباشرة

أشهر الأفعال الضعيفة:

- كان، أصبح، صار
- يوجد، هناك
- تم (الأخطر!)
- يتم، يمكن

ما هي الأفعال القوية؟

الأفعال القوية تصف فعلاً محدداً يمكن تخيله.

● نموذج: أفعال ضعيفة مقابل أفعال قوية

قوي	ضعيف
"أنهى الفريق المشروع"	"تم إنجاز المشروع"
"انخفضت المبيعات"	"هناك انخفاض في المبيعات"
"تراجع الإدارة البيانات"	"يتم مراجعة البيانات"
"تحسنت النتائج"	"يمكن ملاحظة تحسن"
"تفوق الأداء على المستهدف"	"كان الأداء جيداً"

لماذا "تم" قاتلة التقارير؟

"تم" تجعل الجملة:

- مبنية للمجهول (لا تعرف من الفاعل)
- غير مباشرة (بعيدة عن الحدث)

• رسمية بشكل ممل

قبل: "تم إعداد التقرير من قبل فريق المبيعات"

بعد: "أعد فريق المبيعات التقرير"

قبل: "تمت الموافقة على الميزانية"

بعد: "وافقت الإدارة العليا على الميزانية"

● نصيحة خبير:

استخدم خاصية البحث في Word لتبحث عن كلمة "تم". كلما وجدتها، حاول إعادة صياغة الجملة بفعل قوي. هذه العادة ستغير أسلوبك بالكامل.

قواعد استخدام الأفعال القوية

القاعدة 1: استخدم المبني للمعلوم لا المبني للمجهول

مجهول (ضعيف)	معلوم (قوي)
"تم تحليل البيانات"	"حللنا البيانات"
"سوف يتم تنفيذ التوصيات"	"سننفذ التوصيات"
"يُقترح تكوين فريق"	"نقترح تكوين فريق"

القاعدة 2: اختر الفعل الدقيق لا الفعل العام

عام	دقيق
"قام بتحسين الأداء"	"درب الموظفين - طور النظام - رفع الكفاءة"
"عمل على المشروع"	"قاد المشروع - شارك في - أشرف على"
"حدث تغيير"	"انخفض - ارتفع - تحسن - تراجع"

القاعدة 3: اجعل الأفعال في بداية الجمل

قبل	بعد
"المبيعات في الربع الثالث انخفضت"	"انخفضت المبيعات في الربع الثالث"
"الموافقة على الميزانية تمت أمس"	"وافقت الإدارة على الميزانية أمس"

رابعاً: ضمير المتكلم في التقارير (متى نستخدم "أنا" و"نحن"؟)

هذا سؤال يحير كثيراً من الإداريين. هل أقول "أنا أوصي" أم "نحن نوصي" أم "يوصي التقرير"؟

الخيارات المتاحة

الضمير	الميزة	العيب
أنا	واضح، يتحمل المسؤولية	قد يبدو متعجلاً أو فردياً
نحن	يمثل الفريق، دبلوماسي	قد يكون غير دقيق إذا كنت وحدك
الضمير المستتر (أفعل)	محايد، مهني	يخفي المسؤولية أحياناً
التقرير/الدراسة	موضوعي جداً	بارد، غير شخصي

متى نستخدم كل ضمير؟

استخدم "أنا" عندما:

- تقدم رأياً شخصياً بناءً على خبرتك
- تتحمل مسؤولية قرار أو توصية
- تكتب تقريراً باسمك الفردي

"أرى من خلال متابعتي للمشروع أن التأخر ناتج عن..."

"أوصي شخصياً باختيار الخيار الثاني"...

استخدم "نحن" عندما:

- تمثل فريقاً أو قسماً
- تريد إظهار العمل الجماعي
- تكتب باسم المؤسسة

"نوصي في قسم المبيعات بـ..."

"توصلنا بعد التحليل إلى أن..."

استخدم الصيغة الموضوعية عندما:

- تريد حيادية مطلقة
- الموقف حساس ويتطلب دبلوماسية
- تكتب تقريراً رسمياً جداً

"يوصي التقرير ب..."  
 "أظهرت النتائج أن..."  
 "خلص التحليل إلى..."

● نموذج: المقارنة بين الأساليب

الموقف	بأسلوب "أنا"	بأسلوب "نحن"	بأسلوب موضوعي
تقديم توصية	"أوصي بتعيين موظف جديد"	"نوصي بتعيين موظف جديد"	"يوصي التقرير بتعيين موظف جديد"
تحليل مشكلة	"أعتقد أن المشكلة في..."	"نعتقد أن المشكلة في..."	"تشير النتائج إلى أن المشكلة في..."
طلب قرار	"أطلب الموافقة على..."	"نطلب الموافقة على..."	"المطلوب الموافقة على..."

قاعدة عامة لاستخدام الضمائر

نوع التقرير	الأسلوب المناسب
تقرير فردي (من شخص لمديره)	"أنا" أو مزيج
تقرير قسم (من فريق لإدارة عليا)	"نحن" غالباً
تقرير استشاري خارجي	موضوعي + "نحن" أحياناً
تقرير رسمي لمجلس إدارة	موضوعي في الغالب
تقرير يومي/أسبوعي	"أنا" أو مختصر بدون ضمير

● خطأ شائع:

الخلط بين الضمائر في نفس التقرير. اختر أسلوباً واحداً والتزم به. التنقل بين "أنا" و"نحن" و"التقرير" يربك القارئ.

● نصيحة خبير: في معظم التقارير الإدارية الداخلية، "نحن" هو الخيار الآمن. يعطي انطباعاً بالعمل الجماعي دون أن يكون فردياً جداً أو بارداً جداً. استخدم "أنا" فقط عندما تريد تأكيد مسؤوليتك الشخصية عن رأي معين.

ملخص سريع - 42.

القاعدة	الخلاصة
الوضوح	أقل عدد من الكلمات، ابدأ بالمعلومة الأهم، تجنب الكلمات المبهمة
الجمل القصيرة	متوسط 15-20 كلمة، فكرة واحدة في كل جملة
الأفعال القوية	تجنب "تم"، استخدم المبني للمعلوم، اختر الفعل الدقيق
الضمائر	"نحن" خيار آمن، "أنا" للمسؤولية الشخصية، الموضوعي للرسمية

تطبيق سريع

1. ابحث عن "تم" في آخر تقرير كتبتّه. كم مرة استخدمتها؟ أعد صياغة 3 جمل منها بفعل قوي.
2. اقرأ فقرة من تقريرك بصوت عالٍ. هل الجمل طويلة؟ أين تلهث؟ قسم أطول جملة إلى جملتين.
3. حدد ضميرك الأساسي. هل تستخدم "أنا" أم "نحن" أم الأسلوب الموضوعي؟ هل هو مناسب لنوع تقاريرك؟

## 2.5 أخطاء شائعة في المضمون (قائمة سريعة)

### لماذا هذه القائمة؟

الخبراء يتعلمون من أخطائهم. لكن الخبراء الأذكى يتعلمون من أخطاء غيرهم! هذه القائمة السريعة ستوفر عليك الوقوع في الأخطاء الأكثر شيوعاً التي يقع فيها كاتبو التقارير. استخدمها ك قائمة تدقيق (Checklist) قبل تسليم أي تقرير.

## 10 أخطاء قاتلة في مضمون التقارير

### 1. الهدف غير واضح

**الخطأ:** تبدأ الكتابة دون أن تحدد بدقة لماذا تكتب هذا التقرير.  
**العلامة:** القارئ يسأل في النهاية: "طيب، خلاصة الموضوع إيه؟"  
**العلاج:** اكتب هدفك في جملة واحدة قبل البدء، والصقها أعلى الصفحة لتتذكرها.

### 2. تجاهل القارئ

**الخطأ:** تكتب التقرير وكأنك تخاطب نفسك، دون مراعاة مستوى القارئ واحتياجاته.  
**العلامة:** المدير التنفيذي يستلم تقريراً بتفاصيل تشغيلية دقيقة لا تهمه.  
**العلاج:** حلل القارئ قبل الكتابة: من هو؟ ماذا يريد أن يعرف؟ كم وقت لديه؟

### 3. الخلط بين المعلومات والتحليل

**الخطأ:** تقدم معلومات خام (أرقام، بيانات) دون تحليلها واستخلاص النتائج.  
**العلامة:** تقريرك مليء بالأرقام، لكنه يخلو من عبارات مثل "يشير هذا إلى أن..." أو "نستنتج من ذلك..."  
**العلاج:** بعد كل معلومة مهمة، اسأل: "ماذا تعني هذه المعلومة؟" وأضف الجواب.

#### 4. تأخير الخلاصة

**الخطأ:** تبدأ بالمقدمات الطويلة والخلفيات، وتؤخر النتائج والتوصيات للنهاية.  
**العلامة:** القارئ المشغول يضطر لقراءة صفحات ليصل إلى الفائدة.  
**العلاج:** طبق الهرم المقلوب: الأهم أولاً، ثم المهم، ثم التفاصيل.

#### 5. توصيات غير قابلة للتنفيذ

**الخطأ:** توصيات عامة فضفاضة مثل "تحسين الأداء" أو "تطوير العمل".  
**العلامة:** القارئ يوافق على التوصية، لكنه لا يعرف ماذا يفعل بعدها.  
**العلاج:** طبق SMART محددة، قابلة للقياس، قابلة للتحقيق، ذات صلة، محددة زمنياً.

#### 6. التحيز والآراء الشخصية

**الخطأ:** تقديم آراء شخصية على أنها حقائق، أو تجاهل معلومات تخالف رأيك.  
**العلامة:** عبارات مثل "أعتقد أن..." بدون أدلة، أو تجاهل واضح لجوانب معينة.  
**العلاج:** اعتمد على البيانات، واذكر الآراء كأراء مع نسبتها لأصحابها.

#### 7. الحشو والاستطراد

**الخطأ:** إضافة كلمات وفقرات لا قيمة لها، أو الخروج عن الموضوع الرئيسي.  
**العلامة:** التقرير أطول من اللازم، والقارئ يشعر بالملل.  
**العلاج:** بعد الكتابة، احذف كل جملة لا تؤثر في القرار أو الفهم.

#### 8. إهمال ذكر المصادر

**الخطأ:** تقدم معلومات دون توثيق مصادرها، مما يضعف المصداقية.  
**العلامة:** القارئ يتساءل: "من أين جاءت هذه الأرقام؟"  
**العلاج:** اذكر المصدر باختصار: "حسب تقرير المبيعات الشهري" أو "مقابلة مع مدير الفرع."

## 9. التكرار

**الخطأ:** تكرر نفس المعلومة في أكثر من مكان في التقرير.  
**العلامة:** القارئ يشعر أنه يقرأ الشيء نفسه مراراً.  
**العلاج:** اذكر المعلومة المهمة مرة واحدة في المكان المناسب، واستخدم الإحالات عند الحاجة.

## 10. الخلط بين الأسباب والنتائج

**الخطأ:** تقدم علاقات سبب-نتيجة غير دقيقة أو غير مدعومة.  
**العلامة:** استنتاجات غير منطقية، مثل "ارتفعت المبيعات لأننا شربنا قهوة الصباح!"  
**العلاج:** تأكد من وجود علاقة منطقية، واذكر الأدلة التي تربط السبب بالنتيجة.

### قائمة تدقيق سريعة (للاستخدام اليومي)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> هل اعتمدت على الحقائق لا الآراء؟    | <input type="checkbox"/> هل هدف التقرير واضح في جملة واحدة؟  |
| <input type="checkbox"/> هل تخلصت من الحشو والكلمات الزائدة؟ | <input type="checkbox"/> هل راعيت احتياجات القارئ ومستواه؟   |
| <input type="checkbox"/> هل ذكرت مصادر المعلومات المهمة؟     | <input type="checkbox"/> هل حللت المعلومات أم اكتفيت بعرضها؟ |
| <input type="checkbox"/> هل تجنبنا التكرار غير الضروري؟      | <input type="checkbox"/> هل وضعت الأهم في البداية؟           |
| <input type="checkbox"/> هل علاقات السبب-نتيجة منطقية؟       | <input type="checkbox"/> هل توصياتي محددة وقابلة للتنفيذ؟    |

### ● نصيحة خبير:

اطبع هذه القائمة وضعها على مكتبك. قبل تسليم أي تقرير، راجعها نقطة نقطة. في 3 دقائق فقط، ترتفع جودة تقريرك 50%.

## 2.6 نماذج تطبيقية

### النموذج الأول: نموذج هيكل تقرير جاهز

هذا هيكل شامل يمكنك استخدامه لأي تقرير إداري. عبئه بمحتواك الخاص.

(عنوان التقرير)

التاريخ: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

إلى: \_\_\_\_\_

من: \_\_\_\_\_

الموضوع: \_\_\_\_\_

### 1. الملخص التنفيذي (للمدراء المشغولين)

الخلاصة في 5 أسطر:

- النتيجة الرئيسية الأولى: \_\_\_\_\_
- النتيجة الرئيسية الثانية: \_\_\_\_\_
- التوصية الأهم: \_\_\_\_\_

### 2. المقدمة

#### 2.1 الهدف من التقرير

#### 2.2 النطاق (ماذا يغطي التقرير؟)

### 2.3 المنهجية (كيف جمعت المعلومات؟)

#### 2.4 هيكل التقرير

- أولاً \_\_\_\_\_ :
- ثانياً \_\_\_\_\_ :
- ثالثاً \_\_\_\_\_ :

### 3. التحليل والنتائج

#### 3.1 (العنوان الرئيسي الأول)

##### النتائج الرئيسية:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

#### 3.2 (العنوان الرئيسي الثاني)

##### النتائج الرئيسية:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

3.3(العنوان الرئيسي الثالث)

النتائج الرئيسية:

4.الاستنتاجات

- استنتاج 1 \_\_\_\_\_:
- استنتاج 2 \_\_\_\_\_:
- استنتاج 3 \_\_\_\_\_:

5.التوصيات

#	التوصية	المسؤول	الموعد النهائي	الأولوية
1	_____	_____	_____	عاجلة / متوسطة / لاحقة
2	_____	_____	_____	عاجلة / متوسطة / لاحقة
3	_____	_____	_____	عاجلة / متوسطة / لاحقة

6.الملاحق

- ملحق 1: تفاصيل إضافية عن \_\_\_\_\_
- ملحق 2: جداول وبيانات تفصيلية

## • ملحق 3: المصادر والمراجع

## ⌚ اختصار للوقت:

احتفظ بهذا الهيكل في ملف Word جاهز. ابدأ كل تقرير جديد بنسخ هذا الملف، ثم عبئ المحتوى. هذا يوفر عليك 30 دقيقة من التفكير في الهيكل كل مرة.

## النموذج الثاني: نموذج صياغة توصيات (ضعيف ← قوي)

## التوصية 1: تحسين أداء فرع جدة

قوي	ضعيف
"نوصي بتكثيف تدريب فريق مبيعات جدة لمدة أسبوعين (من 1 إلى 15 نوفمبر) على مهارات البيع المتقدم، مع متابعة النتائج شهرياً ولمدة 3 أشهر".	"نوصي بتحسين أداء فرع جدة"
لماذا قوي؟ محددة، قابلة للقياس، تعرف المسؤول (ضمنياً)، محددة زمنياً	لماذا ضعيف؟ غير محددة، غير قابلة للقياس، لا تعرف من المسؤول، لا يوجد موعد

## التوصية 2: التعامل مع المنافس الجديد

قوي	ضعيف
"تشكيل فريق عمل من (المبيعات والتسويق) لدراسة منتجات وتسعير المنافس X، وتقديم تقرير بخطة الاستجابة المقترحة خلال 3 أسابيع (حد أقصى 30 نوفمبر)".	"يجب دراسة تحركات المنافس الجديد واتخاذ اللازم"
لماذا قوي؟ فريق محدد، مهمة محددة، موعد محدد	لماذا ضعيف؟ غامضة، "اللازم" كلمة خطيرة، غير محددة زمنياً

## التوصية 3: زيادة الميزانية التسويقية

ضعيف	قوي
"نطلب زيادة ميزانية التسويق لمواجهة الظروف الحالية"	"نطلب الموافقة على زيادة ميزانية التسويق 15% (125 ألف ريال) للربع الرابع، لتغطية حملة ترويجية استثنائية أمام المنافس الجديد، على أن يعرض مدير التسويق نتائج الحملة في اجتماع يناير."
لماذا ضعيف؟ كم الزيادة؟ لماذا؟ ما النتائج المتوقعة؟	لماذا قوي؟ نسبة محددة، مبلغ محدد، سبب واضح، آلية متابعة محددة

## التوصية 4: تطوير نظام الحوافز

ضعيف	قوي
"نقترح تطوير نظام الحوافز بما يحقق العدالة ويحفز الموظفين"	"تكليف إدارة الموارد البشرية بإعداد تصور محدث لنظام الحوافز يركز على ربط المكافأة بهامش الربح (وليس حجم المبيعات فقط)، وعرض التصور على لجنة التطوير في أول اجتماع لشهر ديسمبر."
لماذا ضعيف؟ عام، فضفاض، لا يعرف ماذا يعني "العدالة"	لماذا قوي؟ جهة محددة، معيار محدد (هامش الربح)، موعد محدد

## التوصية 5: تقييم الموردين

ضعيف	قوي
"لا بد من تقييم أداء الموردين بانتظام"	"تشكيل لجنة من المشتريات والجودة لتقييم أداء الموردين الرئيسيين (ال 5 الأكبر) وفق معايير: الالتزام بالمواعيد، الجودة، السعر. على أن تقدم اللجنة تقريرها الأول في 15 ديسمبر."
لماذا ضعيف؟ "بانتظام" غير محددة، من يقوم؟ كيف؟	لماذا قوي؟ لجنة محددة، موردين محددين، معايير محددة، موعد محدد

## ● نصيحة خبير:

اقرأ توصياتك بصوت عالٍ. إذا شعرت أنها يمكن أن تنطبق على أي شركة وفي أي وقت، فهي ضعيفة. التوصية القوية خاصة بموقفك الحالي، وتقول بالضبط ماذا تفعل غداً.

## النموذج الثالث: ورقة عمل تحليل المعلومات

استخدم هذه الورقة بعد جمع المعلومات وقبل البدء في الكتابة. ساعدك على تنظيم أفكارك واكتشاف الثغرات.

## ورقة عمل تحليل المعلومات

عنوان التقرير: \_\_\_\_\_  
تاريخ التحليل: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_

## أولاً: فرز المعلومات الأولية

المعلومة	المصدر	هل هي أساسية؟	أين ستوضع في التقرير؟
1. _____	_____	[ ] نعم [ ] لا	_____
2. _____	_____	[ ] نعم [ ] لا	_____
3. _____	_____	[ ] نعم [ ] لا	_____
4. _____	_____	[ ] نعم [ ] لا	_____
5. _____	_____	[ ] نعم [ ] لا	_____

## ثانياً: استخلاص الاستنتاجات

المعلومة (الأرقام/البيانات)	ماذا تعني؟ (الاستنتاج)
1. _____	_____
2. _____	_____
3. _____	_____
4. _____	_____

## ثالثاً: تحليل الأسباب (لماذا؟)

المشكلة/النتيجة	الأسباب المحتملة	السبب الأرجح (بعد التحليل)
1. _____	• _____ • _____	_____
2. _____	• _____ • _____	_____

### رابعاً: توليد التوصيات المبدئية

الاستنتاج	توصية مقترحة	تناسب SMART ؟
1. _____	_____	[ ] نعم [ ] يحتاج تطوير
2. _____	_____	[ ] نعم [ ] يحتاج تطوير
3. _____	_____	[ ] نعم [ ] يحتاج تطوير

### خامساً: اكتشاف الثغرات

أسئلة لم أجد إجابة لها بعد:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

معلومات أحتاج للتأكد من صحتها:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

### سادساً: الهيكل المبدئي للتقرير (بناءً على التحليل)

1. المقدمة

2. \_\_\_\_\_

2.1 \_\_\_\_\_

2.2 \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

3.1 \_\_\_\_\_

3.2 \_\_\_\_\_

4. الاستنتاجات 5. التوصيات 6. الملاحق

## ● نموذج مكتمل (تعبئة مثال):

## ورقة عمل تحليل المعلومات - تقرير مبيعات الربع الثالث

المعلومة	المصدر	أساسية؟	مكانها
إجمالي المبيعات: 8.2 مليون	نظام ERP	نعم	بداية التقرير
المستهدف كان: 8.6 مليون	خطة المبيعات	نعم	بجانب الإجمالي
فرع جدة تراجع 15%	تقرير الفرع	نعم	تحليل الفروع
سبب التراجع: تأخر التوريد 3 أسابيع	مقابلة مدير الفرع	نعم	تحليل الأسباب
فرع الرياض نمو 12%	تقرير الفرع	نعم	تحليل الفروع
أسعار المنافس X أقل 10%	بحث سوق	لا	ملحق

## الاستنتاجات:

- المعلومة: تراجع إجمالي 5% ← الاستنتاج: لم نحقق المستهدف
- المعلومة: تراجع جدة 15% بسبب التوريد ← الاستنتاج: مشكلة توريد واضحة
- المعلومة: نمو الرياض 12% رغم الظروف ← الاستنتاج: نموذج يمكن الاستفادة منه

## التوصيات المبدئية:

1. حل مشكلة توريد جدة (عاجل)
2. دراسة تجربة الرياض لتعميمها
3. تحليل أسعار المنافس

## ملخص سريع - 2.6

النموذج	الاستخدام
هيكل تقرير جاهز	قالب تبدأ به أي تقرير جديد
صياغة توصيات (ضعيف → قوي)	تقارن توصياتك وتطورها
ورقة عمل تحليل المعلومات	تنظم أفكارك قبل الكتابة

## القسم الثالث

# الشكل (العرض البصري)

### 3.1 التنسيق العام للتقرير

#### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تدخل مطعماً راقياً، وتطلب وجبة شهية. يأتيك الطعام في صحون بلاستيكية قديمة، مع مناديل ورقية رخيصة، وطاولة غير نظيفة. هل ستستمتع بالوجبة؟ بالتأكيد لا، حتى لو كان الطعام لذيذاً!

نفس المبدأ ينطبق على التقارير. المحتوى الجيد في شكل سيء يفقد قيمته. القارئ يحكم على التقرير (وعلى كاتبه) من خلال الشكل قبل أن يقرأ سطرًا واحداً.

#### الشكل الاحترافي:

- يلفت الانتباه إلى المحتوى الجيد
- يسهل القراءة والفهم
- يعطي انطباعاً بالمصداقية والاحترافية
- يعكس احترامك للقارئ

في هذا الفصل، ستتعلم أساسيات التنسيق العام التي تحول تقريرك من وثيقة عادية إلى عمل احترافي.

#### أولاً: خطوط مناسبة للتقارير (حجم - نوع - تباين)

الخط هو وجه التقرير. اختيار الخط المناسب يحدد ما إذا كان القارئ سيرتاح للقراءة أم سيشعر بالإجهاد.

## أنواع الخطوط المناسبة للتقارير

درجة الرسمية	متى نستخدمه؟	أمثلة	نوع الخط
رسمية جداً	التقارير الطويلة (يساعد على القراءة المتصلة)	Times New Roman, Georgia, Cambria	خطوط مع حروف نهايات (Serif)
عصرية، نظيفة	التقارير القصيرة، العروض، الشاشات	Arial, Calibri, Tahoma, Helvetica	خطوط بدون نهايات (Sans Serif)
مهنية، غير تقليدية	التقارير الداخلية، العروض التقديمية	Segoe UI, Open Sans, Roboto	خطوط احترافية حديثة

● خطأ شائع:

استخدام خطوط غير مهنية مثل Comic Sans أو خطوط الزخرفة في التقارير الرسمية. هذا يقتل المصداقية فوراً.

## أحجام الخطوط المناسبة

العنصر	الحجم المناسب (Word)
العنوان الرئيسي	18-20
العناوين الفرعية (H1)	16
العناوين الفرعية (H2)	14
النص العادي	11-12
الحواشي والملاحظات	9-10
عناوين الجداول	11 عريض)

## قواعد اختيار الخطوط

1. خط واحد كحد أقصى للعناوين والنصوص: يمكن استخدام خطين مختلفين (واحد للعناوين وآخر للنصوص)، لكن لا تكثُر من التنوع.
2. التباين الواضح: اجعل العناوين بارزة عن النص العادي (حجم أكبر + عريض).
3. الوضوح أولاً: اختر خطوطاً واضحة القراءة، حتى بعد الطباعة.
4. التوحيد: استخدم نفس أنواع وأحجام الخطوط في كل التقرير.

## ● نصيحة خبير:

إذا كنت تستخدم Word ، استخدم الأنماط (Styles) عَرَفَ نمطاً للعناوين الرئيسية وآخر للعناوين الفرعية وثالثاً للنص العادي. هذا يضمن اتساق التنسيق، ويسمح لك بتغيير كل التقرير بنقرة واحدة.

## ثانياً: هوامش وتباعدات احترافية

المساحات البيضاء ليست فراغاً "فارغاً"، بل هي عنصر تصميم أساسي يريح العين وينظم القراءة.

### الهوامش المناسبة

نوع التقرير	الهامش العلوي	الهامش السفلي	الهامش الأيمن	الهامش الأيسر
تقرير مطبوع	2.5 سم	2.5 سم	3 سم (لربط)	2.5 سم
تقرير إلكتروني (PDF)	2 سم	2 سم	2 سم	2 سم
تقرير داخلي سريع	1.5 سم	1.5 سم	1.5 سم	1.5 سم

### التباعد بين الأسطر (Line Spacing)

نوع النص	التباعد المناسب
النص العادي	1.15 أو 1.5 سطر
العناوين	1 (مفرد)
الهوامش والحواشي	1 (مفرد)

### التباعد بين الفقرات

- بعد العنوان: مسافة صغيرة (6 نقاط) قبل بدء النص
- بين الفقرات: مسافة متوسطة (12 نقطة) أو سطر كامل فارغ
- بين الأقسام الرئيسية: سطران فارغان

## ● نموذج: تباعد احترافي

[عنوان رئيسي - 16 عريض]

(مسافة 12 نقطة)

[عنوان فرعي - 14 عريض]

(مسافة 6 نقاط)

نص الفقرة الأولى... نص الفقرة الأولى... نص الفقرة الأولى...

نص الفقرة الأولى... نص الفقرة الأولى... نص الفقرة الأولى...

(مسافة 12 نقطة)

نص الفقرة الثانية... نص الفقرة الثانية... نص الفقرة الثانية...

نص الفقرة الثانية... نص الفقرة الثانية... نص الفقرة الثانية...

(مسافة 24 نقطة)

(عنوان رئيسي جديد - 16 عريض)

محاذاة النص

نوع النص	المحاذاة المناسبة
النص العادي	مضبوط - (Justified) للتقارير الرسمية
النص العادي	محاذاة لليسار - (Left Aligned) للتقارير العصرية
العناوين	في المنتصف أو لليسار حسب التصميم
الجدول والأرقام	حسب نوع البيانات

⌚ اختصار للوقت:

عين الهوامش والتباعدات في قالب الافتراضي لبرنامج Word بهذا كل تقرير جديد تبدأه سيكون مهياً تلقائياً.

ثالثاً: التقييم والتسلسل المنطقي

التقييم الجيد هو خريطة الطريق للقارئ. يساعده على:

- فهم العلاقة بين الأجزاء
- العودة لأجزاء محددة بسهولة
- تصور هيكل التقرير ككل

## أنظمة الترقيم

### النظام العشري (الأكثر شيوعاً في التقارير):

1.العنوان الرئيسي الأول

1.1 عنوان فرعي أول

1.1.1 عنوان تفصيلي أول

1.1.2 عنوان تفصيلي ثان

1.2 عنوان فرعي ثان

2.العنوان الرئيسي الثاني

2.1 عنوان فرعي أول

2.2 عنوان فرعي ثان

### نظام الأرقام والحروف (للتنوع):

أولاً: العنوان الرئيسي

أ. عنوان فرعي

1.نقطة تفصيلية

2.نقطة تفصيلية

ب. عنوان فرعي

ثانياً: العنوان الرئيسي

قواعد الترقيم

1. الاتساق: استخدم نظاماً واحداً في كل التقرير.
2. التدرج المنطقي: لا تقفز من 1 مباشرة إلى 1.1.1 بدون 1.1.
3. الوضوح: اجعل الترقيم بارزاً ولكن ليس طاغياً.
4. التوازن: لا تفرط في التقسيم (1.1.1.1.1 يصعب تتبعه).

## ترقيم الصفحات

العنصر	مكانه
الصفحات العادية	أسفل الصفحة (منتصف أو يسار/يمين)
الغلاف	بدون رقم صفحة
المقدمة والملخص التنفيذي	أرقام رومانية (i, ii, iii) أو عادية
المحتوى الرئيسي	أرقام عربية (1, 2, 3)

### ● خطأ شائع:

إهمال ترقيم الصفحات! القارئ الذي يريد العودة لفصل معين سيشعر بالإحباط إذا لم يجد أرقام صفحات.

### رابعاً: غلاف التقرير (متى نحتاجه؟ وكيف نصنعه؟)

الغلاف هو أول ما يراه القارئ. في التقارير الرسمية، الغلاف يعطي انطباعاً فورياً عن جودة المحتوى.

### متى نحتاج غلافاً؟

نحتاج غلافاً عندما	لا نحتاج غلافاً عندما
التقرير رسمي (لمجلس إدارة، لجهة حكومية)	تقرير داخلي سريع (بريد إلكتروني)
التقرير طويل (أكثر من 10 صفحات)	التقرير قصير (صفحتان أو ثلاث)
التقرير سيحفظ في أرشيف	التقرير للمناقشة في اجتماع
التقرير سيقدم لجهة خارجية (عميل، مورد)	التقرير يومي أو أسبوعي روتيني

## عناصر الغلاف الاحترافي

شعار الشركة - اختياري

تقرير نوع التقرير

عنوان التقرير

إعداد: الاسم/القسم

التاريخ: التاريخ

رقم الإصدار: اختياري

## تفاصيل كل عنصر

العنصر	التفاصيل	مثال
شعار الشركة	في أعلى المنتصف، بحجم مناسب	شعار الشركة
نوع التقرير	خط أصغر من العنوان	"تقرير أداء ربع سنوي"
عنوان التقرير	أكبر عنصر في الصفحة، عريض	"تحليل مبيعات الربع الثالث 2024"
إعداد	من كتب التقرير	"إدارة المبيعات" أو "أحمد العلي"
التاريخ	تاريخ الإصدار	"15 أكتوبر 2024"
رقم الإصدار	للتقارير التي تصدر باستمرار	"الإصدار 3.2"

## نصائح لتصميم غلاف احترافي

1. البساطة: لا تزدحم الصفحة بعناصر كثيرة.
2. التسلسل الهرمي البصري: اجعل العناصر الأهم أكبر حجماً.
3. الألوان: استخدم ألوان الشركة إن وجدت، أو الألوان المحايدة (أسود، أزرق داكن).
4. التباين: تأكد من وضوح النص على الخلفية.
5. الجودة: استخدم ورقاً جيداً إذا كان التقرير مطبوعاً.

### ● نصيحة خبير:

صمم قالب غلاف واحد وثابت لكل تقاريرك. غير فقط العنوان والتاريخ. هذا يبني هوية بصرية مميزة لتقاريرك أو تقارير قسمك.

### ملخص سريع - 3.1

العنصر	القاعدة الذهبية
الخطوط	خط واضح، حجم مناسب (11-12 للنص)، خط واحد للعناوين وآخر للنصوص
الهوامش	2-2.5 سم من جميع الجهات
التباعد	1.15 للنص، مسافة بين الفقرات
الترقيم	نظام عشري واضح، صفحات مرقمة
الغلاف	للتقارير الرسمية فقط، بسيط، يحتوي على العناصر الأساسية

### تطبيق سريع

1. افتح آخر تقرير كتبتَه. طبق عليه قواعد هذا الفصل: هل الخط مناسب؟ الهوامش صحيحة؟ التباعد مريح؟ الصفحات مرقمة؟
2. صمم قالباً خاصاً بك. خذ 15 دقيقة وصمم قالباً متكاملًا في Word (هوامش، خطوط، مسافات وتنسيقات، أنماط، غلاف). استخدمه لكل تقاريرك القادمة.
3. قارن بين تقريرين. ابحث عن تقرير احترافي وآخر غير احترافي. لاحظ الفروق في التنسيق العام. ما الذي يجعل الأول أفضل؟

### 3.2 فن كتابة العناوين

#### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تتصفح موقعاً إخبارياً مزدحماً بالمقالات. كيف تختار المقال الذي ستقرأه؟ غالباً بسبب العنوان!

نفس الشيء يحدث مع التقارير. القارئ المشغول لا يقرأ كل كلمة، بل يستعرض العناوين أولاً، ثم يقرر أين يتوقف ليقراً بتعمق.

العناوين الجيدة:

- تجذب الانتباه إلى الأجزاء المهمة
- تنظم المحتوى في هيكل واضح
- توجه القارئ إلى ما يبحث عنه
- تسهل المراجعة لاحقاً

في هذا الفصل، ستتعلم كيف تكتب عناوين تجعل تقريرك مقروءاً ومنظماً وجذاباً.

### أولاً: العنوان الرئيسي (كيف تختاره؟)

العنوان الرئيسي هو أول ما يقرأه القارئ، وأحياناً آخر ما يقرأه إذا كان مشغولاً! لذلك، العنوان الجيد يقرر ما إذا كان القارئ سيفتح التقرير أصلاً.

### وظائف العنوان الرئيسي

الوظيفة	الشرح
الإعلام	يخبر القارئ بموضوع التقرير
الجذب	يشوق القارئ لقراءة المزيد
التحديد	يحدد نطاق التقرير (زمني، جغرافي، موضوعي)
التمييز	يميز هذا التقرير عن غيره من التقارير المشابهة

### أنواع العناوين الرئيسية

النوع	الوصف	مثال	متى نستخدمه
وصفي مباشر	يصف المحتوى بدقة	"تقرير أداء المبيعات - الربع الثالث 2024"	معظم التقارير الدورية
تحليلي	يشير إلى نتيجة	"تراجع المبيعات 5%: الأسباب والحلول"	تقارير تحليل المشكلات

سؤال	يطرح سؤالاً يجيب عنه التقرير	"كيف نستعيد حصتنا السوقية؟"	تقارير استراتيجية، عروض تقديمية
خبري	يعلن عن نتيجة مهمة	"فرع الرياض يحقق نمواً استثنائياً 12%"	تقارير إنجاز، نشرات داخلية

● نموذج: نفس المحتوى بعناوين مختلفة

نوع العنوان	الصياغة
وصفي مباشر	"تقرير أداء المبيعات - الربع الثالث 2024"
تحليلي	"انخفاض المبيعات 5%: تحليل الأسباب وخطط التعافي"
سؤال	"لماذا تراجع مبيعاتنا في الربع الثالث؟"
خبري	"الرياض تتجاوز المستهدف 12% وجدة تراجع 15%"

قواعد اختيار العنوان الرئيسي

القاعدة 1: كن محدداً، لا عاماً

عام (ضعيف)	محدد (قوي)
"تقرير المبيعات"	"تقرير مبيعات الربع الثالث 2024 - المنطقة الغربية"
"دراسة أداء الموظفين"	"تقييم أداء موظفي المبيعات: يونيو 2024"
"تحليل المشروع"	"تقرير حالة مشروع تطوير النظام: أكتوبر 2024"

القاعدة 2: ضع الأهم في البداية

قبل	بعد
"تقرير عن أسباب انخفاض المبيعات في الربع الثالث"	"انخفاض مبيعات الربع الثالث: الأسباب والحلول"
"دراسة تحليلية لأداء الفروع لعام 2024"	"أداء الفروع 2024: الرياض يتصدر وجدة يتراجع"

### القاعدة 3: اجعله واضحاً، لا غامضاً

غامض (ضعيف)	واضح (قوي)
"نظرة على الأداء الأخير"	"تقرير أداء المبيعات - يوليو 2024"
"تحديات وفرص"	"تحديات السوق وفرص النمو في 2024"

### القاعدة 4: استخدم كلمات مفتاحية يبحث عنها القارئ

القارئ يبحث عن: "مبيعات"، "أداء"، "توصيات"، "مشكلة"، "حلول"، "تقييم". ضع هذه الكلمات في العنوان.

#### ⌚ اختصار للوقت:

اكتب 3-5 عناوين مقترحة، ثم اختر أفضلها. اسأل نفسك: أي عنوان يجيب على السؤال: "ماذا سأستفيد من قراءة هذا التقرير؟"

#### ● نصيحة خبير:

في التقارير الدورية (شهرية، ربع سنوية)، استخدم صيغة ثابتة للعنوان الرئيسي، وغير فقط التاريخ. هذا يسهل على القراء التعرف على تقاريرك وأرشفتها.

### ثانياً: العناوين الداخلية (هرمية واضحة)

العناوين الداخلية هي الهيكل العظمي للتقرير. هي التي تنظم المحتوى وتجعل القارئ يتنقل بسهولة بين الأقسام.

#### التسلسل الهرمي للعناوين

1. | العنوان الرئيسي الأول ← | (H1) أكبر وأبرز

1.1 | عنوان فرعي | (H2)

1.1.1 | عنوان تفصيلي | (H3)

| عنوان جانبي | (H4)

1.2 | عنوان فرعي | (H2)

2.	العنوان الرئيسي الثاني   (H1)
2.1	عنوان فرعي   (H2)
2.1.1	عنوان تفصيلي   (H3)

## خصائص كل مستوى

المستوى	الوظيفة	التنسيق	العدد المناسب
H1 رئيسي	يقسم التقرير إلى أقسام كبرى	16 عريض، ترقيم 1,2,3	3-5 في التقرير
H2 فرعي	يقسم القسم الرئيسي إلى أجزاء	14 عريض، ترقيم 1.1, 1.2	3-7 لكل H1
H3 تفصيلي	يفصل في نقاط محددة	12 عريض، ترقيم 1.1.1	حسب الحاجة
H4 جانبي	عناوين داخل الفقرة	12 عريض مائل، بدون ترقيم	نادراً

## ● نموذج: هرمية عناوين متكاملة

## 2. تحليل أداء الفروع (H1)

2.1	فرع الرياض: أداء استثنائي (H2)
2.1.1	تحليل المبيعات (H3)
	مقارنة بالمستهدف (H4): تجاوز 12%
	مقارنة بالربع السابق (H4): نمو 8%
2.1.2	عوامل النجاح (H3)
	الحملة الترويجية (H4): حققت زيادة 20%
	فريق المبيعات (H4): أداء متميز

|

2.2 — فرع جودة: تراجع مؤقت (H2)

2.2.1 — تحليل المبيعات (H3)

— | تراجع 15% عن المستهدف (H4)

2.2.2 — أسباب التراجع (H3)

— | تأخر التوريد 3 أسابيع (H4)

## قواعد كتابة العناوين الداخلية

## القاعدة 1: اجعل العناوين متوازية (Parallel Structure)

العناوين في نفس المستوى يجب أن تتبع نفس النمط:

متوازي (قوي)	غير متوازي (ضعيف)
2.1 مبيعات الرياض: تحليل	2.1 تحليل مبيعات الرياض
2.2 مبيعات جودة: تحليل	2.2 جودة والأسباب وراء تراجعها
2.3 مبيعات الدمام: تحليل	2.3 ماذا عن الدمام؟

## القاعدة 2: اجعل العناوين وصفية، لا مجرد تصنيف

وصفي (قوي)	تصنيف فقط (ضعيف)
"ارتفاع المبيعات 15% في الربع الثاني"	"المبيعات"
"مشكلة تأخر التوريد في فرع جودة"	"المشاكل"
"3 توصيات لتحسين أداء فرع جودة"	"التوصيات"

## القاعدة 3: استخدم كلمات مفتاحية في بداية العنوان

بعد	قبل
"تراجع مبيعات جودة: تحليل الأسباب"	"تحليل أسباب تراجع مبيعات فرع جودة"
"توصيات تحسين الأداء: 3 مقترحات"	"مناقشة التوصيات المقترحة لتحسين الأداء"

## القاعدة 4: حافظ على اتساق الترقيم والتنسيق

- كل H1 له نفس التنسيق
- كل H2 له نفس التنسيق
- المسافات قبل وبعد العناوين ثابتة

### ● خطأ شائع:

الإغراق في العناوين! إذا وجدت نفسك تستخدم H4 و H5 بكثرة، فهذا يعني أن تقسيمك معقد جداً. راجع هيكل التقرير وبسطه.

### ● نصيحة خبير:

اكتب قائمة بكل العناوين (بترقيمها) في صفحة منفصلة قبل أن تبدأ الكتابة. هذا "الهيكل التفصيلي" سيكون خريطة طريقك، وسيكشف أي خلل في التسلسل المنطقي.

### ثالثاً: عناوين جانبية لجذب الانتباه

العناوين الجانبية هي أداة تسويقية داخل التقرير. هي التي تلفت انتباه القارئ إلى النقاط المهمة، حتى لو كان يستعرض التقرير بسرعة.

### أنواع العناوين الجانبية

النوع	الوظيفة	مثال	مكانها
عناوين بارزة-Call outs)	تبرز فكرة رئيسية	"نمو استثنائي: الرياض يتجاوز المستهدف 12%"	في منتصف الصفحة
ملاحظات جانبية (Sidebars)	تقدم معلومة إضافية	"معلومة: المنافس الجديد يخفض الأسعار 10%"	في شريط جانبي
اقتباسات (Quotes)	تبرز رأياً مهماً	"يقول مدير الفرع: التحدي الأكبر كان في التوريد"	في إطار منفصل
نقاط مهمة (Highlights)	تشير إلى معلومة حرجة	● "انتبه: المخزون يكفي لأسبوعين فقط"	بجانب النص

### قواعد العناوين الجانبية الفعالة

### القاعدة 1: استخدمها باعتدال

العناوين الجانبية مثل التوابل: قليها يضيف نكهة، وكثيرها يفسد الطبق. استخدم عنواناً جانبياً واحداً كل 2-3 صفحات.

### القاعدة 2: اجعلها مختلفة بصرياً

- خلفية مختلفة (رمادي فاتح)
- إطار مميز
- خط مختلف أو مائل
- أيقونة جانبية

### القاعدة 3: اختر المحتوى الأهم فقط

العناوين الجانبية للنقاط التي:

- تريد أن يتذكرها القارئ بالتأكيد
- تخالف التوقعات
- تحتاج تنبيهاً خاصاً
- تلخص فكرة معقدة

### ● نموذج: عناوين جانبية متنوعة

[النص الأساسي للتقرير... النص الأساسي للتقرير]...

[النص الأساسي للتقرير... النص الأساسي للتقرير]...

● نصيحة خبير :

استخدم الهرم المقلوب في تقاريرك

ابدأ بالخلاصة، ثم التفاصيل. هذا يضمن

أن يفهم المدير الفكرة حتى لو قرأ أول فقرة فقط

## أيقونات مقترحة للعناوين الجانبية

الأيقونة	المعنى
	نصيحة خبير
	انتبه - خطأ شائع
	مهم - عاجل
	اختصار وقت
	معلومة مهمة
	فكرة مبتكرة
	معلومة رقمية
	نقطة إيجابية
	نقطة سلبية

⌚ اختصار للوقت:

صمم "مكتبة أيقونات" في ملف Word تستخدمها باستمرار. بهذا لا تحتاج للبحث عن الأيقونات كل مرة.

متى نستخدم العناوين الجانبية؟

العنوان الجانبي المناسب	الموقف
● "نصيحة خبير" ... :	هناك نصيحة مهمة من خبير
● "تجنب هذا الخطأ" ... :	هناك خطأ شائع يجب تجنبه
● "عاجل" ... :	هناك معلومة عاجلة
⌚ "وفر وقتك" ... :	هناك اختصار للوقت
💡 "مفاجأة" ... :	هناك نتيجة مفاجئة

● نصيحة خبير:

في التقارير الطويلة، استخدم العناوين الجانبية كـ "نقاط استراحة" للقارئ. بعد 2-3 صفحات من النص المتواصل، أضف عنواناً جانبياً يلفت الانتباه ويعيد نشاط القارئ.

ملخص سريع - 3.2

القواعد الذهبية	نوع العنوان
محدد - واضح - يبدأ بالأهم - يحتوي كلمات مفتاحية	العنوان الرئيسي
هرمية واضحة - متوازية - وصفية - متسقة الترقيم	العناوين الداخلية
قليلة - مختلفة بصرياً - للنقاط الأهم - مع أيقونات	العناوين الجانبية

تطبيق سريع

1. لتقريرك الحالي: راجع العنوان الرئيسي. هل هو محدد؟ هل يبدأ بالأهم؟ جرب كتابة 3 عناوين بديلة.
2. للهيكل الداخلي: اكتب قائمة بكل العناوين الداخلية. هل هي متوازية؟ هل هناك تسلسل منطقي؟
3. أضف عنواناً جانبياً: اختر نقطة مهمة في تقريرك، وأضف لها عنواناً جانبياً مع أيقونة مناسبة.

### 3.3 التعامل مع الفقرات

#### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تتحدث مع شخص لا يتوقف عن الكلام لمدة 10 دقائق متواصلة، بدون أي توقف أو نفس! مهما كانت أفكاره رائعة، ستتعب من الاستماع وقد تتوقف عن الانتباه.

نفس الشيء يحدث مع الفقرات الطويلة. القارئ يحتاج إلى فواصل بصرية ترتاح عينه عندها، ونقاط توقف يستوعب عندها ما قرأ.

#### الفقرات الجيدة:

- تريح العين وتسهل القراءة
- تنظم الأفكار في وحدات مترابطة
- توجه الانتباه إلى الأفكار الرئيسية
- تزيد الفهم والاستيعاب

في هذا الفصل، ستتعلم كيف تكتب فقرات تجعل القارئ يقرأ بسرعة ويستوعب بسهولة.

#### أولاً: طول الفقرة المناسب

#### لماذا طول الفقرة مهم؟

الفقرة القصيرة جداً قد لا تطور الفكرة بما يكفي. الفقرة الطويلة جداً ترهق القارئ وتجعله يفقد التركيز.

#### قارن بين هاتين الفقرتين:

#### فقرة طويلة (مرهقة):

إن تحليل أداء المبيعات في الربع الثالث أظهر تراجعاً بنسبة 5% عن المستهدف، ويعود هذا التراجع إلى عدة عوامل رئيسية أبرزها تأخر توريد المنتجات لفرع جدة لمدة 3 أسابيع بسبب مشاكل مع المورد، بالإضافة إلى دخول منافس جديد للسوق في المنطقة الغربية قدم عروضاً ترويجية قوية أثرت على حصتنا السوقية، كما أن فرع الرياض وعلى النقيض حقق نمواً استثنائياً بنسبة 12% بفضل الحملة الترويجية الناجحة التي نفذها فريق التسويق في يوليو، وهذا يؤكد أن

الفرص لا تزال موجودة إذا استطعنا معالجة مشاكل التوريد وتحسين عروضنا التنافسية، ونحن نوصي بتشكيل فريق عمل لدراسة وضع المنافس الجديد والتعاقد مع مورد بديل لفرع جدة خلال أسبوعين.

### فقرة مقسمة (مريحة):

تراجعت مبيعات الربع الثالث 5% عن المستهدف. يعود هذا التراجع إلى عاملين رئيسيين:

أولاً: تأخر توريد المنتجات لفرع جدة 3 أسابيع بسبب مشاكل مع المورد.

ثانياً: دخول منافس جديد للسوق الغربية بعروض ترويجية قوية.

في المقابل، حقق فرع الرياض نمواً استثنائياً 12% بفضل حملة ترويجية ناجحة.

نوصي بحلين عاجلين: التعاقد مع مورد بديل لجدة، ودراسة عروض المنافس.

### القاعدة الذهبية: 5-7 أسطر كحد أقصى

التأثير	طول الفقرة
قد تكون مقتضبة جداً، لا تطور الفكرة	1-2 سطر
مثالي - سهل القراءة	3-5 أسطر
مقبول، لكن قريب من الحد الأقصى	5-7 أسطر
صعب القراءة، يحتاج تقسيماً	أكثر من 7 أسطر

### متى نبدأ فقرة جديدة؟

ابدأ فقرة جديدة عندما:

#### 1. تنتقل إلى فكرة جديدة

○ انتهيت من الحديث عن المبيعات، وستبدأ الحديث عن الموظفين

#### 2. تقدم معلومة متباينة

○ كنت تتحدث عن الإيجابيات، وستبدأ بالسلبات

#### 3. تنتقل زمنياً

○ كنت تتحدث عن الماضي، وستبدأ بالحاضر

#### 4. تريد لفت الانتباه

○ هناك نقطة مهمة تريد إبرازها

#### 5. الفقرة الحالية تجاوزت 7 أسطر

○ حتى لو كانت الفكرة واحدة، قسمها!

### ● نصيحة خبير:

انظر إلى صفحتك من بعيد. إذا رأيت "كتلة" واحدة من النص بلا فواصل، فاعلم أن هناك مشكلة. الصفحة الجيدة فيها توزيع بصري متوازن بين النص والمساحات البيضاء.

### ثانياً: الفقرات المقروءة سريعاً (Scannable Paragraphs)

المدراء والمشغولون لا يقرؤون التقارير كلمة كلمة. هم يستعرضون (Scan) التقرير بسرعة، ويقرؤون فقط الأجزاء التي تلفت انتباههم.

لذلك، تحتاج فقرات مصممة للاستعراض وليس للقراءة المتعمقة فقط.

### خصائص الفقرة المقروءة سريعاً

الخاصية	الشرح	مثال
الجملة الأولى مفتاحية	تلخص الفكرة الرئيسية للفقرة	"حقق فرع الرياض أداءً استثنائياً في الربع الثالث".
الجملة قصيرة	15-20 كلمة كحد أقصى	"بلغت المبيعات 3.2 مليون ريال. هذا أعلى من المستهدف 12%".
الكلمات المفتاحية بارزة	الكلمات المهمة عريضة	"يعود النمو إلى حملة ترويجية ناجحة في يوليو".
الانتقالات واضحة	كلمات ربط تساعد على المتابعة	"أولاً... ثانياً... في المقابل..."
التنسيق مريح	مسافات كافية، فواصل واضحة	فقرة لا تزيد عن 5-6 أسطر

### ● نموذج: فقرة مصممة للاستعراض السريع

عنصر الاستعراض	التطبيق
الجملة الأولى مفتاحية	حققت مبيعات فرع الرياض نمواً استثنائياً 12%.
تفاصيل داعمة	بلغت المبيعات 3.2 مليون ريال متجاوزة المستهدف (2.85 مليون).
أسباب (مع كلمات مفتاحية)	يعود النمو إلى حملة ترويجية ناجحة و تحسين خدمة التوصيل.
نتيجة مهمة	مع ذلك، انخفض هامش الربح 2% بسبب تكاليف التوصيل.

كيف تجعل فقراتك قابلة للاستعراض؟

1. ابدأ بالخلاصة (الهزم المقلوب داخل الفقرة)

"تراجعت مبيعات فرع جدة 15% في الربع الثالث. هذا التراجع يعود إلى سببين رئيسيين: أولاً، تأخر التوريد 3 أسابيع. ثانياً، دخول منافس جديد بأسعار أقل".

2. استخدم الكلمات المفتاحية بشكل عريض.

"توصي الدراسة بثلاثة إجراءات رئيسية: تطوير نظام الحوافز، تكثيف التدريب، و تحسين خدمة العملاء".

3. اجعل أول 2-3 كلمات تحمل الفكرة

قبل	بعد
"من خلال التحليل الدقيق للبيانات والمقابلات مع مدراء الفروع، يمكن القول إن..."	"التحليل يؤكد أن..."

4. استخدم التعداد الرقمي داخل الفقرة

"أظهر التقرير ثلاث نتائج رئيسية: (1) تراجع إجمالي 5%، (2) تفاوت كبير بين الفروع، (3) تحسن هامش الربح في المنتجات الجديدة".

⌚ اختصار للوقت:

اقرأ أول جملة من كل فقرة في تقريرك. إذا لم تفهم الفكرة الرئيسية للتقرير من هذه الجملة فقط، فأعد كتابة المقدمات.

ثالثاً: استخدام النقاط والقوائم

النقاط والقوائم هي أقوى أداة للكتابة السريعة المقروءة. تحول الفقرات الطويلة المملة إلى نقاط واضحة وسهلة الحفظ.

متى نستخدم القوائم؟

الموقف	نعم للقائمة	لا للقائمة
قائمة بأسباب	"أسباب التراجع" ... :	وصف الأسباب في فقرة طويلة
توصيات متعددة	"نوصي بـ: 1. ... 2. ... :	دفن التوصيات في نص متصل
نتائج رئيسية	"أهم النتائج" ... :	سردها بدون تمييز

خطوات إجراء	"خطوات التنفيذ" ... :	شرحها بطريقة سردية
مقارنات	"مقارنة بين الخيارات" ... :	وضعها في فقرة عادية

### أنواع القوائم

#### 1. القوائم النقطية (Bullet Points)

- تستخدم عندما لا يوجد ترتيب محدد للأهمية
- مثال: مكونات التقرير، خصائص المنتج، أنواع العملاء

#### 2. القوائم المرقمة (Numbered Lists)

- تستخدم عندما الترتيب مهم (أولاً ثم ثانياً)
- مثال: خطوات التنفيذ، الأولويات، التوصيات حسب الأهمية

#### 3. القوائم المتدرجة (Nested Lists)

- تستخدم عندما يكون هناك تقسيم هرمي

#### ● نموذج: قائمة متدرجة

أسباب تراجع مبيعات الربع الثالث:

1. أسباب داخلية:

- تأخر توريد فرع جدة (3 أسابيع)
- نقص التدريب لفريق المبيعات الجديد

2. أسباب خارجية:

- دخول منافس جديد بأسعار أقل 10%
- ضعف عام في السوق بسبب الظروف الاقتصادية

#### قواعد كتابة القوائم الفعالة

#### القاعدة 1: الاتساق في الصياغة (Parallel Structure)

متسق (قوي)	غير متسق (ضعيف)
• تحليل المبيعات	• تحليل المبيعات
• دراسة المنافسين	• قمنا بدراسة المنافسين

• التوصيات كانت كالتالي	• صياغة التوصيات
-------------------------	------------------

القاعدة 2: ابدأ بكلمة قوية

ضعيف	قوي
• كان هناك تراجع في المبيعات	• تراجعت المبيعات 5%
• قمنا بتحليل الأسباب	• حللنا الأسباب التالية
• من المهم تحسين التدريب	• حسّن التدريب لـ...

القاعدة 3: اجعل النقاط قصيرة

طويل (ضعيف)	قصير (قوي)
• نظراً للأهمية البالغة لتحسين أداء فرع جدة، فإننا نوصي بتكثيف التدريب لفريق المبيعات هناك لمدة أسبوعين على الأقل	• تكثيف التدريب لفريق مبيعات جدة (أسبوعين)

القاعدة 4: استخدم التنسيق البصري

- مسافة قبل القائمة
- مسافة بعد القائمة
- مسافة بين النقاط
- محاذاة مناسبة

القاعدة 5: لا تفرط في استخدام القوائم

القوائم رائعة، لكن الإكثار منها يجعل التقرير يبدو وكأنه "نقاط فقط" ويفقد السلاسة.

● خطأ شائع:

قائمة من 10 نقاط أو أكثر! إذا وصلت إلى 7 نقاط، فكر في تقسيمها إلى فئات فرعية.

قواعد ذهبية للفقرات والقوائم

1. قاعدة "فكرة واحدة لكل فقرة"

كل فقرة تعالج فكرة واحدة فقط. إذا شعرت أن الفكرة تشعب، قسمها إلى فقرتين.

2. قاعدة "3-5-7"

- 3-5 أسطر للفقرة المثالية

• 7-5 نقاط كحد أقصى للقائمة

• 3 كلمات مفتاحية في بداية الجملة

3. قاعدة "الفقرة الساندويتش"

إذا استخدمت قائمة، أحطها بفقرة قبلها وبعدها:

[فقرة تمهيدية: تشرح السياق وتقدم للقائمة]

• النقطة الأولى

• النقطة الثانية

• النقطة الثالثة

[فقرة ختامية: تلخص أو تنتقل للفكرة التالية]

4. قاعدة "الجملة الافتتاحية"

أول جملة في الفقرة يجب أن تكون:

• قصيرة

• واضحة

• تحمل الفكرة الرئيسية

### ملخص سريع - 3.3

العنصر	القاعدة الذهبية
طول الفقرة	3-5 أسطر مثالية، 7 كحد أقصى
فقرة استعراضية	جملة أولى مفتاحية، كلمات بارزة، جمل قصيرة
القوائم النقطية	للعناصر غير المرتبة
القوائم المرقمة	للعناصر المرتبة (أولوية، خطوات)
قواعد القوائم	متسقة، قصيرة، تبدأ بكلمة قوية

## تطبيق سريع

1. راجع آخر تقرير لك. ابحث عن أطول فقرة. هل يمكن تقسيمها إلى فقرتين أو ثلاث؟
2. جرب تقنية الاستعراض. اقرأ أول جملة من كل فقرة. هل تعطيك فكرة عن محتوى التقرير؟
3. حوّل فقرة إلى قائمة. ابحث عن فقرة تحتوي على عدة نقاط (أسباب، توصيات، نتائج) وحوّلها إلى قائمة نقطية أو مرقمة.

## 3.4 الجزء الرقمي: الأرقام والجداول

### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تريد شراء سيارة جديدة. البائع يقول لك: "هذه السيارة ممتازة، قوية، اقتصادية، مريحة..." كلام جميل لكنه لا يقنعك.

لكن لو أعطاك ورقة بالموصفات:

- استهلاك البنزين: 5 لتر/100 كم
- قوة المحرك: 200 حصان
- السعر: 85,000 ريال
- الضمان: 5 سنوات

هنا تبدأ الاقتناع!

الأرقام تمنح تقريرك المصداقية والدقة. الجداول تنظم هذه الأرقام بطريقة سهلة المقارنة والفهم. معاً، يحولان التقرير من "رأي شخصي" إلى "تحليل موضوعي".

### أولاً: متى نستخدم الأرقام في النص؟

الأرقام في النص مثل التوابل -استخدامها بالقدر المناسب يعزز النكهة، والإفراط فيها يفسد الطبق.

## متى نضع الرقم في النص؟

الموقف	مثال	لماذا؟
رقم رئيسي واحد	"بلغت المبيعات 8.2 مليون ريال"	الرقم محوري ويستحق التركيز
نسبة تغير بسيطة	"ارتفعت المبيعات 5% عن الربع السابق"	معلومة سريعة لا تحتاج جدولاً
مقارنة بسيطة	"فرع الرياض تجاوز المستهدف 12% بينما تراجع جدة 15%"	مقارنة مباشرة وسهلة
رقم في بداية الفقرة	"15 موظفاً شاركوا في البرنامج التدريبي"	لفت الانتباه للرقم

متى لا نكتفي بالأرقام في النص؟

الموقف	الحل الأفضل
أكثر من 3 أرقام في فقرة واحدة	استخدم جدولاً
أرقام تحتاج مقارنة بين عدة عناصر	استخدم جدولاً
أرقام تفصيلية كثيرة	استخدم جدولاً أو ملحقاً
أرقام يحتاج القارئ للرجوع إليها لاحقاً	استخدم جدولاً

● نموذج: أرقام في النص (استخدام صحيح)

"حققت مبيعات الربع الثالث 8.2 مليون ريال، بتراجع 5% عن المستهدف (8.6 مليون). تصدر فرع الرياض القائمة بمبيعات 3.2 مليون (نمو 12%)، بينما تراجع فرع جدة إلى 1.7 مليون (انخفاض 15%). التفاصيل الكاملة في الجدول التالي."

● نصيحة خبير:

قاعدة 3 أرقام: إذا كان لديك أكثر من 3 أرقام في فقرة واحدة، فكر في جدول. الأرقام الكثيرة في النص تربك القارئ وتفقد التركيز.

ثانياً: متى نستخدم الجداول؟

الجدول هي الطائفة الخاصة للمعلومات الرقمية - تنقل القارئ بسرعة إلى وجهته دون متاعب الطريق. والسؤال: متى نستخدم جدولاً؟

الموقف	مثال
مقارنة بين عناصر متعددة	مقارنة أداء 5 فروع في المبيعات والنمو والنسبة من الإجمالي
بيانات رقمية كثيرة	مبيعات 12 شهراً مع نسب النمو الشهرية
عرض تفاصيل متعددة لنفس العنصر	لكل موظف: الاسم، القسم، التقييم، سنوات الخبرة
بيانات سيحتاج القارئ لمقارنتها	أسعار وعروض 3 موردين مختلفين
تطور على مدى زمني	مبيعات 4 أرباع مع تحليل شهري

## ● نموذج: نفس البيانات - بدون جدول ومع جدول

## بدون جدول (فقرة مربكة):

"حققت فروع الشركة في الربع الثالث النتائج التالية: فرع الرياض 3.2 مليون ريال (نمو 12%)، فرع جدة 1.7 مليون (انخفاض 15%)، فرع الدمام 1.5 مليون (نمو 3%)، فرع مكة 1.1 مليون (ثبات)، وفرع المدينة 0.7 مليون (انخفاض 5%). الإجمالي 8.2 مليون ريال".

## مع جدول (واضح ومنظم):

الفرع	المبيعات (مليون)	التغير	النسبة من الإجمالي
الرياض	3.2	▲ 12%	39%
جدة	1.7	▼ 15%	21%
الدمام	1.5	▲ 3%	18%
مكة	1.1	● 0%	13%
المدينة	0.7	▼ 5%	9%
الإجمالي	8.2	▼ 5%	100%

## 🕒 اختصار للوقت:

اسأل نفسك: "هل سيقارن القارئ بين هذه الأرقام؟" إذا كانت الإجابة نعم، فاستخدم جدولاً.

## ثالثاً: تصميم جدول احترافي

الجدول الجيد لا يكتفي بعرض الأرقام، بل يساعد على فهمها. التصميم الاحترافي يجعل المقارنة سهلة والأرقام واضحة. وإليك عناصر الجدول الاحترافي:

## عنوان الجدول: مقارنة أداء الفروع - الربع الثالث 2024

الفرع	المبيعات	المستهدف	التغير	الملاحظات
الرياض	3.2	2.85	▲ 12%	حملة ناجحة
جدة	1.7	2.0	▼ 15%	تأخر توريد
الدمام	1.5	1.45	▲ 3%	مستقر

## قواعد تصميم الجدول الاحترافي

### 1. عنوان واضح للجدول

- في أعلى الجدول
- يشرح محتوى الجدول
- يتضمن الفترة الزمنية إن وجدت

### 2. عناوين أعمدة واضحة

- قصيرة ومفهومة
- وحدة القياس بين قوسين إن لزم (مليون، ألف، %)
- خط عريض لتمييزها

### 3. تناسق الأرقام

- نفس عدد المنازل العشرية
- محاذاة الأرقام لليمين (تسهل المقارنة)
- ألفات الفاصلة للأرقام الكبيرة (1,000,000)

### 4. استخدام الألوان بذكاء

اللون	متى نستخدمه
أخضر فاتح	نتائج إيجابية (نمو، ارتفاع)
أحمر فاتح	نتائج سلبية (تراجع، انخفاض)
أصفر فاتح	يحتاج انتباه
رمادي فاتح	تمييز صفوف بديلة (يسهل القراءة)
أزرق غامق	عناوين الأعمدة والصفوف

### 5. خطوط الجدول

- استخدم خطوطاً رفيعة للفصل بين الصفوف
- يمكن الاستغناء عن الخطوط الرأسية أحياناً
- اجعل المجاميع والإجماليات بخط عريض

## ● خطأ شائع:

الإفراط في الألوان والزخارف. جدول بثلاثة ألوان أو أكثر يصبح "كرنفلاً" ويفقد وظيفته. التدرج: عنوان بلون، صفوف متبادلة بلون فاتح، وألوان تحذيرية عند الحاجة فقط.

## تنسيق الأرقام في الجداول

نوع الرقم	التنسيق المناسب	مثال
ملايين	مزلتان عشريتان	8.25 مليون
آلاف	بدون منازل عشرية أو منزلة واحدة	1,250 أو 1.25 ألف
نسب مئوية	منزلة عشرية واحدة	15.5%
عملات	رمز العملة في العنوان	(مليون ريال)

## ● نصيحة خبير:

في Excel، استخدم التنسيق الشرطي (Conditional Formatting) لتلوين الخلايا تلقائياً حسب قيمها. هذا يوفر وقتاً كبيراً ويضمن الدقة.

## ● رابعاً: نموذج: جدول مقارنة بين خيارين

هذا أكثر أنواع الجداول شيوعاً في التقارير - عندما نريد مقارنة بديلين أو أكثر لاتخاذ قرار.

## نموذج 1: مقارنة بسيطة (خياران)

معايير المقارنة	الخيار الأول: تطوير النظام الحالي	الخيار الثاني: شراء نظام جديد
التكلفة التقديرية	250,000 ريال	450,000 ريال
وقت التنفيذ	3 أشهر	6 أشهر
مميزات	<ul style="list-style-type: none"> <li>أقل تكلفة</li> <li>استمرارية مع البيانات الحالية</li> <li>تدريب أقل للموظفين</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تقنية أحدث</li> <li>قابلية توسع أكبر</li> <li>دعم فني مدمج</li> </ul>
عيوب	<ul style="list-style-type: none"> <li>لا يحل كل المشاكل</li> <li>عمر افتراضي أقصر</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>تكلفة عالية</li> <li>وقت تنفيذ طويل</li> <li>ترحيل بيانات معقد</li> </ul>
مخاطر	منخفضة - حل مألوف	متوسطة - تقنية جديدة
العائد على الاستثمار	30% خلال سنتين	45% خلال 3 سنوات

نموذج 2: مقارنة متعددة المعايير (3 خيارات)

المورد ج	المورد ب	المورد أ	المعيار (الوزن)
550,000	450,000	500,000	السعر (40%)
عالية جداً (95%)	متوسطة (85%)	عالية (92%)	الجودة (30%)
10 أسابيع	6 أسابيع	8 أسابيع	وقت التسليم (20%)
جيدة جداً	جيدة	ممتازة	خدمة ما بعد البيع (10%)
88%	78%	82%	التقييم المرجح

نموذج 3: مقارنة قبل وبعد

مؤشر الأداء	قبل التطوير (2023)	بعد التطوير (2024)	التغير
مدة تنفيذ الطلب	5 أيام	3 أيام	▼ 40%
رضا العملاء	82%	91%	▲ 9%
الأخطاء الشهرية	15	6	▼ 60%
تكلفة التشغيل	120,000	105,000	▼ 12.5%

قالب جاهز لجدول مقارنة (للاستخدام الفوري)

عنصر المقارنة	[الخيار الأول]	[الخيار الثاني]	[الخيار الثالث]
[المعيار 1]			
[المعيار 2]			
[المعيار 3]			
[المعيار 4]			
التقييم العام			
التوصية			

⌚ اختصار للوقت:

احتفظ بقوالب جاهزة للجدول الأكثر استخداماً (مقارنة خيارات، أداء فروع، تطور زمني). املأها ببياناتك مباشرة.

نصائح إضافية للتعامل مع الأرقام والجدول

1. قاعدة "أولاً الأهم"

في الجداول، رتب الصفوف حسب الأهمية:

- الأعلى مبيعات أولاً

• الأكثر تأثيراً أولاً

• تاريخياً: الأحدث أولاً

2. اجمع الأرقام المتشابهة

بدلاً من 5 جداول صغيرة، فكر في جدول واحد شامل إذا كانت البيانات مترابطة.

3. أضف سطر "الإجمالي" أو "المتوسط"

القارئ يريد الصورة الكاملة، وليس التفاصيل فقط.

4. اشرح الجدول بنص قبله

لا تترك القارئ يفهم الجدول وحده. قل له باختصار: "يوضح الجدول التالي أن فرع الرياض تصدر القائمة بينما تراجع جدة".

5. تجنب الجداول المعقدة جداً

إذا كان جدولك يحتاج دليل مستخدم لفهمه، فأنت بحاجة لتقسيمه!

### ملخص سريع - 3.4

العنصر	القاعدة الذهبية
الأرقام في النص	للرقم الرئيسي الواحد، لا تزيد عن 3 أرقام في الفقرة
متى نستخدم جدولاً	عند المقارنة، البيانات الكثيرة، التفاصيل المتعددة
عنوان الجدول	واضح، شامل، في الأعلى
عناوين الأعمدة	قصيرة، مع وحدة القياس، بخط عريض
الألوان	استخدمها للتوجيه لا للزينة (أخضر إيجابي، أحمر سلبي)
جدول المقارنة	معايير واضحة، تقييم موضوعي، توصية في النهاية

### تطبيق سريع

1. راجع آخر تقرير لك. هل هناك فقرة تحتوي على أكثر من 3 أرقام؟ حولها إلى جدول.
2. صمم جدول مقارنة لموقف تحتاج فيه لاتخاذ قرار (مقارنة موردين، خيارين لمشروع، أداء موظفين).
3. طبق تلويناً ذكياً على جدول موجود. استخدم الأخضر للقيم الإيجابية والأحمر للسلبية.

### تابع القراءة في الفصل 3.5: الجزء التصوري - الرسوم البيانية

3.5 الجزء التصوري: الرسوم البيانية • أنواع الرسوم البيانية 0: رسم بياني خطي (الاتجاهات) 0  
رسم بياني عمودي (المقارنات) 0 دائري (النسب المئوية) 0 مساحي (التوزيع) • متى نستخدم كل  
نوع؟ • أدوات سريعة لإنشاء الرسوم (Excel - Canva - أونلاين) • (نموذج: رسم بياني قبل  
وبعد التحسين

### 3.5 الجزء التصوري: الرسوم البيانية

#### لماذا هذا الفصل مهم؟

تذكر المقولة الشهيرة: "صورة تساوي ألف كلمة." في عالم التقارير، رسم بياني واحد يساوي ألف رقم!

الرسوم البيانية تحول الأرقام الجافة إلى قصص بصرية يفهمها القارئ في ثوانٍ. هي تختصر صفحات من التحليل في شكل واحد واضح.

#### الرسوم البيانية الجيدة:

- تكشف الاتجاهات والأنماط المخفية
- تسهل المقارنة بين العناصر المختلفة
- تلفت الانتباه إلى النتائج المهمة
- تجعل التقرير أكثر جاذبية وتذكراً

في هذا الفصل، ستتعلم كيف تختار الرسم المناسب لبياناتك، وكيف تصممه بشكل احترافي.

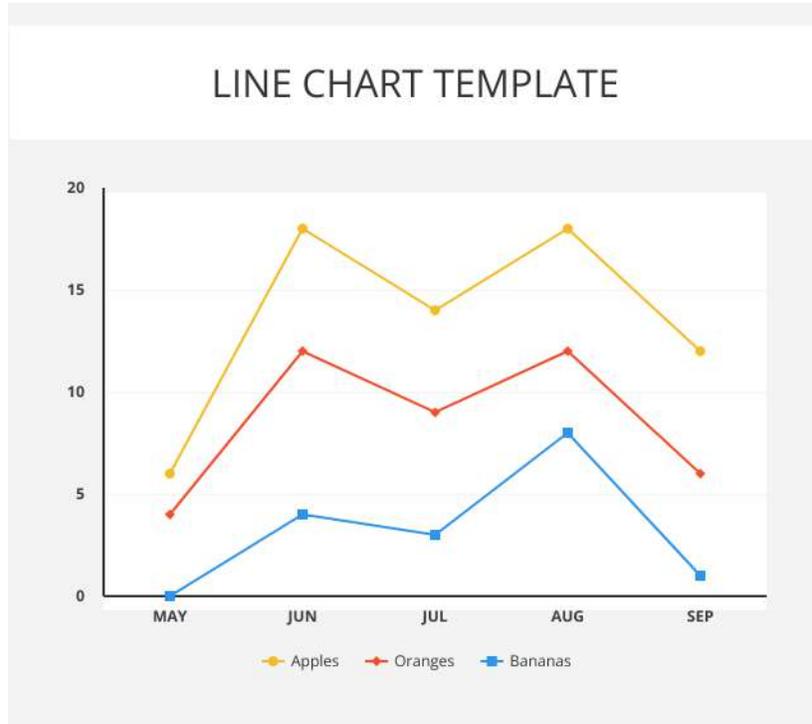
#### أولاً: أنواع الرسوم البيانية

لكل نوع من البيانات قصة ترويها، ولكل قصة رسم بياني يناسبها. اختيار الرسم الخطأ يحول القصة إلى لغز!

#### 1. الرسم البياني الخطي - (Line Chart) للاتجاهات

## متى نستخدمه؟

- عندما نريد إظهار التغير عبر الزمن
  - عندما يكون لدينا فترات زمنية متصلة (أيام، أشهر، سنوات)
  - عندما نريد مقارنة اتجاهات متعددة في رسم واحد
- استخدام الرسم الخطي مثلاً لمبيعات الشهور: يناير مارس مايو يوليو



## الاستخدام المثالي:

- تطور المبيعات الشهرية
- نمو عدد العملاء على مدار السنة
- مقارنة أداء فرعين خلال 12 شهراً

## مثال واقعي:

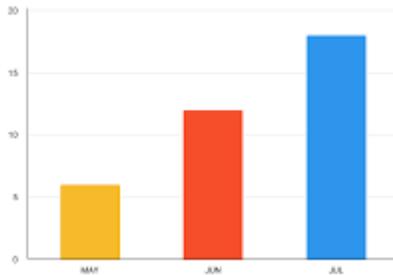
"يوضح الرسم البياني التالي تطور مبيعات الشركة خلال 2024. نلاحظ ارتفاعاً مطرداً حتى مايو، ثم تراجعاً في يونيو ويوليو بسبب دخول منافس جديد".

## 2. الرسم البياني العمودي - (Bar/Column Chart) للمقارنات

متى نستخدمه؟

- عندما نريد مقارنة عناصر مختلفة في فترة زمنية واحدة
- عندما يكون لدينا فئات منفصلة (فروع، منتجات، موظفين)
- عندما نريد ترتيب العناصر حسب القيمة (من الأعلى للأقل)

● نموذج: رسم عمودي



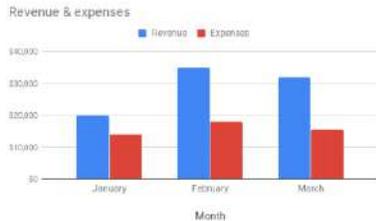
الاستخدام المثالي:

- مقارنة أداء الفروع
- توزيع المبيعات على المنتجات
- مقارنة تقييمات الموظفين

أنواع الرسوم العمودية:

النوع	متى نستخدمه
عمودي بسيط	مقارنة عناصر مختلفة
عمودي مزدوج	مقارنة مجموعتين) مثل: هذا العام vs العام الماضي)
عمودي متراكم	إظهار التوزيع الداخلي لكل عنصر

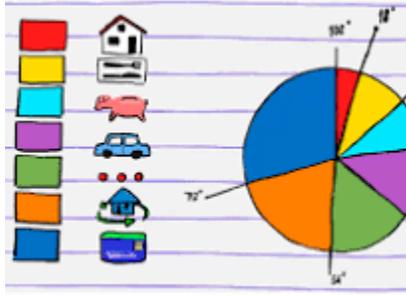
● نموذج: رسم عمودي مزدوج



## 3. الرسم الدائري - (Pie Chart) للنسب المئوية

متى نستخدمه؟

- عندما نريد إظهار توزيع الكل إلى أجزاء
- عندما يكون لدينا عدد قليل من الفئات (3-5) كحد أقصى)



• عندما نريد إبراز الحصة الأكبر أو الأصغر

● نموذج: رسم دائري

الاستخدام المثالي:

• توزيع الميزانية على الأقسام

• الحصة السوقية للشركات المنافسة

• توزيع العملاء حسب الفئة

● خطأ شائع:

استخدام الرسم الدائري مع أكثر من 5 فئات! يصبح الرسم مزدحماً وغير قابل للقراءة. استخدم الرسم العمودي بدلاً منه.

قاعدة 5-5-5 للرسم الدائري:

• 5 فئات كحد أقصى

• 5% كحد أدنى للفئة (أقل من ذلك ضمها إلى "أخرى")

• 5 ثوانٍ لفهم الرسم (إذا احتاج أكثر، فهو فاشل)

#### 4. الرسم المساحي - (Area Chart) للتوزيع والتراكم

متى نستخدمه؟

• عندما نريد إظهار تغير الحجم الإجمالي عبر الزمن

• عندما نريد إظهار مساهمة كل جزء في الكل

• عندما يكون لدينا اتجاهات متعددة ومتراكمة

● نموذج: رسم مساحي



## الاستخدام المثالي:

- إجمالي المبيعات مع مساهمة كل فرع
- توزيع وقت الموظفين على المشاريع
- تطور تكاليف المشروع مع تفاصيلها

## ثانياً: متى نستخدم كل نوع؟ (دليل سريع)

نوع البيانات	الرسم المناسب	مثال
تغير عبر الزمن	خطي	مبيعات 12 شهراً
مقارنة بين فئات	عمودي	مبيعات الفروع
نسب من الكل	دائري	توزيع الميزانية
مقارنة ثنائية (قديم/جديد)	عمودي مزدوج	أداء 2024 vs 2023
توزيع تراكمي	مساحي	مساهمة الفروع في الإجمالي
علاقة بين متغيرين	نقطي (Scatter)	الإنفاق التسويقي vs المبيعات
هرمية (تنظيمية)	هيكل تنظيمي	الهيكل الإداري للشركة
عمليات متسلسلة	انسيابي (Flowchart)	خطوات تقديم الطلب

## ● نصيحة خبير:

قاعدة بسيطة: إذا أردت مقارنة، استخدم عمودي. إذا أردت اتجاه، استخدم خطي. إذا أردت توزيعاً، استخدم دائري. التزم بهذه القاعدة في 90% من الحالات.

## ثالثاً: أدوات سريعة لإنشاء الرسوم

### 1. Microsoft Excel (الأداة الأقوى والأكثر شيوعاً)

#### مميزاته:

- متوفر لدى الجميع تقريباً
- يتحكم في كل تفاصيل الرسم
- يربط الرسم بالبيانات تلقائياً



### خطوات سريعة:

1. أدخل بياناتك في جدول
2. حدد البيانات
3. اختر Insert → Charts
4. اختر نوع الرسم المناسب
5. نسخ الرسم ولصقه في (Word كصورة أو ككائن قابل للتعديل)

### ⌚ اختصار للوقت:

استخدم F11 في Excel لإنشاء رسم بياني سريع من البيانات المحددة. ثم عدل التنسيق حسب الحاجة.

### 2. Canva (أسهل وأجمل للتقارير غير الرسمية)

#### مميزاته:

- قوالب جاهزة جميلة
- واجهة سهلة (سحب وإفلات)
- رسوم جذابة للعروض التقديمية

#### خطوات سريعة:

1. اذهب إلى [canva.com](https://canva.com)
2. اختر Charts من القائمة
3. اختر نوع الرسم
4. أدخل بياناتك
5. عدل الألوان والخطوط
6. حمّل كصورة وأضفها لتقريرك



## 3. أدوات أونلاين مجانية

الأداة	الرابط	المميزات
Google Charts	<a href="https://developers.google.com/chart">developers.google.com/chart</a>	مجاني، تفاعلي، للمواقع والتقارير الرقمية
Datawrapper	<a href="https://datawrapper.de">datawrapper.de</a>	مجاني جزئياً، سهل، رسوم نظيفة
Flourish	<a href="https://flourish.studio">flourish.studio</a>	رسوم متحركة وتفاعلية رائعة
Infogram	<a href="https://infogram.com">infogram.com</a>	قوالب جميلة، سهل الاستخدام

## 4. Microsoft Word و PowerPoint

لا تنس أن Word و PowerPoint فيهما أدوات رسم بياني مدمجة (إدراج → رسم بياني) تعمل بشكل مشابه لـ Excel.

## قواعد ذهبية للرسوم البيانية الاحترافية

## 1. قاعدة "الرسم الواحد = قصة واحدة"

لا تحشر قصتين في رسم واحد. إذا كان لديك مقارنة واتجاه معاً، استخدم رسمين منفصلين.

## 2. قاعدة "3 ثوانٍ"

يجب أن يفهم القارئ الفكرة الرئيسية للرسم خلال 3 ثوانٍ. إذا احتاج وقتاً أطول، فالرسم فاشل.

## 3. قاعدة "الألوان الوظيفية"

- لون واحد للعنصر الأساسي
- لون مميز للنقاط المهمة
- أخضر للإيجابي، أحمر للسلب
- تجنب الألوان الصارخة (neon)

## 4. قاعدة "العنوان الخبري"

اجعل عنوان الرسم خبيراً وليس مجرد وصف:

وصفي (ضعيف)	خبري (قوي)
"مبيعات الفروع"	"الرياض تتصدر المبيعات وجدة تتراجع 15%"
"تطور المبيعات"	"ارتفاع المبيعات 12% في الربع الثاني"

5. قاعدة "أقل = أكثر" : احذف كل ما لا يخدم الفكرة:

خطوط الشبكة غير الضرورية / الألوان الزائدة

التأثيرات الثلاثية الأبعاد - (3D effects) تجنبها تماماً! / الزخارف والإطارات

● نصيحة خبير:

قبل إضافة أي عنصر للرسم، اسأل: "هل هذا يساعد القارئ على فهم البيانات بشكل أسرع؟" إذا كانت الإجابة لا، احذفه فوراً.

### قائمة تدقيق سريعة للرسوم البيانية

- هل نوع الرسم مناسب للبيانات؟
- هل العنوان واضح وخبري؟
- هل المحاور مُسمّاة بوضوح؟
- هل الوحدة مذكورة (مليون، ألف، %)?
- هل الألوان وظيفية (غير صارخة)؟
- هل الرسم غير مزدحم؟
- هل يمكن فهمه في 3 ثوانٍ؟
- هل أضفت ملاحظات تحليلية أسفل الرسم؟



### ملخص سريع - 3.5

نوع الرسم	الاستخدام الأمثل
خطي	الاتجاهات عبر الزمن
عمودي	مقارنة بين الفئات
دائري	النسب المئوية (3-5 فئات)
مساحي	التوزيع التراكمي

القاعدة	الخلاصة
العنوان	خبري، واضح، شامل
الألوان	وظيفية، قليلة، هادفة
التحليل	أضف ملاحظات أسفل الرسم
الاختبار	هل يفهم في 3 ثوانٍ؟

### تطبيق سريع

1. اختر بيانات من تقرير سابق وحولها إلى رسم بياني مناسب.
2. طبق قواعد التحسين على رسم بياني قديم: حسن العنوان، نظف الألوان، أضف تحليلاً.
3. جرب أداة جديدة: إذا كنت تستخدم Excel دائماً، جرب Canva أو Datawrapper لرسم واحدة.

### 3.6 المخططات التنظيمية والانسحابية

#### لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تحاول شرح هيكل عائلة كبيرة لشخص لا يعرفهم. لو بدأت تسرد أسماء: "هذا عمي، وهذه خالتي، وابن عمي هذا، وابنة خالتي تلك..."، سيصاب بالارتباك ولن يتذكر شيئاً. لكن لو رسمت شجرة عائلة، سيفهم العلاقات في ثوانٍ!

هذا هو دور المخططات التنظيمية والانسحابية في التقارير. هي الخرائط التي ترشد القارئ إلى:

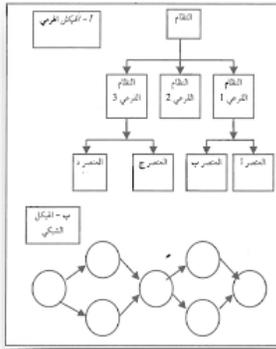
- من المسؤول عن ماذا؟ (المخطط التنظيمي)
- كيف تتم العمليات خطوة بخطوة؟ (المخطط الانسحابي)

#### أولاً: المخططات التنظيمية (Organizational Charts)

المخطط التنظيمي هو خريطة السلطة والمسؤوليات في المؤسسة. يظهر من يتبع من، ومن المسؤول عن أي قسم.

## متى نستخدم المخطط التنظيمي؟

الموقف	مثال
تقديم هيكل الشركة	في تقرير تعريفى عن الشركة
توضيح مسؤوليات الأقسام	عند شرح توزيع المهام في مشروع
إظهار التغييرات التنظيمية	بعد إعادة هيكلة أو دمج أقسام
تعريف فريق العمل	في تقرير مشروع كبير، لتوضيح أدوار الفريق
توضيح التسلسل الإداري	عند شرح مسار اتخاذ القرار



## أنواع المخططات التنظيمية

1. الهرمي التقليدي (الأكثر شيوعاً)
2. المصفوفي (للمشاريع المشتركة)
3. الدائري (للفرق المتساوية)

بيانات	○ شبه منحرف	إدخال/إخراج بيانات
سهم	← →	اتجاه سير العمل

● متى نختار أيًا منهما؟

المخطط التنظيمي	المخطط الانسيابي
يظهر الهيكل	يظهر العملية
يجيب: من المسؤول؟	يجيب: كيف يتم؟
علاقات ثابتة	تدفق متغير
مربعات + خطوط	رموز متعددة + أسهم
أمثلة: الهيكل الإداري، توزيع المسؤوليات	أمثلة: إجراءات العمل، خطوات اتخاذ القرار

● نصيحة خبير:

اسأل نفسك: هل أريد أن أعرف "من" أم "كيف"؟ إذا كنت تريد معرفة الأشخاص والمسؤوليات، فاستخدم تنظيمياً. إذا كنت تريد شرح خطوات وعمليات، فاستخدم انسيابياً.

## ثالثاً: أدوات بسيطة لرسم المخططات

### 1. Microsoft PowerPoint (الأسهل والأسرع) - لماذا PowerPoint ؟

- متوفر لدى الجميع
- أدوات رسم بسيطة (إدراج → أشكال)
- يمكن تعديله بسهولة

#### خطوات سريعة:

1. إدراج → أشكال → اختر الشكل المناسب
2. اكتب النص داخل الشكل
3. انسخ الشكل وألصقه للمربعات الأخرى
4. استخدم الأسهم للربط بينها
5. نسخ ولصق في التقرير

#### ⌚ اختصار للوقت:

اضغط Ctrl أثناء سحب الشكل لنسخه بسرعة مع الحفاظ على المحاذاة.

### 2. Microsoft Word (للمخططات البسيطة)

نفس فكرة PowerPoint ، لكن في Word مباشرة. استخدم إدراج → أشكال.

### 3. Microsoft Excel (للمخططات التنظيمية)

Excel فيه أداة ذكية: إدراج → SmartArt → هرمي (Hierarchy) جرب القوالب الجاهزة.

### 4. أدوات متخصصة (للحترافيين)

الأداة	المميزات	الرابط
Lucidchart	احترافية، سحابية، تعاون مباشر	<a href="http://lucidchart.com">lucidchart.com</a>
<a href="http://draw.io">draw.io</a>	مجانية، متكاملة مع Google Drive	<a href="http://draw.io">draw.io</a>
Miro	لوحات بيضاء تفاعلية، رائعة للفرق	<a href="http://miro.com">miro.com</a>
Canva	قوالب جميلة وسهلة	<a href="http://canva.com">canva.com</a>
Visio	احترافية جداً (مدفوعة، جزء من Microsoft)	-

## 5. قوالب SmartArt في Microsoft Office

أسرع طريقة للمخططات التنظيمية:

1. في Word أو PowerPoint إدراج SmartArt →

2. اختر نوع المخطط:

○ للتنظيمي: "هرمي (Hierarchy)"

○ للانسيابي: "عملية (Process)"

3. اكتب نصوصك في النافذة الجانبية

4. عدل الألوان من التبويب "تصميم"

## قواعد ذهبية للمخططات

### 1. قاعدة "البساطة"

لا تعقد المخطط بأكثر من 7-10 عناصر رئيسية. إذا كان هيكلك كبيراً، قسمه إلى مخططات متعددة.

### 2. قاعدة "الوضوح"

- استخدم نفس الشكل لنفس نوع العناصر
- اجعل النص واضحاً (حجم مناسب، خط بسيط)
- الأسهم واضحة الاتجاه

### 3. قاعدة "التدرج الهرمي"

في المخطط التنظيمي، المستويات الأعلى في الأعلى (أو اليمين في بعض الثقافات).

### 4. قاعدة "التدفق المنطقي"

في المخطط الانسيابي، سير العمل من الأعلى للأسفل أو من اليسار لليمين.

### 5. قاعدة "المسافات"

اترك مسافات كافية بين العناصر. المخطط المزدهم يربك القارئ.

## ● خطأ شائع:

استخدام أسهم متقاطعة بشكل فوضوي. حاول تنظيم المخطط بحيث لا تتقاطع الأسهم إلا للضرورة القصوى.

## ملخص سريع - 3.6

نوع المخطط	متى نستخدمه	العناصر الرئيسية
تنظيمي	لعرض الهيكل والمسؤوليات	مربعات، خطوط ربط، مستويات هرمية
انسيابي	لعرض العمليات والإجراءات	بداية/نهاية، عمليات، قرارات، أسهم
الأداة		أفضل استخدام
PowerPoint/Word		مخططات بسيطة وسريعة
SmartArt		مخططات تنظيمية جاهزة
Lucidchart/ <a href="https://www.lucidchart.com">draw.io</a>		مخططات احترافية ومعقدة
Canva		مخططات جميلة للعروض

## تطبيق سريع

1. ارسم هيكل فريقك باستخدام أي أداة. من المسؤول عن ماذا؟ من يتبع من؟
2. اختر عملية بسيطة في عملك (مثل: كيف تطلب دعماً فنياً؟) وحولها إلى مخطط انسيابي.
3. جرّب أداة جديدة إذا كنت تستخدم PowerPoint دائماً، جرب [draw.io](https://www.draw.io) المجانية لمخططك القادم.

## 3.7 استخدام الصور والرموز

## لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تقرأ كتاباً عن السفر إلى باريس، به كل المعلومات عن المعالم والفنادق والمطاعم، لكنه لا يحتوي على صورة واحدة لبرج إيفل أو متحف اللوفر! هل ستشعر بروح المدينة؟ بالتأكيد لا.

الصور والرموز تمنح التقارير روحاً وحياة. هي التي:

- تكسر رتابة النص الطويل
- توصل أفكاراً معقدة بسرعة
- تثير المشاعر والاهتمام
- تجعل التقرير لا يُنسى

لكن الإفراط فيها أو استخدامها بشكل خاطئ يحول التقرير إلى كتيب أطفال ويفقد مصداقيته. في هذا الفصل، ستتعلم متى وكيف تستخدم الصور والرموز لتعزيز تقاريرك لا لتشتيت القارئ.

### أولاً: الصور في التقارير (متى تفيد ومتى تضر؟)

الصور ليست مجرد "تزيين". هي أداة بصرية قوية، لكنها كأى أداة، لها استخداماتها الصحيحة والخاطئة.

#### متى تفيد الصور؟ (الاستخدام الصحيح)

الموقف	مثال	لماذا تفيد؟
توثيق حدث أو زيارة	صورة من اجتماع، زيارة ميدانية، موقع مشروع	تثبت حدوث الأمر وتوثقه
شرح منتج أو جهاز	صورة لمنتج جديد، جهاز، آلة	أسهل من وصفه بكلمات
عرض تصميم أو نموذج	صورة لمخطط معماري، تصميم واجهة	تعطي انطباعاً حقيقياً
مقارنة قبل/بعد	صورتان لمشروع قبل التطوير وبعده	تظهر الإنجاز بوضوح
إظهار واقع لا يوصف	صورة لحالة ميدانية، كارثة، إنجاز	تنقل المشاعر والتأثير

#### متى تضر الصور؟ (الاستخدام الخاطئ)

الموقف	مثال	المشكلة
صور عشوائية للزينة فقط	صورة غروب شمس في تقرير مالي	لا تتعلق بالمحتوى، تشتت الانتباه
صور رديئة الجودة	صورة مهزوزة، غير واضحة	تقلل من احترافية التقرير
صور نمطية (Stock Photos)	صورة فريق مبتسمين (مفتعلة)	غير حقيقية، لا تضيف قيمة
إفراط في الصور	10 صور في تقرير من 5 صفحات	يحول التقرير إلى ألبوم صور
صور بدون شرح	صورة بدون تعليق أو سياق	القارئ لا يفهم ما يرى

● **خطأ شائع:** استخدام صور "فوتوشوب" مبالغ فيها أو صور من جوجل بدون حقوق. هذا غير مهني وقد يعرضك لمشاكل قانونية.

● **نصيحة خبير:** قاعدة الصورة الواحدة: كل صورة في تقريرك يجب أن تخدم هدفاً محدداً. أسأل: "ماذا سيفهم القارئ من هذه الصورة لا يمكنه فهمه بدونها؟"

### ثانياً: الأيقونات والرموز التوضيحية

الأيقونات هي علامات تصنع الفارق. هي رموز بسيطة تعبر عن أفكار معقدة في مساحة صغيرة.

#### فوائد استخدام الأيقونات

الفائدة	الشرح
توجيه الانتباه	أيقونة قبل عنوان مهم تلفت النظر
توفير المساحة	رمز يعبر عن فكرة بدلاً من كلمات
تسهيل الاستعراض	القارئ يجد الأقسام بسرعة
توحيد الهوية	أيقونات متسقة تعطي هوية بصرية مميزة
جاذبية بصرية	تكسر رتابة النص وتجعل التقرير أنيقاً

#### أيقونات مقترحة للتقارير

المعنى	الأيقونة المناسبة
نتيجة إيجابية	✓ ▲ (بالأخضر)
نتيجة سلبية	✗ ▼ (بالأحمر)
معلومة مهمة	📌 ⭐ 🔔
تحذير	⚠️ 🔴
نصيحة	💡 🔵
وقت/موعد	🕒 📅
أرقام/إحصائيات	📊 📈
مستند/تقرير	📄 📑
فريق/موظفين	👥 👤
اجتماع	🗣️ 👥
مال/ميزانية	💰 📄
مشروع	🚀 📄

## قواعد استخدام الأيقونات

1. الاتساق: استخدم نفس مجموعة الأيقونات في التقرير كله.
2. البساطة: أيقونات بسيطة واضحة أفضل من المعقدة.
3. الحجم المناسب: لا تجعلها أكبر من النص، ولا أصغر من أن تُرى.
4. المسافات: اترك مسافة بين الأيقونة والنص.
5. لا للإفراط: أيقونة هنا وهناك، وليس في كل سطر.

## ● نصيحة خبير:

اختر 5-7 أيقونات رئيسية واستخدمها باستمرار في كل تقاريرك. هذا يبني "لغة بصرية" خاصة بك يتعود عليها القراء.

## ثالثاً: مصادر مجانية للصور والرموز

## 📷 مصادر صور مجانية (عالية الجودة)

الموقع	الرابط	المميزات
Unsplash	<a href="https://unsplash.com">unsplash.com</a>	صور احترافية، عالية الدقة، مجانية تماماً
Pexels	<a href="https://pexels.com">pexels.com</a>	صور وفيديوهات مجانية، تنوع كبير
Pixabay	<a href="https://pixabay.com">pixabay.com</a>	أكثر من 2 مليون صورة مجانية
Freepik	<a href="https://freepik.com">freepik.com</a>	صور وموارد متنوعة (مجاني مع الإشارة)
StockVault	<a href="https://stockvault.net">stockvault.net</a>	صور مجانية للاستخدام التجاري

## 🕒 اختصار للوقت:

ابحث باللغة الإنجليزية للحصول على نتائج أفضل. مثلاً "business meeting" بدلاً من "اجتماع عمل".

## 🎨 مصادر أيقونات مجانية

الموقع	الرابط	المميزات
Flaticon	<a href="https://flaticon.com">flaticon.com</a>	أكبر مكتبة أيقونات (مجاني مع الإشارة)
Font Awesome	<a href="https://fontawesome.com">fontawesome.com</a>	أيقونات متجهة (Vector) رائعة للمواقع والتقارير الرقمية
Iconfinder	<a href="https://iconfinder.com">iconfinder.com</a>	آلاف الأيقونات المجانية والمدفوعة

أيقونات Google الاحترافية	<a href="https://fonts.google.com/icons">fonts.google.com/icons</a>	Material Icons
أيقونات بسيطة وأنيقة (مجاني مع الإشارة)	<a href="https://thenounproject.com">thenounproject.com</a>	Noun Project

🎯 مصادر متكاملة (صور + أيقونات + قوالب)

المميزات	الرابط	الموقع
قوالب جاهزة، صور، أيقونات، رسوم بيانية	<a href="https://canva.com">canva.com</a>	Canva
موارد متجهة (Vector) مجانية	<a href="https://vecteezy.com">vecteezy.com</a>	Vecteezy
أدوات تصميم مع موارد مجانية	<a href="https://adobe.com/express">adobe.com/express</a>	Adobe Express

📄 نصائح لاستخدام المصادر المجانية

1. تحقق من حقوق الاستخدام: بعض المواقع تتطلب الإشارة إلى المصدر (Attribution).
2. حمل بدقة مناسبة: للتقارير المطبوعة استخدم دقة عالية، للإلكتروني دقة متوسطة تكفي.
3. نظم مكتبتك: احتفظ بمجلد للصور والأيقونات التي تستخدمها باستمرار.
4. انسق الألوان: إذا كنت تستخدم أيقونات ملونة، اختر مجموعة متناسقة الألوان.

## قواعد ذهبية للصور والرموز

### 1. قاعدة "القيمة المضافة"

الصورة بلا هدف هي تشتيت. الرمز بلا معنى هو ضوضاء.

### 2. قاعدة "الجودة قبل الكمية"

صورة واحدة عالية الجودة أفضل من 10 صور رديئة.

### 3. قاعدة "الانسجام"

اختر أسلوباً بصرياً واحداً (كل الصور ملونة أو أبيض وأسود، كل الأيقونات من مجموعة واحدة).

### 4. قاعدة "الوضوح"

تأكد من وضوح الصور بعد الطباعة (خاصة إذا كان التقرير سيُطبع بالأبيض والأسود).

## 5. قاعدة "السياق"

كل صورة يحتاجها شرح مختصر يربطها بمحتوى التقرير.

## ● خطأ شائع:

استخدام صور فيها نصوص بلغة أجنبية. القارئ العربي قد لا يفهمها، والأفضل استخدام صور بدون نصوص أو استبدالها.

## ملخص سريع - 3.7

العنصر	متى نستخدمه	متى نتجنبه
الصور	للتوثيق، الشرح، المقارنة، إظهار الواقع	للزينة فقط، صور رديئة، صور نمطية
الأيقونات	لتوجيه الانتباه، توفير المساحة، تسهيل الاستعراض	الإفراط، أيقونات غير واضحة، عدم الاتساق

النوع	المصدر
صور احترافية مجانية	Unsplash - Pexels
أيقونات	Flaticon - Font Awesome
موارد متكاملة	Canva

## تطبيق سريع

- اختر 3 أيقونات ستستخدمها باستمرار في تقاريرك (مثلاً:  للإيجابي،  للتحذير،  للتوصيات).
- ابحث عن صورة مناسبة لأحد تقاريرك السابقة في Unsplash أو Pexels.
- راجع آخر تقرير لك: هل هناك مكان يمكن أن تضيف فيه أيقونة أو صورة لتحسين الفهم؟

## 3.8 التلوين الذكي في التقارير

## لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تدخل غرفة اجتماعات، الجدران مطلية بكل ألوان قوس قزح، والأثاث أحمر وأصفر وأزرق، والإضاءة متعددة الألوان! هل ستشعر بالتركيز أم بالارتباك والفوضى؟

الألوان في التقارير لها تأثير نفسي كبير. هي:

- توجه انتباه القارئ إلى ما هو مهم
- تنقل المشاعر (الهدوء، الإلحاح، الثقة)
- تسهل الفهم بتصنيف المعلومات بصرياً
- تبني هوية بصرية مميزة لتقاريرك

لكن الألوان مثل السلاح: إذا أتقنت استخدامه، تحمي نفسك. وإذا أخطأت، تؤذي نفسك وغيرك! في هذا الفصل، ستتعلم كيف تستخدم الألوان بذكاء لتعزيز رسالتك، لا لتشتيت القارئ.

## أولاً: سيكولوجية الألوان في العمل

الألوان ليست مجرد "تزيين". كل لون يثير مشاعر معينة ويحمل دلالات في سياق العمل.

## دلالات الألوان الأساسية

اللون	الدلالة النفسية	متى نستخدمه في التقارير
الأزرق	الثقة، الاحترافية، الهدوء، الاستقرار	الخلفيات، العناوين الرئيسية، هوية الشركة
الأخضر	النجاح، النمو، الإيجابية، الاستدامة	النتائج الإيجابية، الأرباح، التقدم
الأحمر	تحذير، خطر، انخفاض، إلحاح	النتائج السلبية، انخفاض، مشاكل، تنبيهات
الأصفر/البرتقالي	انتباه، فرص، تحسين	نقاط تحتاج متابعة، فرص، متوسط
الأسود/الرمادي	جدية، رسمية، حيادية	النصوص الأساسية، الخطوط، الحدود
الأبيض	نقاء، بساطة، مساحة للتنفس	الخلفيات، المساحات البيضاء

## المعاني في السياق الإداري

المعنى	اللون المناسب	مثال
نتيجة ممتازة	أخضر غامق	تجاوز المستهدف +20%
نتيجة جيدة	أخضر فاتح	تحقيق المستهدف
نتيجة متوسطة	أصفر/برتقالي	قريب من المستهدف (90-99%)
نتيجة ضعيفة	أحمر فاتح	أقل من المستهدف
نتيجة خطيرة	أحمر غامق	أقل بكثير من المستهدف (أقل من 70%)
محايد	أزرق/رمادي	معلومات أساسية

## ● نصيحة خبير:

ضع في اعتبارك عمى الألوان (Color Blindness) حوالي 8% من الرجال يعانون منه. لا تعتمد على الألوان وحدها، بل استخدم معها رموزاً (▲ ▼) أو تسميات نصية.

## ثانياً: الألوان المناسبة للعناوين

العناوين تحتاج ألواناً تبرزها عن النص العادي، لكن دون صراخ.

## تدرج الألوان للعناوين

مستوى العنوان	اللون المناسب	مثال
العنوان الرئيسي للتقرير	أزرق داكن أو أسود (خط عريض)	تقرير أداء المبيعات - الربع الثالث
عناوين الأقسام الرئيسية (H1)	أزرق داكن أو رمادي غامق	1. تحليل أداء المبيعات
عناوين فرعية (H2)	أزرق متوسط أو أسود عريض	1.1 أداء الفروع
عناوين تفصيلية (H3)	رمادي غامق (عريض)	1.1.1 فرع الرياض

## قواعد ألوان العناوين

1. الاتساق: كل عنوان رئيسي بنفس اللون في التقرير كله.
2. التباين الواضح: يجب أن يظهر العنوان بوضوح عن الخلفية.
3. لا للألوان الصارخة: تجنب الأحمر والأصفر الفاقع في العناوين العادية.
4. التدرج الهرمي: الأهم بلون أقوى، الأقل أهمية بلون أفتح.

## ● خطأ شائع:

استخدام 5 ألوان مختلفة للعناوين في نفس التقرير. هذا يشتت القارئ ويجعل التقرير غير مهني.

## ثالثاً: تلوين الخلايا في الجداول

الجدول هي المكان الأكثر فائدة للألوان. هنا يمكن للألوان أن تحول جدولاً معقداً إلى لوح تحليل.

## متى نلون الخلايا؟

الموقف	طريقة التلوين	مثال
تمييز المجاميع	لون خلفية فاتح + خط عريض	صف "الإجمالي" بخلفية رمادية فاتحة
إظهار الأداء	أخضر للإيجابي، أحمر للسلبى	خلية "النمو 15%" بخلفية خضراء فاتحة
تصنيف الصفوف	تناوب الألوان (Zebra Striping)	صفوف بديلة بلون رمادي فاتح جداً
لفت الانتباه	لون مميز لخلية مهمة	خلية "انخفاض خطير" بخلفية حمراء فاتحة

## نظام ألوان مقترح للجدول

نوع البيانات	لون الخلفية	لون الخط
عناوين الأعمدة	أزرق داكن	أبيض
صفوف عادية	بدون لون أو رمادي فاتح جداً	أسود
صفوف بديلة (للسهولة)	رمادي فاتح جداً (10%)	أسود
صف الإجمالي	رمادي فاتح (20%)	أسود عريض
قيم إيجابية (نمو)	أخضر فاتح جداً	أخضر داكن
قيم سلبية (انخفاض)	أحمر فاتح جداً	أحمر داكن
تنبيه (يحتاج متابعة)	أصفر فاتح جداً	برتقالي داكن

## رابعاً: تدرجات لونية احترافية

التدرجات اللونية تضيف عمقاً واحترافية للتصميم، لكن استخدامها الخاطئ قد يكون كارثياً.

## أنواع التدرجات

النوع	متى نستخدمه	مثال
تدرج أفقي	في خلفية العناوين الرئيسية	شريط عنوان متدرج من الأزرق الداكن إلى الفاتح
تدرج في الخلفيات الكبيرة	خلفية الغلاف أو الصفحات الرئيسية	خلفية بيضاء متدرجة إلى رمادي فاتح جداً
تدرج في الرسوم البيانية	في الرسوم المساحية أو الأعمدة	أعمدة متدرجة من الأزرق الداكن للقيم العالية

## قواعد التدرجات الآمنة

1. خفة اليد: اجعل التدرج خفيفاً جداً، شبه غير ملحوظ.
2. من نفس العائلة: استخدم تدرجات من نفس اللون، ليس من لونين مختلفين.
3. الوضوح أولاً: لا تدع التدرج يطغى على المحتوى أو يقلل وضوح النص.
4. الاتساق: نفس نوع التدرج في الأماكن المماثلة



## ● خطأ شائع:

استخدام تدرجات "قوس قزح" أو تدرجات صارخة. التدرج المحترف لا يصرخ، بل يهمس.

خامساً: لوحة ألوان مقترحة لتقاريرك

بدلاً من التفكير في الألوان من الصفرة كل مرة، استخدم لوحة ألوان ثابتة لتقاريرك. هذا يبني هوية بصرية مميزة ويوفر وقتك.

## اللوحة الكلاسيكية (الأكثر أماناً)

اللون	الكود (RGB)	الكود (HEX)	الاستخدام
أزرق داكن	(0, 51, 102)	#003366	العناوين الرئيسية
أزرق متوسط	(0, 102, 204)	#0066CC	العناوين الفرعية، الحدود
أزرق فاتح	(230, 242, 255)	#E6F2FF	خلفيات خفيفة، صفوف بديلة
أخضر للأداء	(0, 153, 51)	#009933	نتائج إيجابية
أخضر خلفية	(230, 255, 230)	#E6FFE6	خلفية النتائج الإيجابية
أحمر للتحذير	(204, 0, 0)	#CC0000	نتائج سلبية
أحمر خلفية	(255, 230, 230)	#FFE6E6	خلفية النتائج السلبية
رمادي فاتح	(240, 240, 240)	#F0F0F0	خلفيات جداول، صفوف بديلة
رمادي غامق	(102, 102, 102)	#666666	نصوص ثانوية

## اللوحة العصرية (للشركات الحديثة)

اللون	الكود (HEX)	الاستخدام
أزرق كحلي	#1A237E	العناوين الرئيسية
أزرق فاتح	#0D47A1	عناوين فرعية
تركواز	#00BFA5	نتائج إيجابية
برتقالي	#FF6F00	تنبيهات
أحمر	#D32F2F	نتائج سلبية
رمادي فاتح الفاتح	#FAFAFA	خلفيات

● نصيحة خبير:

حمل موقع [Colors.co](http://Colors.co) أو استخدم **Adobe Color** لإنشاء لوحات ألوان متناسقة. جرب البحث عن "Corporate color palette" للحصول على إلهام.

## سادساً: خطأ شائع: فوضى الألوان

هذا الخطأ يقع فيه الكثيرون، ويحول تقاريرهم من وثائق مهنية إلى "لوحات أطفال".

## مؤشرات فوضى الألوان

المؤشر	الوصف
قوس قزح	استخدام 6 ألوان مختلفة في صفحة واحدة
ألوان صارخة	أحمر فاقع، أصفر نيون، أخضر حمضي
بلا هدف	تلوين عشوائي بدون سبب وظيفي
تضارب مع القراءة	نص غامق على خلفية غامقة، لا يقرأ
تغيير مستمر	كل صفحة بلوحة ألوان مختلفة

## كيف تتجنب فوضى الألوان؟

1. قاعدة 3 ألوان: لا تستخدم أكثر من 3 ألوان أساسية في التقرير (بالإضافة إلى الأسود والأبيض والرمادي).
2. قاعدة الوظيفة: كل لون يجب أن يؤدي وظيفة محددة (إيجابي، سلبي، تحذير، محايد).
3. قاعدة 20/80: 80% من التقرير بألوان محايدة (أسود، رمادي، أبيض)، 20% فقط بالألوان الوظيفية.

4. قاعدة الاتساق: نفس اللون لنفس المعنى في كل التقرير.

5. قاعدة التدرج: استخدم تدرجات اللون الواحد بدلاً من ألوان مختلفة.

⌚ اختصار للوقت:

صمم قالباً واحداً في Word يحتوي على لوحة الألوان الخاصة بك (أنماط عناوين، تنسيق جداول). استخدمه لكل تقاريرك. هذا يضمن الاتساق ويوفر وقت التنسيق.

### ملخص سريع - 3.8

العنصر	القاعدة الذهبية
سيكولوجية الألوان	أخضر = إيجابي، أحمر = سلبي، أزرق = ثقة، أصفر = انتباه
العناوين	أزرق أو رمادي، متسقة، متدرجة حسب الأهمية
الجدول	تناوب الصفوف، ألوان وظيفية للإيجابي/السلبي
التدرجات	خفيفة، من نفس العائلة، لا تغطي على المحتوى
لوحة الألوان	3-5 ألوان ثابتة لجميع التقارير
قاعدة أساسية	80% محايد، 20% وظيفي، وكل لون له معنى

### تطبيق سريع

1. صمم لوحة ألوان خاصة بك (اختر 3-5 ألوان أساسية) واستخدمها في تقريرك القادم.
2. راجع آخر تقرير لك وطبق عليه قاعدة 20/80. كم نسبة الألوان الوظيفية؟ هل هناك فوضى ألوان؟
3. جرب التلوين الوظيفي في جدول: لون الإيجابي بالأخضر الفاتح والسلبي بالأحمر الفاتح.



## 3.9 التذييل والملاحق

## لماذا هذا الفصل مهم؟

تخيل أنك تقرأ كتاباً من 500 صفحة، وفي نهايته تجد قائمة بالمصادر والمراجع والجداول التفصيلية مرتبة بشكل عشوائي، ولا يوجد أي إشارة لها في متن الكتاب! كيف ستعود إليها؟ وكيف ستعرف أي ملحق يتعلق بأي فصل؟

التذييل والملاحق هما بمثابة "المخازن الذكية" للتقرير. هما المكان الذي تضع فيه كل ما لا يناسب المتن الرئيسي، ولكن بطريقة منظمة تسمح للقارئ بالعودة إليه بسهولة.

في هذا الفصل، ستتعلم كيف تنظم نهاية تقريرك بطريقة احترافية تترك انطباعاً أخيراً ممتازاً.

## أولاً: التذييل (ماذا نضع فيه؟)

التذييل هو الجزء الذي يظهر في أسفل كل صفحة (Footer) وقد يبدو بسيطاً، لكنه أداة ملاحقة مهمة للقارئ.

## العناصر الأساسية في التذييل

العنصر	مثال	الفائدة
رقم الصفحة	5	أساسي - لا يمكن الاستغناء عنه
عنوان التقرير المختصر	"تقرير مبيعات" Q3 2024	يعرف القارئ أين هو في أي صفحة
تاريخ التقرير	أكتوبر 2024	للتقارير الدورية، يعرف الإصدار
اسم القسم الحالي (اختياري)	3. تحليل الفروع	في التقارير الطويلة جداً
حالة السرية	"سري - للاستخدام الداخلي"	للتقارير الحساسة
رقم الإصدار	الإصدار 2.1	للتقارير التي يتم تحديثها

## أنواع التذييل حسب نوع التقرير

نوع التقرير	محتوى التذييل المناسب
تقرير داخلي عادي	رقم الصفحة + عنوان مختصر
تقرير رسمي لجهة خارجية	رقم الصفحة + عنوان كامل + تاريخ + شعار صغير
تقرير سري/حساس	إضافة "سري" أو "للعين المختصة فقط"
عرض تقديمي مُخرج PDF	رقم الشريحة فقط، أو شعار الشركة
كتاب أو دليل طويل	عنوان الفصل + رقم الصفحة + عنوان الكتاب

## نصائح للتذييل الاحترافي

1. خط أصغر قليلاً من النص العادي (عادة 8-9).
2. لون أفتح (رمادي عادة) حتى لا يشتت الانتباه.
3. موضع ثابت في كل الصفحات (عادة في المنتصف أو اليمين/اليسار).
4. الغلاف بدون تذييل -الصفحة الأولى لا تحتاج تذيلاً.
5. الاتساق -نفس التنسيق في كل الصفحات.

### ⌚ اختصار للوقت:

في Word ، استخدم إدراج → تذييل (Footer) لإنشاء تذييل موحد لجميع الصفحات. استخدم إدراج → رقم الصفحة لترقيم تلقائي.

### ثانياً: متى نستخدم الملاحق؟

الملاحق (Appendices) هي المكان الذي تضع فيه كل ما هو مهم لكنه لا يناسب المتن الرئيسي.

### ما الذي نضعه في الملاحق؟

النوع	أمثلة	لماذا في الملحق وليس المتن؟
بيانات تفصيلية	جداول بيانات كاملة، إحصائيات خام	تششت القارئ في المتن، تهم فقط المتعمق
مستندات مرجعية	عقود، سياسات، إجراءات رسمية	طويلة جداً، قد تكون مرفقات مستقلة
نسخ من مراسلات	رسائل بريد إلكتروني مهمة، مذكرات	توثيقية، لا يحتاجها كل القارئ في المتن
نتائج استبيانات كاملة	إجابات مفتوحة، تحليلات تفصيلية	المساحة لا تسمح بها في المتن
صور إضافية	صور أكثر مما يحتاج المتن	للتوثيق، وليس للشرح الأساسي
مصطلحات وقاموس	شرح للمصطلحات الفنية	للمهتمين فقط، يعطل تدفق القراءة للمبتدئين

### ● نصيحة خبير:

قاعدة الصفحة الواحدة: إذا كانت المعلومة الإضافية تحتاج أقل من صفحة، فكر في وضعها في المتن (كهامش أو مربع جانبي). إذا كانت أكثر من صفحة، فهي مرشحة للملحق.

### ثالثاً: كيفية ترقيم الملاحق والإحالة عليها

الملاحق الجيدة لا تكون مجرد "كومة" في النهاية، بل منظمة ومرتبطة بالمتن.

#### ترقيم الملاحق

##### الطريقة الأولى: حروف (الأكثر شيوعاً)

الملحق أ: بيانات المبيعات التفصيلية

الملحق ب: نتائج استبيان رضا العملاء

الملحق ج: نصوص المقابلات مع مدراء الفروع

##### الطريقة الثانية: أرقام

الملحق 1: بيانات المبيعات التفصيلية

الملحق 2: نتائج استبيان رضا العملاء

الملحق 3: نصوص المقابلات مع مدراء الفروع

##### الطريقة الثالثة: مختلط (للأقسام الكبيرة)

الملحق أ: بيانات مالية : أ.1 قوائم الدخل التفصيلية / أ.2 الميزانية العمومية

الملحق ب: بيانات تشغيلية : ب.1 إحصائيات الإنتاج / ب.2 تقارير الجودة

#### ترقيم صفحات الملاحق

النوع	الترقيم المناسب
ملاحق قصيرة (صفحات قليلة)	استمرار ترقيم المتن (ص 26-30)
ملاحق طويلة (أكثر من 5 صفحات)	ترقيم منفصل (ملحق أ-1، أ-2، ب-1...)
في Word	يمكن تقسيم المستند إلى أقسام (Sections) لكل قسم ترقيمه الخاص

#### الإحالة على الملاحق في المتن

قاعدة أساسية: كل ملحق يجب أن يُشار إليه في المتن. لا تضع ملحقاً "يتيماً" لا يعلم به أحد!

#### ● نماذج للإحالة على الملاحق

نموذج 1: إحالة بسيطة

"يظهر تحليل المبيعات أن فرع الرياض حقق أداءً استثنائياً (انظر الملحق أ للبيانات التفصيلية)".

## نموذج 2: إحالة محددة

"أظهرت نتائج استبيان العملاء رضا بنسبة 92% (انظر الملحق ب، جدول 3).

## نموذج 3: إحالة في بداية قسم

"فيما يلي تحليل لأداء الفروع. للاطلاع على البيانات الخام، راجع الملحق ج."

## قواعد ذهبية للملاحق



1. كل ملحق له عنوان واضح ورقم (أو حرف).
2. كل ملحق له صفحة غلاف خاصة به إذا كان طويلاً.
3. الإحالة في المتن إلزامية - لا تضع ملحقات بدون ذكر.
4. ترتيب منطقي - رتب الملاحق حسب ذكرها في المتن.
5. فهرس للملاحق - في بداية قسم الملاحق، ضع قائمة بها.

● خطأ شائع: وضع معلومات مهمة وحساسة في الملحق دون الإشارة إليها في المتن. !

## ملخص سريع - 3.9

العنصر	القاعدة الذهبية
التذييل	رقم الصفحة + عنوان مختصر + (تاريخ للتقارير الدورية)
محتوى الملاحق	كل ما هو مهم ولكنه يعطل تدفق المتن الرئيسي
ترقيم الملاحق	حروف (أ، ب، ج) أو أرقام (1، 2، 3)
الإحالة	كل ملحق يجب أن يُشار إليه في المتن
فهرس الملاحق	صفحة منفصلة في بداية قسم الملاحق
ترقيم صفحات الملاحق	منفصل إذا كانت طويلة، أو متصل إذا كانت قصيرة

## تطبيق سريع

1. راجع آخر تقرير لك. هل هناك معلومات وضعتها في المتن كانت أفضل في ملحق؟ (جداول طويلة، بيانات تفصيلية، مستندات مرجعية)
2. تأكد من تذييلك. هل يحتوي على رقم الصفحة؟ هل هو متسق في كل الصفحات؟
3. جرّب تنظيم ملاحق لأحد تقاريرك السابقة. أضف صفحة فهرس للملاحق، وأشر إليها في المتن.

## 3.10 نماذج تطبيقية شاملة

## لماذا هذا الفصل مهم؟

النظريات جميلة، لكن التطبيق هو ما يصنع الفارق. في هذا الفصل، سترى كل ما تعلمته في القسم الثالث مجتمعاً في نماذج حقيقية.

سنأخذ صفحة واحدة، ثم تقريراً كاملاً، ونطبقهما عليهما قبل وبعد التحسين. سترى كيف تتحول الوثيقة العادية إلى تقرير احترافي يلفت النظر ويسهل القراءة.

## أولاً: نموذج الصفحة الواحدة (قبل وبعد التحسين)

هذه صفحة من تقرير أداء مكتوبة بأسلوب تقليدي. دعنا نرى كيف يمكن تحسينها بتطبيق قواعد الشكل والعرض البصري.

## قبل التحسين (صفحة ضعيفة)

تقرير أداء المبيعات الشهري - يوليو 2024

نقدم لكم تقرير أداء المبيعات لشهر يوليو 2024. هذا التقرير يهدف إلى تحليل أداء الفروع المختلفة ومقارنته بالمستهدف الشهري. قمنا بجمع البيانات من نظام المبيعات وتحليلها.

## أولاً: المبيعات الإجمالية

بلغ إجمالي مبيعات الشركة في يوليو 8.2 مليون ريال، مقارنةً بالمستهدف 8.6 مليون ريال، أي بنسبة تحقيق 95%. هذا أقل من المستهدف بنسبة 5%. في الشهر السابق (يونيو) كانت المبيعات 8.1 مليون ريال، إذاً هناك ارتفاع طفيف 1.2%. وفي نفس الشهر من العام الماضي كانت المبيعات 7.5 مليون ريال، أي نمو سنوي 9.3%.

## ثانياً: أداء الفروع

فرع الرياض: حقق مبيعات 3.2 مليون ريال متجاوزاً المستهدف (2.85 مليون) بنسبة 112%، وهذا أداء ممتاز يعود للحملة الترويجية الناجحة. فرع جدة: حقق 1.7 مليون ريال مقابل مستهدف 2.0 مليون (85%)، وهذا تراجع كبير بسبب مشاكل التوريد. فرع الدمام: حقق 1.5 مليون مقابل مستهدف 1.45 مليون (103%)، أداء جيد. فرع مكة: حقق 1.1 مليون مقابل

مستهدف 1.1 مليون (100%)، حقق المستهدف بالضبط. فرع المدينة: حقق 0.7 مليون مقابل مستهدف 0.8 مليون (88%)، أداء ضعيف.

ثالثاً: التوصيات

نوصي بحل مشكلة توريد جده فوراً، وتكثيف التدريب لفريق مبيعات المدينة، والاستفادة من تجربة الرياض في الحملات الترويجية.

هذا والله ولي التوفيق،،،

مشاكل هذه الصفحة:

- عنوان عام غير وصفي ✘
- فقرات طويلة ومكدسة ✘
- أرقام كثيرة في النص بدون جداول ✘
- لا عناوين فرعية واضحة ✘
- لا تنسيق بصري (نقاط، تلوين، مسافات) ✘
- لا رسوم بيانية ✘
- لغة تقليدية مملة ✘

## بعد التحسين (صفحتان احترافيتان)

## تقرير أداء المبيعات – يوليو 2024 - تحليل الأداء والتوصيات الرئيسية

## ملخص الأداء

البيان	القيمة
إجمالي المبيعات	8.2 مليون ريال
المستهدف الشهري	8.6 مليون ريال
نسبة الإنجاز	95% (أقل من المستهدف)

## مقارنات:

- عن الشهر السابق (يونيو) ▲ +1.2% :
- عن نفس الشهر 2023 ▲ +9.3% (نمو سنوي جيد)

## أداء الفروع (بالمليون ريال)

الفرع	المستهدف	الفعلي	النسبة	التقييم	التغير
الرياض	2.85	3.2	112%	ممتاز	▲ 12%
جدة	2.0	1.7	85%	ضعيف	▼ 15%
الدمام	1.45	1.5	103%	جيد	▲ 3%
مكة	1.1	1.1	100%	حقق	● 0%
المدينة	0.8	0.7	88%	ضعيف	▼ 12%
الإجمالي	8.2	8.2	100%*		

- المستهدف الإجمالي كان 8.6 مليون، لكن المجموع 8.2 مليون بسبب اختلاف توزيع المستهدفات بين الفروع.

## تحليل الأداء

## نقاط القوة

- الرياض: أداء استثنائي (+12%) بفضل الحملة الترويجية الناجحة.
- الدمام: تجاوز المستهدف (+3%) باستقرار الأداء.

#### نقاط الضعف

- جدة: تراجع حاد (-15%) بسبب تأخر التوريد 3 أسابيع.
- المدينة: أداء ضعيف (-12%) - فريق المبيعات يحتاج تدريباً.

#### فرص للتحسين

- تطبيق حملة الرياض الترويجية على الفروع الأخرى.
- تحسين مخزون جدة فوراً لتفادي المزيد من الخسائر.

#### التوصيات

الأولوية	الإجراء	المسؤول	الموعد
عاجل ⚡	حل مشكلة توريد جدة بالتعاقد مع مورد بديل.	مدير المشتريات	خلال أسبوع
خلال شهر 📅	تكثيف تدريب فريق مبيعات المدينة على مهارات البيع الأساسية.	مدير التدريب	نهاية أغسطس
خلال الربع القادم 📊	دراسة حملة الرياض الترويجية وتطبيقها على الفروع الأخرى مع التعديل حسب خصوصية كل سوق.	مدير التسويق	نهاية الربع الرابع

#### ملاحظات

- للاطلاع على البيانات الشهرية التفصيلية، انظر الملحق أ.
- تفاصيل مقابلات مدراء الفروع في الملحق ب.
- أعد هذا التقرير: إدارة المبيعات 5 - أغسطس 2024

## ما الذي تحسن؟

العنصر	قبل التحسين	بعد التحسين
العنوان	عام وممل	واضح، مع إضافة "تحليل وتوصيات"
التقسيم	فقرة واحدة طويلة	أقسام واضحة بفواصل بصرية
الأرقام	مبعثرة في النص	جدول منظم، ألوان وظيفية
التقييم	كلام عام	رموز <span style="color: green;">■</span> <span style="color: red;">■</span> <span style="color: orange;">■</span> + ألوان
التوصيات	عامة وغير محددة	محددة، زمنية، قابلة للتنفيذ
البصري	نص فقط	أيقونات، جداول، مسافات، تذييل
التحليل	مجرد أرقام	تحليل نقاط قوة وضعف وفرص

## ثانياً: تقرير كامل بصيغتين (ضعيفة ↔ محسنة)

الآن سنرى تقريراً كاملاً (مختصراً) بصيغتيه: الضعيفة (التقليدية) والمحسنة (الاحترافية).

## قبل التحسين (تقرير ضعيف)

1

تقرير عن أداء المشروع

التاريخ: 15 أكتوبر 2024

إلى: مدير المشروع

من: فريق المشروع

مقدمة

يقدم فريق المشروع هذا التقرير لمتابعة حالة مشروع تطوير النظام الإداري. يهدف التقرير إلى عرض التقدم المحرز خلال شهر سبتمبر 2024، وتبسيط الضوء على التحديات التي تواجه الفريق، وتقديم توصيات لتحسين الأداء. تم إعداد هذا التقرير بناءً على متابعة فريق المشروع وتقارير المهام الأسبوعية.

أولاً: تقدم العمل

بلغت نسبة الإنجاز الإجمالية للمشروع حتى نهاية سبتمبر 68%، وكان المستهدف 75%.

أي أن هناك تأخير بمقدار 7% عن الخطة. الأعمال المنجزة تشمل: اكتمال مرحلة التحليل بنسبة 100%، ومرحلة التصميم بنسبة 85%، ومرحلة التطوير بنسبة 40%، ومرحلة الاختبار لم تبدأ بعد. الشهر الماضي كانت النسبة 60%، إذا هناك تقدم 8% خلال الشهر.

2

ثانياً: المهام المنجزة في سبتمبر

تم خلال شهر سبتمبر إنجاز المهام التالية: اكتمال تصميم قاعدة البيانات، ومراجعة واجهات المستخدم مع العميل والحصول على الموافقة المبدئية، والبدء في تطوير الوحدة المالية، وتدريب فريقين من المستخدمين على النظام القديم تمهيداً للانتقال للجديد. كما تم عقد 3 اجتماعات مع فريق العمل لمتابعة التقدم.

ثالثاً: التحديات والمخاطر

هناك عدة تحديات تواجه المشروع: أولها تأخر تسليم قاعدة البيانات من الفريق الخارجي لمدة أسبوعين مما أثر على الجدول الزمني. ثانياً: تغير مواصفات الوحدة المالية بناءً على طلب العميل مما سيضيف 3 أسابيع للجدول. ثالثاً: إجازة عيد الأضحى توقعت العمل لمدة أسبوع. رابعاً: نقص في عدد المبرمجين المتخصصين.

رابعاً: خطة الشهر القادم

نخطط في أكتوبر لإنجاز: استكمال الوحدة المالية، البدء في تطوير وحدة الموارد البشرية، البدء في اختبارات الوحدة المالية، وتحديث خطة المشروع بناءً على التغيرات. سنحتاج لتعيين مبرمج إضافي للتسريع.

خامساً: التوصيات

نوصي بالموافقة على تمديد الجدول الزمني شهراً إضافياً، وتعيين مبرمج إضافي، وعقد اجتماع مع العميل لتثبيت المواصفات النهائية. هذا والله الموفق،،،



### مشاكل هذا التقرير:

- لا ملخص تنفيذي للمدراء المشغولين ✗
- أرقام مبعثرة تحتاج جدولاً ✗
- توصيات عامة غير محددة ✗
- لا تنسيق بصري (عناوين غير واضحة، مسافات عشوائية) ✗
- لا ألوان أو رموز للتوضيح ✗
- ترقيم صفحات غير احترافي ✗
- لا إشارة لمصادر المعلومات ✗

بعد التحسين (تقرير احترافي)

تقرير حالة المشروع

مشروع تطوير النظام الإداري – (ERP) سبتمبر 2024

### بيانات التقرير

البند	التفاصيل
إلى	م. أحمد العلي - مدير المشروع
من	فريق المشروع
التاريخ	15 أكتوبر 2024
رقم التقرير	PR-ERP-2024-09

الملخص التنفيذي 📄

المؤشر	القيمة
نسبة الإنجاز الحالية	68% (المستهدف 75%) - تأخير 7%
الإنجاز خلال سبتمبر	تقدم 8% (أقل من المستهدف 10%)

## أبرز التحديات

- تأخر تسليم قاعدة البيانات من الفريق الخارجي (أسبوعان)
- تغير مواصفات الوحدة المالية من العميل (يضيف 3 أسابيع)
- إجازة عيد الأضحى (تعطل أسبوع)

## أهم التوصيات

1. تمديد الجدول الزمني شهراً واحداً (حتى نهاية فبراير 2025)
2. تعيين مبرمج إضافي (خلال أسبوعين)
3. عقد اجتماع مع العميل لتثبيت المواصفات (خلال أسبوع)

## 1. تقدم العمل

## 1.1 مؤشرات الأداء الرئيسية

المؤشر	المستهدف	الفعلي	الفجوة	التقييم
نسبة الإنجاز الكلية	75%	68%	-7%	تأخير
الإنجاز خلال سبتمبر	10%	8%	-2%	بطء
الالتزام بالميزانية	100%	95%	-5%	مقبول
رضا العميل	4/5	3.5/5	-0.5	متوسط
المخاطر المكتشفة	3	5	+2	ارتفاع

## 1.2 تقدم مراحل المشروع

مرحلة المشروع	نسبة الإنجاز	الحالة	الملاحظات
التحليل	100%	مكتمل ✓	
التصميم	85%	جارٍ 🟡	تأخر أسبوع
التطوير	40%	جارٍ 🟡	بطء بسبب النقص
الاختبار	0%	لم يبدأ ⌚	

## 2. الإنجازات خلال سبتمبر

المهمة	التفاصيل
✓ اكتمال تصميم قاعدة البيانات	100%
✓ مراجعة واجهات المستخدم مع العميل	تمت الموافقة المبدئية
✓ البدء في تطوير الوحدة المالية	40%
✓ تدريب فريقين من المستخدمين على النظام القديم	
✓ عقد 3 اجتماعات متابعة مع فريق العمل	

## 3. التحديات والمخاطر : 3.1 المخاطر الحالية

المخاطر	المستوى	الإجراء التخفيفي
تأخر تسليم قاعدة البيانات من الفريق الخارجي	عالي ●	التواصل مع الفريق الخارجي يومياً - رفع للجهة العليا
تغير مواصفات الوحدة المالية من العميل	عالي ●	عقد اجتماع مع العميل لتثبيت المواصفات
إجازة عيد الأضحى	متوسط 🟡	تحديث الجدول - خطة بديلة
نقص المبرمجين	متوسط 🟡	طلب تعيين مبرمج إضافي

## 4. خطة الشهر القادم (أكتوبر 2024)

الأولوية	المهمة	المسؤول	الموعد
● عالية	استكمال الوحدة المالية	فريق التطوير	25 أكتوبر
● عالية	اجتماع تثبيت المواصفات	مدير المشروع	20 أكتوبر
■ متوسطة	البدء في تطوير HR	مبرمج جديد	30 أكتوبر
■ متوسطة	البدء باختبارات الوحدة المالية	فريق اختبار	28 أكتوبر
● منخفضة	تحديث خطة المشروع	مدير المشروع	15 أكتوبر

## 5. التوصيات

⚡ توصيات عاجلة (التنفيذ خلال أسبوع)

#	الإجراء	المسؤول
1	عقد اجتماع مع العميل (مدير المشروع + فريق العمل) لتثبيت المواصفات النهائية للوحدة المالية ومنع أي تغييرات إضافية.	مدير المشروع
2	التواصل مع الإدارة العليا للضغط على الفريق الخارجي لتسليم قاعدة البيانات المتأخرة.	مدير المشروع

📅 توصيات قصيرة المدى (خلال شهر)

#	الإجراء	المسؤول	الموعد
3	الموافقة على تعيين مبرمج إضافي متخصص لتعويض النقص في فريق التطوير.	مدير الموارد البشرية	خلال أسبوعين
4	تحديث الجدول الزمني للمشروع ليشمل التأخيرات الحالية، على أن يرفع لمدير المشروع.	مدير المشروع	20 أكتوبر

## توصيات استراتيجية

#	الإجراء
5	الموافقة على تمديد الجدول الزمني للمشروع شهراً واحداً (ليكون تاريخ التسليم النهائي نهاية فبراير 2025 بدلاً من نهاية يناير 2025).

## 6. الملاحق

الملحق	المحتوى
أ	جدول المهام التفصيلي (Gantt Chart) محدث
ب	محاضر اجتماعات سبتمبر
ج	مراسلات مع الفريق الخارجي
د	تفاصيل الميزانية

جميع الملاحق متوفرة لدى إدارة المشروع.

تقرير سبتمبر 2024 - مشروع | ERP الصفحة 1

ما الذي تحسن في التقرير المحسن؟

## 1. الهيكل والتنظيم

- ✓ غلاف احترافي يحتوي على كل المعلومات الأساسية
- ✓ ملخص تنفيذي في البداية للمدراء المشغولين
- ✓ تقسيم واضح بأرقام وعناوين
- ✓ ترقيم صفحات احترافي مع عنوان التقرير

## 2. العرض البصري

- استخدام أيقونات ورموز ( 📄 , 1., ✅ , ● , 🟡 )
- جداول منظمة مع تناوب الألوان
- ألوان وظيفية (أخضر/Arial, Bold?/red?/yellow)
- مسافات بيضاء مريحة للعين

## 3. المحتوى المحسن

- مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) في جدول
- توصيات محددة (SMART) مع مسؤول وموعد
- تقييم المخاطر بمستويات وألوان
- خطة الشهر القادم مرتبة حسب الأولوية
- إشارة واضحة للملاحق

## 4. اللغة والأسلوب

- لغة واضحة ومباشرة / جمل قصيرة ومقاطع منظمة / استخدام الأفعال القوية / تنوع بين النص والجداول والقوائم

## قائمة تدقيق للتحسين (ما الذي فعلناه؟)

التحسينات المطبقة	المجال
غلاف، ملخص تنفيذي، أقسام مرقمة، ملاحق	الهيكل
هرمية واضحة، عناوين وصفية	العناوين
تنسيق احترافي، ألوان وظيفية، صف إجمالي	الجداول
أخضر/أحمر/أصفر للأداء، رمادي للخلفيات	الألوان
رموز للأقسام والمخاطر والتوصيات	الأيقونات
محددة، زمنية، قابلة للتنفيذ	التوصيات
تقييم بمستويات وألوان وإجراءات تخفيفية	المخاطر
عنوان مختصر + رقم صفحة	التذييل

## ملخص سريع - 3.10

العنصر	قبل التحسين	بعد التحسين
الانطباع الأول	عادي، غير مهني	احترافي، يلفت النظر
سهولة القراءة	صعبة، تحتاج تركيزاً	سهلة، يمكن استعراضها
فهم الأرقام	يحتاج جهداً	واضح بالجداول والألوان
اتخاذ القرار	صعب، توصيات عامة	سهل، توصيات محددة
الوقت المستغرق للقراءة	10 دقائق	3 دقائق للفهم الكامل

## تطبيق سريع

1. خذ آخر تقرير كتبتَه وطبق عليه تحسينات هذا الفصل:

- أضف غلظاً احترافياً
- نظم المعلومات في جداول
- استخدم الألوان الوظيفية
- أضف أيقونات للأقسام
- حدد التوصيات (SMART)

2. قارن بين النسختين واسأل زميلاً: أي تقرير تفضل أن تستلم؟

بهذا نكون قد أكملنا القسم الثالث: الشكل (العرض البصري)

## القسم الرابع

# نماذج عملية متكاملة

### مقدمة القسم

هذا هو قلب الكتاب العملي. بعد أن تعلمت النظريات والأسس في الأقسام السابقة، حان وقت التطبيق.

في هذا القسم، ستجد نماذج جاهزة لأهم أنواع التقارير التي تحتاجها في عملك اليومي. كل نموذج:

- يشرح متى نستخدمه
- يوضح هيكله المقترح
- يقدم نموذجاً جاهزاً (قابل للتعبئة)

### كيف تستخدم هذه النماذج؟

1. اقرأ الشرح التمهيدي لكل نموذج
2. انسخ النموذج إلى ملف Word خاص بك
3. عي البيانات الخاصة بك
4. عدل حسب حاجتك

### 4.1 نموذج تقرير يومي / أسبوعي

#### متى نستخدمه؟

التقرير اليومي يستخدم عندما:

- تريد متابعة العمليات اليومية بدقة
- يكون العمل سريع التغير (مبيعات، إنتاج، خدمات)

- تحتاج لاتخاذ قرارات سريعة يومياً
- التقرير الأسبوعي يستخدم عندما:
- تريد متابعة الأداء على مدى أسبوع
- يكون التقرير اليومي "ثقيلاً" جداً
- تجتمع الإدارة أسبوعياً لمتابعة الأداء

المقارنة	التقرير اليومي	التقرير الأسبوعي
الطول	صفحة واحدة كحد أقصى	2-3 صفحات
التفاصيل	أرقام رئيسية فقط	تحليل + اتجاهات
التوصيات	فورية، تنفيذية	تخطيطية
الجمهور	مشرفون، مدراء تنفيذيون	إدارة وسطى وعليا

## 4.2 نموذج محضر اجتماع احترافي

### الفرق بين محضر الاجتماع والتقرير

كثيرون يخلطون بين محضر الاجتماع والتقرير، لكن بينهما فروق جوهرية:

العنصر	محضر الاجتماع	التقرير
الهدف	توثيق ما حدث في الاجتماع	تحليل مشكلة أو عرض معلومات
المحتوى	نقاشات، قرارات، مهام	بيانات، تحليل، توصيات
الأسلوب	موضوعي، محايد	تحليلي، استنتاجي
التوقيت	مباشرة بعد الاجتماع	حسب الحاجة
الجمهور	الحاضرون + المعنيون	إدارة، جهات معنية

### العناصر الأساسية لمحضر الاجتماع وأهميتها

فيما يلي شرح تفصيلي للعناصر الرئيسية التي يجب أن يتضمنها أي محضر اجتماع احترافي، مع توضيح أهمية كل عنصر:

العنصر	المحتوى التفصيلي	الأهمية
1. معلومات أساسية	<ul style="list-style-type: none"> <li>الموضوع: عنوان الاجتماع</li> <li>التاريخ والوقت: بداية ونهاية الاجتماع</li> <li>المكان: قاعة الاجتماع أو رابط الإنترنت</li> <li>رئيس الاجتماع: الشخص الذي أدار الاجتماع</li> <li>مقرر الاجتماع: الشخص الذي دوّن المحضر</li> </ul>	توثيق السياق الكامل للاجتماع؛ يتيح للقارئ فهم الظروف المحيطة ويسهل الرجوع إليه مستقبلاً.
2. الحضور والاعتذار	<ul style="list-style-type: none"> <li>الحضور: قائمة بأسماء المشاركين</li> <li>المعتذرون: قائمة بأسماء المدعوين الذين لم يحضروا</li> </ul>	تحديد المسؤولية ومن حضر بالفعل؛ يساعد في متابعة المهام ومعرفة من اطلع على النقاشات.
3. أهداف الاجتماع	<ul style="list-style-type: none"> <li>قائمة بالأهداف التي عُقد الاجتماع لتحقيقها (مثل: مناقشة ميزانية المشروع، اتخاذ قرار بشأن المورد)</li> </ul>	توضيح الغرض من الاجتماع؛ يتيح تقييم مدى تحقق الأهداف في نهاية الاجتماع.
4. الموضوعات التي تمت مناقشتها	<ul style="list-style-type: none"> <li>لكل موضوع: عنوان الموضوع، أبرز النقاط التي طرحت، القرارات المتخذة بشأنه</li> </ul>	توثيق النقاشات والقرارات؛ يمنع الالتباس حول ما تم الاتفاق عليه ويوفر مرجعاً للقادم.
5. المهام المتفق عليها	<ul style="list-style-type: none"> <li>جدول يوضح: المهمة، الشخص المسؤول، الموعد النهائي، وأي ملاحظات</li> </ul>	متابعة التنفيذ وتحديد المسؤوليات بوضوح؛ يضمن إنجاز ما تم الاتفاق عليه.
6. الموعد القادم	<ul style="list-style-type: none"> <li>تاريخ ووقت الاجتماع المقبل (إن وجد)</li> <li>الموضوعات المقترحة للاجتماع القادم</li> </ul>	التخطيط المسبق للاجتماعات القادمة وإتاحة الفرصة للمشاركين للتحضير.
7. التوقيعات	<ul style="list-style-type: none"> <li>توقيع رئيس الاجتماع ومقرر الاجتماع (أو أي جهة اعتماد)</li> </ul>	اعتماد المحضر رسمياً وإضفاء الصفة الرسمية عليه؛ يثبت أن الجميع اطلعوا عليه ووافقوا على محتواه.

### نصائح إضافية:

- يُفضل توزيع محضر الاجتماع على جميع الحضور (والمعتذرين) خلال 24 ساعة من انعقاده.
  - استخدام نموذج موحد لمحاضر الاجتماعات يسهل عملية التوثيق والمتابعة.
  - الاحتفاظ بأرشيف للمحاضر السابق للرجوع إليها عند الحاجة.
- هذا النموذج يضمن تغطية جميع الجوانب الأساسية لأي اجتماع، مما يساهم في رفع كفاءة العمل والمتابعة.

### نصائح لكتابة محاضر اجتماع فعالة

1. اكتب فوراً - لا تؤجل الكتابة، تفاصيل الاجتماع تتلاشى سريعاً
2. ركز على القرارات والمهام - النقاشات تنسى، القرارات والمهام هي ما يبقى
3. كن موضوعياً - سجل ما حدث، ليس رأيك فيما حدث
4. وزع المحضر بسرعة - خلال 24 ساعة كحد أقصى
5. تابع المهام - في الاجتماع القادم، ابدأ بمتابعة مهام السابق

### 4.3 نموذج تقرير حالة مشروع (Project Status)

#### ما الذي يهتم المدير في تقرير المشروع؟

عندما يقرأ المدير تقرير حالة مشروع، لا يهتم التفاصيل الدقيقة بقدر ما يهتم:

لماذا؟	ما يهتم المدير
التأخير يكلف وقتاً ومالاً	هل المشروع في الجدول الزمني؟
تجاوز الميزانية مشكلة كبرى	هل المشروع في الميزانية؟
ليتخذ إجراءات وقائية	ما هي المخاطر الحالية؟
ليطمئن على التقدم	ما الإنجازات هذا الشهر؟
ليتخذ القرارات اللازمة	ما المطلوب منه (قرارات)؟

لذلك، تقرير المشروع الجيد يجب أن يجيب على هذه الأسئلة في أول صفحة.

### مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs) في تقارير المشاريع

المؤشر	الوصف	الحالة
نسبة الإنجاز (%)	العمل المنجز ÷ إجمالي العمل	● / ● / ●
الانحراف عن الجدول	متقدم / مطابق / متأخر	● / ● / ●
الانحراف عن الميزانية	تحت الميزانية / مطابق / تجاوز	● / ● / ●
المخاطر المفتوحة	عدد المخاطر التي لم تحل بعد	رقم
رضا العميل	تقييم العميل (1-5)	رقم

### ألوان المخاطر (RAG Status)

نظام ألوان موحد يساعد على فهم الحالة بسرعة:

اللون	المعنى	متى نستخدمه
● أخضر	كل شيء على ما يرام	المشروع في الجدول، في الميزانية، مخاطر منخفضة
● أصفر	يحتاج متابعة / مخاطر متوسطة	تأخير بسيط، تجاوز طفيف في الميزانية، مخاطر تحت السيطرة
● أحمر	مشكلة كبيرة تحتاج تدخلاً فورياً	تأخير كبير، تجاوز كبير، مخاطر عالية خارج السيطرة

## القسم الخامس

### أدوات واختصارات للمحترفين

#### مقدمة القسم

المحترف الحقيقي لا يعمل بجهد أكبر، بل يعمل بذكاء أكبر. في هذا القسم، ستجد مجموعة من الأدوات والاختصارات التي ستوفر عليك ساعات من الوقت في إعداد التقارير. هذا القسم مصمم ليكون مرجعاً سريعاً تعود إليه كلما احتجت إلى:

- اختصار في برنامج معين
- أداة لإنشاء رسم بياني
- قالب جاهز لتقريرك القادم
- موقع لصور وأيقونات مجانية

#### 5.1 اختصارات برامج مهمة

#### أولاً Microsoft Word: (اختصارات لتنسيق سريع)

#### اختصارات التنسيق الأساسية

الوظيفة	الاختصار
خط عريض (Bold)	Ctrl + B
خط مائل (Italic)	Ctrl + I
خط تحته سطر (Underline)	Ctrl + U
تكبير حجم الخط	Ctrl + Shift + >
تصغير حجم الخط	Ctrl + Shift + <
توسيط النص	Ctrl + E
محاذاة لليسار	Ctrl + L
محاذاة لليمين	Ctrl + R

ضبط النص (Justify)	Ctrl + J
--------------------	----------

## اختصارات التحرير السريع

الاختصار	الوظيفة
Ctrl + C	نسخ (Copy)
Ctrl + X	قص (Cut)
Ctrl + V	لصق (Paste)
Ctrl + Z	تراجع (Undo)
Ctrl + Y	إعادة (Redo)
Ctrl + F	بحث (Find)
Ctrl + H	استبدال (Replace)
Ctrl + A	تحديد الكل (Select All)
F7	تدقيق إملائي وقواعدي

## اختصارات متقدمة لتوفير الوقت

الاختصار	الوظيفة	الفائدة
Ctrl + Shift + C	نسخ التنسيق فقط	لنسخ تنسيق فقرة إلى أخرى
Ctrl + Shift + V	لصق التنسيق فقط	
Ctrl + Space	إزالة التنسيق	لإعادة النص للتنسيق الافتراضي
Ctrl + Enter	فصلة صفحة جديدة	بدلاً من الضغط على Enter مراراً
Ctrl + Alt + 1/2/3	تطبيق نمط عنوان (H1, H2, H3)	للتقييم السريع
F4	تكرار آخر أمر	توفير وقت كبير
Ctrl + Shift + 8	إظهار علامات التنسيق	لرؤية المسافات والفواصل

## اختصارات التنقل في المستند

الاختصار	الوظيفة
Ctrl + Home	الانتقال إلى بداية المستند
Ctrl + End	الانتقال إلى نهاية المستند
Ctrl + →	الانتقال كلمة لليمين
Ctrl + ←	الانتقال كلمة لليسار
Page Up / Page Down	الانتقال صفحة لأعلى/لأسفل

## ثانياً (Microsoft Excel): اختصارات لجداول ورسوم احترافية)

## اختصارات التنقل والتحديد

الاختصار	الوظيفة
Ctrl + → / ← / ↑ / ↓	الانتقال إلى آخر خلية في المنطقة
Ctrl + Shift + → / ← / ↑ / ↓	تحديد حتى آخر خلية
Ctrl + Space	تحديد العمود بالكامل
Shift + Space	تحديد الصف بالكامل
Ctrl + A	تحديد الكل
Ctrl + Home	الانتقال إلى A1
Ctrl + End	الانتقال إلى آخر خلية مستخدمة

## اختصارات التنسيق السريع

الاختصار	الوظيفة
Ctrl + 1	فتح نافذة تنسيق الخلايا
Ctrl + Shift + \$	تنسيق العملة
Ctrl + Shift + %	تنسيق النسبة المئوية
Ctrl + Shift + #	تنسيق التاريخ
Alt + H + 0	زيادة المنازل العشرية
Alt + H + 9	تقليل المنازل العشرية

## اختصارات إدخال البيانات

الاختصار	الوظيفة
Ctrl + D	تعبئة لأسفل (نسخ من الخلية أعلاه)
Ctrl + R	تعبئة لليمين
Ctrl + ;	إدراج التاريخ الحالي
Ctrl + Shift + :	إدراج الوقت الحالي
Alt + =	إدراج دالة SUM تلقائياً
Ctrl + Enter	إدخال القيمة في عدة خلايا محددة

## اختصارات الرسوم البيانية

الاختصار	الوظيفة
F11	إنشاء رسم بياني سريع في ورقة جديدة
Alt + F1	إنشاء رسم بياني سريع في نفس الورقة
Alt + JC	الانتقال إلى تبويب إدراج رسم بياني

## اختصارات متقدمة

الاختصار	الوظيفة
----------	---------

Ctrl + T	تحويل البيانات إلى جدول (Table)
Ctrl + Shift + L	تفعيل/إلغاء عوامل التصفية
Alt + ↓	فتح القائمة المنسدلة للتصفية
F2	تعديل الخلية
F4	تكرار آخر أمر / تثبيت الخلية (\$)

### ثالثاً) Microsoft PowerPoint: تحويل الأفكار إلى شرائح بسرعة)

#### اختصارات إنشاء الشرائح

الاختصار	الوظيفة
Ctrl + M	إدراج شريحة جديدة
Ctrl + D	تكرار الشريحة الحالية
Enter ( في لوحة الشرائح)	شريحة جديدة بنفس التنسيق
Delete	حذف الشريحة الحالية

#### اختصارات التنسيق

الاختصار	الوظيفة
Ctrl + Shift + >	تكبير حجم الخط
Ctrl + Shift + <	تصغير حجم الخط
Ctrl + Shift + F	تغيير نوع الخط
Ctrl + Shift + P	تغيير حجم الخط
Alt + F9	إظهار/إخفاء الخطوط الإرشادية

#### اختصارات العرض التقديمي

الاختصار	الوظيفة
F5	بدء العرض من البداية
Shift + F5	بدء العرض من الشريحة الحالية
Esc	إنهاء العرض
+ Enter	الانتقال إلى شريحة معينة أثناء العرض
B	اسوداد الشاشة أثناء العرض
W	تبييض الشاشة أثناء العرض

#### اختصارات التعامل مع الكائنات

الاختصار	الوظيفة
Ctrl + G	تجميع الكائنات المحددة
Ctrl + Shift + G	فك تجميع الكائنات

Ctrl + Shift + → / ← / ↑ / ↓	تحريك الكائن بدقة
Alt + → / ← / ↑ / ↓	تحريك الكائن بمقدار صغير

### تحويل النص إلى شرائح تلقائياً

ميزة رائعة: يمكنك تحويل مستند Word إلى عرض تقديمي مباشرة:

1. في Word اكتب عناوينك باستخدام أنماط العناوين (H1, H2)
2. في PowerPoint ملف → فتح → اختر مستند Word
3. PowerPoint سيقسم العناوين إلى شرائح تلقائياً!

### 📌 نصيحة خبير: "لوحة المفاتيح هي سلاحك"

المحترف الحقيقي لا يستخدم الفأرة كثيراً. حاول استخدام اختصار واحد جديد كل أسبوع حتى تصبح عادة. اطبع قائمة الاختصارات وضعها بجانب شاشتك. في غضون شهر، ستوفر ساعات من الوقت.

### 5.2 روابط تحميل قوالب جاهزة

#### رابط تحميل جميع نماذج الكتاب (قابلة للتعديل)

نظراً لأن هذا كتاب ورقي/رقمي، لا يمكن توفير روابط مباشرة قابلة للنقر. لكن يمكنك:

1. زيارة موقع الكتاب الإلكتروني (إن وجد) [www.taqaereer-book.com/templates](http://www.taqaereer-book.com/templates):
2. مسح رمز QR المخصص (يمكن إضافته في الكتاب المطبوع)
3. البحث في متصفحك: ابحث عن "قوالب تقارير إدارية جاهزة" Word
4. إنشاء نسختك الخاصة: استخدم النماذج في هذا الكتاب وابن مكتبتك الخاصة

#### قوالب إضافية مجانية (مواقع خارجية)

#### قوالب Microsoft Office الرسمية

الموقع	المحتوى	الرابط
Microsoft Templates	قوالب رسمية لـ Word, Excel, PPT	<a href="http://templates.office.com">templates.office.com</a>
Office Timeline	قوالب جداول زمنية للمشاريع	<a href="http://officetimeline.com">officetimeline.com</a>

قوالب احترافية متخصصة

الموقع	المحتوى	مميزاته
Template.net	آلاف القوالب الإدارية	متنوع، عربي وإنجليزي
Smartsheet	قوالب لإدارة المشاريع	احترافية جداً
Vertex42	قوالب Excel متخصصة	جداول مالية وتقارير
Hloom	قوالب تقارير وسير ذاتية	تصميمات أنيقة

مواقع عربية مفيدة

الموقع	المحتوى
منصة معين	قوالب إدارية عربية
بُرْدَة	قوالب تقارير جاهزة
نماذج عربية	نماذج متنوعة للإدارة والموارد البشرية

كيف تبني مكتبة القوالب الخاصة بك؟

1. أنشئ مجلداً على جهازك اسمه "قوالب التقارير"

2. قسمه إلى مجلدات فرعية:

- تقارير يومية/أسبوعية
- محاضر اجتماعات
- تقارير مشاريع
- تحليل مشكلات
- تقارير توصيات
- وغيرها

3. احفظ كل نموذج باسم واضح) مثال: "نموذج\_تقرير\_مشروع\_شهري"(\_v1.docx\_

4. احتفظ بنسخة احتياطية على Google Drive أو OneDrive

## 5.3 أدوات وتطبيقات مفيدة

## أولاً: أدوات الرسوم البيانية

## أدوات مجانية وسهلة

الأداة	الرابط	المميزات
Canva	<a href="https://canva.com">canva.com</a>	قوالب جاهزة، سحب وإفلات، نتائج جميلة
Datawrapper	<a href="https://datawrapper.de">datawrapper.de</a>	رسوم بيانية نظيفة، مخصصة للصحافة والتقارير
Flourish	<a href="https://flourish.studio">flourish.studio</a>	رسوم تفاعلية ومتحركة
Google Charts	<a href="https://developers.google.com/chart">developers.google.com/chart</a>	مجاني، للمواقع والتقارير الرقمية
RAWGraphs	<a href="https://rawgraphs.io">rawgraphs.io</a>	مفتوح المصدر، لتحويل البيانات لرسوم

## أدوات متقدمة (للاحترافيين)

الأداة	الرابط	المميزات
Tableau Public	<a href="https://public.tableau.com">public.tableau.com</a>	تحليلات متقدمة، مجاني للاستخدام العام
Power BI	<a href="https://powerbi.microsoft.com">powerbi.microsoft.com</a>	من Microsoft، تكامل رائع مع Excel
Infogram	<a href="https://infogram.com">infogram.com</a>	رسوم تفاعلية وتقارير متكاملة

## ⏱ اختصار للوقت:

إذا كنت تريد رسماً بيانياً سريعاً ونظيفاً، استخدم Datawrapper. إذا كنت تريد رسماً جميلاً وجذاباً، استخدم Canva.

## ثانياً: أدوات تنظيم المعلومات

## أدوات العصف الذهني والخرائط الذهنية

الأداة	الرابط	الاستخدام
MindMeister	<a href="https://mindmeister.com">mindmeister.com</a>	خرائط ذهنية تعاونية
XMind	<a href="https://xmind.net">xmind.net</a>	مجاني، قوي، احترافي
Coggle	<a href="https://coggle.it">coggle.it</a>	بسيط، مجاني، مشاركة سهلة
Miro	<a href="https://miro.com">miro.com</a>	لوحات بيضاء تفاعلية للفرق

## أدوات إدارة المهام والمشاريع

الأداة	الرابط	الاستخدام
Trello	<a href="https://trello.com">trello.com</a>	لوحات بسيطة، بطاقات، قوائم
Asana	<a href="https://asana.com">asana.com</a>	متابعة مهام المشاريع
Notion	<a href="https://notion.so">notion.so</a>	ملاحظات + قواعد بيانات + مهام
Microsoft To Do	<a href="https://to-do.microsoft.com">to-do.microsoft.com</a>	مهام شخصية بسيطة

## أدوات تنظيم المراجع والمصادر

الأداة	الرابط	الاستخدام
Zotero	<a href="https://zotero.org">zotero.org</a>	إدارة المراجع العلمية
Mendeley	<a href="https://mendeley.com">mendeley.com</a>	للمراجع والأبحاث
Evernote	<a href="https://evernote.com">evernote.com</a>	حفظ الملاحظات والمقالات

## ثالثاً: أدوات التدقيق اللغوي

### أدوات عربية

الأداة	الرابط	المميزات
صحّ لي	<a href="https://sahhah.ly">sahhah.ly</a>	مدقق عربي مجاني
قلم	<a href="https://qalam.ae">qalam.ae</a>	مدقق لغوي من الإمارات
Microsoft Editor	مدمج في Word	دعم عربي محدود لكن مفيد
LanguageTool	<a href="https://languagetool.org">languagetool.org</a>	يدعم العربية، مجاني

### أدوات إنجليزية

الأداة	الرابط	المميزات
Grammarly	<a href="https://grammarly.com">grammarly.com</a>	الأفضل للغة الإنجليزية
Hemingway Editor	<a href="https://hemingwayapp.com">hemingwayapp.com</a>	لتحسين الأسلوب والوضوح
ProWritingAid	<a href="https://prowritingaid.com">prowritingaid.com</a>	تحليل شامل للنصوص

## نصائح للتدقيق اللغوي

1. لا تعتمد على المدقق الآلي فقط - اقرأ التقرير بصوت عالٍ /
2. استخدم أداة واحدة رئيسية وتعلم إعداداتها جيداً
3. اطلب من زميل مراجعة التقارير المهمة

## رابعاً: مواقع صور ورموز مجانية

## صور عالية الجودة

الموقع	الرابط	المميزات
Unsplash	<a href="https://unsplash.com">unsplash.com</a>	صور احترافية، مجانية بالكامل
Pexels	<a href="https://pexels.com">pexels.com</a>	صور وفيديوهات، تنوع كبير
Pixabay	<a href="https://pixabay.com">pixabay.com</a>	أكثر من 2 مليون صورة مجانية
Burst	<a href="https://burst.shopify.com">burst.shopify.com</a>	صور تجارية ومنتجات

## أيقونات ورموز

الموقع	الرابط	المميزات
Flaticon	<a href="https://flaticon.com">flaticon.com</a>	أكبر مكتبة أيقونات (مجاني مع الإشارة)
Font Awesome	<a href="https://fontawesome.com">fontawesome.com</a>	أيقونات متجهة للتقارير الرقمية
Iconfinder	<a href="https://iconfinder.com">iconfinder.com</a>	آلاف الأيقونات المجانية
Material Icons	<a href="https://fonts.google.com/icons">fonts.google.com/icons</a>	أيقونات Google الاحترافية
Noun Project	<a href="https://thenounproject.com">thenounproject.com</a>	أيقونات بسيطة وأنيقة

## رسوم توضيحية ومخططات جاهزة

الموقع	الرابط	المحتوى
Freepik	<a href="https://freepik.com">freepik.com</a>	رسوم متجهة، أيقونات، قوالب
Vecteezy	<a href="https://vecteezy.com">vecteezy.com</a>	موارد متجهة مجانية
Storyset	<a href="https://storyset.com">storyset.com</a>	رسوم توضيحية متحركة وجميلة

## نصائح لاستخدام الصور والرموز

1. تحقق من حقوق الاستخدام - بعض المواقع تتطلب الإشارة للمصدر
2. انسق الألوان - اختر أيقونات تتناسب مع ألوان تقاريرك
3. حمل بدقة مناسبة - للطباعة استخدم دقة عالية، للشاشة دقة متوسطة
4. نظم مكتبتك - احتفظ بمجلد للصور والأيقونات التي تستخدمها باستمرار

## ملخص سريع - القسم الخامس

المجال	أفضل أداة	الاستخدام
اختصارات Word	Ctrl + Shift + C / V	نسخ التنسيق
اختصارات Excel	F11	رسم بياني سريع

اختصارات PPT	Ctrl + M	شريحة جديدة
رسوم بيانية	Canva / Datawrapper	حسب الحاجة
خرائط ذهنية	MindMeister	تنظيم الأفكار
تدقيق لغوي	LanguageTool	عربي + إنجليزي
صور مجانية	Unsplash	صور احترافية
أيقونات	Flaticon	رموز توضيحية

## خاتمة القسم

الاحترافية لا تعني فقط المعرفة، بل امتلاك الأدوات المناسبة وإتقان استخدامها. ابدأ بتطبيق اختصار واحد جديد هذا الأسبوع. حمّل نموذجاً جديداً. جرب أداة رسم بياني مختلفة. ستجد نفسك بعد أشهر تعمل بسرعة مضاعفة وجودة أعلى.

الآن... أنت جاهز لكتابة أي تقرير باحترافية 🚀

## 5.4 الذكاء الاصطناعي في خدمة التقارير

### لماذا هذا الفصل مهم؟

الذكاء الاصطناعي لم يعد "تقنية المستقبل"، بل هو أداة عملية بين يديك الآن. أدوات مثل ChatGPT يمكنها توفير ساعات من الوقت وتحسين جودة كتابتك. لكن كأداة قوية، لها استخداماتها الصحيحة واستخداماتها الخاطئة. في هذا الفصل، ستتعلم كيف تستفيد من الذكاء الاصطناعي دون أن تفقد صوتك المهني أو مصداقيتك.

### أولاً: استخدام ChatGPT في صياغة المقدمة

المقدمة من أكثر الأجزاء التي تستغرق وقتاً في التفكير ChatGPT. يمكنه مساعدتك في كتابتها بسرعة.

## كيفية كتابة مطالبة (Prompt) فعالة للمقدمة

القاعدة الذهبية: كلما زادت التفاصيل التي تعطيتها، كانت النتيجة أفضل.

### مطالبة ضعيفة:

"اكتب مقدمة لتقرير مبيعات"

### مطالبة قوية:

أكتب مقدمة لتقرير مبيعات ربع سنوي يحتوي على:

نوع التقرير: تقرير أداء مبيعات للربع الثالث 2024

الهدف: تحليل أسباب انخفاض المبيعات 5% وتقديم توصيات

الجمهور: مدير عام المبيعات (مشغول، يريد خلاصة سريعة)

النطاق: جميع فروع المملكة (5 فروع)

المنهجية: تحليل بيانات المبيعات + مقابلات مع مدراء الفروع

أكتب مقدمة مهنية من 4-5 أسطر، بأسلوب مباشر، تبدأ بالنتيجة الرئيسية.

### نموذج: مطالبة ومخرجات

#### المطالبة:

أعد صياغة هذه المقدمة بشكل أكثر احترافية ووضوحاً:

"نقدم لكم هذا التقرير عن أداء المبيعات في الربع الثالث. التقرير يتحدث عن المبيعات

والفروع والتوصيات. نأمل أن ينال إعجابكم".

#### المخرجات المحتملة:

"يسر إدارة المبيعات تقديم تقرير أداء الربع الثالث 2024، الذي يحلل مبيعات الفروع الخمسة

ويقدم توصيات لتحسين الأداء. أظهرت النتائج تحقيق إجمالي مبيعات 8.2 مليون ريال بنسبة

95% من المستهدف، مع تفاوت كبير بين الفروع. التقرير يعرض بالتفصيل أداء كل فرع

والعوامل المؤثرة".

## ثانياً: إعادة صياغة فقرات

عندما يكون لديك فقرة طويلة أو غير واضحة، يمكن ل ChatGPT إعادة صياغتها.

### مطالبة لإعادة الصياغة

أعد صياغة هذه الفقرة لتكون أكثر وضوحاً وإيجازاً (بحد أقصى 3 جمل):

(الصق الفقرة هنا)

المطلوب:

-لغة مباشرة

-جمل قصيرة

-الحفاظ على جميع المعلومات الأساسية

نموذج: قبل وبعد

قبل (فقرة طويلة):

"نظراً للظروف الاقتصادية الصعبة التي تمر بها الأسواق حالياً والتي أثرت بشكل مباشر على أداء جميع الشركات في القطاع، فقد قامت إدارة المبيعات بتحليل دقيق للبيانات ودراسة متأنية للعوامل المؤثرة، وتوصلت إلى مجموعة من التوصيات التي نأمل أن تساهم في تجاوز هذه المرحلة الحرجة وتحقيق النتائج المرجوة في الفترة القادمة".

بعد (بمساعدة ChatGPT):

"أثرت الظروف الاقتصادية الصعبة على مبيعات الربع الثالث. حللت إدارة المبيعات البيانات ودرست العوامل المؤثرة. نقدم في هذا التقرير توصيات محددة لتجاوز هذه المرحلة وتحسين الأداء".

## ثالثاً: اقتراح عناوين

العناوين الجيدة تحتاج إبداعاً ChatGPT. يمكنه اقتراح خيارات متعددة.

### مطالبة لاقتراح عناوين

اقتح لي 5 عناوين مختلفة لتقرير يتناول:

الموضوع: تحليل أسباب تراجع مبيعات فرع جدة 15% في الربع الثالث

الجمهور: مدير عام المبيعات

النتيجة الرئيسية: مشكلة التوريد هي السبب الرئيسي

الأنماط المطلوبة:

-عنوان وصفي مباشر

-عنوان تحليلي (يذكر النتيجة)

-عنوان على شكل سؤال

-عنوان خبري

-عنوان قصير جذاب

نموذج: مخرجات محتملة

النمط	العنوان
وصفي مباشر	"تقرير تحليل تراجع مبيعات فرع جدة - الربع الثالث 2024"
تحليلي	"تراجع مبيعات جدة 15%: تحليل الأسباب وخطط التعافي"
سؤال	"لماذا تراجعت مبيعات فرع جدة 15% في الربع الثالث؟"
خبري	"مشكلة التوريد تخفض مبيعات جدة 15%: تقرير خاص"
قصير جذاب	"جدة تتراجع 15%: الأسباب والحلول"

#### رابعاً: تلخيص معلومات

عندما يكون لديك تقارير طويلة أو مستندات كبيرة، يمكن لـ ChatGPT تلخيصها.

#### مطالبة للتلخيص

لخص التقرير التالي في 5 نقاط رئيسية (كل نقطة سطر واحد):

(الصق نص التقرير هنا)

المطلوب:

-أهم النتائج فقط

-لغة واضحة ومباشرة

-تجنب التفاصيل الثانوية

نموذج: تلخيص اجتماع

المدخل: نص محضر اجتماع طويل (صفحتين)

المخرجات:

ملخص اجتماع مشروع تطوير النظام - 15 أكتوبر 2024

- 1.نسبة إنجاز المشروع 68% مقابل مستهدف 75% (تأخير 7%)
- 2.أبرز التحديات: تأخر تسليم قاعدة البيانات من الفريق الخارجي (أسبوعان) وتغيير مواصفات الوحدة المالية من العميل
- 3.القرارات: الموافقة على تعيين مبرمج إضافي، وتكليف مدير المشروع بعقد اجتماع مع العميل لتثبيت المواصفات
- 4.المهام الرئيسية للأسبوع القادم: استكمال الوحدة المالية، وتحديث خطة المشروع، والبدء في اختبارات الوحدة المالية
- 5.الاجتماع القادم: 29 أكتوبر 2024 لمتابعة التقدم

### خامساً: تحذيرات وضوابط الاستخدام

الذكاء الاصطناعي أداة رائعة، لكن استخدامه بدون وعي قد يضر بجودة تقاريرك ومصداقيتك.

1.تحذير: الخصوصية والسرية

لا تفعل	افعل
لا تضع معلومات سرية في ChatGPT	استخدم أسماء وهمية للبيانات الحساسة
لا تشارك بيانات العملاء	احذف الأسماء والأرقام الحقيقية
لا ترفع مستندات داخلية سرية	استخدم ChatGPT للمسودات الأولية فقط

تذكر ChatGPT: يحفظ ما تكتبه وقد يستخدمه في تدريب نماذجه.

## 2. تحذير: الدقة والمصداقية !

لا تفعل	افعل
لا تثق بالمخرجات 100%	تحقق من الأرقام والحقائق بنفسك
لا تنقل مباشرة دون مراجعة	راجع الأسلوب وتأكد من دقته
لا تعتمد عليه في التحليل الدقيق	استخدمه للصياغة، وليس للتحليل

تذكر ChatGPT: قد "يخلق" معلومات (يُسمى Hallucination) بثقة كبيرة.

## 3. تحذير: فقدان الصوت المهني !

لا تفعل	افعل
لا تفقد أسلوبك الخاص	عدل المخرجات لتناسب أسلوبك
لا تستخدم نصوصاً عامة	أضف لمساتك وخبراتك الشخصية
لا تعتمد عليه كاملاً	استخدمه كمساعد، وليس ككاتب

## 4. ضوابط الاستخدام الآمن ✓

المستوى	ما يمكن فعله
● آمن دائماً	اقترح عناوين - إعادة صياغة - مرادفات
● بحذر	صياغة مقدمات - تلخيص نصوص عامة
● تجنب تماماً	بيانات سرية - أرقام حقيقية - تقارير داخلية

## 5. نموذج مطالبة آمنة ✓

هذا نموذج لمطالبة تراعي الخصوصية:

"أعد صياغة هذه الفقرة من تقرير مبيعات (مع تغيير الأرقام الحقيقية):

حققت مبيعات فرع [ X مبلغ ] قيمة في الربع الثالث، مقارنة بمستهدف [قيمة].

يعود هذا الأداء إلى [عامل عام كتحسين التوريد].

المطلوب: جمل قصيرة، لغة مباشرة، إيقاع سريع."

## ملخص: متى نستخدم الذكاء الاصطناعي؟

المهمة	هل نستخدمه؟	كيف؟
صياغة مقدمة	● نعم	أعطه الهدف والجمهور والنطاق
إعادة صياغة	● نعم	أعطه النص الأصلي والمطلوب

أعطه الموضوع والجمهور	● نعم	اقترح عناوين
للعمامة فقط، وليس للسرية	● بحذر	تلخيص معلومات
التحليل مسؤوليتك أنت	● لا	تحليل بيانات
التوصيات تحتاج خبرتك	● لا	توصيات
التقرير يعبر عنك أنت	● لا	كتابة تقرير كامل

● نصيحة خبير:

استخدم الذكاء الاصطناعي ك مساعد لك، لا بديل عنك. هو ينجز المسودات الأولى، وأنت تضيف الخبرة والتحليل واللمسة الشخصية.

5.5مراجعة سريعة قبل التسليم

لماذا هذه القائمة؟

معظم الأخطاء في التقارير تحدث في المراجعة النهائية، إما بسبب التسرع أو بسبب النسيان. هذه القائمة المكونة من 15 نقطة ستكون صديقك الأخير قبل تسليم أي تقرير. اطبعها وضعها بجانب مكتبك، واستخدمها لكل تقرير مهم.

قائمة تدقيق (Checklist) من 15 نقطة

أولاً: المحتوى (5 نقاط)

#	البند	<input checked="" type="checkbox"/>
1	الهدف واضح؟ هل تعرف بالضبط لماذا كتبت هذا التقرير؟	<input type="checkbox"/>
2	يناسب القارئ؟ هل راعيت مستوى القارئ واحتياجاته؟	<input type="checkbox"/>
3	الأرقام صحيحة؟ هل راجعت الأرقام والحسابات؟	<input type="checkbox"/>
4	التحليل منطقي؟ هل الاستنتاجات مبنية على الأرقام؟	<input type="checkbox"/>
5	التوصيات قابلة للتنفيذ؟ هل هي محددة وواضحة؟	<input type="checkbox"/>

ثانياً: الشكل والتنظيم (5 نقاط)

#	البند	<input checked="" type="checkbox"/>
---	-------	-------------------------------------

6	العناوين واضحة؟ هل تعكس المحتوى ومرتبته هرمياً؟	[ ]
7	الجدول منظمة؟ هل عناوين الأعمدة واضحة؟ الأرقام متناسقة؟	[ ]
8	الرسوم البيانية مفهومة؟ هل نوع الرسم مناسب؟ العنوان واضح؟	[ ]
9	الألوان وظيفية؟ هل استخدمت الألوان لتوضيح وليس للتزيين؟	[ ]
10	الملاحق منظمة؟ هل أشرت إليها في المتن؟ هل هي مرتبة؟	[ ]

ثالثاً: اللغة والأسلوب (3 نقاط)

#	البند	✓
11	اللغة واضحة ومباشرة؟ هل تجنبت الحشو والإنشاء؟	[ ]
12	الجمل قصيرة؟ هل راجعت الجمل الطويلة وقسمتها؟	[ ]
13	الإملاء والنحو؟ هل دقت الأخطاء الإملائية؟	[ ]

رابعاً: الشكل العام (2 نقطة)

#	البند	✓
14	الصفحات مرقمة؟ هل الترقيم صحيح ومنتظم؟	[ ]
15	الغلاف والمقدمة مكتملان؟ هل كل المعلومات الأساسية موجودة؟	[ ]

### ● ورقة المراجعة النهائية للتقرير (قابل للطباعة)

عنوان التقرير \_\_\_\_\_  
تاريخ التسليم 202\_\_ / \_\_\_ / \_\_\_ :

أولاً: المحتوى (هل المحتوى صحيح ومنطقي؟)

1. هل الهدف واضح في المقدمة؟ [ ] نعم [ ] لا
2. هل التقرير يناسب القارئ المحدد؟ [ ] نعم [ ] لا

3. هل الأرقام صحيحة (تمت مراجعتها)؟ [ ] نعم [ ] لا
4. هل الاستنتاجات منطقية ومبنية على الأرقام؟ [ ] نعم [ ] لا
5. هل التوصيات محددة وقابلة للتنفيذ (SMART)؟ [ ] نعم [ ] لا

ملاحظات:

ثانياً: الشكل والتنظيم (هل التقرير منظم بصرياً؟)

6. هل العناوين واضحة ومرتببة هرمياً؟ [ ] نعم [ ] لا
7. هل الجداول منظمة (عناوين، أرقام، ألوان)؟ [ ] نعم [ ] لا
8. هل الرسوم البيانية مفهومة ومناسبة؟ [ ] نعم [ ] لا
9. هل الألوان وظيفية (لا توجد فوضى ألوان)؟ [ ] نعم [ ] لا
10. هل الملاحق منظمة ومشار إليها في المتن؟ [ ] نعم [ ] لا

ملاحظات:

ثالثاً: اللغة والأسلوب (هل التقرير مكتوب بلغة سليمة؟)

11. هل اللغة واضحة ومباشرة (تجنب الإنشاء)؟ [ ] نعم [ ] لا
12. هل الجمل قصيرة (تحت 20 كلمة)؟ [ ] نعم [ ] لا
13. هل خلو من الأخطاء الإملائية والنحوية؟ [ ] نعم [ ] لا

ملاحظات:

رابعاً: الشكل العام (هل التقرير متكامل شكلاً؟)

14. هل الصفحات مرقمة بشكل صحيح؟ [ ] نعم [ ] لا

15. هل الغلاف والمقدمة يحتويان كل المعلومات الأساسية؟ [ ] نعم [ ] لا

..... ملاحظات:

### النتيجة النهائية

عدد الإجابات بـ "نعم" \_\_\_\_\_ : من 15

- التقرير جاهز للتسليم (جميع الإجابات "نعم")
- يحتاج مراجعة بسيطة (12-14 نعم)
- يحتاج مراجعة جوهرية (أقل من 12 نعم)

تاريخ المراجعة/.....// \_\_ المراجع \_\_\_\_\_ :

### نصائح للمراجعة النهائية

1. خذ استراحة قصيرة قبل المراجعة (حتى 30 دقيقة) لترى التقرير بعيون جديدة
2. اطبع التقرير للمراجعة النهائية - الأخطاء تظهر على الورق أكثر من الشاشة
3. اقرأ بصوت عالٍ - هذا يكشف الجمل غير السليمة
4. استخدم أداة تدقيق لغوي كخطوة أخيرة
5. اطلب من زميل مراجعة التقارير المهمة جداً

### قائمة سريعة (للطوارئ)

إذا كان وقتك ضيقاً جداً، ركز على هذه النقاط الخمس فقط:

- الأرقام الرئيسية صحيحة
- التوصيات واضحة ومحددة
- لا توجد أخطاء إملائية فادحة
- الصفحات مرقمة
- الهدف واضح من المقدمة

## خاتمة القسم الخامس

الاحترافية في التقارير لا تعني فقط المعرفة النظرية، بل امتلاك الأدوات المناسبة وإتقان استخدامها، والمراجعة الدقيقة قبل التسليم.

استخدم ما تعلمته في هذا الكتاب:

- خطط لتقريرك بالأسئلة الخمسة
- اكتب محتوى واضحاً ومنظماً
- صمم شكلاً احترافياً يخدم المحتوى
- استخدم النماذج الجاهزة لتوفير الوقت
- راجع بدقة قبل التسليم

الآن... أنت جاهز لكتابة أي تقرير باحترافية 🚀

## خاتمة الكتاب

كلمة أخيرة

عزيمي القارئ،

ها قد وصلنا إلى نهاية هذه الرحلة معاً. أتمنى أن تكون قد وجدت في هذا الكتاب ما يغير طريقة تعاملك مع التقارير الإدارية إلى الأبد.

دعني أخبرك سراً صغيراً: الاحترافية في التقارير ليست موهبة، بل هي مهارة مكتسبة. كل ما في هذا الكتاب هو خلاصة تجارب عملية، وأخطاء وقعنا فيها، ودروس تعلمناها بالطريقة الصعبة، حتى لا تضطر أنت لتكرارها.

إذا طبقت ولو **20%** فقط مما تعلمته هنا، ستلاحظ الفرق في تقاريرك القادمة:

- ستوفر ساعات من الوقت

- ستقلل من إعادة الكتابة والتعديل
- ستزيد من تأثير تقاريرك على القرارات
- ستبني سمعة مهنية أقوى

تذكر دائماً:

- الوضوح أهم من البلاغة
- تحليل الأرقام أهم من عرضها
- توصيات قابلة للتنفيذ أهم من مقدمات طويلة
- القارئ هو محور الاهتمام، وليس أنت

أنت الآن تملك الأدوات و المعرفة و النماذج. الباقي يعتمد عليك. ابدأ بتقريرك القادم، وطبّق ولو قاعدة واحدة جديدة. ثم أخرى. ثم أخرى. وستجد نفسك بعد أشهر تكتب تقارير احترافية بسلاسة لم تكن تتخيلها.

### كلمة شكر

كل كتاب هو نتاج جهد جماعي، حتى لو كتبه شخص واحد. أشكر:

- كل مدير تعلمت منه معنى "التقرير الذي يصنع القرار"
- كل زميل شاركني أخطاءه في التقارير، فتعلمنا معاً
- كل قارئ سيأخذ هذا الكتاب ويطبّقه، فأنتم سبب وجوده

### يمكنكم التواصل مع المؤلف

أؤمن بأن التعلم لا يتوقف عند آخر صفحة في الكتاب. أسعد بتواصلك واستفساراتك واقتراحاتك.



## عزيمي القارئ : شكراً لقراءتك

هذا الكتاب هو ثمرة خبرة عملية، أتمنى أن يكون عوناً لك في مسيرتك المهنية.

## عن المؤلف وكتبه

د. سعد جبر، عميد كلية الإعلام بجامعة باشن العالمية بأمريكا، سابقاً وحالياً وكيل الكلية، ومن علماء الأزهر الشريف

خبير في ريادة الأعمال، واستشاري تطوير المشاريع الاجتماعية والإعلامية، مهتم بالشأن الأفريقي، ومستشار لعدة مؤسسات غير ربحية .

يحمل د. سعد خبرة تمتد لأكثر من 15 عامًا في العمل مع رواد الأعمال، والمؤسسات غير الربحية، وحاضنات الأعمال في العالم العربي. شارك في تأسيس عدد من المبادرات الريادية، وأشرف على برامج تدريبية وتأهيلية في مجالات الابتكار والتفكير التصميمي، والتسويق الاجتماعي، وبناء الثقة بين أصحاب المشاريع والمستثمرين.

ساهم في تدريب وتوجيه مئات الشباب على تحويل أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتطبيق، وقاد فرقاً استشارية لبناء استراتيجيات تمويل مستدامة لمبادرات ناشئة في قطاعات التقنية والتعليم والإعلام.

يؤمن بأن الأسرة هي أساس المجتمع المترابط ومحضن الفرد المتوازن، وأن بناء المجتمع يبدأ ببناء الإنسان أولاً، ثم الأسرة، ثم يكتمل البناء .

## من مؤلفات الدكتور سعد جبر

المسلسل	اسم الكتاب	نبذة عن الكتاب
1	أحاديث الحب النبوية	40 حديثاً عن الحب النبوي مع التخريج والشرح
2	الأربعين الخيرية	40 حديثاً تبدأ بكلمة "خيركم" مع التخريج والشرح
3	خواطر مسجدية "السيرة"	دروس مسجدية مختصرة من السيرة النبوية
4	خواطر مسجدية "التفسير"	دروس مسجدية في تفسير الآيات التي تتلى كثيراً في الصلوات
5	مختصر أحاديث الأدب النبوي	اختصار كتاب الأدب النبوي للدكتور فيصل البعداني يحوي 50 حديثاً
6	شرح الأربعين العلمية	شرح أربعين حديثاً في فضل العلم والعلماء
7	مشكلات وحلول من حياة الرسول ﷺ	استخلاص حلول للمشكلات من السيرة النبوية
8	هل يحل القرآن مشكلتي؟	خمسون مشكلة حياتية: توضيح الأسباب والحلول من القرآن
9	من أجل أن تزهو الروح	كتاب عن فلسفة البلاء والابتلاء هندسة النفس في ظل الابتلاءات

المسلسل	اسم الكتاب	نبذة عن الكتاب
10	السبعة الكبار	تعريف مختصر بالصحابة السبعة أكثر رواية للحديث النبوي
11	الأربعين النبوية	40 حديثاً نبوياً عن شخص النبي ﷺ
12	30 خاطرة للتراويح	كلمات مختصرة في شرح آيات وأحاديث تخص شهر رمضان
13	خمسون رسالة للإمام	رسائل مختصرة تجعل من كل إمام، إمام عصره
14	لطائف وفرائد قرآنية	تأملات في عجائب مطالع السور القرآنية (في المراجعة النهائية)
15	الإعلام المفقود في التعليم	نقد وحلول لواقع التربية الإعلامية في مجال التعليم
16	الذكاء الروحي	مختصر الحياة الروحية معوقات ومغذياتها
17	الذكاء الاصطناعي وأطفالنا	مستقبل الأبناء مع الذكاء الاصطناعي وكيف نوجههم
18	الصبر الإداري	يتحدث عن الصبر في مجال العمل والوظيفة ونقل الخبرات
19	الأسر المنتجة تمكين وإبداع	100 مشروع مدروس لتيسير حياة الأسر التي تعمل وتنتج من البيت
20	حرب المخدرات	أفكار شعبية لمكافحة المخدرات والقضاء عليها في الجزائر
21	المدرّب الجديد وإذابة الجليد	ألعاب وتمارين تدريبية تعاون المديرين الجدد
22	تسويق المشاريع غير الربحية	كتاب مهم جداً لتسويق المشاريع غير الربحية باحتراف
23	وداعاً للبطالة	محاربة البطالة وفتح طرق مشاريع نوعية صغيرة أمام الشباب
24	دليلك إلى الدخل القليل الدائم	استدامة الدخل والحفاظ على المدخرات وتأمين المستقبل
25	مصانع الإنسان	سر التراتبية الأسرية التي تصنع القديسين والطغاة (في المراجعة)
26	25 صفحة ستغير حياتك	25 عادة متنوعة تضمن لك خير الدنيا والآخرة وتغيرك بسهولة
27	ديون "قوافل" شعر	ديواني الشعري الأول
28	أسرار الكتابة الدرامية	كتاب لا يستغني عنه كاتب ولا مؤلف يبسط تحويل الأفكار إلى دراما
29	هل تريد أن تؤلف كتاباً؟	نصائح من خبراء الكتابة والمؤلفين لتصبح كاتباً ومؤلفاً مرموقاً
30	كيف تمطر سحابة فكرك؟	كتاب عن الإبداع وكيفية تحويل الأفكار لمشاريع ومنتجات
31	التمكين والشراكة	دليل ربط المؤسسات الأفريقية بالمنظمات الدولية
32	مش قد الشيلة؟	كتاب عن خطورة الإهمال في تحمل المسؤولية
33	حكايات مؤثرة	قصص مؤثرة مجموعة من الانترنت
34	حبات من سنبلة الفجر	المجموعة القصصية الأولى، قصص قصيرة مميزة من تأليني
35	الرد على الشيخ الددو	رد على الشيخ الددو فيما لم يفعله النبي صلى الله عليه وسلم
36	خطب الحيوان الغريب	مجموعة خطب لأحد الحيوانات الغريبة وتحليلها بأسلوب فكاهي

المسلسل	اسم الكتاب	نبذة عن الكتاب
37	بروتوكول المبادرات المجتمعية	دليل شامل لتصميم وتنفيذ مبادرات المسؤولية المجتمعية الفعالة
38	توني بلير - المندوب السامي الجديد	إعادة تشكيل الشرق الأوسط تحت غطاء الاستشارات الحديثة
39	الخرس الأسري	المشكلة والحل
40	الجزائر وحزام السافانا	دراسة جغرافية اقتصادية
41	دليلك لاستثمار عقاري ناجح	دليلك المختصر لاستثمار عقاري ناجح
42	أزمة ثقة	بين الممولين والمشاريع - كيف تكسب ثقة المستثمرين؟
43	الرجل النعجة	سيميائية الاستسلام وضياح القوامة في الأسرة والمجتمع (بالمراجعة)
44	ست ستات من غير رجل	كتاب عن أغرب وأخطر أنواع النساء (في غرفة التحرير)
45	انستجرام الإمام	تحويل أقوال ابن القيم للوحات فنية رقمية للنشر على إنستغرام
46	حفلة تفكيرية	الإبداع والعبقرية في توظيف قوة التفكير التشاركي
47	30 يوم حاسمة	كتاب عن إدارة المشاريع في مراحلها الأولى
48	جيل زد	كتاب عن جيل زد
49	مصحفي ورحلة العودة إليه	كتاب عن العلاقة مع القرآن الكريم
50	زواج بنات النبي ﷺ	كتاب عن زواج بنات النبي ﷺ
51	البوصلة	لمرحلة ما بعد طوفان الأقصى
52	سبع عجاف	تحليل شخصيات سبعة رؤساء بالمنطقة العجفاء
53	بوصلة القلوب	دليل الإمام لفهم المصلين وخلق مجتمع متآلف بالمسجد
54	رحلة المتوكلين	30 محطة تنقلنا من التواكل والكسل إلى اليقين والعمل
55	الإطار القيمي للأسرة	الدستور التربوي لسلوكيات الأبناء في الأسرة الواعية المسلمة
56	ملخص خمس كتب	خمسة كتب للتطوير والنجاح والقوة والإبداع والتحكم وفهم المتغيرات
57	الجامعة وصناعة الوعي المجتمعي	استثمار رأس المال المعرفي لإعداد قادة الوعي الجدد
58	كود التأثير	رحلتك لصناعة الأثر الحقيقي في العالم الرقمي
59	رسائل متبادلة مع جيل زد	حوار عابر للزمن مع جيل Z
60	سفر التكوين السياسي	كتاب يشرح ويقدم ويوضح دبلوم التدريب السياسي
61	دبلوم التدريب السياسي	عشر مقررات تدريبية وكتاب يشرح الدبلوم
62	وعن الرضا قالوا	كتاب عن منزلة الرضا وكيف نصل لدرجة رضي الله عنهم ورضوا عنه
63	الكرب والدعاء	أدعية تقوي المسلم في مواجهة أي كرب في هذه الحياة الصعبة
64	مسرحية دمي	مسرحية عن قصة مسرح الدمى وواقع المجتمع

المسلسل	اسم الكتاب	نبذة عن الكتاب
65	أعشاب الجهاز الهضمي	مجموعة أعشاب تداوي مجموعة أمراض مع طرق الاستخدام
66	لماذا ننشغل بالسياسة ؟	تعريف للسياسة لماذا ؟ وكيف ؟
67	الذكاء التسويقي	فن إدارة بيانات الأسواق
68	أسرار النجاح في المشاريع الصغيرة	تأسيس وإدارة وتمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة
69	التدفقات النقدية في المشاريع الصغيرة والمتوسطة	
70	الدعاة وفضائح إبستين	
71	ببساطة كيف تصنع الثروات ؟	
72	في بيتنا سؤال؟	
73	حكاية القائد البطيء	تطبيقات عملية لحل معضلة استدامة الشركات
74	القيادة التحويلية بالمؤسسات غير الربحية	
75	عوامل نجاح وفشل مشاريع التعليم الإلكتروني	
76	دبلوم القيادة الميدانية بالمنظمات غير الربحية -	
77	حظيرة الخنازير الغربية	
78	أسرار النجاح في المشاريع الصغيرة	
79	هل تعريف كيف تصلي عليه ؟ ﷺ	
80	إعداد التقارير الإدارية باحترافية	

للتواصل وطلب أي كتاب من د. سعد جبر - الجزائر : 00213673956106 - saadjabr@gmail.com

بسم الله الرحمن الرحيم