

PRESENTATION AND WRITING SKILLS

MGM223

Lecture 07

Planning business messages
تخطيط الرسائل الخاصة بالعمل

Prepared by
Dr. Nagwan Al-Qershi

Lecture
07

Learning Objectives
أهداف التعلم

- ☐ Identify the steps for planning workplace messages. ❑ التعرف على خطوات تخطيط الرسائل في بيئة العمل
- ☐ Understand how to analyze the audience and tailor communication accordingly. ❑ فهم كيفية تحليل الجمهور وتكييف الرسالة بناءً عليه
- ☐ Differentiate between communication media and choose the most appropriate one. ❑ التمييز بين وسائل الاتصال المختلفة واختيار الأنسب منها
- ☐ Master structuring a clear, organized, and persuasive professional message. ❑ إتقان بناء رسالة مهنية واضحة ومنظمة ومقنعة

Lecture

07

Introduction

مقدمة

- ❑ Planning a message ensures a professional delivery.
 - ❑ Reduces time wasted during writing and editing.
 - ❑ Increases chances of achieving the intended goal.
 - ❑ A good message always starts with a clear plan.
- ❑ التخطيط للرسالة يسهم في تقديمها بشكل احترافي.
 - ❑ يقلل من الوقت المهدر أثناء الكتابة والتعديل.
 - ❑ يزيد من فرص تحقيق الهدف المطلوب بفعالية.
 - ❑ الرسالة الجيدة تبدأ دائماً بخطة واضحة.

Lecture

07

Defining the Purpose of the Message

تحديد الغرض من الرسالة

- ❑ Clearly define: is the message a request, complaint, or suggestion?
 - ❑ The purpose determines the tone and content.
 - ❑ Every paragraph should serve the main purpose.
 - ❑ Clarity in purpose makes the message persuasive.
- ❑ حدد بدقة: هل الرسالة لطلب، شكوى، اقتراح؟
 - ❑ الغرض يحدد لغة الرسالة ونوع المعلومات.
 - ❑ يجب أن تخدم كل فقرة الغرض الرئيسي.
 - ❑ الوضوح في الهدف يجعل الرسالة مقنعة.

Lecture

07

Audience Analysis

تحليل الجمهور

☐ Who is the recipient? Manager, colleague, or client?

☐ What do they know about the topic?

☐ What is important to them?

☐ Adapt your message based on the audience's profile.

☐ من هو المتلقي؟ مدير؟ زميل؟ عميل؟

☐ ما مدى معرفته بالموضوع المطروح؟

☐ ماذا يهمه فعليًا من الرسالة؟

☐ صياغة الرسالة تتغير حسب شخصية الجمهور.

Lecture

07

Choosing the Tone and Style

اختيار النغمة والأسلوب

- ☐ Use formal tone for executives or clients.
 ☐ النغمة الرسمية تناسب المديرين والعملاء الجدد.
- ☐ Friendly tone suits team members and peers.
 ☐ النغمة الودية مناسبة للزملاء داخل الفريق.
- ☐ Tone should reflect your relationship and company culture.
 ☐ الأسلوب يجب أن يتماشى مع ثقافة المؤسسة.
- ☐ Avoid overly formal language in casual settings.
 ☐ تجنب الرسمية الزائدة إذا كانت الرسالة شخصية.

Lecture

07

Gathering and Organizing Information

تجميع وتنظيم المعلومات

- ❑ اجمع الحقائق والأرقام قبل بدء الكتابة.
- ❑ Collect accurate facts and figures before writing.
- ❑ تجنب الكتابة من الذاكرة فقط.
- ❑ Avoid relying on memory alone.
- ❑ رتب المعلومات حسب أهميتها وتسلسلها.
- ❑ Prioritize information by relevance.
- ❑ التنظيم يجعل الرسالة سهلة الفهم.
- ❑ Organized content ensures clarity and logic.

Lecture

07

Structuring the Message

تخطيط هيكل الرسالة

- ❑ Introduction: Clearly state the purpose.
 - ❑ Body: Provide supporting details in a logical manner.
 - ❑ Conclusion: Guide the reader toward a desired action.
 - ❑ A clear structure makes the message easier to follow.
- ❑ المقدمة: أوضح الهدف بإيجاز.
 - ❑ جسم الرسالة: قدم التفاصيل الداعمة بشكل منطقي.
 - ❑ الخاتمة: وجه القارئ نحو الإجراء المطلوب.
 - ❑ التسلسل المنظم يُسهّل على القارئ الاستيعاب والتفاعل.

Lecture

07

Choosing the Appropriate Channel

اختيار القناة المناسبة

- ❑ Should you use email, memo, or face-to-face?
- ❑ The channel affects delivery speed and professionalism.
- ❑ Choose based on subject and audience.
A wrong channel can undermine your message.
- ❑ هل تستخدم البريد الإلكتروني، المذكرة أم اللقاء المباشر؟
- ❑ القناة تؤثر في سرعة الوصول والانطباع المهني.
- ❑ اختر القناة وفقاً لطبيعة الموضوع والجمهور.
- ❑ الوسيلة الخاطئة قد تُضعف الرسالة.

Lecture

07

Stages of Message Preparation

مراحل إعداد الرسالة

- ☐ التخطيط: تحديد الهدف وجمع المعلومات.
 ☐ Planning: Define purpose and gather information.
- ☐ الكتابة: صياغة واضحة ومباشرة.
 ☐ Writing: Use clear and direct language.
- ☐ الإتمام: مراجعة وتنسيق وتوزيع.
 ☐ Finalizing: Review, format, and distribute.
- ☐ كل مرحلة تؤثر على فعالية الرسالة النهائية
 ☐ Each stage impacts the effectiveness of the message.

Lecture

07

Writing Stage

مرحلة الكتابة

- ❑ Consider the reader's background and knowledge.
- ❑ Use simple, direct language.
- ❑ Stay focused on the main message.
- ❑ Maintain a professional tone throughout.
- ❑ ضع في اعتبارك خلفية القارئ ومعرفته.
- ❑ اجعل الأسلوب بسيطاً ومباشراً.
- ❑ لا تباعد عن الموضوع الرئيسي.
- ❑ استخدم لغة ملائمة ومحترفة.

Lecture

07

Finalizing Stage

مرحلة الإتمام

- ❑ Review text for clarity and correctness.
 - ❑ Format the message neatly and clearly.
 - ❑ Ensure it's free from spelling and grammar errors.
 - ❑ Deliver it through the appropriate channel.
- ❑ راجع النص بحثاً عن الأخطاء والأسلوب.
 - ❑ نسّق الرسالة بشكل منظم وواضح.
 - ❑ تأكد من خلوها من الأخطاء الإملائية واللغوية.
 - ❑ وزّعها باستخدام الوسيلة الأنسب.

Lecture

07

Information Gathering

جمع المعلومات

- ☐ Identify facts and data that support your message.
 - ☐ Ensure your information is accurate and complete.
 - ☐ Ask: What does the reader need to be convinced?
 - ☐ Better data leads to stronger communication.
- ☐ حدد الحقائق والأرقام التي تدعم رسالتك.
 - ☐ اجعل معلوماتك دقيقة ومتكاملة.
 - ☐ اسأل: ماذا يحتاج القارئ ليقتنع؟
 - ☐ كلما زادت جودة المعلومات، زادت قوة الرسالة.

Lecture

07

Audience Perspective

منظور الجمهور

- ☐ Put yourself in the reader's shoes.
 - ☐ What do they want and care about?
 - ☐ How can you present the information effectively?
 - ☐ This guides your tone and structure.
- ☐ تخيّل نفسك مكان القارئ.
 - ☐ ما الذي يريد؟ ما الذي يهمه؟
 - ☐ كيف تُقدّم له المعلومات بشكل مناسب؟
 - ☐ هذا المنظور يوجّه أسلوبك ومحتواك.

Lecture

07

Sources of Information

مصادر المعلومات

- ☐ Community: Public discussions and social media.

☐ المجتمع: النقاشات العامة والتواصل الاجتماعي.
- ☐ Company documents: Reports and internal records.

☐ وثائق الشركة: تقارير رسمية وسجلات داخلية.
- ☐ Colleagues and clients: Their insights are valuable.

☐ الزملاء والعملاء: تجاربهم توفر رؤى مهمة.
- ☐ Audience: Through feedback and direct interaction.

☐ الجمهور نفسه: عبر التغذية الراجعة المباشرة.

Lecture

07

Community Input

مدخلات المجتمع

- ☐ Listen to what the market and customers say online.
 ☐ استمع لما يقوله السوق والعملاء عبر الإنترنت.
- ☐ Monitor trends and recurring feedback.
 ☐ راقب الاتجاهات والملاحظات الشائعة.
- ☐ This gives ideas unavailable in official sources.
 ☐ هذه المدخلات تمنحك أفكارًا لا تتوفر بالمصادر الرسمية.
- ☐ Shows your awareness and engagement.
 ☐ تُظهر اهتمامك وتفهمك لنبض الجمهور.

Lecture

07

Company Documents

وثائق الشركة

- ☐ Review annual and financial reports and memos. ☐ راجع التقارير السنوية والمالية والمراسلات.
- ☐ Search company archives for documented data. ☐ ابحث في أرشيف الشركة عن بيانات موثقة.
- ☐ Use them to provide solid background. ☐ استخدم هذه الوثائق لتقديم خلفية دقيقة.
- ☐ Enhances credibility and message accuracy. ☐ تعزز مصداقيتك ودقة الرسالة.

Lecture

07

Knowledge Management Systems

نظام إدارة المعرفة

- ☐ تحقق مما إذا كانت شركتك تمتلك قاعدة معرفة.
- ☐ Check if your company has a knowledge base.
- ☐ هذه الأنظمة تحتفظ برؤى الموظفين وخبراتهم.
- ☐ These systems store valuable insights from employees.
- ☐ تسرع عملية البحث.
- ☐ Speeds up your research process.
- ☐ تساعدك على الوصول لمعلومات دقيقة ومنظمة.
- ☐ Helps in accessing verified, organized information.

Lecture

07

Audience Input

مدخلات الجمهور

- ☐ لا تتردد في سؤال جمهورك مباشرة.
- ☐ Don't hesitate to ask your audience directly.
- ☐ وضح التوقعات غير الواضحة بطرح أسئلة.
- ☐ Clarify unclear expectations with questions.
- ☐ هذا يظهر الشفافية والاهتمام.
- ☐ Shows transparency and care.
- ☐ أفضل من الاعتماد على التخمين.
- ☐ Better than assuming incorrectly..

Lecture

07

Colleagues and Clients

الزملاء والعملاء

- ❑ Tap into the experience of those around you.
 - ❑ Supervisors and clients can offer unique insights.
 - ❑ Use their perspective to refine your message.
 - ❑ They can help align with audience needs.
- ❑ استفد من خبرات المحيطين بك.
 - ❑ يمكن للمشرفين والعملاء تقديم رؤى قيّمة.
 - ❑ استخدم آرائهم لصياغة رسالتك بدقة.
 - ❑ يساعدونك على فهم أولويات الجمهور.

Lecture

07

Clear Audience Needs

وضوح احتياجات الجمهور

- Sometimes needs are explicitly stated. □ أحياناً يُعبّر الجمهور عن حاجته بوضوح.
- E.g., “What are the product specs?” □ مثال: “ما هي مواصفات المنتج؟”
- Respond directly without unnecessary info. □ قدم إجابة مباشرة دون تفاصيل مشتتة.
- Accuracy and relevance are key. □ الدقة والملاءمة أهم من الإطالة.

Lecture

07

Unclear Requests

الغموض في طلبات الجمهور

- ❑ Not all requests are clear or specific. ❑ ليست كل الطلبات واضحة أو محددة.
- ❑ Avoid guessing what the person wants. ❑ لا تفترض ما يريده الشخص.
- ❑ Ask follow-up questions for clarity. ❑ اطرح أسئلة إضافية للفهم.
- ❑ Narrow down the scope through conversation. ❑ ضيق نطاق النقاش لتحديد الاحتياج.

Lecture

07

Probing Techniques

تقنيات الاستقصاء والتحقيق

- ☐ Ask smart, targeted questions. ☐ اطرح أسئلة ذكية ومحددة.
- ☐ Help the audience clarify their thoughts. ☐ ساعد الطرف الآخر على توضيح فكرته.
- ☐ Use investigative listening if needed. ☐ استمع بتحليل عند الحاجة.
- ☐ Guide them to define their real need. ☐ وجه الحديث لاكتشاف الاحتياج الحقيقي.

Lecture

07

Fulfilling Needs & Ensuring Quality

تلبية الحاجة وجودة المعلومات

- ☐ Meet all information expectations.
 ☐ لبّ كل ما يتوقعه القارئ من معلومات.
- ☐ Ensure accuracy, clarity, and completeness.
 ☐ تأكد من دقتها ووضوحها واكتمالها.
- ☐ Ask yourself: Is this info correct, complete, clear?
 ☐ اسأل نفسك: هل هذه المعلومات صحيحة، كاملة، واضحة؟
- ☐ The quality of info builds trust..
 ☐ جودة المعلومة تبني الثقة.

Lecture

07

Accuracy First

الدقة أولاً

- ❑ Always verify data before sharing.
 - ❑ Inaccurate info may cause damage.
 - ❑ Reduces credibility and productivity.
 - ❑ Could lead to legal or safety issues.
- ❑ تحقق دائماً من المعلومات قبل مشاركتها.
 - ❑ الخطأ قد يسبب خسائر أو أضرار.
 - ❑ يقلل من المصداقية والإنتاجية.
 - ❑ قد يعرضك لمسؤولية قانونية أو مهنية.

Lecture

07

Ethical Information Sharing

مشاركة المعلومات الأخلاقية

- ☐ Stay honest and transparent.
 ☐ كن صادقًا وشفافًا دائمًا.
- ☐ Avoid manipulating or misrepresenting data.
 ☐ لا تحرف أو تزيف البيانات.
- ☐ Uphold professional integrity.
 ☐ احرص على النزاهة المهنية.
- ☐ Builds long-term trust and respect.
 ☐ تبني الثقة والاحترام على المدى الطويل.

Lecture

07

Relevance and Focus

الأهمية والتركيز

- ☐ Provide only what supports the message. ☐ قدّم فقط ما يدعم محتوى الرسالة.
- ☐ Irrelevant info distracts or confuses the reader. ☐ المعلومات غير المرتبطة تُشتت القارئ.
- ☐ Ask: Does this point help the reader decide? ☐ اسأل نفسك: هل هذه النقطة تخدم القرار؟
- ☐ Keep the message focused and concise. ☐ اجعل الرسالة مركزة ومباشرة.

Lecture

07

Choosing the Right Medium

اختيار الوسيلة المناسبة

- ☐ A good message needs the right medium to be effective.
 ☐ الرسالة الجيدة تحتاج وسيلة مناسبة لتكون فعالة.
- ☐ The medium affects clarity and response speed.
 ☐ الوسيلة تؤثر على وضوح الرسالة وسرعة الرد.
- ☐ Select based on the message's type and audience.
 ☐ اختر بناءً على نوع الرسالة والجمهور المستهدف.
- ☐ Medium choice reflects professionalism.
 ☐ اختيار الوسيلة يعكس مهنتك.

Lecture

07

Why the Medium Matters

لماذا الوسيلة مهمة؟

- ☐ الوسيلة الخاطئة قد تضر بفهم الرسالة.
- ☐ The wrong medium can harm understanding.
- ☐ الوسيلة الصحيحة تضمن تواصلًا فعالاً.
- ☐ Right choice ensures effective communication.
- ☐ تساعد الجمهور على الرد الصحيح.
- ☐ Helps the audience respond appropriately.
- ☐ تدعم صورتك المهنية.
- ☐ Supports your professional image.

Lecture

07

What Is a Communication Medium?

ما هي وسيلة الاتصال؟

- ☐ It's the form you use to send your message.
 ☐ هي الشكل الذي تستخدمه لنقل رسالتك.
- ☐ Includes face-to-face, email, letter, online chat.
 ☐ تشمل اللقاء المباشر، الإيميل، الخطاب، المحادثة.
- ☐ Modern tools offer many flexible options.
 ☐ الأدوات الحديثة توفر خيارات مرنة.
- ☐ Select based on urgency and context.
 ☐ اختر حسب الاستعجال والسياق.

Lecture

07

Media Classifications

تصنيف وسائل الإعلام

- ☐ شفوية: المحادثات، الاجتماعات، المكالمات.
- ☐ Verbal: conversations, meetings, phone calls.
- ☐ مكتوبة: الإيميلات، المذكرات، التقارير.
- ☐ Written: emails, memos, reports.
- ☐ مرئية: عروض، فيديوهات، إنفوجرافيك.
- ☐ Visual: slides, videos, infographics.
- ☐ إلكترونية: تواصل اجتماعي، ندوات، محادثات.
- ☐ Electronic: social media, webinars, chats.

Lecture

07

Oral Media

وسائل الإعلام الشفوية

- ❑ Includes speeches, presentations, interviews. ❑ تشمل الخطب، العروض، المقابلات.
- ❑ Good for interaction and building trust. ❑ جيدة للتفاعل وبناء الثقة.
- ❑ Encourages feedback and open dialogue. ❑ تشجع على الردود والنقاش.
- ❑ Needs strong communication skills. ❑ تحتاج مهارات تواصل قوية.

Lecture

07

When Not to Use Oral Media

متى لا ينبغي استخدام الوسائط الشفهية

- ☐ Avoid if interaction isn't desired.
 ☐ تجنبها إن لم تُرد تفاعلا
- ☐ Use written/electronic when message must be fixed.
 ☐ استخدم المكتوبة أو الإلكترونية للرسائل الثابتة.
- ☐ Not ideal for formal or sensitive topics.
 ☐ ليست مثالية للمواضيع الرسمية أو الحساسة.
- ☐ Choose based on control and documentation needs.
 ☐ اختر حسب الحاجة للسيطرة والتوثيق.

Lecture

07

Written Media

وسائل الإعلام المكتوبة

- ❑ Includes emails, reports, letters. ❑ تشمل الإيميلات، التقارير، الخطابات.
- ❑ Great for documentation and precision. ❑ ممتازة للتوثيق والدقة.
- ❑ Allows time for editing and control. ❑ تتيح وقتاً للمراجعة والسيطرة.
- ❑ Can be slow and lacks instant feedback. ❑ لكنها بطيئة وتفتقر للتفاعل الفوري.

Lecture

07

Pros & Cons of Written Media

إيجابيات وسلبيات وسائل الإعلام المكتوبة

- ❑ المزايا: منظمة، دقيقة، موثقة.
- ❑ Pros: organized, accurate, permanent record.
- ❑ العيوب:
- ❑ Cons:
- تأخر في الرد، قلة مشاعر.
- delayed responses, lack of emotion.
- مثالية للرسائل الرسمية والمفصلة.
- Ideal for official, detailed communication.
- تحتاج مهارة في الكتابة والوضوح
- Needs writing skills and clarity.

Lecture

07

Memos and Letters

المذكرات والرسائل

- ☐ Memo: short internal message. ☐ المذكرة: رسالة داخلية قصيرة.
- ☐ Letter: formal external communication. ☐ الرسالة: تواصل رسمي خارجي.
- ☐ Use memos for quick updates. ☐ استخدم المذكرات للتحديثات السريعة.
- ☐ Use letters for clients or official requests. ☐ استخدم الرسائل للعملاء أو الطلبات الرسمية.

Lecture

07

Reports and Proposals

التقارير والمقترحات

- ❑ Report: delivers info or analysis. ❑ التقرير: يقدم معلومات أو تحليل.
- ❑ Proposal: persuades reader to accept an idea. ❑ المقترح: يقنع القارئ بفكرة معينة.
- ❑ Reports help decisions; proposals drive action. ❑ التقارير تدعم اتخاذ القرار، والمقترحات تدفع نحو الفعل.
- ❑ Use evidence and structure clearly. ❑ استخدم أدلة وهيكل واضح.

Lecture

07

Electronic Media Examples

أمثلة على وسائل الإعلام الإلكترونية

- ☐ Speaking: phone or video calls for coordination. ☐ التحدث: مكالمات هاتفية أو فيديو للتنسيق.
- ☐ Writing: emails or instant messages for quick updates. ☐ الكتابة: إيميلات أو رسائل فورية للتحديثات السريعة.
- ☐ Visual: slides or videos for training or presentation. ☐ المرئية: عروض أو فيديوهات للتدريب أو العرض.
- ☐ Choose based on reach, speed, and clarity. ☐ اختر الوسيلة حسب السرعة والوضوح والنطاق.

Lecture

07

Choosing the Medium – Factors

اختار الوسيلة - العوامل المؤثرة

- ☐ Richness: how much info and emotion it conveys. ☐ الإثراء: كمية المعلومات والعاطفة المنقولة.
- ☐ Formality: how official the medium is. ☐ الشكل: درجة الرسمية في الوسيلة.
- ☐ Limitations: security, length, access. ☐ الحدود: الأمان، الطول، إمكانية الوصول.
- ☐ Urgency, cost, and preferences also matter. ☐ الاستعجال، التكلفة، والتفضيلات تُؤخذ بالحسبان.

Lecture

07

Richness, Limitations, Cost

الإثراء، القيود، التكلفة

- ☐ Rich: face-to-face or multimedia presentations.
 ☐ الوسائل الغنية: اللقاءات أو العروض متعددة الوسائط.
- ☐ Limitations: avoid risky or informal tools for legal matters.
 ☐ القيود: تجنب الوسائل غير الآمنة في الأمور القانونية.
- ☐ Cost: balance between effectiveness and expenses.
 ☐ التكلفة: اختر وسيلة فعالة بأقل تكلفة ممكنة.
- ☐ Match the medium to the context and need.
 ☐ اجعل اختيارك مناسبًا للسياق والحاجة.

Lecture

07

Formality, Urgency, Preferences

الرسمية، الاستعجال، التفضيلات

- ☐ Formality: letters or formal emails for official matters.
 ☐ الرسمية: خطابات أو إيميلات رسمية للمواضيع الجدية.
- ☐ Urgency: calls or texts for immediate action.
 ☐ الاستعجال: مكالمات أو رسائل للنقاط الطارئة.
- ☐ Preferences: respect how the recipient likes to communicate.
 ☐ التفضيلات: احترام طريقة التواصل المفضلة لدى المستقبل.
- ☐ Personalization boosts effectiveness.
 ☐ التخصيص يزيد من فعالية الرسالة.

Lecture

07

Organizing Your Message

تنظيم رسالتك

- ❑ Main idea: define your key message clearly. ❑ الفكرة الأساسية: حدّد رسالتك الرئيسية بوضوح.
- ❑ What do you want the reader to do or believe? ❑ ما الذي تريد من القارئ فعله أو الإيمان به؟
- ❑ Why should they act or agree? ❑ لماذا يجب عليه أن يستجيب أو يوافق؟
- ❑ A strong core idea unifies the message ❑ الفكرة القوية توحد الرسالة كلها.

Lecture

07

Main Points

النقاط الرئيسية

- ❑ Break down your idea into clear, measurable parts.
- ❑ Use lists, steps, or categories if needed.
- ❑ Helps the reader follow logic or process.
- ❑ Keeps communication organized and focused.
- ❑ قسّم فكرتك إلى أجزاء واضحة قابلة للقياس.
- ❑ استخدم قوائم أو خطوات أو تصنيفات حسب الحاجة.
- ❑ تساعد القارئ على فهم التسلسل أو الهيكل.
- ❑ تحافظ على التركيز والتنظيم في التواصل.

Lecture

07

Evidence and Examples

الأدلة والأمثلة

- ☐ Use data, studies, or real examples to support your points.
- ☐ استخدم بيانات أو دراسات أو أمثلة واقعية لدعم النقاط.
- ☐ Choose evidence that is clear and persuasive.
- ☐ اختر أدلة واضحة ومقنعة.
- ☐ Avoid overloading with irrelevant detail.
- ☐ تجنب الإطالة أو التفاصيل غير المهمة.
- ☐ Good examples improve memory and trust.
- ☐ الأمثلة الجيدة تُعزز الفهم والثقة.

Lecture

07

Conclusion

الخاتمة

- ❑ An effective message = Clear idea + Proper medium + Audience awareness.
- ❑ Review tone, structure, and purpose before sending.
- ❑ Match the format to the context.
- ❑ Great communication builds trust and action.
- ❑ الرسالة الفعالة = فكرة واضحة + وسيلة مناسبة + وعي بالجمهور.
- ❑ راجع النغمة والبنية والهدف قبل الإرسال.
- ❑ طابق التنسيق مع الموقف والسياق.
- ❑ التواصل الجيد يبني الثقة ويحقق النتائج.



Thank You