

PRESENTATION AND WRITING SKILLS

مهارات العرض والكتابة

lecture No. 7

BY

Dr. Manal El-Sayed

MGM223



MGM223



lecture No. 7

Planning business messages

تخطيط الرسائل الخاصة بالعمل



Test your knowledge for the previous lecture

- ☐ Categories of Nonverbal Communication
- ☐ Identify nonverbal signals.
- ☐ Gestures and postures
- ☐ Misreading and Faking
- ☐ How to communicate online.
- ☐ Develop your business etiquette in your workplace and social setting.

- ☐ فئات التواصل غير اللفظي
- ☐ تحديد الإشارات غير اللفظية.
- ☐ الإيماءات والمواقف
- ☐ القراءة الخاطئة والتزييف
- ☐ كيفية التواصل عبر الإنترنت.
- ☐ طور آداب عملك في مكان عملك وبيئتك الاجتماعية.



Learning objectives

1. Using the Three-Step Writing Process
2. Explain what it means to analyze the situation when planning a message
3. How to define your purpose to plan for your message.
4. How to analyze the purpose of your message.
5. How to profile your audience.

١. استخدام عملية الكتابة المكونة من ثلاث خطوات
٢. شرح ما يعنيه تحليل الموقف عند التخطيط لرسالة
٣. كيفية تحديد الغرض من التخطيط لرسالتك.
٤. كيف تحلل الغرض من التدليك الخاص بك.
٥. كيفية تعريف جمهورك.



فهم عملية الكتابة المكونة من ثلاث خطوات
**Understanding the Three-
Step Writing Process**

Three-Step Process

1

Planning

التخطيط



2

Writing

الكتابة



3

Completing

اكتمال



Three-Step Process

1

رسائل التخطيط هي محور هذا الفصل

Planning messages is the focus this chapter

Planning

To plan any message,

1. first analyze the situation by defining your purpose and developing a profile of your audience.
2. Gather information that will meet your audience's needs.

التخطيط

للتخطيط لأي رسالة،
قم أولاً بتحليل الموقف من خلال تحديد
هدفك وتطوير ملف تعريف لجمهورك.
اجمع المعلومات التي تلبي احتياجات
جمهورك.



Three-Step Process

1

رسائل التخطيط هي محور هذا الفصل

Planning messages is the focus of this chapter

To plan any message,

3. Next, select the right medium (oral, written, or visual) to deliver your message.

4. Then, organize the information by defining your main idea, limiting your scope, selecting an approach, and outlining your content..

للتخطيط لأي رسالة،

٣. بعد ذلك ، حدد الوسيط المناسب (شفهيا أو مكتوبا أو مرئيا) لتوصيل رسالتك.

٤. بعد ذلك ، قم بتنظيم المعلومات عن طريق تحديد فكرتك الرئيسية ، والحد من نطاقك ، واختيار نهج ، وتحديد المحتوى الخاص بك .

Three-Step Process

2

تتم مناقشة كتابة رسائل العمل في المحاضرة التالية.

Writing business messages is discussed in the following lecture.

Writing

Once you've planned your message, adapt to your audience with sensitivity, relationship skills, and style.

الكتابة

بمجرد التخطيط لرسالتك ،
تكيف مع جمهورك
بحساسية ومهارات في
العلاقات والأسلوب.



Three-Step Process

2

تتم مناقشة كتابة رسائل العمل في المحاضرة التالية.

Writing business messages is discussed in the following lecture.

Writing

Then you're ready to
compose your message by
choosing **strong words**,
creating effective **sentences**,
and developing coherent
paragraphs.

الكتابة

ثم تكون جاهزا لكتابة رسالتك
عن طريق اختيار كلمات قوية
وإنشاء جمل فعالة وتطوير
فقرات متماسكة.

Three-Step Process

3

Completing

- Completing business messages.
- After writing your first draft,

إكمال

استكمال رسائل العمل.
بعد كتابة مسودتك الأولى ،



Three-Step Process

3

Completing

- revise your message to make sure it is clear, concise, and correct.
- Next produce your message, giving it an attractive, professional appearance.

Completing

- راجع رسالتك للتأكد من أنها واضحة وموجزة وصحيحة.
- بعد ذلك ، أنتج رسالتك ، مما يمنحها مظهرا جذابا واحترافيا.

Three-Step Process

Completing

- ❑ **Proofread the final product for typos, spelling errors, and other mechanical problems.**
- ❑ **Finally, distribute your message using the best combination of **personal** and **technological** tools.**

- ❑ قم بتدقيق المنتج النهائي بحثا عن الأخطاء المطبعية والأخطاء الإملائية والمشاكل الميكانيكية الأخرى.
- ❑ أخيرا ، قم بتوزيع رسالتك باستخدام أفضل مزيج من الأدوات الشخصية والتكنولوجية.



Three-Step Process

□ The more you
use the process,
the **easier** and
faster it will
become.

□ كلما زاد استخدامك
للعملية ، أصبحت
أسهل وأسرع.

Three-Step Process

- ❑ As a rule, use about half your time for planning, one-quarter for writing, and the remaining quarter for completing the project.

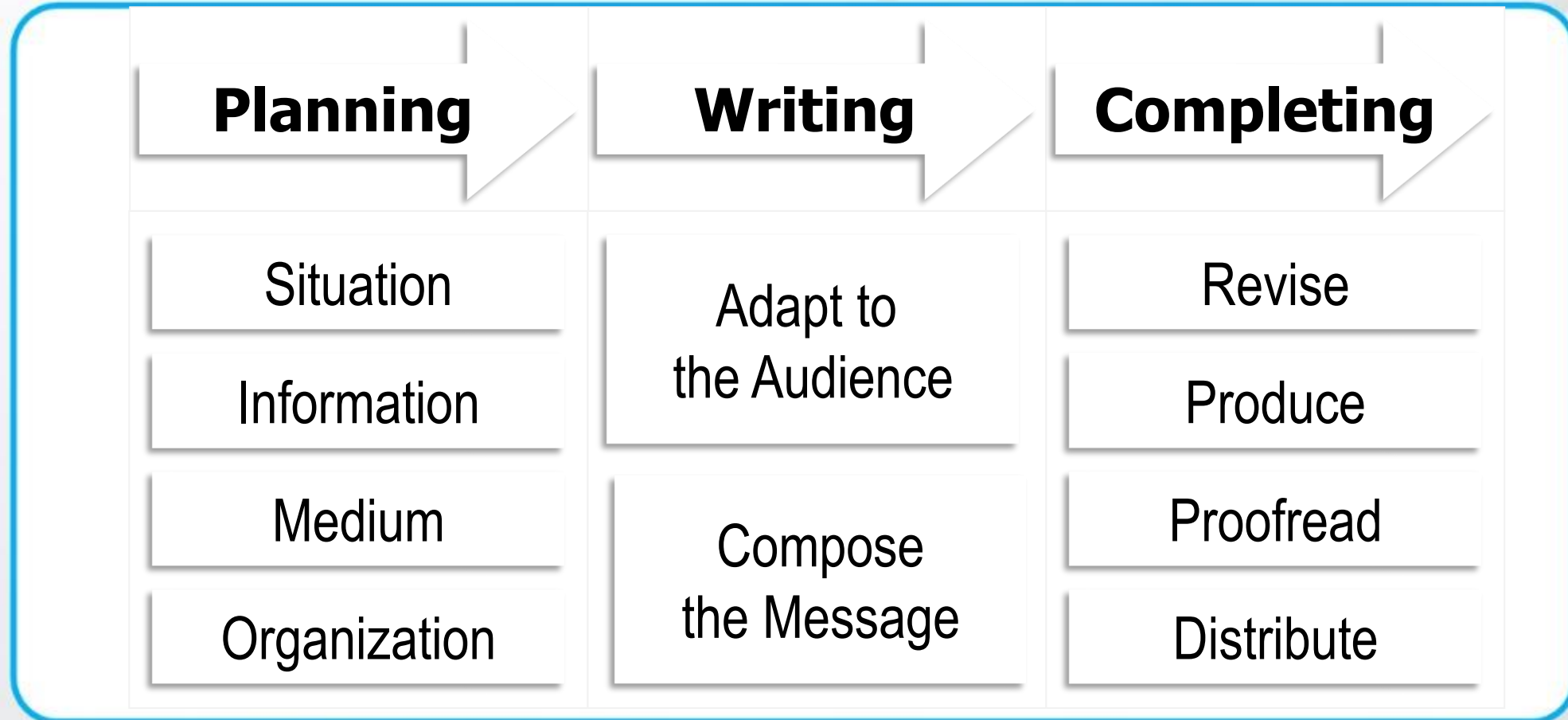
❑ كقاعدة عامة ، استخدم حوالي نصف وقتك للتخطيط ، وربع للكتابة ، والرابع المتبقي لإكمال المشروع.

Three-Step Process

□ approaching
your writing
projects with the
three steps in
mind always help.

□ الاقتراب من كتابتك
للمشاريع مع وضع
الخطوات الثلاث في
الاعتبار تساعد دائما.

Three-Step Process



تحليل الوضع
Analyzing the Situation



1

تحديد الغرض

Define the Purpose

General

غرض عام

غرض خاص

Specific



تحديد الغرض

1

Define the Purpose

General

All business messages have a general purpose: to inform, to persuade, or to collaborate with your audience.

عام
جميع رسائل النشاط التجاري لها
غرض عام: إعلام جمهورك أو
إقناعه أو التعاون معه.



Define the Purpose

Specific

To help you define the specific purpose of your message, ask yourself what you hope to accomplish with your message and what your audience should do or think after receiving your message.

غرض خاص
لمساعدتك في تحديد الغرض
المحدد من رسالتك ، اسأل نفسك
عما تأمل في تحقيقه برسالتك وما
يجب أن يفعله جمهورك أو يفكر
فيه بعد تلقي رسالتك.



Analyze the purpose

تحليل الغرض

2

Once you have **defined** your specific purpose, you can decide whether that purpose merits the time and effort required for you to prepare and send it.

Test your purpose by asking four questions:

بمجرد تحديد الغرض المحدد الخاص بك ،
يمكنك أن تقرر ما إذا كان هذا الغرض يستحق
الوقت والجهد اللازمين لك لإعداده وإرساله.
اختبر هدفك عن طريق طرح أربعة أسئلة:



Analyze the purpose

تحليل الغرض

•Will your message change anything?

هل ستغير رسالتك أي شيء؟

•Is your purpose realistic?

هل هدفك واقعي؟

•Is the timing right for your message?

هل التوقيت مناسب لرسالتك؟

•Will your purpose be acceptable?

هل سيكون هدفك مقبولا؟



Analyze the purpose

2

Once you are satisfied (1) that you have a clear and meaningful purpose and (2) that now is a smart time to proceed, your next step is to understand the members of your audience and their needs.

بمجرد أن تشعر بالرضا (١) أن لديك غرضا واضحا وذا مغزى و (٢) هذا هو الوقت الذكي للمضي قدما ، خطواتك التالية هي فهم أعضاء جمهورك واحتياجاتهم.



Profile the Audience

3

- Primary Members
- Size and Location
- Composition
- Understanding
- Expectations
- Reactions

- الأعضاء الأساسيون
- الحجم والموقع
- تكوين
- فهم
- توقعات
- ردود الفعل

Profile the Audience

استوضح الجمهور

3

- ❑ The more you know about your audience, their needs, and their expectations, the more effectively you'll be able to communicate with them.
- ❑ Analyzing your audience involves the following steps:

- ❑ كلما زادت معرفتك بجمهورك واحتياجاتهم وتوقعاتهم ، زادت قدرتك على التواصل معهم بشكل فعال.
- ❑ يتضمن تحليل جمهورك الخطوات التالية:



Profile the Audience

3

- Primary Members
 - Size and Location
 - Composition
 - Understanding
 - Expectations
 - Reactions
- الأعضاء الأساسيون
 - الحجم والموقع
 - تكوين
 - فهم
 - توقعات
 - ردود الفعل



3

• Primary Members

Identify the primary audience. If you can reach the decision makers or opinion molders in your audience, other audience members will fall in line.

• الأعضاء الأساسيون

تحديد الجمهور الأساسي. إذا تمكنت من الوصول إلى صانعي القرار أو صانعي الرأي في جمهورك ، فسيتماشى أعضاء الجمهور الآخرون.



Profile the Audience

3

- **Size and Location**

Determine the size and geographic distribution of your audience.

A report for wide distribution requires a more **formal style, organization, and format** than one directed to three or four people in your department.

- الحجم والموقع

- حدد حجم جمهورك وتوزيعه الجغرافي.

- يتطلب التقرير للتوزيع على نطاق واسع أسلوباً وتنظيماً وتنسيقاً أكثر رسمية من التقرير الموجه إلى ثلاثة أو أربعة أشخاص في قسمك.



Profile the Audience

- **Composition.**

Determine the composition of the audience. Look for common denominators *القواسم المشتركة* that tie audience members together across differences in culture, status, or attitude.

Include evidence that touches on everyone's area of interest.

- **التكوين**

تحديد تكوين الجمهور. ابحث عن القواسم المشتركة التي تربط أعضاء الجمهور معا عبر الاختلافات في الثقافة أو المكانة أو الموقف.

قم بتضمين الأدلة التي تمس مجال اهتمام الجميع.



Profile the Audience

3

• Understanding الفهم

Test your audience's level of understanding.

If audience members share your general background, they'll understand your material without difficulty. If not, you must educate them.

اختبر مستوى فهم جمهورك.
إذا شارك أعضاء الجمهور
خلفيتك العامة ، فسوف يفهمون
المواد الخاصة بك دون
صعوبة. إذا لم يكن كذلك ،
يجب عليك تثقيفهم.



3

- Understanding الفهم

Include only enough information to accomplish your objective.
Everything else is irrelevant and must be eliminated.

قم بتضمين معلومات كافية فقط لتحقيق هدفك.
كل شيء آخر غير ذي صلة يجب القضاء عليه.

- **Expectations.**
 - **Understand your audience's expectations and preferences.** Will members of your audience expect complete details,
 - or will a summary of the main points suffice?
- توقعات.
 - افهم توقعات جمهورك وتفضيلاته.
هل يتوقع أعضاء جمهورك تفاصيل كاملة ،
 - أم أن ملخصا للنقاط الرئيسية سيكون كافيا؟

Profile the Audience

3

- **Expectations.**

- Do they want an e-mail, or will they expect a formal memo?

- توقعات.

- هل يريدون بريدا إلكترونيا ، أم أنهم سيتوقعون مذكرة رسمية؟



3

- **Reactions**

Forecast your audience's probable reaction. If you expect a favorable response, state conclusions and recommendations up front and offer minimal evidence.

- ردود الفعل

- توقع رد الفعل المحتمل لجمهورك. إذا كنت تتوقع استجابة إيجابية ، فاذكر الاستنتاجات والتوصيات مقدما وقدم الحد الأدنى من الأدلة.

Profile the Audience

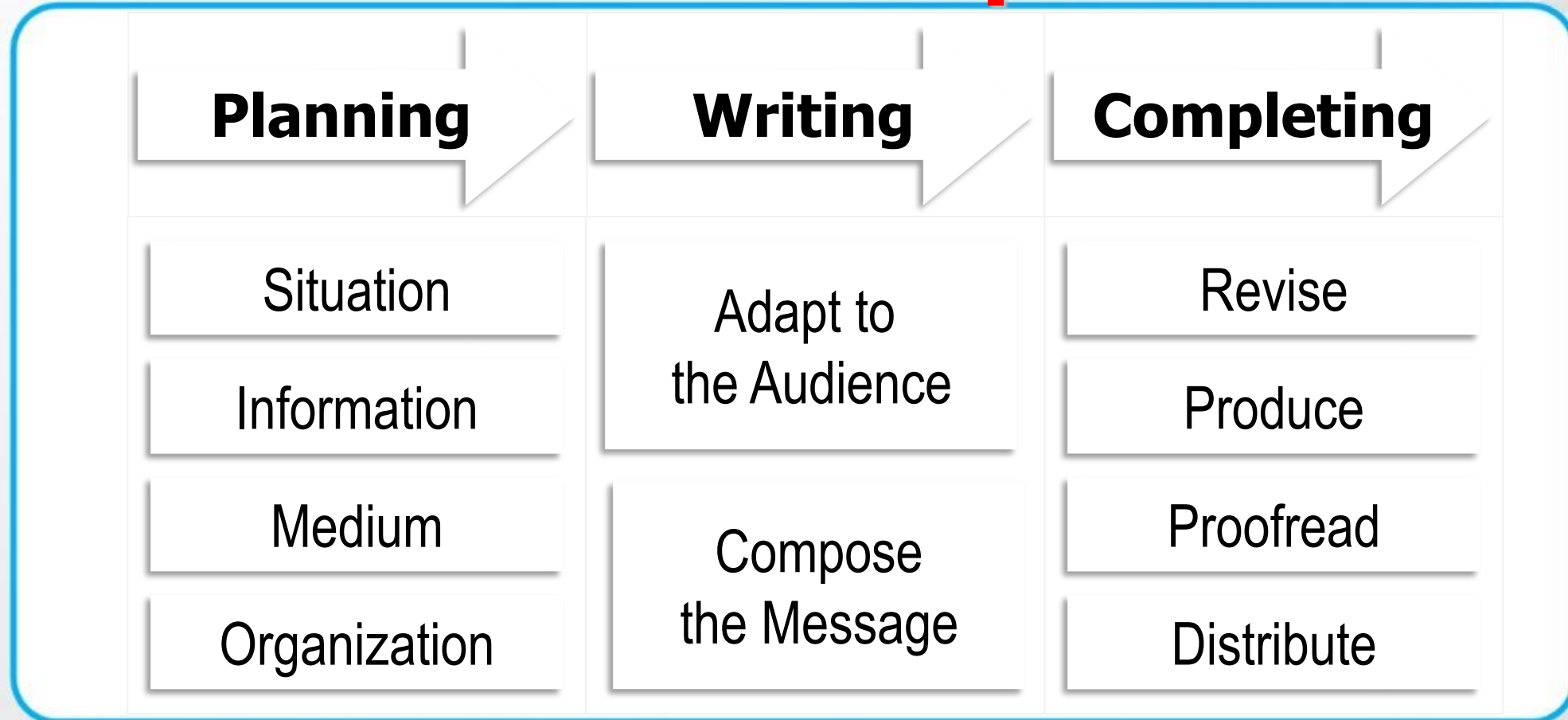
- Reactions

Forecast your audience's probable reaction. If you expect doubts introduce conclusions gradually and include more evidence.

- ردود الفعل

- توقع رد الفعل المحتمل لجمهورك. إذا كنت تتوقع الشكوك ، فقدم الاستنتاجات تدريجياً وقم بتضمين المزيد من الأدلة.

Three-Step Process



Three-Step Process

Planning

Situation

Information

Medium

Organization



Gathering Information





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



جامعة الجميع الذكية
EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You

